

MENDEFINISIKAN KEMBALI SITU MUSTIKA (SEBUAH ANALISIS REVITALISASI OBJEK WISATA)

Ari Kusumah W, S.S., MPA
Program Studi Administrasi Publik
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Galuh
Jln.R.E. Martadinata No.150 Ciamis

ABSTRAK

Revitalisasi merupakan sebuah cara untuk meningkatkan nilai sesuatu yang dianggap sudah tidak berfungsi dengan baik. Pada prinsipnya Revitalisasi merupakan jawaban atas terbengkalainya sebuah aset terutama dalam hal ini aset yang dimiliki oleh pihak Pemerintah. Konsep ini sering diimplementasikan sebagai salah satu solusi untuk memunculkan kembali aset pemerintah yang sudah lama berkurang nilai kemanfaatannya, terutama dalam konteks Pariwisata. Dengan Revitalisasi maka aset atau dalam hal ini sebuah objek wisata akan muncul kembali dengan beberapa perubahan dan perbaikan, dan diharapkan popularitasnya meningkat sehingga akan berdampak langsung secara ekonomis pada pendapatan daerah. Sebagai salah satu Objek Wisata yang berada di Kota Banjar, Situ Mustika memang sudah lama eksis, namun tidak dapat dipungkiri bahwa kondisinya seakan “mati suri”. Semenjak 2017, usaha revitalisasi Situ Mustika memang sudah muncul sebagai wacana, namun demikian baru pada tahun 2018 inilah rencana tersebut dapat terealisasikan. Serangkaian usaha sudah dan sedang dilakukan untuk mengembalikan popularitas serta nilai ekonomis dari Objek Wisata ini. Meskipun belum sepenuhnya selesai, namun Revitalisasi Objek Wisata Situ Mustika sudah mulai menampilkan hasil, namun diperlukan kajian akademis untuk menganalisis, serta mengevaluasi proses tersebut agar dapat berjalan secara efektif, efisien, dan sesuai yang diharapkan oleh semua Pihak. Itulah tujuan utama dalam tulisan ini. Selain berfungsi sebagai dukungan secara moril, tulisan ini diharapkan mampu menjadi salah satu acuan dalam menggambarkan dan menjelaskan proses Revitalisasi Objek Wisata Situ Mustika, terutama dari perspektif Akademis. Sehingga, hal-hal yang positif dalam proses tersebut dapat dipertahankan dan bahkan ditingkatkan, serta hal-hal yang dianggap kurang akan segera diperbaiki. Selain itu tulisan ini juga diharapkan akan menambah kontribusi dalam hal mengaplikasikan Administrasi Publik sebagai sebuah Ilmu yang bersifat Multi-Disiplin, yang dapat diterapkan dalam konteks Pariwisata, tentu saja dengan dan kekhasan ilmiah yang spesifik.

Kata Kunci: *Revitalisasi, Pengembangan, Objek Wisata, Situ Mustika, Kota Banjar*

A. PENDAHULUAN

Industri Pariwisata adalah salah satu aspek pendukung utama pertumbuhan ekonomi daerah, sehingga pengembangan Objek Wisata harus selalu dilakukan oleh sebuah daerah, baik terkait peningkatan dan pengawasan Objek Wisata yang telah ada dan masih eksis, dan secara lebih jauh yaitu terkait revitalisasi Objek Wisata yang berada dalam kondisi mati suri, namun sebetulnya masih memiliki potensi. Peningkatan fungsi atau revitalisasi tersebut, secara langsung akan mengembalikan eksistensi Objek Wisata tersebut sehingga memberikan manfaat ekonomis bagi daerah, selain itu akan menjadi motor bagi pemberdayaan masyarakat sekitar dan secara langsung akan bersentuhan dengan penyediaan lapangan usaha.

Selain beberapa potensi Wisata yang sudah eksis di kota Banjar, terdapat juga beberapa Objek Wisata yang sebelumnya berada dalam kondisi mati suri, dan sekarang sedang melalui tahapan Revitalisasi. Satu di antaranya adalah

Situ Mustika. Revitalisasi ini haruslah mampu membentuk *image* positif Objek Wisata ini dan secara signifikan menjadi solusi bagi permasalahan-permasalahan yang sebelumnya ada yaitu mencakup:

1. Kurangnya minat wisatawan baik lokal, nasional, dan internasional yang berkunjung ke Objek Wisata ini. Beberapa tahun terakhir sebelum revitalisasi, kunjungan ke Objek ini tidak signifikan bahkan pada saat-saat tertentu mengalami tidak ada kunjungan sama sekali.
2. Rendahnya peran serta pihak terkait dalam mempromosikan Objek Wisata ini. Hal ini terbukti dari minimnya fasilitas pendukung sosialisasi dan promosi oleh pihak terkait, dalam hal ini Dinas Kehutanan, Pariwisata, dll. Baik berupa poster, baliho, iklan media cetak, elektronik, internet, dll.
3. Kurangnya fasilitas inti dan pendukung di dalam Objek Wisata, misalkan berupa wahana, rest area, Toilet, dll. Keberadaan dan kondisi yang baik dari fasilitas-fasilitas

