JISOS
Jurnal Ilmu Sosial
Vol.3, No.1, Feburai 2024

STRATEGI PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA KAWASAN TAMAN WISATA GOA SUNYARAGI CIREBON

Oleh
Moh. Abdul Azis Danubrata
Akademi Pariwisata Siliwangi Tasikmalaya
Email: mohabdulazizdanubrata@yahoo.com

Article History:
Received: 15-01-2024
Revised: 18-02-2024
Accepted: 20-02-2024

Keywords:
Strategi, Destinasi, Taman Wisata Goa Sunyaragi Cirebon

Abstract: *Pengembangan Kawasan destinasi wisata Tamansari Gua Sunyaragi, harus memperhatikan dan mengacu pada konsep manajemen strategi sebagaimana dikemukakan oleh Hungler dan Wheelen. tujuan secara umum penelitian ini adalah: (1) Untuk menganalisis, perencanaan, implementasi, dan langkah-langkah evaluasi potensi pengembangan Wisata Goa Sunyaragi Cirebon. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan jenis pendekatan studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan diperlukan dukungan suberdaya baik dari segi anggaran maupun SDM yang potelsian, untuk mengembangkan daya tarik wisata sejarah dan budaya yang kekinian, serta memberikan harga tiket yang terjangkau dan memberikan fasilitas pagelaran pentas seni dan budaya. Implementasi strategi pengembangan Destinasi Pariwisata kawasan Taman Wisata Goa Sunyaragi Cirebon sebagai dilakukan melalui penentuan harga tiket masuk yang murah. Taman Wisata Goa Sunyaragi memiliki kendala berupa perizinan dan permodalan. Hal ini berdampak pada rencana Taman Wisata Goa Sunyaragi tidak berjalan secara maksimal*.

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah sebuah kegiatan yang dilakukan hampir seluruh manusia di muka bumi. Kegiatan pariwisata sangat kompleks, mencakup seluruh aspek kehidupan. Menurut Maryani (2013:6) pariwisata merupakan salah satu kebutuhan yang tidak dapat dihindarkan khususnya bagi masyarakat perkotaan disaat menghadapi situasi padat jam kerja, sibuk dan hiruk pikuknya suasana kota, terbatasnya lahan-lahan terbuka (*open space*) dan taman-taman bermain untuk anak-anak atau remaja, serta kejenuhan-kejenuhan lain. Kota Cirebon merupakan salah satu kota yang berada di Jawa Barat. Cirebon memiliki kekayaan warisan budaya dan sejarah yang begitu tinggi, akan tetapi potensi tersebut hingga kini masih belum dimaksimalkan untuk mendongkrak wisatawan datang ke Kota Cirebon. jarah yang dahulunya bekas taman sari pesanggrahan Keraton Kasepuhan yang fungsi utamanya untuk menyepi. Saat ini, tak hanya difungsikan menjadi situs bersejarah, Gua Sunyaragi juga difungsikan sebagai tempat pagelaran kesenian Cirebon. Terdapat panggung luas di dekat pintu masuk Gua Sunyaragi. Pada setiap bulan

di minggu pertama diadakan pentas kesenian seperti tari topeng, sintren, dan tayub. Adapun jumlah kunjungan wisatawan ke Gua Sunyaragi periode 2016-2020 dapat dilihat paa table 1.1 berikut ini:

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Taman Goa Sunyaragi Periode 2016-2020

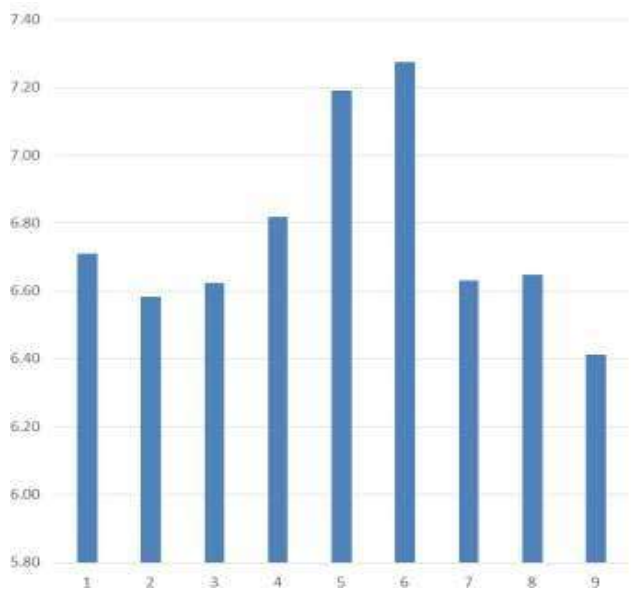
No	Tahun	Jumlah	Kenaikan	
			Jumlah	Persen (%)
1	2016	68.568	-	-
2	2017	89.566	20.998	30,62%
3	2018	127.447	37.881	42,29%
4	2019	171.044	43.597	34,21%
5	2020*	7.568	-163.476	-95,58%
Rata-rata			15.250	2,89

* Data per September 2020

Sumber: Pengelola Gua Sunyaragi 2020

Berdasarkan table 1.1 terlihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata Gua Sunyaragi selama 5 tahun terakhir tergolong cukup signifikan, dimana peningatan tertinggi terjadi pada tahun 2018 sebesar 42,29%. Dalam kurun waktu 2019, terjadi peningkatan yang cukup signifikan yaitu 34,21%. Ini merupakan suatu indikasi bahwa Gua Sunyaragi yang terkenal dengan wisata budaya dan sejarah telah menarik perhatian lebih bagi wisatawan untuk berkunjung. Akan tetapi pada tahun 2020 terjadi penurunan kunjungan wisatawan yang sangat signifikan yaitu - 95,58%. Hal ini tidak lain dikarenakan oleh adanya wabah pandemi COVID-19 yang menyebabkan sektor pariwisata terdampak. Sektor pariwisata merupakan sektor pertama dan paling terdampak atas pandemi COVID-19. Hal ini ditunjukkan dari penurunan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang sangat signifikan. Penurunan ini, sudah dapat diperkirakan mengingat langkah-langkah pemerintah Indonesia dan juga pemerintah negara penyumbang wisman potensial ke Indonesia yang memutuskan menutup akses keluar-masuk negaranya demi pencegahan penyebaran COVID-19.

