
**PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA DI OBJEK WISATA TELAGA ARWANA
CIBUBUR**

Oleh

Rizki Nurul Nugraha¹⁾, Fikri Virgiawan²⁾**Universitas Nasional Jakarta****E-mail: ¹rizki.nurul@civitas.unas.ac.id, ²fikrivirgiawan16@gmail.com****Abstrak**

Tourism development in an area must be given more attention because tourism development will determine the future of tourism itself and for the welfare of the surrounding community. Telaga Arwana Cibubur is a tourist destination located on Jalan Jamboree RT.05/RW.06, Harjamukti, Cimanggis. Telaga Arwana Cibubur is a tourist attraction that presents a beautiful rural atmosphere in the middle of a metropolitan city, still requires special attention and the need for a strategy for tourism development. The purpose of this research is to analyze the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the Telaga Arwana Cibubur tourist destination, then from the results of the analysis that has been done, a strategy will be formulated for the development of the Telaga Arwana Cibubur tourist destination. This research is a qualitative descriptive study, the data will be analyzed descriptively, then to determine the strategy for developing tourism destinations for Telaga Arwana Cibubur, it is carried out by using a SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Data will be collected through literature study, observation and by conducting interviews. The final result of this research is a strategy for the development of Eretan Jumharto Beach tourist destinations in order to develop better and be able to compete with other tourist objects

Keywords: Tourism Attraction Development, Tourism, SWOT Analysis**PENDAHULUAN**

Pengembangan serta peningkatan di suatu industri Pariwisata di dorong untuk menjadi salah satu sektor yang memberikan modal besar dalam pengembangan perekonomian, pengembangan destinasi wisata, serta peningkatan kesejahteraan rakyat. Hal tersebut di dorong oleh dunia pariwisata dari berbagai macam bidang di Indonesia yang terus mengalami pengembangan serta peningkatan dari waktu ke waktu, dan dapat terlihat dari wisatawan yang berkunjung ke daerah tujuan wisata di Indonesia, yang terkenal dengan keindahan alam, keunikan suatu destinasi wisata dan keanekaragaman budayanya.

Indonesia mempunyai potensi serta daya tarik pariwisata bersama dengan keragaman dan keindahan alam baik di dasar lautan maupun di daratan. Pada saat ini Indonesia mempunyai rangking pertama pada sepuluh destinasi favorit untuk liburan (*top ten holiday destinations*),

dengan indeks 78 pada GMTI 2019 (Rachmiatie et al., 2020). Indonesia adalah negara yang mempunyai banyaknya potensi untuk aspek pariwisata, seperti dalam sektor pertanian, perhubungan, perdagangan dan jasa, industri serta sektor-sektor lainnya (Sekarsari et al., 2020).

Pariwisata yaitu berbagai macam kegiatan dan didukung berbagai macam fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Selain itu pengertian dari Kepariwisataan yang berasal dari kata wisata yang termuat dalam Undang-Undang No.10 Tahun 2009 adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.

Pariwisata telah menjadi salah satu pemain utama dalam perdagangan internasional, dan pada saat yang sama merupakan salah satu sumber pendapatan utama bagi banyak negara berkembang (UNWTO, 2020). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Putri (2020) yang menyimpulkan bahwa sektor pariwisata, perdagangan dan perhotelan merupakan sektor unggulan, dimana sektor ini ikut berkontribusi dalam peningkatan ekonomi.

Pariwisata merupakan industri yang sedang mendapat perhatian khusus, karena pariwisata memiliki banyak peluang bisnis yang dapat berkembang didalamnya, sehingga sektor pariwisata ini memiliki kontribusi terhadap kesejahteraan bagi ekonomi suatu daerah. Pariwisata adalah salah satu kegiatan ekonomi terpenting dan dianggap sebagai kunci pembangunan, kemakmuran, dan kesejahteraan (Bayih dan Singh, 2020). Dengan adanya pariwisata ini dapat memberikan dampak terhadap kehidupan masyarakat sekitar, meningkatkan kesempatan untuk bekerja, sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran.