- tersebut tentu saja sangat vital bagi aktifitas-aktifitas yang terjadi di dalam Objek Wisata, dan berdampak pada kenyamanan dan kepuasan pengunjung
4. Minimnya kegiatan komersil di mana Objek Wisata ini diposisikan sebagai *Venue*. Ini membuktikan bahwa Objek Wisata ini belum menjadi pilihan bagi para penyelenggara acara. Padahal acara ini akan mendongkrak popularitas Situ Mustika sebagai destinasi Wisata di kota Banjar.
 5. Objek Wisata Situ Mustika belum memiliki konsep atau karakter yang kuat, yang menjadi ciri khas atau pembeda dari Objek Wisata lainnya. Padahal hal tersebut merupakan *branding image* yang akan berdampak positif pada popularitas Objek Wisata ini di mata para calon pengunjung, dan faktor penentu bagi mereka untuk ingin mengunjungi Situ Mustika sebagai salah satu pilihan destinasi Wisata.
 6. Minimnya partisipasi masyarakat setempat dalam kegiatan-kegiatan terkait Objek Wisata itu sendiri. Baik dalam aspek penataan atau pengembangan tata ruangnya, atau secara langsung penciptaan kreativitas yang berkaitan dengan image dan popularitas Objek Wisata.

Semenjak tahun 2017, wacana terkait usaha revitalisasi Situ Mustika memang sudah mencuat, namun baru pada tahun 2018 inilah rencana tersebut dapat terealisasi. Serangkaian usaha sudah dilakukan untuk mengembalikan popularitas dan nilai ekonomis dari eksistensi Situ Mustika sebagai salah satu Objek Wisata andalan di Kota Banjar. Usaha-usaha yang sudah dilakukan tersebut perlu dikaji dan dievaluasi dalam sebuah penelitian akademis agar dampak positifnya dapat ditingkatkan, begitu pula dampak negatifnya dapat segera diminimalisir. Hal itulah yang menjadi tujuan utama tulisan ini.

PROFIL SITU MUSTIKA

Letak geografis Objek Wisata Situ Mustika yaitu berada di 07°21'41,98" LS hingga 07°21'45,42" LS juga 108°32'43,68" & 108°32'49,67" BT. Sementara pencitraan GPS pada Google Maps menunjukkan koordinat: -7.362102, 108.546219. Situ Mustika terletak pada trayek lintas selatan Jawa sehingga kondisinya lumayan ramai & mampu diakses dari tiga arah. Dari arah Ciamis dapat diakses melalui jalan raya Ciamis–Banjar dengan waktu tempuh kurang lebih 30 menit. Sedangkan dari arah Jawa Tengah berada pada jalur jalan raya Cilacap–Ciamis dengan waktu tempuh kurang lebih 20

menit dari batas propinsi. Dari arah Pangandaran, Situ Mustika dapat diakses melalui jalan raya Pangandaran–Ciamis (masuk pusat kota Banjar, khususnya jalan Jend Soewarto). Adapun waktu tempuhnya yaitu kurang lebih 2,5 jam.

Format lanskap Objek Wisata Situ Mustika adalah berupa wilayah yang dikelilingi pepohonan atau secara umum hutan lindung yang pengawasan dan pengelolaannya berada pada Perum Perhutani. Di tengah-tengah Objek ini terdapat sebuah Situ (danau kecil) yang menjadi ikon objek wisata ini. Tepat di tengah-tengah Situ terdapat sebuah nusa (pulau kecil) yang terhubung dengan sebuah jembatan gantung sebagai sarana untuk menuju ke pulau kecil tersebut.

Objek wisata ini memiliki luas sekitar 8,5 hektar, dengan rincian 3,5 hektar berupa Situ serta 5 hektar berupa daratan. Situ Mustika, sebagai sebuah Objek Wisata di Kota Banjar sudah dikenal oleh masyarakat sejak tahun 1950-an, namun sayang pada era 2000-an, popularitasnya menurun dan kondisinya menjadi kurang terawat, hingga pada akhirnya saat ini mulai direvitalisasi.

B. TINJAUAN TEORI

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat menjadi andalan bagi setiap daerah dalam mengeksplorasi sumber daya ekonomi. Menurut Mc Intosh (dalam L.K. Herindiyah K.Y, 2016) Pariwisata adalah...*the sum of phenomena and relationship arising from the interaction of tourist, business, host governments and host communities in the process of attracting and hosting these tourists and other visitors.*

Berdasarkan hal tersebut pariwisata sebagai fenomena yang didalamnya terdapat interaksi antara turis, bisnis dan pemerintah setempat, serta hal tersebut merupakan sebuah daya tarik untuk para wisatawan datang ke sebuah destinasi wisata. Oleh karenanya, diperlukan strategi yang tepat dalam menarik para pengunjung maupun para wisatawan untuk datang ke destinasi wisata tersebut.

Selain itu menurut Resy F.G dan Arwi Y.K (2018) menyatakan, Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi.

Pada dasarnya tujuan orang melakukan kegiatan wisata untuk berekreasi dan mendapatkan kepuasan secara rohani dari kegiatan tersebut. Sehingga industri pariwisata

tidak akan pernah pudar seiring dengan banyaknya orang-orang yang membutuhkan destinasi wisata yang menawarkan atraksi wisata dan keindahan alam yang dapat memenuhi kebutuhan rohani seseorang. Para wisatawan akan lebih tertarik pada objek wisata alam, karena banyak wisatawan yang menginginkan keindahan alam yang dapat menjadikan mereka rileks dengan lanskap alam dari sebuah destinasi wisata.

Menurut Sunaryo (2013:101), destinasi wisata dimaksudkan sebagai kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrasi yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya konsep kepariwisataan. Dari pengertian ini dapat dipahami bahwa Situ Mustika sudah memenuhi syarat untuk dikategorisasikan menjadi sebuah Objek Wisata. Karena Situ Mustika berada pada Wilayah administrasi yaitu Kota Banjar, dan memiliki aspek-aspek kepariwisataan yang disebutkan di atas, meskipun berada pada kondisi kritis dan memerlukan serangkaian proses Revitalisasi.

