



STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA MENARA KUJANG SAPASANG DAN MASJID AL KAMIL DI KAWASAN JATIGEDE DENGAN PENDEKATAN TERINTEGRASI

Menanga Puteri Hatami*¹ dan Pringgo Dwiyantoro²

¹Magister Perencanaan Wilayah dan Kota, Sekolah Arsitektur, Perencanaan, dan Pengembangan Kebijakan (SAPPK), Institut Teknologi Bandung, Jl. Ganesa No. 10, Lb. Siliwangi, Kota Bandung, Jawa Barat, 40132

²Kelompok Keahlian Sistem dan Pemodelan Ekonomi, Sekolah Arsitektur, Perencanaan, dan Pengembangan Kebijakan (SAPPK), Institut Teknologi Bandung, Jl. Ganesa No. 10, Lb. Siliwangi, Kota Bandung, Jawa Barat, 40132

Naskah masuk 25 Desember 2025; Naskah direvisi 25 Maret 2026; Naskah diterima 16 April 2026

Key Words

Jatigede Reservoir,
Porter's Five Forces
Sentiment analysis
SWOT analysis
6A tourism component analysis

Abstract

The Jatigede Reservoir area has become one of the tourist icons of Sumedang Regency. This area has a number of leading and supporting tourist attractions. This study will focus on the Kujang Sapasang Tower and Al Kamil Mosque as part of the Jatigede Reservoir tourist attractions. The purpose of this research is to explore the characteristics of the study objects in order to formulate a comprehensive approach to developing tourist attractions, considering the great tourism potential but also the competitive challenges. The analysis methods used include the 6A tourism component analysis, sentiment analysis, SWOT analysis, and Porter's Five Forces analysis. The analysis findings show that the Kujang Sapasang Tower and Al Kamil Mosque have advantages in terms of cultural and architectural uniqueness and institutional support, but on the other hand, they have weaknesses and threats that could shift their existence if no strategic steps are taken by the Sumedang Regency Government as the main manager. Based on the analysis results, it is evident that transformative efforts are needed to enhance the development of the Jatigede tourism destination, particularly the Kujang Sapasang Tower and Al Kamil Mosque

Kata Kunci

Analisis SWOT
Analisis Komponen 6A
Analisis Sentimen
Porter's Five Forces
Waduk Jatigede

Abstrak

Kawasan Waduk Jatigede menjadi salah satu ikon wisata Kabupaten Sumedang. Kawasan ini memiliki sejumlah objek wisata unggulan dan pendukung. Dalam studi ini akan berfokus pada Menara Kujang Sapasang dan Masjid Al Kamil sebagai bagian dari objek wisata Waduk Jatigede. Tujuan penelitian ini adalah mengeksplorasi karakteristik objek studi untuk merumuskan strategi pengembangan objek wisata dengan pendekatan yang komprehensif, mengingat potensi wisata yang besar tetapi diiringi dengan tantangan kompetitif. Metode analisis yang digunakan di antaranya analisis komponen wisata 6A, analisis sentimen, analisis SWOT, serta analisis Porter's Five Forces. Temuan analisis menunjukkan bahwa Menara Kujang Sapasang dan Masjid Al Kamil memiliki keunggulan dalam hal keunikan budaya dan arsitektur serta dukungan kelembagaan, tetapi di sisi lain menyimpan kelemahan dan ancaman yang dapat menggeser eksistensinya jika tidak ada langkah strategis yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Sumedang sebagai pengelola utamanya. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa perlu ada upaya transformatif yang dapat meningkatkan pengembangan destinasi wisata Jatigede, khususnya Menara Kujang Sapasang dan Masjid Al Kamil

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan suatu kegiatan individu yang melibatkan perjalanan ke berbagai tujuan seperti rekreasi, pendidikan, bisnis, dan budaya. Pariwisata berperan sebagai penggerak perekonomian karena menyediakan kesempatan kerja, menghasilkan pendapatan, memberikan dampak positif bagi masyarakat lokal, mempromosikan pertukaran budaya dan melestarikan warisan alam dan budaya (Rojabi, 2023). Pada dasarnya setiap wilayah memiliki sejumlah potensi alam maupun buatan yang dapat dijadikan sebagai lokasi pariwisata. Indonesia sebagai salah satu negara yang dikenal dengan

melimpahnya destinasi wisata yang tersebar dari barat hingga timur, menjadi primadona bagi para wisatawan mancanegara maupun Nusantara.

Berdasarkan data perkembangan pariwisata Indonesia diketahui bahwa provinsi tujuan utama perjalanan wisatawan Nusantara adalah Jawa Barat dengan 18,04 juta perjalanan per September 2025 (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2025). Provinsi Jawa Barat dikenal memiliki berbagai jenis wisata yang menarik, terutama wisata alam. Jenis wisata alam yang terdapat di Jawa Barat

* corresponding author: menangaputeri@gmail.com

seperti pantai, gunung, curug, situ, dan waduk. Contoh destinasi wisatanya seperti Pantai Pangandaran di Kabupaten Pangandaran, Gunung Papandayan di Kabupaten Garut, Curug Malela di Kabupaten Bandung Barat, Situ Patenggang di Kabupaten Bandung, serta Waduk Jatigede di Kabupaten Sumedang. Masih banyak objek wisata lainnya yang tersebar di kabupaten/kota Provinsi Jawa Barat. Namun fokus utama dalam studi ini yaitu Waduk Jatigede di Kabupaten Sumedang.