Menurut (Ahmad Sulistyono, 2020), Kota Jakarta merupakan sebagian besar kota yang memiliki beraneka ragam destinasi serta objek wisata. Khususnya di Jakarta Timur, banyak sekali objek serta destinasi wisata yang memiliki potensi serta daya tarik sendiri oleh masing-masing tempat. Akan tetapi, tidak sedikit objek wisata di Jakarta Timur yang masih belum orang tahu, salah satunya adalah objek wisata Telaga Arwana Cibubur. Objek wisata ini memiliki potensi daya tarik yang dapat menarik kunjungan wisatawan karena memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan maupun pengunjung yang sudah mengetahui objek wisata Telaga Arwana Cibubur ini.

Daya tarik ialah sesuatu hal yang sangat penting dalam suatu destinasi pariwisata. Dengan daya tarik di suatu objek wisata dapat membuat program pemerintah berhasil dalam melestarikan adat serta budaya bangsa sebagai hal penting yang dapat dijual kepada tourist (wisatawan).

Daya tarik pariwisata yaitu berupa budaya, alam, dan tatanan hidup yang memiliki daya tarik itu sendiri dan memiliki nilai jual untuk dikunjungi dan dinikmati oleh wisatawan. (Ahmad Suko, 2017)

Telaga Arwana Cibubur (TAC) adalah suatu destinasi wisata yang terletak di Jalan Jambore RT.05/RW.06, Harjamukti, Cimanggis. Telaga Arwana Cibubur adalah suatu objek wisata yang meyuguhkan suasana asri ala pedesaan ditengah kota metropolitan. Rute menuju Telaga Arwana dapat diakses melalui Tol Jagorawi dan keluar di Tol Cibubur, kemudian melajukan kendaraan menuju Kota Wisata. Untuk jam buka Telaga Arwana Cibubur dan jam operasional ini dibuka mulai pukul 08.00 hingga pukul 17.00. Dan para wisatawan yang berkunjung ke Telaga Arwana bisa mengunjunginya setiap hari senin hingga minggu. (Sumber web Telaga Arwana Cibubur)

Berdasarkan pemaparan diatas, penelitian ini mengkaji mengenai “Analisis SWOT Untuk Pengembangan Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunities) dan ancaman (threat) atau biasa di sebut dengan analisis SWOT, sebagai rumusan strategi pengembangan objek wisata Telaga Arwana Cibubur.

Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pendahuluan diatas, adapun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat Daya Tarik Wisata di Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur terhadap para wisatawan?
2. Apakah terdapat pengembangan yang dianalisis menggunakan metode SWOT?
3. Apakah terdapat hubungan dari masing-masing pengembangan dalam metode SWOT?

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Pariwisata

Dalam penjelasan Undang-Undang Kepariwisata Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009, pariwisata didefinisikan sebagai

kumpulan kegiatan pariwisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan pelayanan yang disediakan oleh masyarakat, pemilik usaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata mencakup semua kegiatan pemerintah, bisnis, dan sosial dalam mengatur, mengelola, dan melayani kebutuhan wisatawan. Pariwisata juga dapat diartikan dengan kegiatan yang dilakukan untuk membantu memperkenalkan daya tarik yang ada di setiap kawasan yang di kunjungi tersebut dalam jurnal (Oktaviarni, 2018).

Pariwisata ialah ekspedisi yang dicoba oleh seorang dari salah satu lokasi kelokasi lainnya dengan selang waktu yang mempunyai tujuan untuk menikmati aktivitas serta berekreasi. (Gustin & Koswara, 2018) dalam jurnal (Agung et al., 2020)

Pariwisata aslinya berperan dalam bidang jasa dan mencakup atraksi, aksesibilitas, dan fasilitas yang terdapat pada sesuatu destinasi pariwisata dalam jurnal (Pradini, 2017)

Pengertian Daya Tarik

Menurut (Hasan, 2015) Daya Tarik atau Atraksi merupakan segala suatu yang di dapat pada daerah atau objek yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke salah satu daerah. Suatu yang dapat membuat pengunjung tertarik untuk datang meliputi tata cara hidup masyarakat dalam jurnal (Maryasari, 2017).

