

STRATEGI ADAPTASI PELAKU USAHA DALAM REVITALISASI DESTINASI WISATA SITU GEDE TASIKMALAYA

Annisa Aulia*, Rifqi Asy'ari & Indra Safari

<http://doi.org/10.5614/wpar.2025.23.2.06>

Diserahkan : 30 Juli 2025

Diterima: 17 Desember 2025

Diterbitkan: 31 Desember 2025

*Penulis korespondensi, e-mail:
annisa.aulia@upi.edu

Revitalisasi Situ Gede Tasikmalaya yang mengalami penundaan berdampak signifikan pada pelaku usaha lokal. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor pendorong dan menganalisis strategi adaptasi mereka. Menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil menunjukkan faktor internal (motivasi, loyalitas, modal terbatas) mendorong adaptasi, sementara faktor eksternal (kebijakan pemerintah, infrastruktur, perilaku wisatawan, dan lingkungan sosial) menjadi tantangan. Strategi dominan yang dilakukan adalah strategi aktif (diversifikasi, optimalisasi sumber daya), diikuti strategi pasif (penghematan) dan jaringan non-formal. Adaptasi pelaku usaha bersifat mandiri dan pragmatis karena minimnya dukungan struktural.

Kata Kunci: Adaptasi, Pelaku Usaha, Revitalisasi, Situ Gede Tasikmalaya.

Pariwisata merupakan sektor vital bagi perekonomian global dan lokal, termasuk di Indonesia, khususnya di Jawa Barat. Salah satu destinasi berpotensi besar adalah Situ Gede di Tasikmalaya. Sebagai danau yang menawarkan keindahan alam dan nilai budaya, Situ Gede telah lama menjadi pusat aktivitas ekonomi bagi masyarakat sekitar. Namun, seiring waktu, kondisi fisik dan fasilitasnya menurun, memicu kebutuhan revitalisasi. Proyek ini diharapkan dapat mengembalikan daya tarik dan meningkatkan kesejahteraan lokal.

Meskipun revitalisasi bertujuan positif, implementasinya seringkali membawa dampak kompleks bagi pelaku usaha, seperti perubahan tata ruang, penutupan area, hingga relokasi. Di Situ Gede, proyek revitalisasi menghadapi kendala. Kabar Priangan (2023) melaporkan bahwa beberapa bangunan hasil revitalisasi dinilai tidak tepat guna dan dibangun secara asal-asalan. inilahtasik.com (2023) menambahkan bahwa terjadi kerusakan plafon akibat angin kencang. Selain itu, terdapat hambatan birokrasi yang membuat bangunan belum dapat digunakan secara resmi meskipun revitalisasi tahap pertama telah selesai. Revitalisasi perlu mengedepankan kualitas wisata yang berkelanjutan, bukan hanya berfokus pada kuantitas kunjungan (Asy'ari, 2022). Kondisi ini menuntut pelaku usaha beradaptasi agar usaha mereka bertahan sebagai ikon kuliner.



(a)

(b)

Gambar 1. (a) Kondisi Sebelum; dan (b) Sesudah Revitalisasi

Sumber: ayotasik.com, 2020 dan jabar.tribunnews.com, 2023

Penelitian mengenai strategi adaptasi pelaku usaha umumnya berfokus pada situasi setelah terjadi perubahan di pasar atau kawasan tertentu. Penelitian sebelumnya menemukan bahwa saat menghadapi tekanan di kawasan wisata, pelaku usaha memutuskan untuk pindah lokasi atau tidak melanjutkan kemitraan dengan kawasan destinasi wisata (Chyntia & Fitriani, 2021; Manik & Suriadi, 2023). Namun di Situ Gede, pelaku usaha tampak masih bertahan meski terdapat berbagai tantangan. Penelitian ini akan memperdalam pemahaman tentang adaptasi pelaku usaha di destinasi wisata yang sedang direvitalisasi, khususnya di Situ Gede Tasikmalaya, dengan

mempertimbangkan dinamika lokal yang unik dan kurangnya dukungan struktural.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong pelaku usaha di destinasi wisata Situ Gede Tasikmalaya untuk beradaptasi selama proses revitalisasi, serta menganalisis strategi adaptasi yang diterapkan oleh pelaku usaha dalam menghadapi perubahan tersebut. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai dinamika adaptasi ekonomi di tengah perubahan lingkungan fisik dan kebijakan.