Berdasarkan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Sumedang tahun 2021-2025 diketahui bahwa kawasan wisata Waduk Jatigede terdiri dari delapan objek unggulan dan lebih dari 90 objek pendukung lainnya. Waduk Jatigede merupakan waduk terbesar kedua di Indonesia setelah Waduk Jatiluhur. Pembangunan waduk ini merupakan salah satu proyek strategis nasional yang telah lama direncanakan sejak zaman Hindia Belanda, tetapi baru dibangun pada tahun 2008 serta secara resmi beroperasi mulai tahun 2015.

Kehadiran Waduk Jatigede diharapkan dapat menjadi *game changer* atau motor penggerak bagi kebangkitan ekonomi regional karena terdapat beberapa titik wisata di sekitar waduk (Tonisa, 2022). Sebagaimana yang diketahui bahwa fungsi utama waduk sebagai infrastruktur pengendali banjir dan penyedia air baku, tetapi justru kawasan Jatigede yang meliputi 28 desa dan 4 kecamatan (Darmaraja, Wado, Jatigede, dan Jatinunggal) dirancang sebagai kawasan terpadu yang mengintegrasikan berbagai sektor, seperti perikanan, pertanian, pariwisata, Pembangkit Listrik Tenaga Air (PLTA), dan industri pengolahan.

Menurut pendapat pengelola dan pedagang di sekitar Waduk Jatigede jumlah kunjungan wisatawan mengalami fluktuasi. Kondisi ini memberikan kekhawatiran bagi penduduk sekitar terkait pendapatan yang diterima dari sejumlah objek wisata. Pada umumnya pihak pengelola objek wisata meliputi Pemerintah melalui Perhutani dan Pemerintah Daerah setempat, serta Lembaga Swadaya Masyarakat (Alia, Turgarini, & Taufiq, 2018). Namun pasca beroperasinya jalan tol Cisumdawu sejak awal tahun 2022 hingga awal 2023, keberadaan jalan tol tersebut mampu mengintegrasikan antar kawasan dan meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Sumedang. Kendati demikian, jumlah kunjungan restoran dan hotel belum berpengaruh signifikan karena relatif singkatnya waktu perjalanan ke Sumedang sehingga wisatawan memilih untuk menginap di sekitar Bandung (Ruhya & Ferdiansyah, 2023).

Sebagai ikon wisata Kabupaten Sumedang, Waduk Jatigede membutuhkan upaya pengembangan wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi karakteristik dan strategi pengembangan objek wisata. Pada analisis ini, objek studi utama adalah Menara Kujang dan Masjid Al Kamil sebagai bagian dari objek

wisata Kawasan Waduk Jatigede. Kedua objek ini terletak dalam satu kawasan dengan jarak hanya sekitar 260 meter. Secara spasial, kedua objek ini berdekatan dan umumnya dikunjungi secara bersamaan. Dalam penelitian ini kedua objek dianalisis sebagai satu kesatuan destinasi wisata. Pemilihan kedua objek ini didasari oleh posisinya sebagai ikon kawasan yang menawarkan daya tarik wisata buatan dengan ciri arsitektur dan budaya yang khas, di tengah dominasi objek wisata lain di kawasan ini yang umumnya homogen berupa wisata alam. Adapun objek studi pembandingan yaitu Situ Cilembang yang berada di Kabupaten Sumedang dan Situ Cipanten di Kabupaten Majalengka. Kedua objek pembandingan ini bertujuan untuk melihat dinamika kompetisi hingga ancaman sebagai bentuk rekreasi alternatif.

Dengan demikian, penelitian ini hadir untuk menawarkan pendekatan terintegrasi yang menggabungkan perspektif pengunjung, kelengkapan komponen objek wisata, pemetaan faktor internal dan eksternal, serta dinamika persaingan industri pariwisata. Pendekatan ini belum ditemukan pada studi terdahulu (Alia, Turgarini, & Taufiq, 2018; Tonisa, 2022) karena umumnya pendekatan dilakukan secara parsial dan belum mengintegrasikan secara simultan keempat hal tersebut. Hasil studi ini diharapkan dapat merumuskan rekomendasi strategi yang komprehensif untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan kawasan wisata Waduk Jatigede sebagai objek studi utama sekaligus menjadi masukan aplikatif bagi para pemangku kepentingan seperti Pemerintah Daerah Kabupaten Sumedang dan pelaku usaha.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kombinasi atau *mix method*. Tujuan penggunaan metode kombinasi adalah mengkolaborasi dan menjelaskan temuan kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif menggunakan analisis Komponen 6A (*Attraction, Accessibility, Amenity, Accommodation, Activity, dan Ancillary Service*), analisis Sentimen, serta analisis *Porter's Five Forces*. Sementara itu, analisis kuantitatif dilakukan melalui analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats* (SWOT) menggunakan matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE). Pengumpulan data dilakukan secara sekunder yang bersumber dari hasil studi terdahulu dan ulasan *Google Maps*. Berikut penjelasan mengenai metode analisis yang digunakan:

1. Analisis Komponen 6A

Komponen pariwisata terdiri dari 6A yaitu *Attraction* (Atraksi), *Accessibility* (Aksesibilitas), *Amenity* (Fasilitas pendukung), *Accommodation* (Akomodasi), *Activity* (Aktivitas), dan *Ancillary Service* (Layanan Tambahan). *Attraction* atau atraksi wisata meliputi jenis wisata yang disajikan oleh obyek wisata seperti

alam, seni budaya, eduwisata, sejarah, olahraga, dan lain-lain. *Accessibility* atau aksesibilitas merupakan tingkat kemudahan wisatawan untuk menjangkau destinasi wisata. *Amenity* atau amenitas merupakan fasilitas pendukung seperti penginapan, toilet, tempat parkir, swalayan, rumah makan, dan mushola. *Accommodation* atau akomodasi terbagi menjadi tiga jenis yaitu akomodasi komersil, semi komersil, dan non komersil. Akomodasi dapat diartikan sebagai penginapan dan beragam fasilitas di dalamnya. *Activity* atau aktivitas adalah kegiatan yang menjadi daya tarik wisata bagi wisatawan atau pengunjung. *Ancillary* atau layanan tambahan dapat berupa organisasi kepariwisataan yang ditugaskan untuk memberikan layanan tambahan seperti informasi yang dibutuhkan wisatawan, kehadiran toko cinderamata, serta biro perjalanan (Dianto et al, 2025).

2. Analisis Sentimen

Analisis sentimen atau dikenal dengan istilah lain yaitu *opinion mining* merupakan pengolahan bahasa dari suatu teks atau kata yang dapat dianalisis dari pendapat, sikap, atau penilaian dari seseorang terhadap suatu objek atau topik pembicaraan (Khofifah, Rahayu, & Yusuf, 2022). Dalam penelitian ini, data diperoleh dari ulasan pengunjung *Google Maps* melalui beberapa tahap yaitu:

- 1) *scraping* data menggunakan instant data *scraper*;
- 2) menyimpan data ulasan pengunjung berbasis tabel atau *Comma Separated Values (CSV)*; dan
- 3) data yang berhasil diperoleh kemudian diolah menggunakan *Google Colab* yaitu sebuah layanan komputasi untuk menjalankan pemrograman *Python* secara daring. Hasil analisis menunjukkan jumlah opini netral, positif, atau negatif terhadap objek studi sehingga dapat menjadi informasi sebagai bahan masukan bagi Pemerintah Daerah. Informasi ini memiliki keterkaitan langsung dengan strategi pembangunan sektoral daerah, khususnya untuk menyusun strategi pengelolaan tempat wisata yang lebih terarah dan responsif terhadap kebutuhan wisatawan (Khofifah, Rahayu, & Yusuf, 2022).

3. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan proses mengidentifikasi faktor kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman menggunakan metode yang sistematis (Freddy, 2014). Lebih lanjut Alia, Turgarini, & Taufiq (2018) menegaskan bahwa hasil identifikasi keempat faktor ini perlu dianalisis dengan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) serta EFE (*External Factor Evaluation*).

4. Analisis Porter's Five Forces

Porter's Five Forces adalah model analisis yang dikembangkan oleh Michael E. Porter pada tahun 1979. Metode ini digunakan untuk memahami tingkat

persaingan dalam suatu industri sehingga dapat diketahui strategi pengembangan bisnis yang berkontribusi terhadap peningkatan daya saing dan keunggulan kompetitif (Chairunisa & Irawan, 2020 dalam Hintoro & Wijaya, 2021). Adapun komponen dari model *Porter's Five Forces* dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Komponen Model *Porter's Five Forces*

Sumber: Hintoro & Wijaya, 2021

Berikut penjelasannya dari setiap komponen (Oki & Krisnawan, 2022 dalam Andriani, 2023):

1. *Ancaman Pendatang Baru (Threat of New Entrants)*
Ancaman Pendatang Baru akan semakin bermunculan seiring berkembangnya usaha. Kehadiran para pemain baru sebagai pesaing akan menyebabkan persaingan semakin ketat dan berdampak pada penurunan laba. Persaingan tersebut tentu semakin mengancam jika kompetitor lama melakukan strategi pemasaran. Hal ini berkaitan dengan seberapa mudah pendatang baru/kompetitor lama untuk ikut berkompetisi dalam persaingan usaha sejenis.
2. *Daya Tawar Pembeli (Bargaining Power of Buyers)*
Kekuatan Tawar Menawar Pembeli merupakan daya tawar pembeli pada industri yang berperan dalam menekan harga untuk turun, serta menawarkan dengan kualitas atau layanan yang lebih baik sehingga membuat kompetitor semakin bersaing. Hal ini dapat menyebabkan harga jual suatu produk menjadi lebih rendah.
3. *Ancaman Produk Pengganti (Threat of Substitutes)*
Ancaman Produk atau Jasa Pengganti merupakan barang atau jasa yang dapat menggantikan produk sejenis. Adanya produk atau jasa pengganti akan mengurangi potensi jumlah keuntungan. Semakin menarik alternatif harga produk dari kompetitor, maka semakin ketat jumlah keuntungan yang dapat diperoleh. Hal ini berkaitan dengan alternatif yang dimiliki oleh konsumen terhadap produk yang dibutuhkan.
4. *Daya Tawar Pemasok (Bargaining Power of Suppliers)*
Kekuatan Tawar Menawar Pemasok terhadap pembeli dapat dilakukan dengan cara menaikkan harga atau menurunkan kualitas produk atau jasa yang dibeli. Perusahaan berusaha mendapatkan harga terendah