Daya tarik merupakan suatu yang bisa berupa keunikan, keaslihan, cuaca/iklim, serta keindahan. (Wiratini et al., 2018) dalam jurnal (Marpaung, 2019) Menurut Roger dan Slinn dalam (Abdulhaji et al., 2016) menyatakan jika atraksi ataupun daya tarik merupakan seluruh suatu yang ada pada sesuatu objek yang jadi daya tarik sehingga wisatawan dapat mendatangi objek tersebut.

Daya tarik ialah faktor terutama dalam mengembangkan pembangunan pariwisata yang keberadaannya hendak menekan para turis guna mengunjunginya, tidak hanya daya tarik pula mengsucceskan kegiatan pemerintah untuk melestraikan adat serta budaya bangsa selaku peninggalan yang di berikan kepada turis. Aktivitas wisata di sesuatu daerah tidak lengkap

jika terdapatnya daya tarik wisata, daya tarik ialah fokus utama perubah pariwisata di suatu destinasi. (Nuansya, 2017).

Metode SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti dalam Dj. Rusmawati, 2017). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats). Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kekuatan atau Strengths, kelemahan atau Weaknesses, peluang atau Opportunities, dan ancaman atau Threats dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis (Erwin Suryatama dalam Cahyono, 2016).

Dan dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya.

Analisis SWOT terdiri dari empat faktor yaitu : 1. Strengths (Kekuatan) Strengths (Kekuatan) merupakan sebuah kondisi yang menjadi sebuah kekuatan dalam organisasi. Faktor – faktor kekuatan merupakan suatu kompetensi khusus atau sebuah kompetensi keunggulan yang terdapat dalam tubuh organisasi itu sendiri. Dengan mengenali aspek – aspek apa saja yang menjadi kekuatan dari organisasi, maka tugas selanjutnya adalah mempertahankan dan memperkuat kelebihan yang menjadi kekuatan organisasi tersebut. 2. Weaknesses (Kelemahan) Weaknesses (Kelemahan) merupakan kondisi atau segala sesuatu hal yang menjadi kelemahan atau kekurangan yang terdapat dalam tubuh organisasi. Pada dasarnya, sebuah kelemahan merupakan suatu hal yang wajar ada dalam organisasi. Namun yang terpenting adalah bagaimana organisasi membangun sebuah kebijakan sehingga dapat meminimalisasi kelemahan- kelemahan tersebut atau bahkan dapat menghilangkan kelemahan yang ada. Kelemahan ini dapat berupa kelemahan dalam sarana dan prasarana, kualitas atau kemampuan

karyawan yang ada dalam organisasi, lemahnya kepercayaan konsumen, tidak sesuai antara hasil produk dengan kebutuhan konsumen atau dunia usaha dan industri dan lain – lain. 3. Opportunities (Peluang) Opportunities (Peluang) merupakan suatu kondisi lingkungan diluar organisasi yang sifatnya menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk memajukan sebuah perusahaan/ organisasi. 4. Threats (Ancaman) Threats (ancaman) merupakan kondisi eksternal yang dapat mengganggu kelancaran berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan. Ancaman dapat meliputi hal – hal dari lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah organisasi. Apabila ancaman tidak segera ditanggulangi maka dapat berakibat dampak berkepanjangan sehingga menjadi sebuah penghalang atau penghambat tercapainya visi dan misi sebuah organisasi atau perusahaan. (Fajar Nur'Aini DF, 2016).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data study literature, observasi dan wawancara yang dilakukan kepada pengurus pengelola dan wisatawan yang pernah berkunjung ke destinasi tersebut. Berikutnya untuk menentukan strategi pengembangan objek wisata dilakukan analisis SWOT (Strengths/ kekuatan, Weakness/ kelemahan, Opportunities/ peluang, dan Threats/Ancaman). (Rijali A, 2018)

Matriks SWOT merupakan alat formulasi pengambilan keputusan untuk menentukan strategi yang ditempuh untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman perusahaan (Candana & Afuan, 2020).