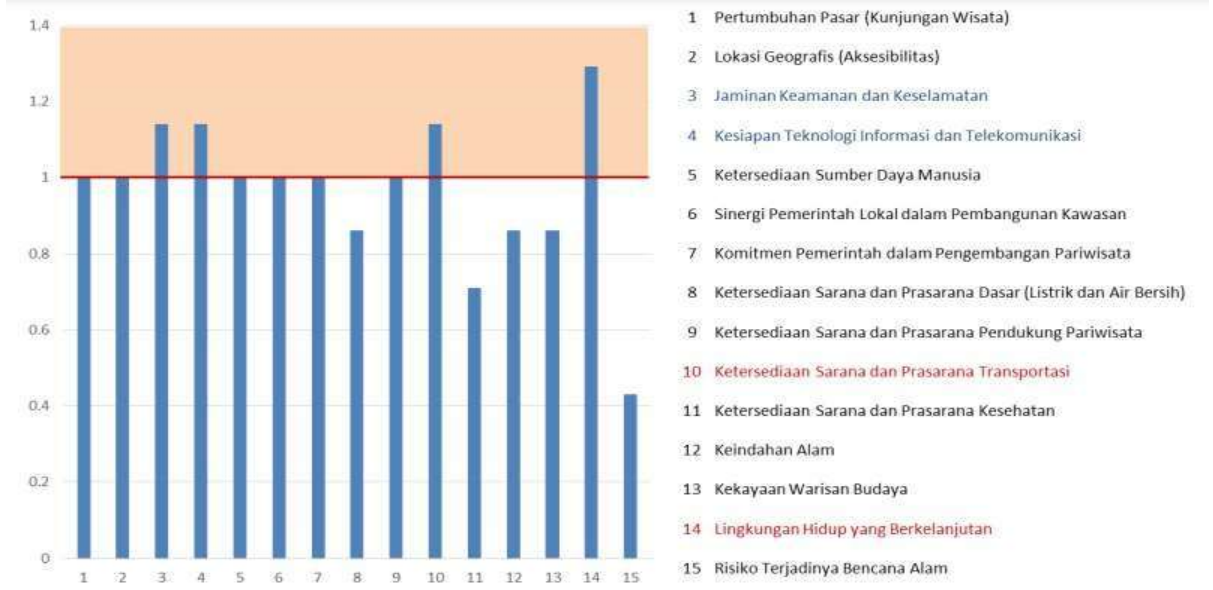
Dalam Rencana Besar Pengembangan Destinasi Wisata Kelas Dunia Provinsi Jawa Barat, didapatkan score kawasan yang saat ini dinilai memiliki peluang/prospek tinggi untuk dikembangkan sebagai Destinasi Wisata Kelas Dunia Provinsi Jawa Barat tercantum pada gambar
1.1 dibawah ini. Kawasan dengan prospek tertinggi adalah kawasan strategis pariwisata kreatif Bandung dan sekitarnya, dan disusul oleh kawasan srategis pariwisata sejarah dan keraton di Cirebon dan sekitarnya.



No	Kawasan	Rank
1	Kawasan Strategis Ekowisata Alam Puncak dan Sekitarnya	4
2	Kawasan Strategis Geowisata Palabuhanratu-Ciletuh-Ujunggenteng dan Sekitarnya	8
3	Kawasan Strategis Pariwisata Cagar Budaya Cianjur-Sukabumi dan Sekitarnya	6
4	Kawasan Strategis Pariwisata Industri Bekasi-Karawang dan Sekitarnya	3
5	Kawasan Strategis Pariwisata Sejarah dan Keraton di Cirebon dan Sekitarnya	2
6	Kawasan Strategis Pariwisata Kreatif Bandung dan Sekitarnya	1
7	Kawasan Strategis Pariwisata Alam Bandung Selatan-Garut dan Sekitarnya	7
8	Kawasan Strategis Budaya Priangan dan Alam Bahari di Priangan dan Sekitarnya	6
9	Kawasan Strategis Ekowisata Pantai Apra-Cipatujah dan Sekitarnya	9

Gambar 1. Prioritas Kawasan Berdasarkan Kondisi Saat Ini
Sumber: Dalam Rencana Besar Pengembangan Destinasi Wisata Kelas Dunia Provinsi Jawa Barat, 2019

Pada rencana pengembangan kawasan strategis pariwisata sejarah dan keraton di Cirebon akan diarahkan pada peningkatan image wisata sejarah yang sarat dengan nilai-nilai edukasi khususnya terkait budaya dan sejarah. Target pengunjung tidak sebatas pada turis domestic, namun juga menyasar turis asing khususnya yang memiliki ketertarikan terhadap budaya dan sejarah salah satunya adalah Goa Sunyaragi. Adapun prioritas aspek pengembangan pariwisata Goa Sunyaragi dapat dilihat pada gambar 2. berikut:



Gambar 2. Prioritas Aspek Pengembangan Goa Sunyaragi
Sumber: Dalam Rencana Besar Pengembangan Destinasi Wisata Kelas Dunia Provinsi JawaBarat, 2019