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori strategi adaptasi Edi Suharto (dalam Chyntia & Fitriani, 2021) yang mengklasifikasikan strategi menjadi aktif, pasif, dan jaringan. Serta faktor internal dan eksternal yang memengaruhi adaptasi yang terdapat dalam penelitian Nurhayati et al. (2017). Teori-teori ini membantu menganalisis respons pelaku usaha terhadap tekanan revitalisasi dan bagaimana para pelaku usaha menjaga keseimbangan dalam sistem sosial dan ekonomi.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam pengalaman dan perspektif pelaku usaha terkait proses adaptasi yang dilakukan. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam dengan informan kunci, observasi langsung di lokasi penelitian, dan studi dokumentasi terkait proyek revitalisasi dan kondisi pelaku usaha. Informan penelitian adalah pelaku usaha yang terdampak langsung oleh revitalisasi Situ Gede dan pihak pemerintah dari Dinas Sumber Daya Air (PSDA) Ciwulan-Cilaki.

Faktor Pendorong Adaptasi Pelaku Usaha

Faktor yang mendorong adaptasi pelaku usaha selama revitalisasi Situ Gede Tasikmalaya diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal berkaitan dengan dorongan dari dalam diri pelaku usaha, yang terdiri atas motivasi pribadi serta kondisi ekonomi keluarga. Adapun faktor eksternal mencakup pengelola/pemerintah, kondisi infrastruktur, pelanggan/wisatawan, dan dukungan lingkungan sosial.

Motivasi pribadi menjadi pendorong dominan yang mendorong pelaku usaha untuk bertahan. Bentuk motivasi ini terlihat dari loyalitas terhadap tempat usaha, harapan akan keberlanjutan ekonomi, dan tekad untuk terus berkontribusi di lokasi yang telah lama ditempati. Seorang pelaku usaha menyatakan,

“Pertama karena saya udah lama jualan di sini, udah berdedikasi lama... Iya sih, saya termotivasi karena udah lama berjualan di sini”

Kondisi ini menunjukkan keterikatan emosional dan identitas sosial yang melekat pada lokasi usaha.

Kondisi internal, seperti keterbatasan modal dan tidak adanya alternatif pekerjaan lain, juga memperkuat keputusan

untuk tetap berusaha. Banyak informan menyampaikan bahwa mereka terpaksa bertahan karena usaha tersebut merupakan satu-satunya sumber penghidupan.

“Aset-aset saya seperti kendaraan yang sebelumnya untuk rental, mobil, dan rumah juga sudah habis terjual untuk modal usaha di sini.”

Sementara itu, dari sisi faktor eksternal, munculnya infrastruktur baru dan ketidakpastian kebijakan menjadi faktor penting. Informasi revitalisasi yang minim dan kurangnya pelibatan pelaku usaha menciptakan rasa tidak aman. Seorang informan mengatakan,

“Kiosnya sudah dibangun, tapi plafonnya rusak kena angin. Jadi belum bisa ditempatin. Nggak tahu juga kapan bisa dipakai.”

Ini menunjukkan bahwa infrastruktur yang semestinya mendukung malah belum siap dimanfaatkan. Perilaku pelanggan, seperti kehadiran pelanggan tetap, juga menjadi faktor pendorong yang krusial.

“Mereka nyariin kalau kami gak jualan di sini. Asal lihat spanduknya aja di Situ Gede ini, mereka pasti datang.”