Tabel 1 Matriks SWOT

	Kekuatan (Strengths) (S)	Kelemahan (Weakness) (W)
Peluang (Opportunities) (O)	Strategi SO	Strategi WO
Ancaman (Threats) (T)	Strategi ST	Strategi WT

Sumber: Wasistiono & Tahir, 2007

Tabel diatas, dapat diartikan bahwa SO memanfaatkan seluruh kekuatan (Strengths) (S) dengan memperhatikan peluang (Opportunities) (O), selanjutnya adalah WO dengan memanfaatkan kelemahan (Weaknesses) (W) dan memperhatikan peluang (Opportunities) (O), sedangkan ST dengan memanfaatkan kekuatan (Strengths) (S) serta dengan memperhatikan ancaman (Threats) (T), dan yang terakhir adalah WT dengan memanfaatkan kelemahan (Weaknesses) (W) serta dengan memperhatikan ancaman (Threats) (T).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek untuk penelitian ini adalah Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur yang terletak di Jalan Jambore RT.05/RW.06, Harjamukti, Cimanggis.

Telaga Arwana Cibubur adalah suatu objek wisata yang meyuguhkan suasana asri ala pedesaan ditengah kota metropolitan. Objek Wisata ini mengusung konsep alam terbuka, yang dapat dikunjungi oleh berbagai kalangan baik keluarga khususnya anak-anak dan orang dewasa. Di objek tempat wisata Telaga Arwana Cibubur, pengunjung tidak hanya menyaksikan pemandangan telaga saja, melainkan juga terdapat beragam fasilitas yang dapat dinikmati.

Beberapa aktivitas menarik yang dapat dilakukan di Telaga Arwana Cibubur seperti: area taman, saung bambu, kolam lumpur, paintball, bercocok tanam, bajak sawah, outbound, pemancingan gembira, radio cilik, tangkap ikan, ATV dan flyingfox. Rute menuju Telaga Arwana dapat diakses melalui Tol Jagorawi dan keluar di Tol Cibubur, kemudian melajukan kendaraan menuju Kota Wisata. Untuk jam buka Telaga Arwana Cibubur dan jam operasional ini dibuka mulai pukul 08.00 hingga pukul 17.00. Dan para wisatawan yang berkunjung ke Telaga Arwana bisa mengunjunginya setiap hari senin hingga minggu.

Gambar 1. Telaga Arwana Cibubur

Sumber: data diolah oleh peneliti

Jika dilihat dari komponen 4A (attraction, accesbility, amenity dan ancillary), menurut Setyanto & Pangestuti (2019) yang menyatakan bahwa Komponen Destinasi Wisata (4A) yang terdiri dari attraction, accesbility, amenity dan ancillary mempunyai pengaruh terhadap variabel terikatnya kepuasan pengunjung.

Kompenen pertama yang akan diuraikan adalah attraction, Telaga Arwana Cibubur ini memiliki beberapa atraksi yang menarik, salah satu contohnya yaitu Telaga Arwana Cibubur ini memiliki tempat pemancingan galatama yang cukup besar di Jakarta. Hal menarik selanjutnya adalah Telaga Arwana Cibubur ini memiliki banyak jenis ikan Arwana yang terkenal di Indonesia dan memiliki wisata edukatif seperti membajak sawah, mewarnai caping, dan menangkap ikan. Untuk destinasi wisata seperti ini jarang sekali kita temui apalagi diperkotaan dan selain itu objek wisata Telaga Arwana Cibubur ini memiliki tempat strategis, yang menyuguhkan suasana asri ala pedesaan didalam objek wisata tersebut.

Komponen selanjutnya adalah accesbility, Telaga Arwana Cibubur ini sudah dapat dikategorikan baik di aspek accessibility, kondisi jalan menuju destinasi baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat, karena objek wisata Telaga Arwana Cibubur ini terletak tepat dipinggir jalan raya sehingga mudah untuk ditemukan. Akan tetapi akses informasi di media internet masih berupa petunjuk jalan saja, serta dilengkapi dengan informasi fasilitas serta daya Tarik namun masih kurang lengkap yang dimiliki oleh objek wisata Telaga Arwana Cibubur.