Berdasarkan gambar 1.3 terlihat bahwa prioritas pengembangan aspek terkait pariwisata GoaSunyaragi secara umum ditekankan pada aspek: (1) jaminan keamanan dan keselamatan, (2) kesiapan teknologi informasi dan komunikasi, (3) ketersediaan sarana prasarana transportasi, (4) lingkungan hidup yang berkelanjutan. Pemerintah Daerah Kota Cirebon belum optimal dalam melestarikan dan memanfaatkan Tamansari Gua Sunyaragi sebagai daya tarik wisata. Kondisi tersebut berdampak kepada terpilihnya Tamansari Gua Sunyaragi sebagai salah satu daya tarik wisata budaya berharga bagi peningkatan pendapatan masyarakat dan Pemerintah Daerah. Kondisi goa sendiri belum ada perawatan yang berkelanjutan dari pihak pengelola. dimana pengelolaan goa sunyaragi berada dalam otoritas keraton kasepuan, sedangkangkan peran dinas pariwisata hanya sebatas patner dan pembina. Hal ini menyebabkan terhambatnya koordinasi antara pengelola dengan dinas pariwisata Kabupaten Cirebon. Pengelolaan goa sunyaragi juga harusnya dievaluasi dalam setiap tahunnya, sehingga program yang tersusun dapat dikaji pelaksanaannya sejauh mana. Mengingat goa sunyaragi bukan hanya sekedar destinasi wisata sejarah, melainkan juga wisata budaya dan realigi, yang mana apabila hal ini dikembangkan maka akan sangat memberi manfaat pada keberlanjutan goa sunyaragi itu sendiri, sehingga generasi yang akan datang tetap dapat menikmati berbagai peninggalan sejarah yang ada.

Dalam mengembangkan Kawasan destinasi wisata Tamansari Gua Sunyaragi, harus memperhatikan dan mengacu pada konsep manajemen strategi sebagaimana dikemukakan oleh Hungler dan Wheelen, (2013) bahwa manajemen strategi serangkaian keputusan dan tindakan manajemen yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Proses manajemen strategi merupakan suatu langkah dalam melakukan atau menciptakan suatu strategi. Proses tersebut bertujuan agar semua strategi berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Proses dari manajemen strategi yakni pengamatan terhadap lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi. Adanya proses manajemen strategi ini membantu para menejer dalam membuat dan melaksanakan strategi dan evaluasi kinerja. Sehingga para petinggi dapat menentukan keputusan. Proses manajemen strategi sangat penting untuk diperhatikan. Agar segala sesuatu yang diharapkan berjalan dan sesuai dengan procedur. Manajemen strategi meliputi: pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang), implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian.

Berdasarkan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini maka tujuan secara umum penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui dan menganalisis potensi pengembangan destinasi pariwisata kawasan Taman Wisata Goa Sunyaragi Cirebon melalui pengamatan lingkungan; (2) Untuk mengetahui dan menganalisis perencanaan pengembangan destinasi pariwisata kawasan Taman Wisata Goa Sunyaragi Cirebon; (3) Untuk mengetahui dan menganalisis implementasi strategi pengembangan Destinasi Pariwisata kawasan Taman Wisata Goa Sunyaragi Cirebon; (4) Untuk mengetahui dan menganalisis langkah-langkah evaluasi dan pengendalian strategi pengembangan Destinasi Pariwisata kawasan Taman Wisata Goa Sunyaragi Cirebon.

LANDASAN TEORI

Teori Manajemen Strategi

Manajemen strategi Menurut David (2013) dapat di definisikan sebagai sebagai seni

dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memampukan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Sebagaimana disyaratkan oleh definisi ini, manajemen stategis berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akutansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta system informasi computer untuk mencapai keberhasilan organisasional. Tujuan manajemen strategi adalah untuk mengeksploitasi serta menciptakan berbagai peluang baru dan berbeda untuk esok. Menurut Hunger dan Wheelen (2013:9) proses manajemen strategis meliputi empat elemen dasar yaitu (1) pengamatan lingkungan, (2) perumusan strategi, (3) implementasi strategi, (4) evaluasi dan pengendalian. Dalam perencanaan strategis terdapat tiga tahap penting yang tidak dapat dilewatkan oleh perusahaan ketika akan merencanakan strategi yaitu perumusan strategi, implementasi/penerapan strategi dan evaluasi strategi.

Pengembangan strategi meliputi pencairan strategi dalam rangka pencapaian tujuan-tujuan organisasi. Penyempurnaan strategi merupakan elaborasi strategi strategi yang ditentukan apakah dapat dianggap memungkinkan untuk mewujudkan tujuan yang memiliki aspek-aspek tertentu. Evaluasi strategi dimaksudkan suatu pertimbangan terhadap berbagai strategi yang telah dipilih, dikembangkan dan disempurnakan untuk memastikan alternatif mana yang paling sesuai untuk dapat digunakan sebagai upaya dalam mencapai tujuan yang ditentukan.

Pengembangan Pariwisata

Strategi pengembangan pariwisata menurut Rangkuti (2013: 3) sebagaimana mengutip Chandler, strategi merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan dalam kaitannya dengan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas sumber daya. Selanjutnya menurut Marpaung (2007: 19) :"*perkembangan kepariwisataan bertujuan memberikan keuntungan baik bagi wisatawan maupun warga setempat. Pariwisata dapat memberikan kehidupan yang standar kepada warga setempat melalui keuntungan ekonomi yang didapat dari tujuan wisata. Dalam perkembangan infrastruktur dan fasilitas rekreasi, keduanya menguntungkan wisatawan dan warga setempat, sebaliknya kepariwisataan dikembangkan melalui penyediaan tujuan tempatwisata".*