Dukungan pelanggan ini memberikan rasa aman dan menjadi dasar bagi pelaku usaha untuk tetap bertahan meski menghadapi kondisi yang tidak menentu. Lingkungan sosial juga memainkan peran penting. Keberadaan sesama pedagang menciptakan solidaritas, dukungan moral, dan kerja sama informal. Faktor ini memperkuat daya adaptasi dalam menghadapi tekanan revitalisasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adaptasi pelaku usaha lebih banyak didorong oleh faktor internal daripada faktor eksternal. Dorongan utama tersebut antara lain berupa motivasi pribadi, tanggung jawab terhadap keluarga, loyalitas terhadap tempat berjualan, dan keterbatasan modal. Keputusan untuk tetap bertahan dan beradaptasi dilakukan secara sadar dan terarah karena keterpaksaan serta terbatasnya akses terhadap alternatif pekerjaan lain. Pelaku usaha lebih memilih bertahan di tengah ketidakpastian proses revitalisasi daripada memulai usaha baru yang lebih berisiko secara finansial maupun sosial.

Meskipun faktor eksternal seperti kondisi infrastruktur, kebijakan pemerintah, serta dukungan pelanggan dan lingkungan sosial juga hadir dalam proses adaptasi, perannya cenderung tidak signifikan dalam pengambilan keputusan bertahan. Minimnya sosialisasi dan pelibatan pelaku usaha dalam perencanaan revitalisasi menyebabkan mereka kehilangan akses terhadap informasi dan hak atas keputusan kolektif. Di sisi lain, kehadiran pelanggan tetap dan solidaritas dengan sesama pelaku usaha menjadi semacam jaring pengaman sosial, tetapi tidak cukup kuat untuk menciptakan daya tarik struktural.

Secara umum, pelaku usaha di Situ Gede cenderung melakukan adaptasi bukan karena difasilitasi, tetapi karena tidak memiliki pilihan lain. Hal ini menunjukkan bahwa faktor internal seperti loyalitas dan keuletan pelaku usaha

justru menjadi tulang punggung keberlangsungan usaha, bukan dukungan dari sistem revitalisasi yang ada.

Strategi Adaptasi Pelaku Usaha

Strategi adaptasi yang digunakan oleh pelaku usaha selama proses revitalisasi Situ Gede Tasikmalaya terbagi menjadi tiga jenis, yakni strategi aktif, strategi pasif, dan strategi jaringan. Ketiganya digunakan secara fleksibel dan saling melengkapi sesuai konteks masing-masing individu.

Strategi aktif mencerminkan tindakan proaktif pelaku usaha dalam menyesuaikan diri. Bentuknya antara lain berupa diversifikasi usaha, optimalisasi sumber daya, dan promosi mandiri. RA, misalnya, menjelaskan bahwa anaknya kini membuka usaha perahu untuk menarik wisatawan ke warung mereka:

“Anak saya sekarang usaha perahu, biar kalau ada yang naik perahu bisa saya arahkan makan di warung saya. Itu juga biar ada tambahan pemasukan.”

Optimalisasi sumber daya juga menjadi bentuk strategi aktif. Tenaga kerja keluarga dimanfaatkan untuk menghemat pengeluaran. Salah satu informan mengungkapkan,

“Anak saya yang perempuan bantu jualan jus kalau rame, suami juga bantu masak, nggak ada pegawai lagi soalnya.”

Bahkan, beberapa pelaku usaha menjual aset pribadi untuk tetap bisa bertahan.

Di sisi lain, promosi dilakukan dengan cara sederhana melalui media sosial pribadi.

“Paling juga Facebook. Kalau ke vlogger itu mahal, jadi pakai akun sendiri aja... Kadang juga lewat WhatsApp.”

Hal ini menunjukkan kreativitas dalam keterbatasan untuk mempertahankan eksistensi usaha.

Strategi pasif lebih bersifat defensif, dilakukan dengan menekan pengeluaran usaha dan rumah tangga. Banyak pelaku usaha yang mengurangi stok barang dagangan secara signifikan. Salah satu informan menyatakan,

“Sekarang stoknya sedikit-sedikit, beli kalau ada yang pesan aja. Dulu bisa stok ikan 50 kilo buat Sabtu-Minggu, sekarang 1 kilo juga cukup karena nggak ada yang beli.”