Pariwisata merupakan sebuah konsep yang bertujuan untuk menggalakan dan penggerak ekonomi daerah. Tetapi dalam kenyataannya sektor pariwisata belum mendapat perhatian serius dan pemberdayaan yang optimal oleh Pemerintah Daerah (Muh. Halim dan Saharudin, 2017).

Hal tersebut menjadi bukti konkrit dimana Pemerintah Daerah belum optimal dalam memanfaatkan potensi pariwisata dan objek wisata. Padahal potensi sumber daya tersebut dapat menjadi potensi ekonomi dan dapat dijadikan sebagai sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari hasil retribusi pariwisata yang ada. Selain itu, faktor-faktor kekuatan dalam pengembangan obyek wisata alam antara lain kekuatan pada sumber keuangan, citra positif terhadap wisata alam, keunggulan objek wisata di dalam pasar, hubungan dengan penyedia objek wisata alam, loyalitas pengguna wisata alam dan kepercayaan para berbagai pihak yang berkepentingan terhadap objek wisata alam. Tersedianya layanan pada objek wisata sesuai harapan pengunjung dan kenyataan. Untuk sebuah revitalisasi, maka salah satu yang diperhatikan dan diutamakan, yakni perbaikan sarana prasarana objek wisata.

Definisi Revitalisasi sendiri sudah dijelaskan oleh berbagai literatur sebagai sebuah cara untuk meningkatkan nilai sesuatu yang diangad sudah tidak berfungsi dengan baik.

Tercantum dalam Oxford Dictionaries bahwa definisi Revitalisasi adalah: *“the action of imbuing something with new life and vitality (tindakan memperbaiki sesuatu dengan memberikan kehidupan dan vitalitas yang baru)”*. Sedangkan Merriam-Webster memberikan pengertian revitalisasi sebagai sebuah aktivitas: *“to give new life or vigor to (memberi kehidupan baru atau menggiatkan kembali)”*. Selain itu, Cambridge Dictionary mengajukan pengertian bahwa Revitalisasi adalah: *“the process of making something grow, develop, or become successful again (sebuah proses untuk membuat sesuatu kembali tumbuh, berkembang, dan menjadi sukses)”*. Dapat diambil kesimpulan dari beberapa definisi tersebut bahwa Revitalisasi merupakan sebuah cara terbaik untuk membuat sesuatu yang sudah dianggap tidak berjalan atau berfungsi dengan sebagai mestinya, kembali pada kondisi maksimalnya. Dari pengertian tersebut, dapat dipahami dengan jelas bahwa proses Revitalisasi dalam konteks Objek Wisata, sangat erat kaitannya dengan Pembangunan.

Pengembangan objek wisata, terutama Objek Wisata yang berada dalam kondisi kritis, pada hakikatnya merupakan sebuah cara untuk mengembalikan nilai-nilai positif yang ada pada Objek Wisata tersebut, hingga akhirnya berdampak khususnya pada aspek secara ekonomis, dengan tidak mengabaikan aspek sosial-budaya, dan konservasi lingkungan. Implementasi pengembangan tersebut tentu saja perlu dilakukan secara cermat, terukur, evaluatif, dan sesuai kondisi di Lapangan.

Menurut Soemardjan dalam (Sunaryo: 2013: 168) *“Pengembangan pariwisata harus merupakan pengembangan yang berencana secara menyeluruh, sehingga dapat diperoleh manfaat yang optimal bagi masyarakat, baik dari segi ekonomi, sosial, dan kultural. Perencanaan tersebut harus mengintegrasikan pengembangan pariwisata ke dalam suatu program pembangunan ekonomi, fisik, sosial dari suatu negara. Di samping itu, rencana tersebut harus mampu memberikan kerangka kerja kebijaksanaan pemerintah, untuk mendorong dan mengendalikan pengembangan pariwisata”*.

Dari pemaparan tersebut, dapat dipahami bahwa pengembangan objek wisata harus dibuat dalam serangkaian program atau strategi tertentu yang mempertimbangkan berbagai aspek, dan juga akan berdampak pada berbagai aspek tersebut yang ada pada masyarakat. Dipahami juga bahwa pengembangan ini memerlukan keseriusan dari pihak yang berwenang, dalam hal ini pemerintah, khususnya pemerintah Desa.

Selain itu menurut Bakaruddin (dalam Nurfara, Ain .Dkk, 2016) menyatakan, baik atau tidaknya suatu daerah wisata kita harus mengetahui faktor – faktor yang sangat menentukan bagi perkembangan pariwisata, yaitu: adanya kebebasan untuk bergerak dalam artian melakukan perjalanan, kelengkapan sarana transportasi dan komunikasi, adanya sarana akomodasi, adanya daya tarik Daerah Tujuan Wisata (DTW), adanya dana bagi yang melakukan perjalanan, terjaminnya DTW, adanya faktor kemudahan yang lebih besar untuk DTW, terjadinya unsur–unsur pelayanan yang memadai termasuk bahan–bahan dan sarana informasi.