Komponen ketiga adalah Amenity, berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, objek wisata Telaga Arwana Cibubur ini masih perlu di perbaiki dan dilengkapi, seperti perlu dilengkapi tempat makan untuk para pengunjung yang datang, padahal Telaga Arwana Cibubur memiliki peluang besar untuk membuka tempat makan keluarga yang menjual berbagai macam ikan dan seafood yang diolah. Untuk tempat ibadah di Telaga Arwana Cibubur cukup baik, air yang bersih dengan bangunan masjid yang unik.

Aspek terakhir adalah Ancillary atau sarana penunjang tambahan, di objek wisata Telaga Arwana Cibubur sudah memiliki petugas wisata yang ramah akan tetapi masih belum memiliki ketersediaan pos keamanan dan pusat informasi, sehingga dalam komponen Ancillary masih perlu banyak perbaikan.

Unsur-unsur pariwisata berguna dalam menentukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman desa sehingga dapat dilakukan strategi yang tepat dalam pengembangan (Fitriana, 2018). Berdasarkan hasil observasi diperoleh informasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh objek wisata Telaga Arwana Cibubur. Kekuatan yang dimiliki oleh objek wisata Telaga Arwana Cibubur seperti: memiliki kolam pemancingan galatama terbesar di Jakarta, serta memiliki fasilitas dan wahana bermain yang jarang ada di destinasi wisata di Jakarta. Selain itu objek wisata Telaga Arwana Cibubur ini memiliki tempat strategis, yang menyuguhkan suasana asri ala pedesaan yang menjadi salah satu daya tarik wisatawan untuk berwisata melepaskan lelah karena kesibukan sehari-hari. Meskipun belum terdapat pusat keamanan di Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur tetapi destinasi ini sudah termasuk salah satu objek wisata yang aman, karena belum ada kasus pencurian, tindak kekerasan, serta aktifitas pengamen yang kadang membuat pengunjung merasa tidak nyaman.

Tabel 2 Analisis SWOT Aspek Strength (Kekuatan)

No	KEKUATAN
1	Keindahan Infrastruktur Bangunan Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur
2	Memiliki fasilitas yang unik serta wahana bermain yang bagus
3	Objek Wisata yang aman
4	Memiliki tempat strategis, yang meyuguhkan suasana asri ala pedesaan
5	Lokasi Destinasi mudah dijangkau oleh kendaraan roda dua maupun roda empat

Selain kekuatan (Strong), objek wisata Telaga Arwana Cibubur juga memiliki kelemahan (weaknesses) yang harus diperhatikan. Kelemahan ini bisa dijadikan sebagai alat evaluasi dalam pengembangan objek wisata Telaga Arwana Cibubur. Kelemahan tersebut diantaranya, fasilitas umum yang belum lengkap tersedia seperti, tempat bilas yang belum memadai, kebersihan sekitar objek wisata Telaga Arwana Cibubur yang belum diperhatikan banyak sampah dari wisatawan dan daun-daun pohon yang berserakan, dan masih terdapat sampah plastic yang berserakan.

Pembangunan sarana dan prasarana sangat diperlukan untuk menunjang destinasi agar lebih baik, seperti pembangunan toko souvenir, padahal para wisatawan yang berkunjung tertarik dan membelinya. Keterbatasan sarana seperti jauh dari hotel/penginapan membuat pengunjung tidak bisa menghabiskan waktunya lebih dari 24 jam di lokasi objek wisata ini. Selanjutnya kurangnya tenaga professional dalam pengelolaan di objek wisata Telaga Arwana Cibubur.

Tabel 3 Analisis SWOT Aspek Weakness (Kelemahan)

No	KELEMAHAN
1	Masih belum lengkapnya fasilitas
2	Masih belum terawatnya pengelolaan sampah yang ada
3	Kurangnya perawatan terhadap objek wisata dan fasilitas yang sudah ada

4	kurangnya tenaga professional dalam pengelolaan objek wisata Telaga Arwana Cibubur
5	Tidak ada informasi atau masih kurangnya promosi yang dilakukan

Analisis berikutnya adalah Peluang (Opportunities), komponen ini merupakan analisis potensi yang dimiliki suatu destinasi yang dapat dimanfaatkan dan dikembangkan, serta bertujuan untuk memajukan objek wisata. Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur memiliki peluang seperti, kawasan yang strategis karena dekat dengan jalan raya sehingga mudah ditemukan dan mudah untuk dilalui baik kendaraan roda dua maupun roda empat. Berikutnya adalah bangunan dan lahan luas yang menarik dan bisa dijadikan untuk melestarikan budaya dan heritage. Dan pihak pengelola saat ini sedang lakukan penatana kembali untuk menambah spot foto agar lebih menarik lagi, serta memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada.