Hal tersebut dilakukan melalui pemeliharaan kebudayaan, sejarah dan taraf perkembangan ekonomi dan suatu tempat wisata yang masuk dalam pendapatan untuk wisatawan akibatnya akan menjadi pengalaman yang unik daritempat wisata. Pada waktu yang sama, ada nilai-nilai yang membawa serta dalam perkembangan kepariwisataan. Sesuai dengan panduan, maka perkembanganpariwisata dapat memperbesar keuntungan sambil memperkecil masalah-masalah yang ada. Menurut Suwardjoko (2017) pengembangan obyek wisata harus memenuhi dua hal yaitu penampilan eksotis suatu obyek pariwisata dan pemenuhan kebutuhan manusia sebagai hiburan waktu senggang/leissure. Dengan kata lain pengangkatan suatu potensi wisata bisa dikatakan

berhasil jika penampilannya unik, khas dan menarik dan waktu pelaksanaannya sesuai dengan waktu luang yang dimiliki calon wisatawan.

Daya Tarik Pariwisata

Destinasi Pariwisata adalah area atau kawasan geografis yang berbeda dalam suatu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat unsur: daya tarik wisata, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, masyarakat serta wisatawan yang saling terkait dan melengkapi untuk terwujudnya kegiatan kepariwisataan. Daya tarik yang tidak atau belum

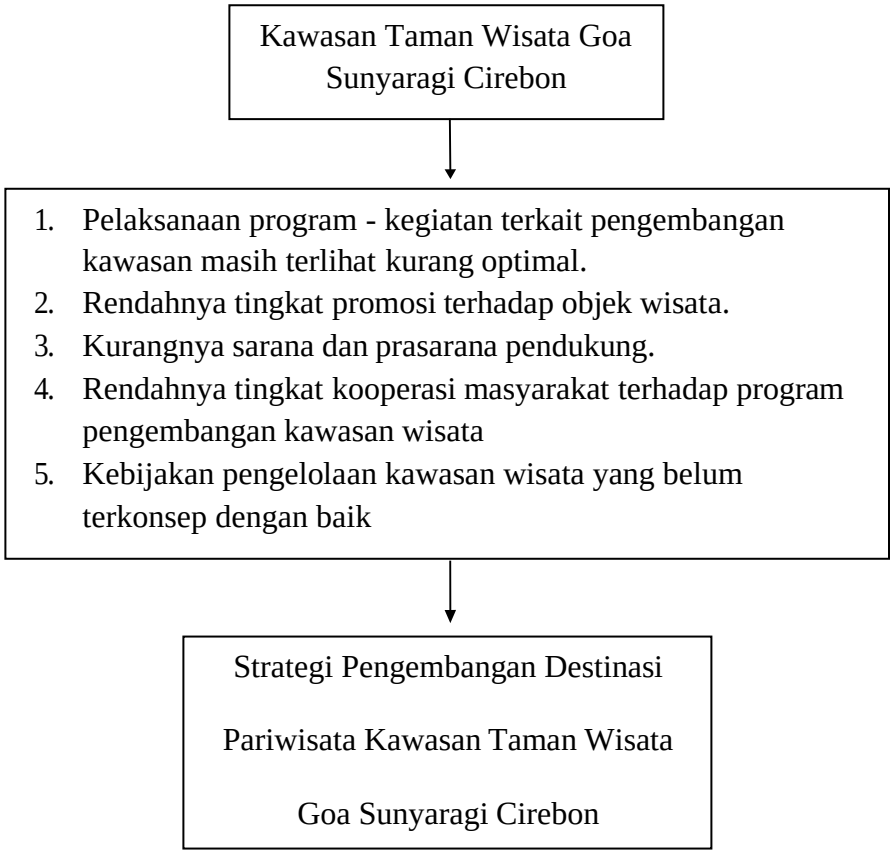
dikembangankan merupakan sumber daya potensial dan belum dapat disebut daya tarik wisata, sampai adanya suatu jenis pengembangantertentu. Objek dan daya tarik wisata merupakan dasar bagi kepariwisataan. Tanpa adanya daya tarik di suatu daerah atau tempat tertentu kepariwisataan sulit untuk dikembangkan.

Dalam UU No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa daya tarik wisata adalah sesuatu yang menjadi sasaran wisatawan yang terdiri dari:

1) Daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang berwujud keadaan alam, flora dan fauna.
2) Daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan sejarah, seni danbudaya, wisata agro, taman rekreasi dan komplek hiburan.
3) Daya tarik wisata minat khusus, seperti: berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan,tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat ziarah dan lain-lain.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraian serta kajian teori yang dikemukakan, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3. Kerangka Pemikiran

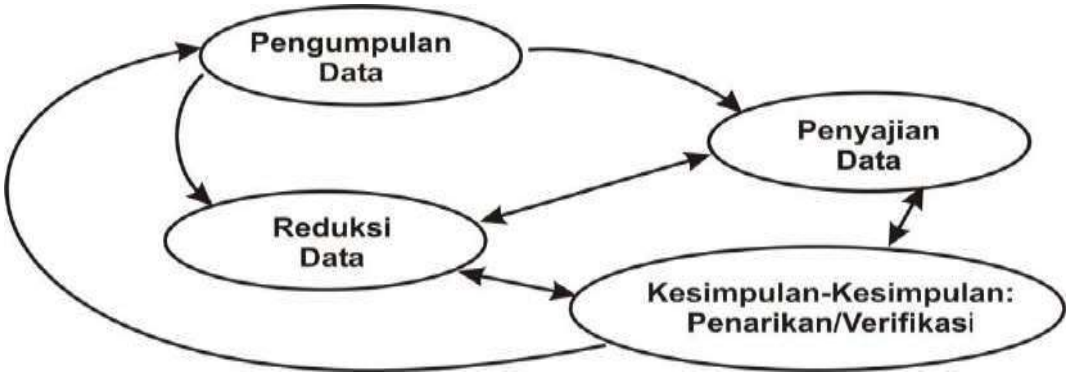
METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif

dengan jenispendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif umumnya bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan indukatif, dilakukan dengan situasi yang wajar (*natural setting*) dan data dikumpulkan umumnya bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif-deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mendeskripsikan secara terperinci fenomena sosial tertentu tanpa menggunakan hipotesa yang telah dirumuskan secara ketat (Singarimbun, 2013:4). Penelitian kualitatif mempunyai tujuan agar peneliti lebih mengenal lingkungan penelitian, dan dapat terjun langsung ke lapangan sebagai *key instrument* (instrumen kunci).