dengan kualitas sebaik mungkin. Apabila perusahaan mendapatkan pemasok tersebut, maka perusahaan yang bersangkutan akan berada di posisi yang aman dalam dunia kompetisi.

5. Persaingan dengan Kompetitor sejenis (*Rivalry of Competitors*)

Persaingan dalam Industri Sejenis menjadi pusat kekuatan persaingan. Para pesaing dalam hal ini adalah sejumlah industri yang menghasilkan produk serupa sehingga bersaing dalam kondisi pasar yang sama. Kompetisi yang terjadi dalam industri yang sama biasanya terjadi dalam konteks harga, kualitas produk, pelayanan sehingga menciptakan nilai tersendiri bagi konsumen. Semakin banyak pesaing, maka perusahaan akan semakin meningkatkan usahanya untuk memenangkan persaingan.

Analisis Komponen 6A

Pada analisis ini akan dijelaskan hasil identifikasi komponen 6A terhadap tiga objek wisata yaitu Menara Kujang Sapasang sebagai objek utama serta objek pembanding yang berada di Kabupaten Sumedang yaitu Situ Cilembang dan Situ Cipanten di Kabupaten Majalengka. Ketiga objek wisata ini akan diidentifikasi komponen dari masing-masing 6A. Tujuannya adalah melihat kelebihan dan kekurangan berdasarkan kondisi yang ada di lapangan. Pemilihan ketiga objek wisata ini didasarkan pada kesamaan daya tarik utama berupa pemandangan air (waduk dan situ), meskipun berbeda klasifikasi antara wisata buatan dan alami. Data yang diperoleh berasal dari sumber sekunder di *website* serta literatur lainnya yang menggambarkan informasi yang dibutuhkan. Berikut penjelasan kondisi 6A yang dapat dilihat pada Tabel 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Identifikasi Komponen 6A

Komponen	Menara Kujang Sapasang & Masjid Al Kamil	Situ Cilembang	Situ Cipanten
Attraction (Atraksi)			
Jenis wisata	Wisata buatan	Wisata alam	Wisata alam
Accessibility (Akses)			
Jarak	32 km dari pusat kota	20 km dari pusat kota	16 km dari pusat kota
Waktu tempuh	60 menit dari pusat kota	45 menit dari pusat kota	30 menit dari pusat kota
Moda	Motor, mobil, bis	Motor, mobil	Motor, mobil, bis
Kondisi jalan	Memadai	Cukup memadai	Memadai
Amenity (Fasilitas pendukung)			
Tempat parkir	Tersedia baik	Tersedia cukup baik	Tersedia baik
Toilet	Tersedia baik	Tersedia cukup baik	Tersedia baik
Mushola	Tersedia baik	Tersedia cukup baik	Tersedia baik
Accommodation (Akomodasi)			
Penginapan	Tersedia 45 menit dari lokasi	Tersedia 48 menit dari lokasi	Tersedia di area kawasan
Warung makan	Tersedia	Tersedia	Tersedia
Activity (Aktivitas)			
Kegiatan	<ul style="list-style-type: none"> • Menikmati pemandangan • Retail • Relaxing 	<ul style="list-style-type: none"> • Menikmati pemandangan • Relaxing • Trekking 	<ul style="list-style-type: none"> • Menikmati pemandangan • Wahana bermain • Waterboom • Spot foto underwater
Ancillary Service (Layanan Tambahan)			
Pos informasi	Tersedia	Tersedia	Tersedia
Layanan iklan	Dikelola oleh Pemerintah Daerah	Dikelola oleh Pemerintah Daerah	Dikelola oleh BUMDes

Sumber: Hasil Analisis, 2025

Berdasarkan hasil analisis komponen 6A di atas diketahui bahwa objek studi utama Menara Kujang Sapasang dan Masjid Al Kamil memiliki beberapa karakteristik yang membedakan dengan dua objek wisata lainnya. Sebagai wisata buatan berupa pemandangan waduk, menara, serta masjid menawarkan nilai budaya dan arsitektur yang menarik sehingga menjadi pembeda dengan Situ Cilembang dan Cipanten yang pemandangannya lebih bersifat alami. Dari segi aksesibilitas, lokasi Menara Kujang dan Masjid Al Kamil berada pada jarak terjauh dan waktu tempuh terlama dari pusat kota, tetapi kondisi jalan dinilai lebih memadai dan dapat diakses oleh berbagai alternatif moda transportasi, termasuk bis. Terkait fasilitas pendukung atau *amenity*, Menara Kujang

dan Masjid Al Kamil dan Situ Cipanten memiliki kondisi yang baik untuk tempat parkir, toilet, dan mushola jika dibandingkan Situ Cilembang yang fasilitasnya cukup baik. Namun jika dilihat dari sisi akomodasi, Situ Cipanten dinilai lebih baik dibandingkan objek wisata lainnya karena penginapan berada di kawasan yang sama. Sementara untuk Menara Kujang Sapasang dan Masjid Al Kamil serta Situ Cilembang membutuhkan waktu 45-48 menit untuk menjangkau penginapan.

