

Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Panas Cipari Kabupaten Cilacap

Suliyanto

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto

suli_yanto@yahoo.com

Abstract

The aims of this study to analyze the feasibility of investement and to make strategy for the development of tourism destination hot water Cipari in Cilacap regency.

Analysis tools to analyze feasibility of market and social economic aspec used descriptive analysis, to analyze the investment feasibility of financial aspec used Payback Period (PP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), while the analyze tool to analyze fitness of strategy used SWOT analysis and matrix space analysis.

Based on the analysis can be concluded tourism destination hot water Cipari have potential market and positive effect on economy society, strategy to develop of tourism destination hot water Cipari was agressive.

Keywords: *feasibility investment, strategy, and tourism destination.*

PENDAHULUAN

Obyek wisata pemandian air panas Cipari, merupakan salah satu obyek wisata di Cilacap. Obyek wisata ini berlokasi di Desa Cipari, Kecamatan Cipari yang berjarak sekitar 86 km dari Kota Cilacap. Air panas yang bersumber dari tempat yang mirip sumur tersebut memiliki keunikan tersendiri karena bukan berasal dari sebuah mata air di kaki gunung berapi, melainkan sebuah sumur dengan air yang relatif panas dan mengandung belerang.

Pemandian air panas Cipari ini muncul pada tahun 1936 pada saat pemerintah belanda berusaha mengexplorasi minyak di Cipari yang diduga memiliki kandungan minyak, namun pada saat pengeboran yang muncul adalah semburan air panas, sehingga pengeboran dihentikan dan semburan air panas ini dimanfaatkan sebagai tempat pemandian. Di dekat lokasi pemandian

terdapat air terjun yaitu curung Cipari disamping itu juga terdapat perkebunan karet beserta pabriknya yaitu di Cisuru (BPMMP Cilacap, 2012).

Dalam perkembangannya kondisi obyek wisata pemandian air panas Cipari belum sesuai dengan yang diharapkan, hal ini terlihat dari jumlah pengunjung yang masih sangat sedikit, dan hanya mampu menutup biaya operasional saja, sehingga belum mampu memberikan kontribusi ke Pendapatan Asli daerah (PAD) Kabupaten Cilacap secara optimal. Namun ketertarikan dari wisata pemandian air panas ini kurang diimbangi dengan fasilitas yang disediakan, padahal dengan sedikit renovasi dan perbaikan akan semakin menarik minat para pengunjungnya. Berdasarkan kondisi tersebut maka perlu dirumuskan strategi bagi pengembangan obyek wisata pemandian air air panas Cipari.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS Pariwisata

Pariwisata menurut Webber dan Damanik (2006) adalah kegiatan rekreasi diluar domisili untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau mencari suasana lain. Sedangkan definisi menurut Undang-undang nomor 9 tahun 1990 tentang Kepariwisata, pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dalam bidang tersebut.

Yoeti (2008) yang menyatakan bahwa pariwisata merupakan suatu industri yang dapat meningkatkan kesempatan berusaha, kesempatan kerja, penerimaan pajak, pendapatan nasional dan bahkan dapat memperkuat posisi pembayaran. Menurut Undang-undang No. 5 tahun 1990 tentang Konservasi Sumberdaya Alam Hayati dan Ekosistemnya, Taman Wisata Alam adalah kawasan pelestarian alam yang terutama dimanfaatkan untuk pariwisata dan rekreasi alam. Pasal 31 dari Undang-undang No. 5 tahun 1990 menyebutkan bahwa dalam taman wisata alam dapat dilakukan kegiatan untuk kepentingan penelitian, ilmu pengetahuan, pendidikan, menunjang budidaya dan wisata alam

METODE PENELITIAN

Untuk melakukan analisis kelayakan investasi pada aspek pasar dan sosial ekonomi digunakan analisis deskriptif (Suliyanto, 2010:), sedangkan untuk melakukan analisis kelayakan investasi menurut (Husnan dan Muhamad, 2000:222) digunakan analisis *Payback Period (PP)*, *Net Present Value (NPV)*, dan *Internal*

Rate of Return (IRR). Menurut Kuncoro, (2006:51) analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) biasa digunakan untuk mengevaluasi kesempatan dan tantangan di lingkungan bisnis maupun pada lingkungan internal perusahaan. Untuk menentukan besarnya bobot setiap pada faktor eksternal dan internal digunakan matriks Evaluasi Faktor Eksternal dan matriks Evaluasi Faktor Internal (David, 2003:161). Untuk memperlihatkan dengan jelas arah vektor strategi pengembangannya obyek wisata pemandian air panas Cipari digunakan analisis matriks space (Rangkuti, 2001:46).