Dalam setiap penelitian disamping menggunakan metode yang tepat juga diperlukan kemampuan memilih metode pengumpulan datayang relevan. Data merupakan faktor penting dalampenelitian, kerena di dalam setiap penelitian pasti memelukan data. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Data yang diperoleh dari pengumpulan data yang menunjang data primer. Data sekunder dalam penelitian ini adalah teks-teks berita mengenai strategi pengembangan pariwisata, buku-buku, dan dokumentasi lain yang berkaitan dengan penelitian.

Tehnik analisis data yang digunakan adalah analisis data dengan menggunakan *interactive model of analysis* (analisis model interaktif) yang dikembangkan oleh Miles dan Hubermann. Pada model interaktif ini berfokus pada tiga komponen, yaitu reduksi data *(data reduction), data display,* dan *coclusion drawing* yaitu terdiri dari tahap penarikan dan verifikasi (Miles dan Hubermann, 2012:25). Proses analisis interaktif ini dapat disajikan dalam bentuk Gambar 2. berikut ini:



Gambar 4. Analisis Data Model Interaktif
Sumber : Miles dan Hubermann (2012: 34)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Taman Wisata Goa Sunyaragi CirebonMelalui Pengamatan Lingkungan

Dilihat dari beberapa potensi pariwisata atau aspek pendukung pariwisata sesuai data yang diperoleh di lapangan menunjukan bahwa Kawasan Goa Sunyaragi sangat layak untuk dikembangkan. Potensi-potensi tersebut mencakup aspek *Accessibility* (aksesibilitas), *Attraction* (atraksi) *Amenities* (fasilitas), dan *Ancillary* (kelembagaan), maupun aspek lainnya seperti aspek ekonomi.

1. ***Accessibility* (Aksesibilitas)**

   Salah satu faktor penting dalam pengembangan sebuah daya tarik wisata adalah tersedianya aksesibilitas (*accesibility*) dari dan ke daerah tujuan wisata.

Sesuai dengan data yang diperoleh di lapangan dapat digambarkan bahwa dilihat dari aspek aksesibilitas menuju kawasan Goa Sunyaragi cukup bagus dan memadai.

Aksesibilitas/accessibility disini tidak hanya jalan yang bagus, tetapi akses dalam bentuk informasi tentang baik melalui informasi internet dan telepon. Untuk Goa Sunyaragi sangat mudah di akses melalui internet.

2. *Attraction* (Atraksi)

Salah satu faktor penentu dalam mengembangkan dan menjaga agar sebuah daya tarik wisata dapat berkelanjutan yaitu adanya atraksi wisata. Atraksi wisata merupakan keseluruhan elemen baik yang merupakan ciptaan Tuhan maupun buatan manusia. Dalam hal ini Goa sunyragai, mempunyai daya tarik yang diuraikan sebagai berikut:

3. *Amenities* (Fasilitas Penunjang Pariwisata)

Fasilitas/sarana pariwisata yang telah tersedia di lokasi obyek wisata Goa Sunyaragi sesuai data yang diperoleh di lapangan adalah sebagai berikut.

a. Pintu Masuk dan *Shelter*

Sarana pintu masuk pada obyek wisata sudah tersedia secara memadai sehinggawisatawan yang berkunjung tidak menjadi bingung dan merasa nyaman dalam melakukan kunjungan. Untuk Goa Sunyaragi pintu masuk ini bisa dilihat sebagai berikut :

Dari pintu masuk terlihat bahwa sudah memenuhi syarat sebagai pintu masuk dari obyek wisata yang menonjolkan cirikas bangunan keraton sejarah. Hal ini dapat dilihat dari adanya papan nama yang besar dan juga adanya penjaga di tempat pemeriksaan karcis dengan fasilitas yang modern. Selain itu pintu masuk ini juga dilengkapi dengan loket karcisbeserta harga karcis yang terpampang dengan jelas sebagaimana diperlihatkan oleh gambar berikut :

a. *Tourist Information Center*

Tourist Information Center merupakan salah satu sarana promosi wisata dan juga pusat informasi penunjang wisata. Berkaitan dengan hal tersebut, *Tourist Information Center* sudah disediakan pada obyek wisata Goa Sunyaragi.

b. Tempat Parkir

Tempat parkir merupakan salah satu fasilitas pendukung pariwisata yang tidak kalah penting dibandingkan dengan fasilitas lainnya. Di obyek wisata Goa Sunyaragi sudah terdapat tempat parkir yang cukup luas dan hal ini tidak menjadi masalah karena setiap tempat tersedia tempat parkir, tampak pada berikut :

c. Sarana Telekomunikasi

Sarana telekomunikasi dan media komunikasi sangat diperlukan di daerah pengembangan pariwisata. Dengan adanya persaingan diantara operator telepon seluler sangat menguntungkan konsumen. Demikian halnya di daerah tujuan wisata di Goa sunyaragi. Sistem telekomunikasi di daerah ini sudah tersedia baik jaringan telepon kabel atau Telkom maupun jaringan telpon seluler sudah tersedia dengan baik. Fungsi lain media komunikasi misalnya internet, sekarang ini lebih banyak digunakan sebagai media promosi dan memperoleh informasi secara *on line,* juga sudah dapat diakses dengan baik.