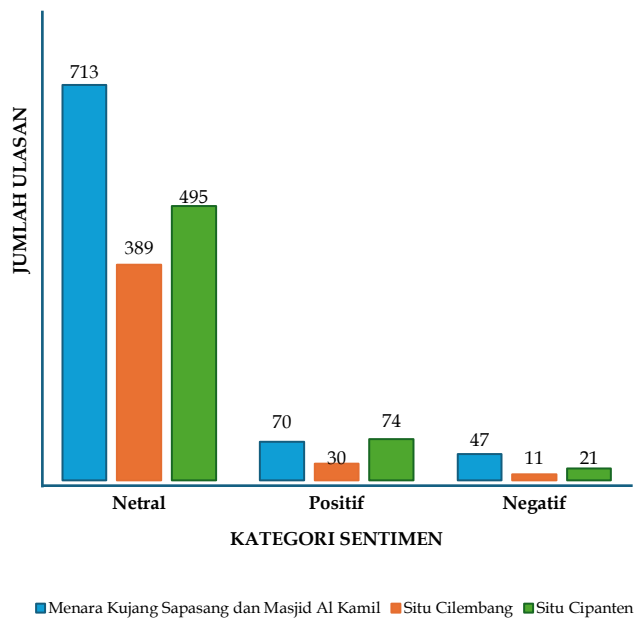
Aktivitas yang ditawarkan lebih menarik di Situ Cipanten karena memiliki berbagai jenis wahana bermain seperti *waterboom*, resto, permainan air, dan sejenisnya. Menara Kujang Sapasang dan Masjid Al Kamil sebagai objek studi

menawarkan pemandangan dan *spot* foto di pelataran menara maupun masjid, tetapi belum ada wahana bermain tambahan.

Situ Cilembang menawarkan aktivitas *trekking*, pemandangan, dan *spot* foto di atas perahu dengan keasrian yang memanjakan pengunjung. Namun aktivitas di situ ini terbatas karena di area situ tidak diperkenankan berenang secara bebas demi menjaga kejernihan air. Pada komponen layanan tambahan atau *ancillary*, Menara Kujang dan Masjid Al Kamil serta Situ Cipanten memiliki pos informasi dan layanan iklan yang lebih memadai dibandingkan Situ Cilembang. Secara keseluruhan, objek studi utama memiliki fondasi pelayanan dasar yang kuat, tetapi perlu ada pengembangan pada aspek akomodasi dan aktivitas untuk meningkatkan daya tarik dan kenyamanan wisatawan.

Analisis Sentimen

Pada pembahasan ini akan diuraikan hasil analisis sentimen ketiga objek wisata. Hasil analisis didukung oleh *scraping data* dari ulasan *Google Maps*, kemudian diolah menggunakan *Google Colab*. Sentimen terbagi menjadi tiga yaitu netral, positif, dan negatif. Berikut hasil olah data yang dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Analisis Sentimen Objek Studi

Sumber: Hasil Analisis, 2025

Berdasarkan grafik yang diberikan dapat dilihat bahwa Menara Kujang Sapasang dan Masjid Al Kamil memiliki respons evaluasi yang paling menonjol dibandingkan dengan dua objek wisata lainnya karena memiliki porsi yang cukup banyak pada kategori negatif, tetapi memiliki kategori positif dan netral juga yang banyak. Situ Cilembang lebih didominasi oleh tanggapan atau status yang netral. Artinya sebagian besar pengunjung menilai dengan persepsi yang umum dan tidak terlalu menonjol baik secara positif maupun negatif. Sementara itu, Situ Cipanten menunjukkan performa terbaik dengan tanggapan positif yang paling dominan dibandingkan dengan kedua lokasi lainnya. Hal ini menandakan bahwa objek wisata ini mendapatkan ulasan yang paling menguntungkan.

Berdasarkan perbandingan ketiga objek wisata ini, terlihat sebuah perbedaan yang cukup signifikan. Situ Cipanten sebagai objek pembanding memiliki tanggapan positif paling banyak, sedangkan Menara Kujang Sapasang dan Masjid Al Kamil justru menghadapi tantangan dengan adanya tanggapan negatif yang cukup banyak jika dibandingkan dengan objek wisata yang lainnya sehingga perlu ada upaya untuk meningkatkan citra wisata. Situ Cilembang cenderung berada di tengah-tengah karena tanggapan didominasi oleh kategori netral. Melalui analisis sentimen ini memberikan pemahaman terhadap persepsi publik sehingga dapat bermanfaat untuk meningkatkan strategi pengembangan wisata berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman masing-masing.