Berdasarkan hal tersebut faktor penunjang dalam pengembangan sebuah objek wisata maupun perkembangan pariwisata, yakni ditunjang oleh sarana dan prasarana yang lengkap. Aksesibilitas menuju kawasan objek wisata menjadi keharusan utama agar para wisatawan dapat menjangkau kawasan objek wisata tersebut. Kemudian sarana informasi yang memadai, baik itu sarana informasi berupa papan informasi objek wisata maupun secara elektronik juga berpengaruh dalam menarik minat para wisatawan untuk berkunjung. Pada prinsipnya daerah yang menjadi tujuan wisata harus benar-benar dalam kelengkapan dan manajemen yang baik, agar tercipta sebuah objek wisata yang tertata secara administrasi dan pengelolaan, serta pemanfaatan sumber daya yang bersifat berkelanjutan.

Objek wisata tentunya harus terus dikembangkan karena pengembangan pariwisata khususnya di suatu daerah sangat erat kaitannya dengan pembangunan daerah tersebut. Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, diantaranya manfaat secara ekonomis, sosial, dan budaya. Tetapi, jika pengembangannya tidak dipersiapkan dan dikelola dengan baik, justru akan menimbulkan berbagai permasalahan yang menyulitkan atau bahkan dapat pula merugikan masyarakat setempat.

Menurut Yoeti (dalam Farrah, 2017) menyatakan, terdapat 3 (tiga) karakteristik utama dalam upaya pengembangan suatu objek wisata, yaitu:

1. *Something to see*, artinya objek wisata harus memiliki suatu atraksi wisata yang bisa dilihat atau dijadikan tontonan bagi para wisatawan.
2. *Something to do*, artinya objek wisata harus memiliki sesuatu misalnya berupa fasilitas rekreasi baik itu arena bermain ataupun tempat makan sehingga ada sesuatu yang bisa dilakukan oleh wisatawan.

3. *Something to buy*, artinya objek wisata harus menyediakan fasilitas bagi para wisatawan untuk berbelanja terutama barang-barang souvenir dan kerajinan tangan rakyat.

Dimensi ekonomi merupakan suatu dimensi yang tidak akan lepas dari industri pariwisata. Namun dimensi sosial budaya juga harus menjadi perhatian. Kearifan lokal budaya dan kelestarian sebuah nilai seni budaya lokal juga harus selaras dengan tujuan dari adanya industri pariwisata, yakni pemberdayaan masyarakat.

Hal tersebut sejalan dengan pendapat Titis A.M, Dkk. (2017) menyatakan bahwa, pengembangan potensi pariwisata harus dilaksanakan sesuai dengan strategi pengembangan agar objek wisata tersebut dapat dimanfaatkan dalam meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar. Pengelolaan yang kurang tepat dan kurangnya perhatian khusus dari pemerintah mengakibatkan sektor pariwisata yang seharusnya menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung ke daerah tersebut masih belum maksimal pada proses pengelolaannya. Penyebab kurang maksimalnya dalam penggalian potensi wisata adalah masih belum optimalnya infrakstruktur penunjang pariwisata seperti jalan menuju objek wisata yang masih kurang baik atau masih berlubang dan kurangnya publikasi yang dilakukan oleh pemerintah daerah untuk memberikan informasi seputar daerah tujuan wisata.

Sehingga kesejahteraan merupakan salah satu aspek yang cukup penting untuk menjaga dan membina terjadinya stabilitas sosial dan ekonomi, dimana kondisi tersebut juga diperlukan untuk meminimalkan terjadinya kecemburuan sosial dalam masyarakat. Maka setiap individu membutuhkan kondisi yang sejahtera, baik sejahtera dalam hal materil dan dalam hal non-materil sehingga dapat terciptanya suasana yang harmonis dalam kehidupan bermasyarakat.

Adapun 5 (lima) dimensi pengembangan kepariwisataan yang merupakan aspek utama dalam rencana pembangunan kepariwisataan di Indonesia yaitu:

1. Dimensi Ekonomi
2. Dimensi Sosial
3. Dimensi Budaya
4. Dimensi Lingkungan
5. Dimensi Politik. Suansri dalam Sunaryo (2013: 142).

Dimensi inilah yang harus menjadi acuan dalam program pengembangan sebuah Objek Wisata. Dimensi Ekonomi sangat penting karena merupakan dampak yang akan meningkatkan

daya beli masyarakat, mengentaskan kemiskinan sebagai salah satu aspek dalam IPM (Indeks Pembangunan Manusia). Dimensi sosial & budaya merupakan aspek penting juga karena pada hakikatnya, program pembangunan objek wisata yang baik seharusnya tidak berdampak secara negatif pada aspek kemasyarakatan setempat khususnya sosial & budaya, malah seharusnya bisa memberi tempat dan membantu menjaga tradisi tersebut. Dimensi lingkungan, juga merupakan aspek utama yang harus menjadi perhatian karena seperti halnya pada dimensi Sosial & Budaya, pembangunan objek wisata yang baik seharusnya tidak berdampak secara negatif pada aspek kelangsungan lingkungan, bahkan secara lebih jauh merusak lingkungan, namun sebaliknya hal tersebut harus mampu menjadi garda depan dalam pelestarian lingkungan, beserta ekosistem yang ada di dalamnya. Terakhir, dimensi Politik juga tidak dapat diabaikan, karena pada akhirnya program pembangunan Objek Wisata akan melibatkan banyak pihak, terutama Pemerintah sebagai implementor Kebijakan Publik.

Pembangunan ekonomi yang menitikberatkan pada pertumbuhan sering bertentangan dengan prinsip kelestarian lingkungan, namun sebenarnya aktifitas ekonomi dan lingkungan saling terkait dan hubungannya sangat erat. Lingkungan dipandang sebagai aset yang menyediakan kebutuhan manusia dan menyediakan sistem pendukung kehidupan untuk mempertahankan keberadaan umat manusia (Reksohadiprodjo, 2000).