Tabel 4 Analisis SWOT Aspek Opportunities (Peluang)

No	PELUANG
1	Kawasan yang strategis karena dekat dengan jalan raya
2	bangunan dan lahan luas yang menarik dan bisa dijadikan untuk melestarikan budaya dan heritage
3	Sedang dilakukannya pengembangan untuk spot foto agar lebih menarik lagi
4	Memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada
5	Terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar
6	Membangun wahana bermain untuk anak-anak
7	Membangun tempat makan serta toko souvenir

Terakhir adalah ancaman (Threats), hal ini adalah segala sesuatu yang dapat mengancam pengembangan dari Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur. Berikut adalah ancaman dari proses pengembangan Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur seperti, berkembangnya objek

wisata sejenis yang sudah cukup berkembang dengan berbagai variasi yang dimiliki dan meningkatkan persaingan. Ancaman berikutnya adalah Kurangnya kesadaran masyarakat setempat, serta kerusakan lingkungan akibat pengembangan yang tidak tepat.

Tabel 5 Analisis SWOT Aspek Threats (Ancaman)

No	ANCAMAN
1	berkembangnya Objek wisata sejenis yang sudah cukup berkembang dan meningkatkan persaingan
2	Kurangnya kesadaran masyarakat setempat
3	kerusakan lingkungan akibat pengembangan yang tidak tepat
4	Naiknya air pemancingan ke wahana bermain

Setelah dilakukannya analisis sesuai dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur. Pengembangan objek wisata sesuai analisis SWOT yang menghasilkan empat alternatif strategi yaitu Strategi SO (strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk memperhitungkan peluang), strategi WO (strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang), strategi ST (ciptakan strategi dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman) dan strategi WT (strategi untuk meminimalkan kelemahan-kelemahan untuk menghindari ancaman).

A. Strategi SO (Strength and Opportunities) Untuk Pengembangan Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur

Strategi SO yaitu strategi yang memanfaatkan kekuatan (Strength) untuk memperhitungkan peluang (Opportunities), alternatif dari strategi SO adalah dengan 3M (Membangun, Memperbaiki dan Memelihara):

1. Membangun Sarana Prasarana Untuk Pengembangan Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur

Membangun sarana dan prasarana di Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur, sangatlah penting karena jika wisatawan merasa

kebutuhannya selama berada di daerah objek wisata tercukupi, tentu akan menjadi kesan tersendiri bagi wisatawan. Oleh karena itu, perlu dibangunnya sarana prasarana pendukung kegiatan destinasi, seperti membangun restoran, tempat penjualan souvenir, bank, tempat kesehatan, tempat pos keamanan dan pusat informasi, Serta dibuatnya slogan jangan membuang sampah sembarangan dan dibuat tempat sampah yang terpisah antara organik dan non organik. Selanjutnya perlunya membangun wahana bermain lainnya yang menarik agar atraksi wisata lebih bervariasi, dan dapat bersaing dengan destinasi yang lainnya.

2. Memperbaiki Sarana Prasarana Untuk Pengembangan Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur

Memperbaiki sarana dan prasarana yang sudah ada di Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur, dengan memperbaiki dan memanfaatkan yang sudah ada agar bisa dipergunakan dan dimanfaatkan kembali. Pertama adalah dengan membuat akomodasi didalam agar dimanfaatkan sebagai penginapan untuk tempat peristirahatan para wisatawan untuk beristirahat dan bersantai setelah menikmati wahana bermain serta fasilitas yang dimiliki oleh Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur. Memperbaiki dan memperbanyak spot foto yang lebih menarik dan berbeda merupakan strategi berikutnya agar terdapat pembaharuan dalam objek wisata. yang terakhir adalah memperbaiki tempat bilas yang sudah ada agar layak untuk digunakan oleh wisatawan.