d. Kamar Mandi dan Toilet

Setiap tempat yang dikunjungi oleh wisatawan seharusnya menyediakan fasilitas kamar mandi dan toilet. Fasilitas ini sudah ada di Goa Suyaragi, sebagaimana telah diperlihatkan pada gambar berikut :

e. Tempat Sampah

Sampah merupakan salah satu masalah yang akan timbul dari sebuah aktivitas, dalam hal ini aktivitas wisata. Sampah yang ditimbulkan dari aktivitas wisata di Goa Sunyaragi belum terlalu banyak, sehingga untuk masalah sampah masih bisa di tanggulangi dengan cara menyediakan tempat sampah di setiap tempat yang akan dikunjungi oleh wisatawan.

4. *Ancillary* (Kelembagaan)

Kebijakan Pemerintah Kota Cirebon untuk memberikan kesempatan kepada pihak swasta dalam pengembangan pariwisata dilakukan dengan memberikan kesempatan seluas-luasnyakepada pengusaha untuk mendirikan usaha di bidang pariwisata di Kota Cirebon. Pengelolaan sarana dan prasarana pariwisata yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Cirebon masih sangat minim yaitu hanya melakukan pembangunan *shelter* (gapura masuk). Penyediaan fasilitas pariwisata masih berjalan sendiri-sendiri sesuai dengan ketersediaan pendanaan dan kepentingan masing-masing *stakeholders* yang ada. Pelayanan rumah makan dan kios atau warung serba ada (waserba) masih dikelola sendiri oleh swasta hanya karena faktor ekonomi, bukan berdasarkan kepentingan untuk memajukan pariwisata.

Pengamatan lingkungan dalam strategi pengembangan Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon sebagai destinasi wisata Kota Surabaya berkaitan dengan identifikasi kekuatan dan kelemahan Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon dalam pengembangan sebagai destinasi wsiata serta menganalisis peluang dan ancaman yang ada. Pengamatan lingkungan Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon menunjukkan bahwa Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon memiliki potensi yang tidak dimiliki oleh pariwisata lain dalam menyediakan sarana dan prasarana pentas seni. Kekuatan Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon dalam pengembangan sebagai destinasi wisata berupa sumber daya manusia maupun anggaran yang memadai dalam proses pengembangan. Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon memiliki kelemahan berupa kurang memadainya fasilitas parkir, toilet dan wahana permainan. Pengembangan Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon juga memberikan peluang untuk meningkatkan jumlah pengunjung Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon melalui penambahan wahana permainan serta pengembangan fasilitas-fasilitas yang ada Pengamatan lingkungan eksternal menunjukkan Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon memiliki peluang untuk menjadi icon pariwisata yang menyediakan kesenian di berbagai aspek. Dalam pengembangannya, taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon memiliki ancaman yang berasal dari persaingan dengan obyek wisata yang baru.

Pengelola Goa Sunyaragi mempersiapkan dan mengakomodir kebutuhan wisatawan akan destinasi pariwisata yang kekinian. Mengingat Goa Sunyaragi merupakan wisata budaya dan sejarah maka pihak pengelola berupaya untuk melakukan inovasi Goa Sunyaragi tetap diminati olehwisatawan khususnya kalangan milenial. Seluruh komponen baik pengelola, dinas pariwisata dan pengelola Goa Sunyaragi mempunyai tugas dan bertanggung jawab bersama dalam mengembangkan taman wisata Goa Sunyaragi agar lebih baik dengan berbagai dukungan sarana dan prasarana yang baik sehingga dapat berdampak pada kunjungan wisatawan yang terus meningkat. Taman wisata Goa

Sunyaragi merupakan salah satu destinasi wisata yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan yang berkunjung, sehingga diperlukan adanya pengembangan agar goa sunyaragi dapat menjadi ikon kota Cirebon dan dapat menjadi identitas kota Cirebon bagi para wisatawan yang berkunjung.

Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Taman Wisata Goa Sunyaragi Cirebon

Perumusan strategi merupakan tahap pengambilan keputusan mengenai alternatif strategi yang akan dipilih oleh organisasi/perusahaan. Strategi yang dipilih merupakan hasil dari pengamatan lingkungan yang telah dilakukan sebelumnya.Dinas Pariwisata Kota Cirebon sendiri telah berupaya untuk melakukan promosi Goa Sunyaragi. Hal itu terungkap dengan wawancara dengan Abudalah Amin, Kepala Seksi Promosi, Dinas Pariwisata, Kota Cirebon yang kutipan wawancaranya sebagai berikut: "Dalam melakukan kegiatan promosi, kami selaku Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cirebon yang bertanggung jawab atas hal tersebut tetap melakukan kegiatan sesuai dengan jadwal atau rancangan kegiatan yang sudah di agendakan seperti kegiatan promosi melalui pemasangan iklan contohnya. Namun, kami memprioritaskan untuk kegiatan promosi yang bersifat akbar, seperti mengikuti agenda tour promosi yang biasa dilakukan di luar kota ataupun luarNegeri".

Seperti yang telah dipaparkan di atas, bahwa kegiatan mempromosikan sangatlah penting, karena hal tersebut dapat menunjang adanya peningkatan dan perkembangan pariwisata Goa
Sunyaragi. Pengaruhnya akan dirasakan setelah kegiatan promosi telah dilaksanakan. Selain itu, menyusun kegiatan juga menjadi acral penentu dalam peningkatan pariwisata yang ada, karena rangkaian kegiatan yang akan di laksanakan kedepannya sudah disusun secara baik, dan tentunya akan lebih maksimal hasilnya. Kurangnya pemasangan iklan yang dilakukan oleh, berakibat dengan sepinya kunjungan ke Goa Sunyaragi karena masyarakat sekitar tidak tahu akan adanya objek wisata atau juga tidak tertarik untuk berkunjung ke tempat tersebut karena minimnya promosiberupa pemasangan iklan.