Sedangkan fungsi kelestarian lingkungan untuk objek wisata alam sangat membantu dalam proses menjaga ekosistem yang ada. Faktor lingkungan hidup pula yang menjadi penopang dalam pengembangan objek wisata alam. Menurut Suparmoko (2002) menyatakan, Lingkungan memiliki tiga fungsi utama, yaitu: (1) Sebagai sumber bahan mentah yang dapat diolah di berbagai sektor ekonomi untuk memenuhi kebutuhan manusia; (2) Sebagai asimilator yaitu sebagai pengelolah limbah secara alami; dan (3) Sebagai pemberi jasa atau pelayanan langsung kepada manusia seperti pantai dan pemandangan yang indah memberikan kesenangan melalui kegiatan pariwisata dan rekreasi, sebagai transportasi air, hutan sebagai paru-paru dunia.

Oleh karena itu, lingkungan hidup merupakan media hubungan timbal balik antara manusia dan makhluk lain dengan faktor-faktor alam. Lingkungan hidup terdiri dari berbagai proses ekologis dan merupakan suatu kesatuan. Proses ini merupakan siklus yang mendukung

lingkungan hidup terhadap pembangunan (Ria Resti F.C, Dkk., 2012).

Sinergitas antara kepentingan komersial yang mengacu pada pendapatan dari hasil kegiatan ekonomi tanpa mengabaikan kelestarian lingkungan, maka akan tercipta pengembangan pariwisata yang berorientasi pada pembangunan yang berkelanjutan dan tentunya ramah lingkungan. Lingkungan objek wisata yang tanpa sampah akan menggambarkan objek wisata yang asri dan nyaman untuk dikunjungi oleh para wisatawan. Selain itu daya tarik yang diperlihatkan oleh lanskap dari sebuah objek wisata alam akan menjadi nilai lebih bagi keberadaan sebuah objek wisata alam.

Menurut Weacer (dalam Rizki. S, 2016) menyatakan Wisata alam memiliki 2 (dua) bentuk, yaitu *Nature Based Tourism* dan *Hybrid*. *Nature Based Tourism* menilai bahwa ekowisata merupakan subset wisata alam, membiarkan bagian suplementer wisata alam yang fokus pada budaya daerah tujuan. Sedangkan jenis *Hybrid* merupakan gabungan dari berbagai jenis wisata alam seperti petualangan, wisata air, tracking dan sebagainya.

Begitupula dengan kawasan objek wisata Situ Mustika dalam revitalisasi dan pengembangannya mengarah ke jenis wisata alam *Hybrid*. Karena di lokasi tersebut terdapat beberapa wahana yang telah dibuka, diantaranya wahana permainan anak-anak yang dipadukan dengan Situ yang menjadi daya tarik dan ikon dari wisata alam itu sendiri. Wahana edukasi dan rekreasi wisata alam menjadi sesuatu hal yang menjadi penentu dalam pengembangan objek wisata tersebut. Karena kepuasan pengunjung yang berkunjung ke objek wisata tersebut menjadi indikator keberlangsungan dari destinasi wisata tersebut. Semakin banyak pengunjung setiap periode atau tahun, akan menjadikan objek wisata tersebut bertahan dan berkembang menjadi industri motor penggerak roda perekonomian daerah.

C. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemaparan yang objektif dan kemudian mengungkapkan serangkaian permasalahan yang muncul, khususnya terkait faktor-faktor yang membuat popularitas dan produktivitas secara ekonomis dari Objek Wisata ini menurun, untuk kemudian mengajukan solusinya secara teoritis dan praktis. Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah studi lapangan terutama observasi partisipan dan non-partisipan, serta

konten analisis terutama mengacu pada pemberitaan-pemberitaan media terkait eksistensi Objek Wisata ini. Dokumentasi juga dilakukan untuk mengamati proses perkembangan yang terjadi dalam Revitalisasi Objek Wisata ini, terutama dalam aspek tangibel (fisik).

D. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Setelah lama berada dalam kondisi Mati Suri, Situ Mustika mendapatkan perhatian secara serius ketika dibahas oleh Biro Perekonomian Setda Provinsi Jawa Barat bersama Sekretariat *West Java Incorporated* (WJI) ketika menyelenggarakan Roadshow Verifikasi Peluang Investasi di Kabupaten/Kota di Wilayah IV. Acara tersebut dilaksanakan pada Hari Kamis tanggal 4 Agustus 2016 dan bertempat di Badan Koordinasi Pemerintahan dan Pembangunan (BKPP) Wilayah IV, Jl. Ahmad Yani No. 21 Garut – Jawa Barat. Salah satu agenda penting dalam acara tersebut adalah untuk menyampaikan peluang investasi khususnya di Kota Banjar kepada Sekretariat WJI tersebut. Peluang Investasi yang diajukan berjumlah 19, dan salah satunya adalah Pengembangan Wahana Wisata Situ Mustika. Semenjak peristiwa itu, maka terjadi kesepakatan kemitraan dengan pihak luar sebagai Investor, tentunya dengan melalui proses audiensi dengan masyarakat setempat. Secara teoritis, proses ini merupakan implementasi Positif dari paradigma Administrasi Publik pada saat ini yang pada hakikatnya merupakan trinitas dari perwujudan kerjasama antara Pemerintah, masyarakat, dan sektor Bisnis/pengusaha. Pihak yang terlibat, yaitu dari Karang Taruna, tokoh masyarakat, Perhutani, Pemerintah Kelurahan Karangpanimbal, LMDH serta elemen lainnya membuat sinergi yang sangat harmonis, di mana setelah kesepakatan tersebut terjadi, maka Revitalisasi Situ Mustika diawali dengan pembersihan Wilayah sekitar Situ Mustika. Semua pihak tersebut terus bergotong-royong untuk membersihkan semua area di Situ Mustika dari rumput liar dan semak belukar. Kegiatan pembersihan ini juga melibatkan proses pengerukan situ atau danau kecil dari berbagai sampah dan kotoran. Dapat difahami bahwa proses ini merupakan jawaban bagi permasalahan-permasalahan terkait eksistensi Objek Wisata ini yang telah dijelaskan sebelumnya, khususnya permasalahan nomor enam dan nomor dua. Kerjasama dan sinergi yang dilakukan ketiga pihak yang terkait yaitu Pemerintah, masyarakat, dan sektor Bisnis/pengusaha terlihat proses dan dampaknya secara eksplisit. Secara proses terlihat dari kegiatan-kegiatan pembersihan yang dijelaskan