Studi Kelayakan

Suliyanto (2010) Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian yang bertujuan untuk memutuskan apakah sebuah rencana bisnis layak untuk dilaksanakan atau tidak. Sebuah rencana bisnis dinyatakan layak untuk dilaksanakan jika rencana bisnis tersebut dapat mendatangkan manfaat bagi semua *stake holder* (pelaku bisnis). Subagyo (2005) menyatakan bahwa studi kelayakan adalah penelitian yang mendalam terhadap suatu ide bisnis tentang layak atau tidaknya ide tersebut untuk dilaksanakan

Untuk memperoleh kesimpulan yang kuat tentang dijalankan atau tidaknya sebuah rencana bisnis, perlu dilakukan studi kelayakan bisnis yang mendalam pada beberapa aspek kelayakan bisnis, yaitu (Suliyanto, 2010): 1). Aspek hukum, aspek hukum menganalisis kemampuan rencana bisnis dalam memenuhi ketentuan hukum dan perizinan yang diperlukan untuk menjalankan usaha di wilayah tertentu, 2). Aspek lingkungan, aspek lingkungan

untuk menganalisis apakah lingkungan sekitar (baik lingkungan sosial, ekonomi dan fisik) sesuai atau cocok dengan rencana bisnis yang akan dijalankan atau tidak, dalam aspek ini juga dianalisis dampak bisnis bagi lingkungan, 3). Aspek teknis, Aspek teknis menganalisis kesiapan teknis untuk dapat berjalannya suatu bisnis, 4). Aspek manajemen, Aspek manajemen menganalisis tentang kesiapan tenaga kerja dan manajemen yang akan menjalankan bisnis, 5). Aspek pasar, Aspek pasar menganalisis potensi pasar dengan melihat sisi penawaran dan sisi permintaan, intensitas persaingan serta menganalisis *market share* yang dapat dicapai, 6). Aspek keuangan, aspek keuangan menganalisis besarnya tingkat pengembalian investasi dari bisnis yang akan dijalankan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kelayakan Pembangunan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Cipari Aspek Pasar

Aspek pasar dan pemasaran merupakan pokok kajian dalam studi kelayakan bisnis (Kamaludin, 2004: 13). Pengunjung obyek wisata pemandian air panas Cipari berasal dari Kabupaten Cilacap, Ciamis, Tasikmalaya, dan Banyumas. Pengunjung yang datang ke Obyek wisata pemandian air panas Cipari secara umum memiliki dua orientasi, yaitu orientasi berwisata dan orientasi berobat. Air panas yang berada di obyek wisata pemandian air panas Cipari mengandung belerang sehingga dipercaya dapat menyembuhkan penyakit, khususnya penyakit kulit. Pengunjung yang berorientasi kesehatan untuk menyembuhkan penyakit biasanya tidak hanya satu kali, tetapi sampai beberapa kali agar penyakitnya cepat sembuh.

Obyek wisata pemandian air panas Cipari biasanya ramai dikunjungi wisatawan pada hari minggu dan hari libur, terlebih saat musim liburan. Rata-rata jumlah pengunjung obyek wisata pemandian air panas sekarang hanya berjumlah 60 orang per hari. Tarif masuk ke obyek wisata air panas sekarang Rp. 5000, sama dengan tarif masuk ke obyek wisata Teluk Penyu, tarif ini baru diterapkan sejak tahun 2009, sebelum tahun 2009 tarif yang dikenakan hanya Rp. 1500.

Untuk menarik jumlah pengunjung dinas pariwisata Kabupaten Cilacap melakukan renovasi dan menambah fasilitas kolam renang air panas dengan lebar 3 meter dan panjang 9 meter, di kompleks pemandian air panas. Sejak adanya kolam baru yang dibuka sekitar empat bulan lalu jumlah pengunjung mengalami peningkatan sehingga berpengaruh pada pendapatan. Sebelum adanya kolam renang, pendapatan yang berhasil disetorkan dalam sebulan rata-rata Rp 150.000, sedangkan sejak adanya kolam renang pendapatan bersih meningkat rata-rata Rp 500.000 per bulan (sudah dikurangi biaya operasional). Dengan adanya penambahan fasilitas tersebut maka berdampak dalam positif dalam menyumbang PAD dan akan menyerap banyak tenaga kerja.