B. Strategi WO (Weaknesses and Opportunities) Untuk Pengembangan objek wisata Telaga Arwana Cibubur

Strategi WO (Weaknesses and Opportunities) yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dengan memanfaatkan peluang (Opportunities) adalah:

1. Meningkatkan Promosi dengan memanfaatkan teknologi yang ada
Meningkatkan promosi untuk memperkenalkan destinasi dengan memanfaatkan teknologi yang ada, seperti

mempromosikan melalui media social, atau pun membuat website mengenai objek wisata Telaga Arwana Cibubur.

2. Meningkatkan SDM

Selanjutnya melakukan peningkatan kualitas tenaga kerja professional dalam pengelolaan dan pemeliharaan objek wisata dengan melakukan sebuah penyuluhan dan melakukan pemberdayaan agar menumbuhkan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya Sadar Wisata.

3. Melakukan koordinasi dengan pihak swasta dan pemerintahan

Melakukan koordinasi dengan pihak swasta dan pemerintah merupakan sebuah strategi agar pembangunan sarana prasarana, akomodasi, atraksi objek wisata pendamping dan sarana lainnya dapat berkelanjutan.

C. Strategi ST (Strength and Treats) Untuk Pengembangan objek wisata Telaga Arwana Cibubur

Strategi ST (Strength and Treats) untuk pengembangan objek wisata di objek wisata Telaga Arwana Cibubur yaitu strategi dengan memanfaatkan kekuatan (Strength) untuk mengatasi ancaman (Treats) adalah:

1. Memanfaatkan dan mengoptimalkan potensi alam dan keunikan objek wisata yang ada, agar kebaruan terus berkembang.
2. Pembangunan berbasis masyarakat
3. Dilakukannya FGD (Focus Group Discussion)
4. Mengadakan objek wisata pendamping

D. Strategi WT (Weaknesses and Treats) Untuk Pengembangan objek wisata Telaga Arwana Cibubur

Strategi WT (Weaknesses and Treats) yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan menghindari ancaman (Treats) adalah:

1. Dilakukannya sebuah pengawasan, jika terjadi kerusakan langsung ditangani agar tidak menjadi kerusakan yang berkepanjangan.
2. Membuat sebuah pelatihan dan penyuluhan untuk para pengurus, pengawas dan

masyarakat sekitar agar kesadaran akan pariwisata yang berkelanjutan meningkat.

PENUTUP

Kesimpulan

Pengembangan objek wisata Telaga Arwana Cibubur dengan menggunakan analisis SWOT, dengan hasil akhir sebuah strategi untuk pengembangan objek wisata Telaga Arwana Cibubur, mengoptimalkan kekuatan dan peluang lalu dilakukan sebuah strategi untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman, maka destinasi akan berkembang lebih baik. Strategi tersebut dengan melakukan pembangunan sarana prasarana seperti sarana akomodasi, melakukan sebuah promosi destinasi wisata dengan memanfaatkan teknologi yang ada, mengembangkan produk wisata, serta melibatkan masyarakat dalam pengelolaan wisata, serta diberikannya sebuah pemberdayaan dan sebuah pelatihan agar kualitas SDM yang ada pengetahuan mengenai pariwisata meningkat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa rekomendasi sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan yang akan diambil untuk mengembangkan objek wisata Telaga Arwana Cibubur maka peneliti menyampaikan beberapa rekomendasi sebagai berikut :

1. Meningkatkan Daya Tarik Wisata objek tersebut dan menerapkan Analisis SWOT yang sudah dijabarkan, sehingga Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur dapat menerapkan Daya Tarik yang membuat wisatawan penasaran serta ada rasa berkeinginan untuk terus mengunjungi Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur tersebut. Misalnya, membuat voucher serta promosi dan iklan sehingga para wisatawan akan tertarik untuk pergi berkunjung di Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur.
2. Gencarnya dalam mengadakan kegiatan promosi objek wisata agar masyarakat dalam maupun luar dapat lebih mengetahui tentang objek wisata Telaga Arwana Cibubur.