sebelumnya, sedangkan secara dampaknya terlihat dari meningkatnya popularitas Objek Wisata ini terutama di internet. Berkat publikasi oleh pihak-pihak terkait mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam rangka Revitalisasi Situ Mustika, maka pemberitaan di media pun semakin meningkat, dan hampir semua bersifat review positif.

Beberapa Situs Wisata sudah mulai memberitakan dan merekomendasikan Situ Mustika sebagai salah satu pilihan destinasi wisata yang layak untuk dikunjungi di Kota Banjar. Hal ini tidak terjadi beberapa tahun sebelumnya, di mana pemberitaan lebih banyak membahas tentang Situ Mustika yang berada dalam kondisi mati suri, sehingga cenderung menurunkan minat para calon pengunjung. Perbaikan-perbaikan ini, secara langsung maupun tidak langsung menjadi sarana promosi yang efektif bagi revitalisasi Objek Wisata ini.

Pada saat ini, Situ Mustika sedang berada pada tahap pembangunan dengan mengusung konsep sebagai taman bunga yang berlatar danau dan hutan. Di Objek Wisata ini nantinya akan ditanami dengan berbagai jenis bunga baik yang endemik Indonesia maupun Internasional. selain itu, di objek wisata ini akan dibangun Taman Madu, sehingga berbagai jenis madu serta proses pembuatannya secara alami, akan bisa dinikmati oleh pengunjung. Selain melihat proses terbentuknya madu, para pengunjung pun dapat langsung membeli hasil madu tersebut. Inilah jawaban bagi permasalahan nomor lima. Jika sebelumnya Objek Wisata ini lebih cenderung apa adanya dan tidak memiliki ciri, maka dengan mengusung tema dan konsep seperti dijelaskan di atas maka Situ Mustika akan muncul kembali sebagai Objek Wisata yang memiliki magnet tersendiri, mengingat tema atau konsep ini belum diaplikasikan oleh Objek Wisata lainnya terutama di seputaran Priangan Timur maupun di seluruh Jawa Barat.

Segmen utama pada Objek Wisata ini adalah keluarga, maka khusus untuk wisata keluarga, pihak pengelola merencanakan untuk menyediakan sejumlah gazebo dan saung lesehan untuk tempat bersantai para pengunjung yang datang dengan keluarganya. Karena ikon Situ Mustika adalah dananya itu sendiri, maka sejumlah permainan air seperti bola air, berjalan di atas air direncanakan juga akan hadir di sini berdampingan dengan permainan klasik untuk anak lainnya, seperti ayunan, perosotan, kolam renang dan lain-lain. Aspek Kuliner dan hiburan, telah bertahun-tahun absen di Objek Wisata ini, sehingga pada saat ini direncanakan untuk dibangun sebuah *food court* dengan pilihan

makanan dan minuman yang beraneka ragam. Di sekitar danau, juga akan dibangun sebuah Rumah Makan yang lengkap dengan fasilitas hiburan live. Berdampingan dengan aula pertemuan, serta spot foto selfi dan foto pre-wedding untuk mengakomodasi kebutuhan konsumen pada era saat ini. Jika semua fasilitas ini berhasil dibangun, maka permasalahan nomor tiga, yang sebelumnya dijelaskan akan terpecahkan. Karena semua fasilitas tersebut sudah dapat mengcover semua kebutuhan-kebutuhan untuk kegiatan-kegiatan di Objek Wisata ini. Berbeda pada tahun-tahun sebelumnya di mana fasilitas inti pun hampir tidak ada, jikalau pun ada, kondisinya sangat tidak representatif. Namun demikian, karena tahapan pembangunan ini masih berjalan, maka masih terlalu dini untuk menilai realisasinya.

Berkaitan dengan aspek Sosial dan Budaya, setiap tahun di Situ Mustika dilaksanakan aktivitas yang bertajuk "Ngarumat Mustika". Dalam aktivitas ini, dipertunjukkan kesenian-kesenian daerah seperti calung, reog, ketoprak, ronggeng gunung, & kuda lumping dll. Aktivitas ini dihadiri oleh para seniman dan budayawan dari berbagai tempat baik dalam dan luar Kota Banjar. Selain itu, lokasi ini kerap dijadikan tempat kemah (*camp ground*), khususnya oleh para pelajar dan petualang. Fungsi-fungsi ini akan tetap dipertahankan dan lebih ditingkatkan agar mampu mengakomodasi kepentingan pihak-pihak yang berkepentingan.