Aspek Sosial Ekonomi

Dalam membuat studi kelayakan, maka iklim perekonomian sebagai salah satu faktor lingkungan harus juga diperhatikan (Nitisemito dan Burhan, 1995:88) Keberadaan obyek wisata pemandian air panas Cipari akan dapat meningkatkan perekonomian di Kabupaten Cilacap khususnya di Kecamatan Cipari. Hal

ini karena dengan semakin banyaknya wisatawan berkunjung ke obyek wisata pemandian air panas Cipari maka akan semakin banyak masyarakat yang akan terlibat pada berbagai jenis sektor lapangan kerja, sehingga potensi ekonomi lokal akan dapat dimanfaatkan secara optimal. Beberapa lapangan kerja yang dapat dikembangkan dengan berkembangnya obyek wisata pemandian air panas cipari adalah perdagangan cinder mata dan kerajinan, rumah makan dan restoran, perdagangan berbagai jenis minuman ringan, jasa transportasi, jasa parkir kendaraan dan berbagai jenis jasa yang lain. Bagi pemerintah daerah kabupaten Cilacap dengan adanya perkembangan obyek wisata ini akan dapat meningkatkan Pendapatan Asli daerah (PAD) Kabupaten Banyumas yang dapat digunakan untuk menunjang pembangunan di kabupaten Cilacap.

Dengan berkembangnya obyek wisata ini juga perlu dilakukanantisipasi dampak negatif dari perkembangan obyek wisata pemandian air panas Cipari seperti pergeseran budaya sebagai akibat dari adanya gaya hidup yang beraneka ragam yang di bawa oleh wisatawan dari berbagai daerah lain. Dan kepadatan lalu lintas serta keramaian yang disebabkan oleh wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata

Aspek Keuangan

Pengembangan obyek wisata air panas Cipari memerlukan investasi sebesar Rp. 2.000.000.000,00. Biaya investasi ini digunakan untuk pembelian lahan, pembangunan gedung dan pembelian peralatan. Peralatan yang dibeli lebih

diutamakan adalah sarana bermain bagi anak-anak, seperti berbagai jenis ayunan, flyng fox, mobil-mobilan, undar serta untuk melakukan perbaikan pada kamar mandi air panas dan kamar bilas. Biaya operasional yang diperlukan sebesar Rp. 228.000.000, dan biaya operasional ini tiap tahun akan mengalami peningkatan sebesar 10 persen sebagai akibat inflasi. Dengan asumsi harga tiket Rp. 10.000.000, dan jumlah pengunjung rata-rata 120 orang per hari (2 kali jumlah pengunjung sekarang, sebelum adanya pengembangan). Hasil analisis kelayakan keuangan obyek wisata air panas Cipari dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel: 1 Analisis Kelayakan Keuangan Obyek Wisata Air Panas Cipari

No	Kriteria Investasi	Nilai
1	Net Present Value (NPV)	Rp 1.024.203.897,-
2	Internal Rate of Return (IRR) (tingkat bunga 10%)	20,00%
3	Pay Back Period (PBP)	4 tahun 9 bulan

Berdasarkan analisis kelayakan keuangan tersebut dapat disimpulkan bahwa Wisata Air Panas Cipari layak (*feasible*) untuk dilaksanakan atau dijalankan di Kabupaten Cilacap, karena dengan investasi awal sebesar Rp 2.000.000.000,-, umur usaha 10 tahun dan tingkat bunga 10% akan menghasilkan *Net Present Value* (NPV) positif sebesar Rp 1.024.203.897,- dan nilai *Internal Rate of Return* (IRR) 20,00% yang lebih tinggi dari tingkat bunga yang ditetapkan. Selain itu dalam waktu 4 tahun 9 bulan investasi awal sudah dapat kembali.

Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Cipari

Berdasarkan hasil analisis SWOT dan matriks space analisis dapat diperoleh tabel analisis SWOT-Internal dan Eksternal sebagai berikut:

Sedangkan rata-rata skor peluang sebesar 2,67 dan rata rata skor ancaman sebesar 2,50, sehingga skor akhir faktor eksternal sebesar 0,17. Berdasarkan kedua tabel diatas dapat digambarkan arah vektor strategi sebagai berikut:

Tabel: 2 Analisis SWOT – Internal

Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Skor	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	Skor
<input type="checkbox"/> Kemudahan akses menuju ke lokasi wisata, karena dekat dengan jalan raya Cilacap-Bandung	3	<input type="checkbox"/> Belum populernya obyek wisata pemandian air panas Cipari	-2
<input type="checkbox"/> Memiliki keunikan sebagai sumber air panas yang bukan berasal dari gunung.	3	<input type="checkbox"/> Kurangnya fasilitas pendukung wisata	-3
<input type="checkbox"/> Dimilikinya 10 kamar mandi	2	<input type="checkbox"/> Belum ada rencana pengembangan jangka panjang	-1
<input type="checkbox"/> Dimilikinya kalom renang air panas	2	<input type="checkbox"/> Kondisi udara yang kurang sejuk dibandingkan dengan obyek wisata pemandian yang lain	-2
<input type="checkbox"/> Kondisi air panas yang mengandung belerang dapat digunakan untuk penyembuhan penyakit gatal.	3	<input type="checkbox"/> Tingkat sadar wisata masyarakat yang masih rendah	-2
Rata-Rata	2,60	Rata-rata	-2,00

Tabel: 3 Analisis SWOT – Eksternal

Peluang (<i>Opportunity</i>)	Skor	Ancaman (<i>Threat</i>)	Skor
<input type="checkbox"/> Laju pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat	3	<input type="checkbox"/> Dibangunnya beberapa obyek wisata di daerah lain oleh pemerintah daerah maupun swasta.	-3
<input type="checkbox"/> Kesadaran pentingnya wisata yang semakin meningkat.	3	<input type="checkbox"/> Promosi obyek wista lain yang sangat gencar	-2
<input type="checkbox"/> Dukungan dari pemerintah daerah yang tinggi	2	Semakin terkepungnya obyek wista dengan perumahan penduduk	
<input type="checkbox"/> Dukungan masyarakat yang tinggi untuk mengembangkan obyek wisata	3		
<input type="checkbox"/> Potensi pengembangan lokasi wisata yang baik.	2		
<input type="checkbox"/> Peluang dibangunnya jaringan wisata dengan obyek wisata yang lain diwilayah Cilacap dan Pengandaran	3		
Rata-Rata	2,67	Rata-rata	-2,50

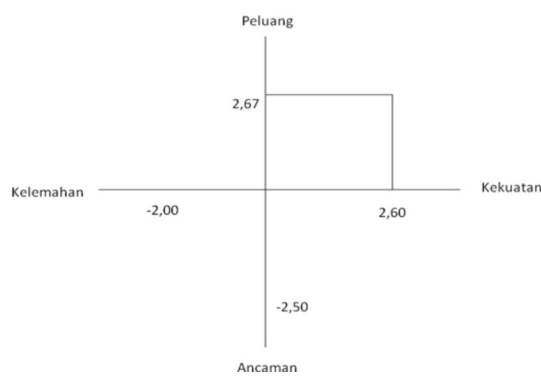
Berdasarkan analisis matriks space analisis di atas, hasil perhitungan skornya faktor internal adalah sebagai berikut: Rata-rata skor Kekuatan sebesar 2,60 dan rata-rata skor kelemahan sebesar -2,00, sehingga skor akhir faktor internal sebesar 0,60.

PENUTUP / SIMPULAN

Kesimpulan

Wisata pemandian air panas Cipari Cilacap merupakan tempat wisata yang memiliki sumber air panas yang berasal dari sebuah sumur. Hal inilah yang membedakan

dengan wisata pemandian air panas lainnya yang biasanya sumber air panasnya berasal dari mata air pegunungan. Air panas yang dikeluarkan ini mengandung belerang yang dapat digunakan sebagai obat berbagai macam penyakit, hal inilah yang menarik para pengunjung. Namun ketertarikan dari wisata pemandian air panas ini kurang diimbangi dengan fasilitas yang disediakan sehingga berdampak pada jumlah pengunjung yang belum sesuai dengan yang diharapkan.