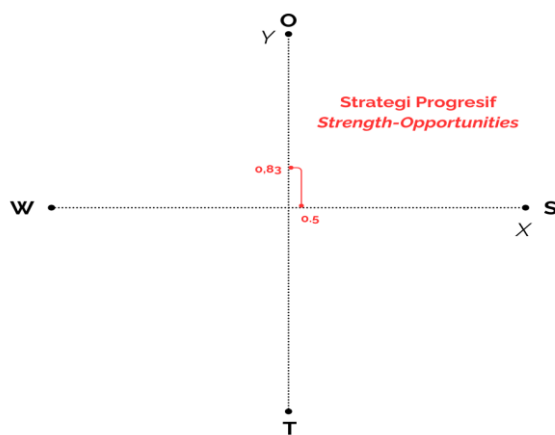
Analisis SWOT

Berdasarkan hasil analisis sebelumnya yaitu analisis komponen 6A dan analisis sentimen, maka dapat diidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman setiap objek wisata. Pembobotan dan pemberian peringkat (*rating*) dalam matriks ini mengacu pada pertimbangan peneliti berdasarkan hasil analisis dan interpretasi terhadap temuan analisis sebelumnya, serta didukung oleh studi literatur yang ada. Pembobotan diberikan berdasarkan tingkat pengaruh faktor sedangkan peringkat diberikan berdasarkan kondisi aktual objek studi. Berikut hasil analisis SWOT untuk objek studi Menara Kujang Sapasang dan Masjid Al Kamil dibandingkan dengan Situ Cilembang dan Situ Cipanten, yang dapat dilihat pada Tabel 2 dan Gambar 3 di bawah ini.

Tabel 2. Analisis SWOT Menara Kujang Sapasang dan Masjid Al Kamil

Komponen SWOT	Bobot	Rating	Skor
Faktor Internal (IFE)			
Kekuatan (Strengths)			
Nilai budaya dan arsitektur yang unik yang dicerminkan dari fasad Menara dan Masjid	0,15	2	0,30
Fasilitas dasar (parkir, toilet, masjid) terpenuhi dengan baik	0,15	3	0,45
Aksesibilitas mendukung multimoda (motor, mobil, bis)	0,15	4	0,60
Dukungan kelembagaan Pemda	0,10	3	0,30
Jumlah			1,65
Kelemahan (Weakness)			
Jarak terjauh dari pusat kota yaitu 32 km dengan waktu tempuh 60 menit	0,10	2	0,20
Tidak ada akomodasi penginapan di area kawasan	0,10	2	0,20
Ragam aktivitas terbatas (<i>sightseeing</i> dan swafoto)	0,15	3	0,45
Citra negatif tertinggi berdasarkan analisis sentimen	0,10	3	0,30
Jumlah			1,15
X=Jumlah IFE (Kekuatan-Kelemahan)			0,5
Faktor Eksternal (EFE)			
Peluang (Opportunities)			
Pengembangan paket wisata terintegrasi dengan objek wisata lainnya	0,15	2	0,30
Terdapat objek wisata lainnya di dalam kawasan Jatigede	0,18	3	0,54
Pengelolaan dipegang oleh Pemerintah Daerah	0,12	3	0,36
Terintegrasinya dengan akses jalan tol Cisumdawu	0,15	2	0,30
Jumlah	0,60		1,5
Ancaman (Threats)			
Persaingan yang cukup tinggi dengan objek wisata lainnya, terutama di kabupaten sekitar (Situ Cipanten di Kabupaten Majalengka)	0,18	1	0,18
Persepsi negatif yang dibiarkan akan mengancam keberlanjutan objek wisata	0,12	2	0,24
Minimnya upaya pemasaran	0,05	2	0,10
Masih terbatasnya aktivitas wisata yang disajikan	0,05	3	0,15
Jumlah	0,4		0,67
Y=Jumlah EFE (Peluang-Ancaman)			0,83

Sumber: Hasil Analisis, 2025



Gambar 3. Matriks SWOT

Sumber: Hasil Analisis, 2025

Berdasarkan tabel dan matriks IFE EFE menunjukkan prospek pertumbuhan yang baik karena kekuatan internal dan eksternal yang saling mendukung. Adapun strategi yang perlu dilakukan yaitu berfokus pada pemanfaatan kekuatan internal yang secara simultan menangkap peluang eksternal yang paling layak dan berdampak. Berikut strategi progresif yang dapat dilakukan oleh pengelola Menara Kujang Sapasang dan Masjid Al Kamil:

- Menyediakan paket wisata yang tergabung dengan objek wisata lain di sekitar Waduk Jatigede;
- Menyediakan pelayanan wisata yang terintegrasi antara penginapan, transportasi, dan jasa *tour guide*;
- Memperkuat *branding* dengan meningkatkan

pemasaran melalui iklan dengan memasang *billboard* di lokasi strategis, seperti pintu tol Cisumdawu;

- Menggencarkan pemasaran digital melalui media sosial dan mengembangkan *platform* terintegrasi berupa *website* atau aplikasi khusus untuk menyediakan informasi lengkap dan aktual, sistem pemesanan tiket dan paket wisata, serta informasi mengenai akomodasi terdekat;
- Melakukan diversifikasi aktivitas wisata seperti pertunjukan kuda renggong dan kegiatan membatik yang menonjolkan ciri khas Sumedang agar menambah daya tarik tersendiri sehingga tidak terkesan monoton;
- Menerapkan dan mempromosikan konsep pariwisata berkelanjutan dengan melibatkan masyarakat lokal dalam operasional, mengelola limbah secara bertanggung jawab, dan menjaga kelestarian lingkungan sekitar waduk sebagai aset utama.