Semenjak proses revitalisasi, perolehan pengunjung mulai meningkat meskipun belum secara signifikan. Beberapa pengunjung memang sudah mulai berdatangan karena memang sudah mendengar adanya Revitalisasi tersebut, dan mereka penasaran untuk melihat secara langsung proses tersebut. Namun demikian, karena memang masih belum mencapai tujuh puluh lima persen penyelesaian, maka tentu saja kepuasan dan kenyamanan pengunjung pun belum bisa dikatakan mencapai tahap maksimal. Mengacu pada rencana, penyelesaian Revitalisasi atau pembangunan Objek Wisata ini akan bertepatan dengan momen perayaan tahun baru 2019, namun demikian belum ada pernyataan resmi dari pihak pengelola, bgitupun belum diketahui bahwa pada momen tahun baru 2019 tersebut akan dilangsungkan acara khusus di Objek Wisata ini, padahal acara seperti merupakan saat yang tepat untuk memberitahu pada publik tentang "kembali Situ Mustika". Seharusnya acara semacam ini sudah digagas dan dipersiapkan secara matang, dan melibatkan berbagai stakeholder yang berkepentingan sehingga dampaknya akan bersifat holistik dan menjadi

titik awal untuk meningkatkan dan mengembalikan kejayaan Objek Wisata ini.

Keberadaan Situ Mustika yang sekarang mulai terdongkrak oleh Investasi pihak luar melalui kesepakatan dengan Perhutani sebagai perpanjangan tangan pemerintah, serta di bawah pengawasan dan partisipasi publik secara langsung, direncanakan dikemas dengan *branding image* baru yaitu Taman Anggrek Situ Mustika. Nantinya, Objek Wisata ini diproyeksikan untuk bisa dinikmati oleh seluruh warga Kota Banjar dan sekitarnya dari berbagai kalangan. Tidak hanya itu, dampak positif dari kembalinya objek wisata Taman Anggrek Situ Mustika ini pada peningkatan ekonomi warga sekitar merupakan diharapkan akan muncul.

Konsep yang diusung Objek Wisata Situ Mustika yang bersifat *Hybrid* menjadikan kawasan tersebut menjadi lokasi alternatif untuk para wisatawan, baik itu untuk wisatawan disekitar objek wisata maupun wisatawan luar daerah.

Revitalisasi tersebut ternyata memberikan dampak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal tersebut dapat terlihat jumlah pengunjung pada *softlaunching* Objek Wisata Situ Mustika yang mencapai 1.000 orang lebih. Dalam acara pembukaan tersebut diperkenalkan beberapa wahana edukasi dan rekreasi bagi para keluarga. Selain itu, ditampilkan pula kesenian tradisional khas Jawa Barat, yakni Ronggeng. Kesenian tersebut ditampilkan dengan tujuan untuk mengenalkan seni tradisional yang hampir mengalami kepunahan.

Kelestarian lingkungan dan seni budaya menjadi tujuan utama dalam menampilkan atraksi wisata yang dapat mengedukasi masyarakat dan pengunjung destinasi wisata tersebut. Dalam pola manajemen atau pengelolaannya, Objek Wisata Situ Mustika melibatkan 3 (tiga) *stakeholder*, yakni Pemerintah Daerah, Swasta dan Perhutani. Hal tersebut diharapkan dapat menjadikan Objek Wisata Situ Mustika bertransformasi menjadi kawasan objek wisata unggulan di Kota Banjar.

Pihak swasta yang diwakili oleh CV. Enam Saudara menyewa kepada pihak Perhutani selama 30 tahun sebagai masa kontrak. Hasil observasi di kawasan Objek Wisata Situ Mustika masih terdapat kekurangan. Salah satunya, air yang ada di lokasi tersebut khususnya yang berada di situ masih terlihat keruh dan kotor. Ini menjadikan kawasan objek wisata tersebut belum sepenuhnya siap dalam mendatangkan dan memuaskan para pengunjung, khususnya dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

Keberlanjutan dalam industri pariwisata dapat berdampak pada keberlanjutan kegiatan

ekonomi. Konsep ekowisata seharusnya dapat diimplementasikan dalam konsep revitalisasi objek wisata tersebut. Adapun ciri utama ekowisata tersebut, sebagai berikut:

1. pariwisata yang berbasis alam dan budaya setempat;
2. motivasi wisatawan adalah observasi dan aspirasi alam, serta budaya tradisional setempat;
3. mempunyai muatan pendidikan dan penambahan wawasan;
4. umumnya berskala kecil dan pengadaan fasilitas wisata oleh masyarakat setempat;
5. dampak terhadap lingkungan alam, sosial dan budaya sedikit; dan
6. dorongan untuk konservasi alam dan budaya dilakukan bersama-sama antara pemerintah, masyarakat dan wisatawan (Enok. M, 2002).

Di Objek Wisata Situ Mustika sendiri untuk poin nomor 4 (empat) belum dilakukan. Karena dalam pengelolaannya dilakukan oleh pihak investor (swasta) yang menjadi pengelola utama objek wisata tersebut. Sejarusnya pelibatan masyarakat setempat dilakukan, sebagai wujud dalam pemerataan pemberdayaan masyarakat yang diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Kesejahteraan masyarakat sekitar objek wisata seharusnya menjadi prioritas di atas kata “bisnis” pariwisata yang memang dapat mendatangkan keuntungan.