Peneliti menganalisa bahwa ada indikasi kendala-kendala yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata dan Pengelola Goa Sunyaragi dalam rangka mempromosikan obyek wisata melalui pengadaan sarana pendukung penjualan sehingga pengadaan sarana pendukung penjualan yang seharusnya terlaksana sampai pada objek yang dituju, pada kenyataanya hanya sampai pada tahap expo atau promosi yang bersifat besar. Hal ini tentu menjadi problema, sehingga pengeola tidak bisa bertindak cepat dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi karena kurangnya informasi.

Perumusan strategi pengembangan Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon sebagai destinasi wisata Kota Cirebon berkaitan dengan perumusan rencana strategi yang digunakan Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon dalam pengembangan. Rencana strategi yang dimiliki Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon dalam pengembangan adalah penambahan wisata kuliner. Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon juga berupaya untuk meningkatkan daya tariknya dengan memberikan harga tiket masuk yang dapat dijangkau oleh seluruh masyarakat serta memberikan fasilitas untuk pentas seni. Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon Hal ini dilakukan untuk meningkatkan jumlah pengunjung Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon.

Implementasi Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Taman Wisata GoaSunyaragi Cirebon

Implementasi Strategi adalah proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakannya dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur. Proses tersebut mungkin meliputi perubahan budaya secara menyeluruh, struktur dan atau system manajemen dari organisasi secara keseluruhan. Pengelola Goa Sunyaragi belum memiliki pengalaman dalam pengembangan pariwisata, sehingga masih dibutuhkan studi banding ke beberapa daerah yang telah sukses mengembangkan pariwisata. Namun untuk melakukan studi banding ini hambatannya salah satunya adalah dana yang dibutuhkan untuk melakukan studi banding tersebut, yang tidak sedikit.

Implementasi strategi pengembangan Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon sebagai destinasi wisata Kota Surabaya berkaitan dengan pelaksanaan strategi yang digunakan Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon dalam pengembangan. Implementasi strategi pengembangan Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon sebagai destinasi wisata Kota Cirebon dilakukan dengan membuat promo harga tiket masuk yang murah serta menambah wahana kecil, perawatan maupun dekorasi. Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon juga berupaya untuk melakukan promosi melalui berbagai media. Upaya-upaya tersebut bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon.

Pengembangan Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon melibatkan beberapa pihak, seperti pemerintah, pemegang saham, karyawan Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon serta masyarakat. Bentuk partisipasi masyarakat dalam pengembangan Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon berupa penyampaian tanggapan, seperti kritik dan saran. Penampilan kesenian maupun kompetisi yang diikuti oleh masyarakat juga termasuk partisipasi masyarakat dalam pengembangan Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon.

Langkah-langkah Evaluasi Dan Pengendalian Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Taman Wisata Goa Sunyaragi Cirebon

Tahap evaluasi atau pengendalian, yaitu proses membandingkan kinerja dan hasil yang diinginkan dan memberikan umpan balik yang diperlukan bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi hasil-hasil yang diperoleh dan mengambil tindakan perbaikan bila diperlukan.

Strategi untuk menarik minat wisatawan adalah dengan cara mengoptimalkan potensi obyek wisata Goa Sunyaragi. Selain itu juga perlu diberikan kemudahan perijinan, keringanan perpajakan dan yang tak kalah pentingnya ketersediaan tenaga kerja yang kompetitif agar investor mau ikut serta dalam pengembangan Goa Sunyaragi. Sebagaimana diungkapkan oleh Bapak Jajat Sudrajat selaku pengelola Goa Sunyaragi sebagai berikut: "Tenaga kerja yang kooperatif tersedia cukup melimpah disini. Pada dasarnya orang Cirebon kan ramah-ramah, jadi tenaga kerja disini gampang diatur. Tapikalau tenaga kerja yang *skilled* terutama di bidang pariwisata, ya, harus dididik dulu lah".

Dalam evaluasi yang dilaksanakan oleh pihak pengelola taman wisata Goa Sunyaragi bersama dengan Dinas dan Pariwisata, pihak dinas memberikan arahan-arahan demi tercapainya tujuan bersama yang nantinya akan dilakukan perbaikan-perbaikan serta mencari solusi dan membuat inovasi-inovasi demi kelancaran dan tercipta pengembangan potensi wisata itu sendiri. Namun evaluasi yang dilaksanakan oleh pihak yang bersangkutan masih belum terdapat ketentuan waktu pelaksanaannya, hal tersebut

terjadi disebabkan oleh kurangnya SDM yang tersedia dari Dinas terkait.

Event atau kegiatan-kegiatan pariwisata yang di lakukan oleh pengelola Goa Sunyaragi berserta Dinas Pariwisata yang tujuan awalnya untuk mensosialisasikan pengembangan pariwisata kepada masyarakat dan *stakeholders* lainnya termasuk para pengusaha atau pemilik modal yang dalam kegiatan-kegiatan tersebut berlaku sebagai sponsor atau penyandang dana. Hal ini disampaikan oleh Bapak Jajat Sudrajat selaku pengelola Goa Sunyaragi sebagai berikut:"Kegiatan atau *event* kepariwisataan sebenarnya dimaksudkan untuk memperkenalkan serta mesosialisasikan konsep pariwisata secara terbuka kepada masyarakat guna menumbuhkan pemahaman arti penting tentang pariwisata. Sosialisasi ini dimaksudkan agar semua pihak yang berkepentingan (*stakeholder)* mempunyai kesamaan bahasa, gerak serta langkah sehingga mudah dalam mencapai sasaran baik dari segi wisata budaya, wisata alam, pelestarian lingkungan, maupun pemberdayaan masyarakat local".