Analisis Porter’s Five Forces

Analisis *Porter’s Five Forces* menjelaskan berbagai jenis ancaman persaingan yang ditimbulkan dari objek wisata pesaing. Ancaman dilihat baik secara internal maupun eksternal. Ancaman dari pesaing internal yaitu Situ Cilembang yang berada di Kecamatan Buahdua (di luar kawasan Jatigede), sedangkan ancaman pesaing eksternal yaitu Situ Cipanten di Kabupaten Majalengka. Berikut hasil analisisnya, yang dapat dilihat pada Tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Analisis Porter's Five Forces Menara Kujang Sapasang dan Masjid Al Kamil

Komponen Porter's Five Force	Tingkat Ancaman	Analisis
Ancaman pendatang baru (<i>Threat of New Entrants</i>)	Sedang	Potensi pengembangan wisata alam/buatan baru di wilayah sekitar
	Tinggi	Objek pesaing memiliki aktivitas dan amenitas wisata yang lebih bervariasi
	Sedang	Objek pesaing memiliki waktu tempuh yang lebih cepat
Kekuatan Tawar Pemasok (<i>Bargaining Power of Suppliers</i>)	Rendah	Penyedia memberikan pelayanan jasa umum kebersihan dan keamanan
	Sedang	Penyedia memberikan pengalaman kepada wisatawan
Kekuatan Tawar Pembeli (<i>Bargaining Power of Buyers</i>)	Tinggi	Terdapat alternatif destinasi wisata lain yang memiliki aktivitas yang lebih menarik
	Tinggi	Sentimen negatif memengaruhi posisi tawar menawar wisatawan
Ancaman Produk Substitusi (<i>Threat of Substitute Products</i>)	Tinggi	Terdapat substitusi destinasi wisata serupa secara langsung yang lebih unggul dari aktivitas (Situ Cipanten) dan jarak (Situ Cilembang)
	Sedang	Terdapat substitusi tidak langsung seperti wisata kuliner atau jenis wisata lainnya
Persaingan Antar Perusahaan (<i>Rivalry of Competitors</i>)	Tinggi	Keunggulan aktivitas dan manajemen Situ Cipanten
	Sedang	Keunggulan jarak dan keasrian alam Situ Cilembang
	Tinggi	Keunikan budaya, tetapi aktivitas dan citranya masih minim.

Sumber: Hasil Analisis, 2025

Berdasarkan analisis kelima komponen *Porter's Five Force* dapat dikatakan bahwa objek studi utama Menara Kujang Sapasang dan Masjid Al Kamil berada dalam lingkungan persaingan yang tinggi, tetapi masih memiliki ruang untuk bertahan dan berkembang. Daya tawar menawar pembeli yang tinggi dan ancaman substitusi yang kuat, menciptakan tekanan kompetitif yang signifikan. Di sisi lain, posisi Menara Kujang Sapasang dan Masjid Al Kamil ini memiliki kondisi yang sulit direplikasi oleh pesaing lainnya yaitu memiliki keunikan budaya dan arsitektur yang memberikan pengalaman tersendiri.

Kekuatan tawar pemasok yang cenderung rendah memberikan fleksibilitas dalam pengelolaan operasional, tetapi tidak cukup mengimbangi tantangan utama dengan adanya persaingan yang cukup tinggi. Destinasi wisata ini tidak hanya bersaing dengan objek wisata sejenis, tetapi ada berbagai alternatif hiburan lainnya yang lebih menarik dan terjangkau aksesibilitasnya. Oleh karena itu, keunggulan kompetitif Menara Kujang dan Masjid Al Kamil harus dibangun dengan memberikan sentuhan diferensiasi berbasis nilai budaya, sejarah, dan pengalaman spiritual yang khas dan sulit ditemukan di tempat lain. Salah satu strategi yang dapat dilakukan yaitu membangun kemitraan strategis antara Pemerintah Kabupaten Sumedang dengan para pelaku usaha yang bergerak di bidang akomodasi, transportasi, dan kuliner. Kemitraan ini bertujuan untuk membentuk ekosistem wisata yang terpadu sehingga dapat menjadi nilai tambah tersendiri untuk meningkatkan posisi tawar destinasi wisata air.

KESIMPULAN

Menurut hasil analisis dapat disimpulkan bahwa Menara Kujang Sapasang dan Masjid Al Kamil memiliki dasar pelayanan yang memadai seperti keberadaan parkir, toilet, masjid, serta aksesibilitas yang didukung multimoda termasuk bis. Selain itu, akses jalan tol

Cisumdawu turut memberikan kemudahan bagi wisatawan dari luar Kabupaten Sumedang untuk sampai ke pusat kota dan dilanjutkan ke lokasi wisata. Keunggulan utama yang tidak dimiliki oleh objek wisata lain yaitu nilai budaya dan arsitektur memberikan keunikan wisata buatan. Namun destinasi wisata ini juga menghadapi tantangan signifikan karena masih terbatasnya aktivitas wisata yang tersedia, bahkan cenderung pasif karena hanya menampilkan pemandangan dan titik swafoto tanpa ada aktivitas wisata lainnya. Berbagai kondisi tersebut menjadi fokus utama penelitian ini yang bertujuan untuk mengeksplorasi karakteristik serta merumuskan strategi pengembangan objek wisata dengan pendekatan komprehensif.