Dilihat dari analisis keuangannya, dengan investasi awal 2.000.000.000 dan umur proyek 5 tahun didapatkan nilai NPV sebesar Rp 1.054.472.304,- dan nilai IRR 28,90 % serta nilai PBP nya 2 tahun 8 bulan yang berarti dalam waktu 2 tahun 8 bulan investasi tersebut sudah dapat kembali. Dengan demikian investasi wisata air panas Cipari ini sangat layak (*feasible*) dilakukan di Cilacap baik dilihat dari aspek keuangannya maupun aspek pasarnya yang sangat potensial.

Berdasarkan hasil analisis SWOT dan *matriks space* dapat diperoleh strategi yang tepat untuk pengembangan obyek wisata pemandian air panas Cipari adalah strategi agresif yaitu dengan melaksanakan tindakan-tindakan agresif untuk merebut pasar.

Rekomendasi

Untuk meningkatkan jumlah pengunjung obyek wisata pemandian air panas Cipari sebaiknya memilih strategi agresif dengan cara melakukan investasi dengan menambah wahana permainan anak seperti berbagai jenis ayunan, fling fox, mobil-mobilan, kereta mini, undar serta untuk melakukan perbaikan pada kamar mandi air panas dan kamar bilas dan pembangunan kamar mesage serta melakukan usaha-usaha promosi serta menjalin kerja sama dengan biro wisata

DAFTAR PUSTAKA

Badan Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu (BPMPT) Kabupaten Cilacap. **Profil dan Potensi Investasi Kabupaten Cilacap Tahun 2012.**

Damanik, J and Weber, H.F. 2006. **Perencanaan Ekowisata dari Teori Ke Aplikasi.** Andi. Yogyakarta

David, Fred R., 2003. **Manajemen Strategis Konsep.** terjemahan. PT Prenhallindo. Jakarta.

Husnan, Suad dan Muhammad, Suwarsono. 2000. **Studi Kelayakan Proyek.** UPP STIM YKPN. Yogyakarta

Kamaluddin. 2004. **Studi Kelayakan Bisnis: Latihan Pemecahan Soal dan Studi Kasus.** Dioma. Malang.

Kuncoro, Mudrajat 2006. **Strategi: Bagaimana Meraih Keunggulan Bersaing.** Erlangga. Jakarta. 2006.

Rangkutiy, Freddy, 2001. **Analisis SWOT**

Teknik Membedah Kasus Bisnis. Cetakan Kedua, Penerbit PT. Gramedia Pustaka, Jakarta.

Suliyanto. 2010. **Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis.** Andi Offset. Yogyakarta.

Nitisemito, Alex dan Burhan, Umar. 1995. **Wawasan Studi Kelayakan dan Evaluasi Proyek.** Bumi Aksara. Jakarta

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1990 Tentang Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya.

Yoeti, OA. 1990. **Perencanaan dalam Pengembangan Pariwisata.** PT. Pradinya Paramita. Jakarta.

PERNYATAAN / PENGHARGAAN

Badan Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu (BPMPT) Kabupaten Cilacap

Lampiran: Perhitungan Kelayakan Investasi

t	In Flow		Out Flow		Penyusutan	Cash flow
	Laba	Inflasi Tidak Menyusut	Investasi	Pajak		
0	0	0	2,000,000,000	0	0	(2,000,000,000)
1	210,000,000	0		21,000,000	200,000,000	389,000,000
2	231,000,000	0		23,100,000	200,000,000	407,900,000
3	254,100,000	0		25,410,000	200,000,000	428,690,000
4	279,510,000	0		27,951,000	200,000,000	451,559,000
5	307,461,000	0		30,746,100	200,000,000	476,714,900
6	338,207,100	0		33,820,710	200,000,000	504,386,390
7	372,027,810	0		37,202,781	200,000,000	534,825,029
8	409,230,591	0		40,923,059	200,000,000	568,307,532
9	450,153,650	0		45,015,365	200,000,000	605,138,285
10	495,169,015	200,000,000		49,516,902	200,000,000	845,652,114
Jumlah						5,212,173,250

NPV	Rp1,024,203,897
IRR	20%
PI	2.61
PB	4 tahun 9 bulan

NPV	Rp1,024,203,897
IRR	20%
PI	2.61
PB	4 tahun 9 bulan