3. Membuat masyarakat yang membeli produk tersebut memiliki rasa keingintahuan terhadap produk, sehingga memiliki daya tarik dan niat untuk berkunjung ke objek wisata Telaga Arwana Cibubur.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdulhaji, Sulfi, Yusuf, & Sina, I. (2016). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, dan Fasilitas Terhadap Citra Obyek Wisata Danau Tolire Besar di Kota Ternate. *Schoolar*, 7.
- [2] Agung, T. A., Herwanti, S., & Hidayat, W. (2020). Untuk, Kajian Persepsi dan Motivasi pengunjung Rusa, Pengembangan Wisata Alam di Penangkaran Rachman, Tahura Wan Abdul. *Jurnal Hutan Tropis*, 8(No. 1), 58
- [3] Candana, M. D., & Afuan, M. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Cafe Dapoer Enha Sago Kabupaten Pesisir Selatan Menggunakan Matriks SWOT Dan QSPM. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 151–162.
- [4] Fitriana, E. (2018). Strategi Pengembangan Taman Wisata Kum Kum Sebagai Wisata Edukasi Di Kota Palangkaraya. *Jurnal Pendidikan Geografi*, 23(2), 94–106.
- [5] Gustin, R. F., & Koswara, A. Y. (2018). Faktor Penentu Berkembangnya Wisata Alam Air Terjun Coban Cangu Pacet Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Teknik ITS*.
- [6] Kadir, A. (2013). *Konsep Pembelajaran Kontekstual Di Sekolah*. *Dinamika Ilmu*.
- [7] Marpaung, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Keselamatan dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 1(Nomor 2), 144–156
- [8] Maryasari, D. (2017). Dampak Pengembangan Fasilitas Wisata dalam Meningkatkan Minat Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Bukit Sulap di Kota Lubuklinggau. *Skripsi*, 7
- [9] Nuansya, A. (2017). Daya Tarik Wisata Budaya Festival Cian Cuidi Kota Selat Panjang Provinsi Riau. *Jom Fisip*, 4(No. 2), 4–5
- [10] Oktaviarni, F. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Wisatawan Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. *Wajah Hukum*, 2(No. 2), 138.
- [11] Pradini, G. (2017). Pengaruh Tourism Destination Parts, Service Quality Terhadap Destination Loyalty melalui Tourist Satisfaction di Taman Margasatwa Ragunan. *Ekskutif*, 14, 137.
- [12] Putri, L. R. (2020). Pengaruh Pariwisata terhadap Peningkatan PDRB Kota Surakarta. *Cakra Wisata*, 21(1), 43–49.
- [13] Rachmiate, A., Fitria, R., Suryadi, K., & Ceha, R. (2020). Strategi Komunikasi Pariwisata Halal Studi Kasus Implementasi Halal Hotel Di Indonesia Dan Thailand. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 4(1), 55–74.
- [14] Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif*. Alhadharah.
- [15] Sekarsari, R. W., Fabiola, J. D., Hidayatullah, R., Oktaviana, D., Ma'arif, S. D., Riansyah, I. A. S., Giofany, M., Rokhmawati, I. N., Agestwo, R., Putra, A. D., & Sahroni, A. (2020). Meningkatkan Potensi Sumber Daya Alam Untuk Mewujudkan Desa Wisata. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 1(2), 153.
- [16] Setyanto, I., & Pangestuti, E. (2019). Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72(1), 157–167.
- [17] Suardi, W. (2017). Catatan Kecil Mengenai Desain Riset Deskriptif Kualitatif. *JURNAL EKUBIS*, 2(1).
- UNWTO. (2020). Tourism – an economic and social phenomenon: Why Tourism? Wasistiono, S., & Tahir, M. I. (2007).

Prospek pengembangan desa. CV.
Fokusmedia.

- [18] Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009.
Kepariwisataaan.
- [19] Yeoti, O. A. (2008). *Pengantar Ilmu
Pariwisata*. Bandung: Angkasa.