Orientasi bisnis yang hanya bertumpu dalam mendapatkan keuntungan tanpa memperdulikan keadaan lingkungan sosial masyarakat. Apatisme dan pengabaian pihak pengelola kepada masyarakat akan berujung pada konflik yang mengatasnamakan kesejahteraan. Sehingga potensi ekonomi yang ada di wilayah atau kawasan Objek Wisata Situ Mustika harus memberikan dampak yang signifikan bagi, khususnya bagi masyarakat lokal sekitar wilayah objek wisata tersebut. Karena pada tujuan sebenarnya industri pariwisata bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemberdayaan masyarakat dan mengikutsertakan masyarakat dalam pengembangan, serta pembangunan industri pariwisata.

E. KESIMPULAN

Pada prinsipnya, proses Revitalisasi yang dilakukan pada Objek Wisata Situ Mustika sudah mampu mewujudkan salah satu esensi dari Administrasi Publik. Yaitu sinergi antara ketiga pihak dalam hal ini pemerintah, bisnis, dan masyarakat. Hubungan yang baik antara ketiga aktor ini akan secara langsung berdampak secara positif pada keberhasilan program. Sebaliknya,

hubungan yang kurang harmonis antara ketiga aktor ini akan menghambat berjalannya proses tersebut dan secara langsung berdampak secara negatif pada keberhasilannya. Dalam proses revitalisasi Objek Wisata Situ Mustika, nampak sekali bahwa kerjasama sudah dilakukan dan diwujudkan bersama secara proporsional, dan sesuai perannya masing-masing.

Beberapa permasalahan yang ada sebelum dilakukan Revitalisasi, sudah mulai mendapatkan solusinya dan terlihat sekali dampak positifnya, terutama berkaitan dengan peningkatan jumlah kunjungan dan popularitas Objek Wisata ini terutama di berbagai media. Hal ini tentu saja merupakan dampak dari perbaikan yang dilakukan baik secara fisik maupun komunikasi. Baik dari aspek infrastruktur, maupun sinergitas para pelaku sebagai Sumber Daya Manusia (SDM) yang langsung berkaitan dengan pengelolaan Objek Wisata ini. Memang masih terdapat kekurangan dalam proses Revitalisasi ini terutama dari segi konsep pengembangannya. Sebagai contoh, mendekati target *launching* Objek Wisata ini yang beberapa sumber akan dilakukan pada akhir tahun, belum terlihat ada promosi atau sosialisasi terkait adanya acara-acara besar yang akan diadakan di Objek Wisata ini, begitupun pihak-pihak yang akan terlibat dalam acara-acara seperti ini, yang tentunya akan menjadi *booster* bagi popularitas Objek Wisata ini di masyarakat sebagai calon pengunjung. Namun demikian, untuk menilai secara keseluruhan terkait hal tersebut nampaknya masih terlalu dini. Setidaknya hal tersebut harus menunggu hingga momen tahun baru 2019, sebagaimana direncanakan oleh pihak pengelola. Setelah itu maka diperlukan analisis secara lebih jauh terutama berkaitan dengan efektivitas dan efisiensi program dan struktur dan pengelolaan SDMnya, sebagai kelanjutan dari tulisan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Enok. M.2002.*Pengelolaan Sumber Daya secara Terpadu Melalui Ekowisata*.Jurnal Geografi Gea.FPIPS-UPI: Bandung.
- L.K. Herindiyah K.Y.2016. *Strategi Pengembangan Air Terjun Tegenungan sebagai Daya Tarik Wisata Alam di Desa Kemenuh Gianyar Bali*.Jurnal SOSHUM.6.(3).259-266.
- Muh. Halim dan Saharudin.2017. *Analisis Potensi Objek Wisata Alam di Kelurahan Kambo Kecamatan Mungkajang Kota Palopo*. Jurnal Akuntansi.3.(1).24-34.
- Nurfara, Ain .Dkk.2016. *Pemetaan Objek Wisata Alam di Kabupaten Padang*

- Pariaman*. Padang: STKIP PGRI Sumatera Barat.
- Reksohadiprodo, Sukanto, dan Brodjonegoro. 2001. *Ekonomi Lingkungan (Suatu Pengantar) Edisi 2*. BPFE: Yogyakarta.
- Resy F.G dan Arwi Y.K. 2018. *Faktor Penentu Berkembangnya Wisata Alam Air Terjun Coban Cangu Pacet Kabupaten Mojokerto*. Jurnal Teknik ITS.7.(1).38-43.
- Ria Resti F.C, Dkk.2012.*Analisis Intensitas Kunjungan Objek Wisata Air Terjun Linggahara Kabupaten Labuhanbatu Sumatera Utara*. Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan.2.(6).199-219.
- Rizki. S.2016. *Perencanaan Lanskap Air Terjun Curup Tenang Kabupaten Muara Enim sebagai Kawasan Wisata Alam*.Bogor: IPB.
- Suparmoko, M, dan Maria R, Suparmoko.2002. *Penilaian Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*.BPFE: Yogyakarta.
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Titis A.M, Dkk.2017. *Analisis Pengembangan Sarana dan Prasarana Obyek Wisata Alam Telaga Ngebel dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*.JAB.53.(2).1-10.
- Yoeti, Oka A. 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.

Internet

- <https://en.oxforddictionaries.com/definition/revitalization>
- <https://www.merriam-webster.com/dictionary/revitalize>
- <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/revitalization>

Dokumen

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Nasional (RIPPARNAS).