Selain itu, penyesuaian konsumsi domestik keluarga juga dilakukan untuk menjaga keseimbangan keuangan keluarga, tanpa menambah beban dari usaha yang sudah tidak stabil.

Strategi jaringan digunakan pelaku usaha untuk memanfaatkan modal sosial, baik dalam bentuk jaringan nonformal (keluarga, rekan terdekat) maupun jaringan formal (akses kredit atau bantuan pemerintah). Misalnya, ada pelaku usaha yang bergabung dengan kerabat untuk berbagi modal dan lokasi usaha. Salah satu bentuk kolaborasi informal lainnya adalah bagi waktu kios dan promosi silang, seperti berbagi pelanggan atau menyatukan merek dagang.

“Kami bersaudara, telah bersepakat berjualan dengan cara bagi basi.. Saya berbagi lahan lesehan dengan warung lain.”

Namun, pemanfaatan jaringan formal seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) sangat terbatas. Banyak pelaku usaha enggan mengakses jalur tersebut karena minimnya literasi keuangan dan ketakutan terhadap utang. Oleh karena itu, strategi jaringan lebih banyak bertumpu pada solidaritas lokal dan hubungan sosial nonformal.

Strategi adaptasi yang paling menonjol dalam temuan lapangan adalah strategi aktif. Kecenderungan ini menjadi pola dominan karena pelaku usaha tidak hanya bertahan, tetapi juga secara aktif menciptakan peluang baru dan memperluas fungsi usahanya, meskipun dalam berbagai keterbatasan. Strategi ini pun mencerminkan fleksibilitas, keberanian mengambil risiko, serta inisiatif tinggi dalam menjaga keberlangsungan usaha. Dengan demikian, strategi aktif tidak dapat dipahami hanya sebagai respons darurat terhadap krisis, melainkan sebagai bentuk resiliensi adaptif yang proaktif dan berbasis kekuatan internal.

Selain strategi aktif, strategi pasif seperti penghematan operasional dan penyesuaian konsumsi rumah tangga juga diterapkan sebagai bentuk kontrol terhadap risiko usaha. Strategi ini memperlihatkan bagaimana pelaku usaha memprioritaskan keberlanjutan dengan cara menekan beban biaya seminimal mungkin. Di sisi lain, strategi berbasis jaringan baik berupa kolaborasi antar pelaku usaha, promosi silang, maupun dukungan keluarga berperan sebagai jaring pengaman ketika modal dan dukungan struktural tidak tersedia.

Kesimpulan

Faktor utama pendorong adaptasi pelaku usaha di Situ Gede selama revitalisasi adalah faktor internal, terutama motivasi pribadi (loyalitas, tanggung jawab keluarga, harapan masa depan) dan kondisi ekonomi internal (keterbatasan modal, minimnya alternatif usaha). Ini mendorong mereka bertahan meski harus mengorbankan aset dan kesejahteraan keluarga. Faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah yang kurang transparan, infrastruktur kurang memadai, dan lingkungan sosial kompetitif cenderung menghambat, meskipun dukungan pelanggan setia dan relasi informal keluarga memberikan dorongan tambahan untuk bertahan.

Strategi adaptasi pelaku usaha yang paling menonjol adalah strategi aktif. Ini terlihat dari diversifikasi produk/usaha, seperti penambahan jasa perahu atau penyesuaian menu, serta optimalisasi sumber daya melalui pemanfaatan tenaga kerja keluarga, penjualan aset pribadi, dan promosi digital. Selain itu, strategi pasif berupa penghematan operasional dan pengelolaan ketat kebutuhan keluarga, serta strategi jaringan melalui dukungan non-formal keluarga dan akses terbatas ke pinjaman formal (KUR), juga diterapkan. Strategi aktif menonjol karena menunjukkan inisiatif proaktif dalam menciptakan peluang dan mempertahankan usaha di tengah keterbatasan.