Evaluasi dan pengendalian dalam strategi pengembangan Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon sebagai destinasi wisata Kota Cirebon berkaitan dengan penilaian terhadap upaya Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon dalam melakukan pengembangan. Berdasarkan hasil penelitian dapatdiketahui bahwa Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon memiliki kendala dalam melakukan pengembangan sebagai destinasi wisata Kota Cirebon. Kendala tersebut berupa perizinan yang belum diberikan oleh pemerintah. Masyarakat terlibat dalam memberikan penilaian terhadap pengembangan Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon melalui penyampaian tanggapan di berbagai media, seperti facebook dan instagram. Tanggapan masyarakat berupa keluhan mengenai kurangnya wahana Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon dan rencana penutupan Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon. Masyarakat juga mempunyai harapan terhadap pengembangan Taman wisata Goa Sunyaragi Cirebon.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Potensi pengembangan destinasi pariwisata kawasan Taman Wisata Goa Sunyaragi Cirebon melalui pengamatan lingkungan Pengamatan lingkungan menunjukkan bahwa pengembangan kawasan Taman Wisata Goa Sunyaragi diperlukan dukungan suberdaya baik dari segi anggaran maupun SDM yang potelsian sehingga pegembangan yang dilakukan dapat berjalan sesuai dengan yang diinginkan. Pengamatan lingkungan juga menunjukkan bahwa dengan adanya pengembangan, kawasan Taman Wisata Goa Sunyaragi berpeluang untuk menjadi icon pariwisata yang memajukan kebudayaan daerah melalui penyediaan fasilitas pertunjukan. kawasan Taman Wisata Goa Sunyaragi juga memberikan peluang untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan memberikan peluang bagi masyarakat untuk memperdagangkan barang-barang UMKM.
2. Perencanaan pengembangan destinasi pariwisata kawasan Taman Wisata Goa Sunyaragi Cirebon diarahkan untuk mengembangkan daya tarik wisata sejarah dan budaya yang kekinian
   serta memberikan harga tiket yang terjangkau dan memberikan fasilitas pagelaran

pentas seni dan budaya. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke kawasan Taman Wisata Goa Sunyaragi.

3. Implementasi strategi pengembangan Destinasi Pariwisata kawasan Taman Wisata Goa Sunyaragi Cirebon sebagai dilakukan melalui penentuan harga tiket masuk yang murah, penyediaan pemandu wisata yang handal dan pengembangan wisata kuliner dalam satu kawasanTaman Wisata Goa Sunyaragi. Taman Wisata Goa Sunyaragi juga melakukan berbagai upaya propomi dan iklan diberbagai media social serta media elektronik lainnya untuk lebih mengenalkan Taman Wisata Goa Sunyaragi. Pengembangan Taman Wisata Goa Sunyaragi juga melibatkan masyarakat dalam memberikan penampilan kesenian maupun kritik dan saran.
4. Langkah-langkah evaluasi dan pengendalian strategi pengembangan Destinasi Pariwisata kawasan Taman Wisata Goa Sunyaragi Cirebon merupakan tahap terakhir dalam proses manajemen strategis yang membutuhkan proses yang panjang. Taman Wisata Goa Sunyaragi memiliki kendala berupa perizinan dan permodalan. Hal ini berdampak pada rencana Taman Wisata Goa Sunyaragi tidak berjalan secara maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Akers, R., & Jennings, W. 2011. *Social Learning Theory*. Thousand Oaks: Sage. Publications. Alwisol.
[2] Alfred, D. Chandler, Jr .2012. *Strategy and Structure: Chapters in The History of The industrialEnterprise.* Cambridge Mass: MIT Press
[3] Arikunto, Suharsimi. 2015. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.* Jakarta: PT. RinekaCipta.
[4] Creswell, Jhon W. 2013. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan. Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
[5] David, Fred R. 2010. *Manajemen Strategis: Konsep*. Jakarta: PT Indeks.
[6] Hunger, J. David dan Wheelen, Thomas L. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta : Andi.
[7] Mack, N., Woodsong, C., MacQueen, K., Guest, G., & Namey, E. 2015. *InDepth Interviews. Qualitative Research Methods: A Data Colector's Field Guide*. Marpaung, Happy. 2007. *Pengetahuan Kepariwisataan*. Bandung : Alfabeta.
[8] Maryani. 1991. *Pengantar Geografi Pariwisata*. Bandung: Jurusan Pendidikan. Geografi FPIPSIKIP.
[9] Miles, Matthew B dan Huberman, A. Michael. 2012*. Analisis dan Kualitatif: Buku Sumber tentangMetode-Metode Baru*. Jakarta: UI Press.
[10] Moleong, Lexy. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.Muhadjir, Noeng, 2010, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jogja: Rake Sarasin.
[11] Nasution. 2013. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito. Nilasari, Senja. 2014. *Manajemen Stratgei Itu Gampang*. Jakarta. Dunia Cerdas.
[12] Pendit, S Nyoman. 2013. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT. PradnyaParamitagt.
[13] Rangkuti, Freddy. 2013. *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated*

Marketing. Communication. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama. Singarimbun, Masri. 2013, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES Soemanto, Wasty. 2017, *Pendidikan Wiraswasta*, Jakarta: Bumi Aksara.

[14] Sukmadinata, Nana Syaodih. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Rosda.Suwardjoko. 2017. *Analisis Kota dan Daerah*, Bandung : Penerbit ITB.

[15] Yoeti, A Oka. 2012. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta :PT Pradnya Paramita.