Analisis sentimen mengungkapkan kondisi yang cukup mengkhawatirkan karena Menara Kujang Sapasang dan Masjid Al Kamil memiliki tanggapan negatif tertinggi dibandingkan dua destinasi pesaing. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara potensi daya tarik dan pengalaman yang diterima oleh pengunjung. Sementara itu, Situ Cipanten di Kabupaten Majalengka lebih berhasil membangun citra positif melalui wahana dan aktivitas yang lengkap, serta Situ Cilembang di Kabupaten Sumedang dianggap lebih netral karena daya tarik wisata alamnya. Menimbang hal ini, maka Pemerintah Kabupaten Sumedang perlu segera melakukan perbaikan terhadap pelayanan dasar seperti kebersihan, fasilitas umum, dan kejelasan informasi sebagai langkah awal untuk meningkatkan sentimen positif wisatawan Menara Kujang Sapasang dan Masjid Al Kamil.

Apabila dari perspektif SWOT dan *Porter's Five Force*, Menara Kujang Sapasang dan Masjid Al Kamil berada dalam posisi yang kompleks karena memiliki kekuatan internal berupa keunikan budaya dan arsitektur serta dukungan kelembagaan dari Pemerintah Kabupaten,

tetapi di sisi lain dibebani kelemahan seperti minimnya aktivitas dan akomodasi yang berpotensi menurunkan citra wisata jika tidak ditangani segera. Kelemahan tersebut semakin diperburuk dengan kondisi ancaman yang serius dari objek wisata pesaing karena memiliki aktivitas dan akomodasi yang lebih baik. Analisis *Porter's Five Force* mengonfirmasi bahwa daya tawar pembeli dan ancaman substitusi berada dalam posisi yang tinggi yang mengakibatkan Menara Kujang Sapasang dan Masjid Al Kamil berada dalam tekanan kompetitif yang membutuhkan strategi diferensiasi yang jelas.

perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Badung, Bali: Intelektual Manifes Media.

Ruhyana, N. F., & Ferdiansyah, H. (2023). Pengaruh Jalan Tol Cisumdawu pada Kunjungan Wisata di Kabupaten Sumedang. Prosiding Seminar Nasional WJES.

Tonisa, Y. (2022). Strategi Promosi Objek Wisata Waduk Jatigede Oleh Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Sumedang Untuk Menarik Wisatawan. Bandung: Program Pasca Sarjana, Universitas Pasundan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alia, L. N., Turgarini, D., & Taufiq, H. (2018). Strategi Pengembangan Wisata Kuliner di Waduk Jatigede Kecamatan Jatigede Kabupaten Sumedang. *The Journal Gastronomy Tourism*, 139-150.
- Andriani. (2023). Strategi Wisata Edukasi Kampung Lele Dalam Persaingan Industri Wisata Halal Kediri (Tinjauan Porter Five Forcedan Pondasi Rancang Bangun Ekonomi Islam). *Al-Muraqabah:Journal of Management and Sharia Business*, 83-106.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2025). Perkembangan Pariwisata September 2025. BPS Indonesia.
- Chairunisa, R., & Irawan, F. (2020). Analisis Nilai Entitas Setelah Penerapan Financial Technology oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Keberlanjutan : Jurnal Manajemen Dan Jurnal Akuntansi, 105-116.
- Dianto, A. K., Lukmana, A. H., Loza, L., & Antasari, R. (2025). Model Pendekatan Komponen Pariwisata 6A di Desa Mondoluku Menuju Desa Wisata. *Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual*, 88-98.
- Freddy, R. (2014). Analisis SWOT Teknik Pembeda Kasus Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hintoro, S., & Wijaya, A. F. (2021). Analisis Strategi Bersaing Pada Biznet Branch Salatiga Menggunakan Porter's Five Forces. *JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 729-738.
- Khofifah, W., Rahayu, D. N., & Yusuf, A. M. (2022). Analisis Sentimen Menggunakan Naive Bayes Untuk Melihat Review Masyarakat Terhadap Tempat Wisata Pantai Di Kabupaten Karawang Pada Ulasan Google Maps. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 171-180.
- Oki, O., & Krisnawan, B. (2022). Analisis Strategi Pusat Investasi Pemerintah Dalam Menghadapi Holding Ultra Mikro Dengan Pendekatan Porter's Five Forces. *ndonesian Treasury Review Jurnal Perbendaharaan Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik*.
- Rojabi, S. H. (2023). Definisi dan Konsep Dasar Pariwisata. Dalam S. H. Rojabi, B. N. Ulya, A. A. Arianty, I. W. Suteja, I. W. Ariawan, H. Minanda, . . . Budiati,