Pemerintah daerah dan pengelola Situ Gede sebaiknya mengintegrasikan pelaku usaha dalam tahap perencanaan hingga pasca-revitalisasi agar proses adaptasi tidak berlangsung secara sepihak. Pendekatan yang partisipatif dan keberpihakan terhadap usaha kecil akan mendukung

keberlanjutan ekonomi lokal. Selain itu, penting untuk menyediakan akses informasi, pelatihan, dan skema pembiayaan yang memadai bagi pelaku usaha terdampak agar mampu bertransformasi dan secara optimal mendukung destinasi wisata berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Asy'ari, R. (2022). *Voluntourism : Pariwisata Dan Sukarelawan*. *Warta Pariwisata*, 20(1), 7–9.
<https://doi.org/10.5614/wpar.2022.20.1.02>
- ayotasik.com. (2020). *Sepi Kunjungan, Omzet Pedagang Situ Gede Turun Hingga 60%*. Ayotasik.Com.
https://www.ayotasik.com/info-priangan/pr-33851650/Sepi-Kunjungan-Omzet-Pedagang-Situ-Gede-Turun-Hingga-60#google_vignette
- Chyntia, F., & Fitriani, E. (2021). Strategi Bertahan Hidup Pedagang di Kawasan Wisata Pacu Jalur Era Pandemi COVID-19. *Culture & Society: Journal Of Anthropological Research*, 2(4), 142–150.
<https://doi.org/10.24036/csjar.v2i4.75>
- inilahtasik.com. (2023). *Ditiup Angin, Plafon Atap Bangunan Hasil Revitalisasi Situ Gede Rusak*. Inilahtasik.Com.
<https://www.inilahtasik.com/ditiup-angin-plafon-atap-bangunan-hasil-revitalisasi-situ-gede-rusak>
- jabar.tribunnews.com. (2023). *Selesai Direvitalisasi Tahap Pertama, Objek Wisata Situ Gede Tasikmalaya Bikin*
- Pangling Pengunjung. Tribun Jabar.
<https://jabar.tribunnews.com/amp/2023/01/09/selesai-direvitalisasi-tahap-pertama-objek-wisata-situ-gede-tasikmalaya-bikin-pangling-pengunjung>
- Kabar Priangan. (2023). *Dinilai Asal-Asalan, Lesehan Balakecrahan Situ Gede Tasikmalaya Mendapat Sorotan*. Kabar-Priangan.Com. <https://kabarpriangan.pikiran-rakyat.com/kabar-priangan/pr-1486637760/dinilai-asal-asalan-lesehan-balakecrahan-situ-gede-tasikmalaya-mendapat-sorotan?page=all>
- Manik, M., & Suriadi, A. (2023). Strategi Adaptasi Pelaku Usaha Wisata Selama Masa Pandemi Covid-19. *JSSH (Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora)*, 7(1), 41.
<https://doi.org/10.30595/jssh.v7i1.17006>
- Nurhayati, N., Hartati Sulistyo, R., & Asma, L. (2017). *Strategi adaptasi pedagang pasar johar semarang dalam mempertahankan kelangsungan usaha pasca kebakaran tahun 2015*. 6(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.15294/solidarity.v6i1.15634>



Annisa Aulia, merupakan lulusan Sarjana Pariwisata dari jurusan Industri Pariwisata di Universitas Pendidikan Indonesia yang aktif pada bidang kehumasan serta memiliki ketertarikan pada manajemen kawasan wisata.



Rifqi Asy'ari, S.Par., M.Par., merupakan dosen Program Studi Industri Pariwisata di Universitas Pendidikan Indonesia. Beliau juga aktif dalam pelaksanaan riset dan kajian akademik di bidang perencanaan, pengelolaan, dan pengembangan pariwisata berkelanjutan.



Dr. Indra Safari, M.Pd.
merupakan seorang dosen
sekaligus menjabat sebagai
Direktur di Universitas Pendidikan
Indonesia Kampus Daerah
Sumedang.