

C-REVISI AUTHOR JSTP 2025 00109 UPDATE.docx

by Turnitin Student

Submission date: 27-Feb-2025 12:46AM (UTC-0500)

Submission ID: 2600066070

File name: C-REVISI_AUTHOR_JSTP_2025_00109_UPDATE.docx (3.03M)

Word count: 4807

Character count: 31358

PELESTARIAN SENI BELA DIRI TRADISIONAL MELALUI
PENGEMBANGAN PARIWISATA: STUDI PADA LEMBAGA
PEWARISAN PENCAK SILAT DI JAWA BARAT

4		
Diajukan DD-MM-YYYY	Direvisi DD-MM-YYYY	Diterima DD-MM-YYYY

ABSTRACT

Purpose: This study aims to formulate strategies to develop martial arts tourism in Garis Paksi (The Pencak Silat Inheritance Institution in West Java), with pencak silat as the main attraction.

Methods: To develop appropriate strategies, the analytical tools of IFAS-EFAS, IE, SWOT, and QSPM matrices were employed. In-depth interviews were conducted with informants chosen based on their expertise in pencak silat martial arts, tourism, and travel business.

Implication: The findings reveal key strategies that can be implemented to develop martial arts tourism in Garis Paksi such as creating pencak silat tour packages, allocating funds for their development and benchmarking activities, collaborating with travel agents, and establishing a dedicated division to manage these packages. Ultimately, this study addresses the research gap in martial arts tourism in Indonesia that still need to be deeply explored.

Keywords: Pencak Silat, Martial Arts Tourism, Development Strategy, Cultural Preservation

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan wisata seni bela diri di Garis Paksi (Lembaga Pewarisan Pencak Silat di Jawa Barat), dengan pencak silat sebagai atraksi utama.

Metode: Perumusan strategi pengembangan menggunakan alat analisis matrik IFAS-EFAS, IE, SWOT, dan QSPM. Wawancara mendalam dilakukan dengan informan yang dipilih berdasarkan keahliannya di bidang seni bela diri pencak silat, pariwisata, dan usaha perjalanan wisata.

Implikasi: Penelitian ini menghasilkan strategi-strategi kunci yang dapat diimplementasikan untuk mengembangkan wisata seni bela diri di Garis Paksi, diantaranya membuat paket wisata pencak silat, mengalokasikan dana untuk kegiatan pengembangan dan studi banding, berkolaborasi dengan agen perjalanan wisata, dan membentuk divisi khusus untuk mengelola paket wisata. Pada akhirnya, penelitian ini berkontribusi untuk mengisi kesenjangan penelitian tentang pengembangan wisata seni bela diri di Indonesia yang masih perlu dieksplorasi lebih dalam.

Kata Kunci: Pencak Silat, Wisata Seni Bela Diri, Strategi Pengembangan, Pelestarian Budaya

PENDAHULUAN

Pelestarian budaya akan lebih optimal jika dilakukan melalui pengembangan wisata sehingga mendatangkan manfaat ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan. Pariwisata dapat menambah pendapatan sehingga bermanfaat bagi penghidupan berkelanjutan (*sustainable livelihood*) masyarakat. Hal ini secara simultan menumbuhkan rasa bangga dan kesadaran terhadap konservasi budaya dan lingkungan (Xiao et al., 2024). Di sisi lain, pelestarian budaya dapat memperkuat keberlanjutan destinasi wisata. Budaya yang terpelihara dengan baik akan memberikan pengalaman yang kaya dan berharga kepada wisatawan sehingga meningkatkan retensi kunjungan (Liu & Shu, 2020; Nugraha & Lema, 2021).

Salah satu bentuk wisata budaya adalah wisata seni bela diri (*martial arts tourism*) yang telah berkembang di beberapa negara. Wisata seni bela diri menggabungkan seni bela diri dengan atraksi lainnya sehingga dapat menarik minat pasar wisatawan yang lebih luas. Sebagai contoh, Jepang telah berhasil memperkenalkan *Budo Tourism* yang menawarkan pengalaman edukasi seni bela diri Jepang seperti *aikido*, *judo*, *karate*, *yabusame*, *sumo*, dan *kendo* sekaligus mengeksplorasi sejarah, nilai-nilai budaya, dan keindahan alam yang tersebar di seluruh prefektur (Ito, 2023). Negara-negara Asia lainnya juga telah mengembangkan wisata seni bela diri, seperti China dengan *kung fu* (Meng & Teng, 2023), Thailand dengan *Muay Thai* (Satchapappichit & Iesue, 2022) dan Korea Selatan dengan *taekwondo* (Jang et al., 2016).

Pada umumnya, wisata seni bela diri memiliki dua kelompok wisatawan. Kelompok pertama merupakan wisatawan yang hanya ingin mengenal sejarah dan nilai-nilai seni bela

diri. Kelompok kedua adalah wisatawan yang ingin berlatih seni bela diri secara langsung sekaligus memahami filosofi di balik tradisi tersebut (Skowron-Markowska & Nowakowska, 2021). Dengan demikian, Destinasi wisata bela diri relatif menawarkan berbagai paket wisata yang dirancang secara khusus untuk memenuhi preferensi kedua kelompok wisatawan tersebut.

Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan wisata seni bela diri. Salah satu seni bela diri tradisional yang terkenal di Indonesia yaitu pencak silat. Pencak silat tersebar di berbagai wilayah dan dikenal dengan beragam istilah seperti *silek* di Sumatera Barat (Herawati et al., 2023) dan *maenpo* di Jawa Barat (Fatmawati et al., 2023). Meskipun demikian, esensi dari seni bela diri tersebut relatif sama dari satu daerah dengan daerah lainnya. Secara harfiah, pencak silat dapat dipahami melalui dua kata penyusunannya yaitu pencak dan silat. Pencak artinya tarian dan irama dengan aturan tertentu sedangkan silat artinya intisari pencak untuk membela diri dan bukan pertunjukan. Dengan kata lain, pencak silat dapat dipahami sebagai bertarung dengan seni (Ediyono et al., 2022).

Pencak silat telah diakui sebagai Warisan Budaya Tak Benda (WBTB) oleh UNESCO pada sidang ke-14 *Intergovernmental Committee for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage* tahun 2019 di Bogota, Kolombia (Ediyono et al., 2022; Rustiyanti et al., 2023). UNESCO mengungkapkan bahwa pencak silat dapat menjadi media pemersatu bangsa yang tidak hanya mengajarkan bela diri namun juga mengandung nilai-nilai menahan diri, persahabatan, kohesi sosial, dan saling menghormati. Pencak silat juga merupakan jalan hidup bagi praktisi yang menekankan harmonisasi hubungan antara manusia dengan Tuhan, lingkungan dan sesama (Hadiana et al., 2022). Nilai-nilai universal ini dapat dipahami dan diwariskan secara luas kepada seluruh masyarakat.

Pencak silat telah lama mengakar dan menjadi identitas budaya bagi sebagian masyarakat, salah satunya di *Tatar Sunda*—wilayah yang membentang di provinsi Banten, Jawa Barat, dan Daerah Khusus Jakarta (Sujati, 2020). Di wilayah ini, terdapat aliran pencak silat tradisional yang masih aktif dilestarikan, antara lain *cimande*, *sabandar*, *ulin makao*, *sera*, *cikalong*, *sanalika*, dan *maenpo peupeuhan*. Di ibu kota provinsi Jawa Barat, Bandung, terdapat lembaga pelestari pencak silat yang dikenal sebagai **Garis Paksi (Lembaga Pewarisan Pencak Silat)**. Lembaga ini memainkan peran penting dalam melestarikan seni bela diri pencak silat khususnya yang berkembang di wilayah *Tatar Sunda*. Oleh karena itu, sumber keilmuan Garis Paksi berasal dari empat belas gaya pencak silat yang dipraktikkan di *Tatar Sunda*. Garis Paksi didirikan oleh Gending Raspuzi, seorang budayawan Sunda. Sejak didirikan, lembaga ini berdedikasi menjaga pencak silat sebagai kebanggaan dan identitas bangsa Indonesia.

Garis Paksi secara aktif menyelenggarakan lokakarya pencak silat di Indonesia dan mancanegara seperti Jerman, Irlandia, Prancis, Belanda, Inggris, Spanyol, dan Amerika Serikat. Adapun kegiatan lainnya yaitu pendokumentasian teknik bela diri yang dipublikasikan di platform digital (youtube, facebook, instagram, website), dan melakukan penelitian tentang pencak silat. Di samping itu, lembaga ini secara teratur mengadakan forum diskusi dengan organisasi pencak silat lainnya untuk memperluas wawasan dan mengatasi pandangan fanatik. Garis Paksi memiliki jaringan yang kuat dengan berbagai organisasi seperti IPSI (Ikatan Pencak Silat Indonesia), Persilat (Persatuan Pencak Silat Antarbangsa), Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, Balai Pelestarian Kebudayaan Bandung, dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. Beberapa tokoh Garis Paksi juga berkontribusi dalam Tim Kerja Pencak Silat menuju UNESCO agar diakui sebagai warisan budaya.



Gambar 1. Poster Lokakarya Internasional Garis Paksi

(Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2024)

Garis Paksi merupakan salah satu lembaga pewarisan pencak silat yang sudah terbukti eksistensinya. Di sisi lain, Garis Paksi perlu mengupayakan aktivitas ekonomi untuk mempertahankan tujuannya. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Situmeang & Kusworo (2020) bahwa suatu lembaga sosial terkadang perlu mengusahakan profit untuk mendukung keberlanjutan tujuannya. Salah satu aktivitas ekonomi yang dapat diupayakan oleh Garis Paksi yaitu mengembangkan program wisata seni bela diri. Pengembangan wisata seni bela diri di Garis Paksi tidak hanya memperkuat tujuan pelestarian pencak silat tetapi juga memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat yang terlibat, termasuk anggota dan pemangku kepentingan yang terhubung dalam rantai pasok wisata. Begitu pula wisatawan yang mengikuti program wisata tersebut juga dapat belajar nilai-nilai keharmonisan pencak silat. Dengan demikian, Garis Paksi dapat berperan mengenalkan pencak silat secara lebih luas sekaligus meningkatkan pembangunan sosial ekonomi masyarakat.

Penelitian mengenai pengembangan wisata seni beladiri di Indonesia sudah dilakukan meskipun masih terbatas. Beberapa penelitian mengulas tentang potensi pencak silat sebagai atraksi wisata budaya minat khusus (Dimiyati & Farhan, 2016; Kusumo & Lemy, 2021; Siswantoyo & Kuswarsantyo, 2017), dan penguat branding destinasi wisata (Nugroho, 2021). Penelitian-penelitian ini telah memberi sumbangsih terhadap studi kepariwisataan, khususnya mengenai pengembangan atraksi wisata berbasis seni bela diri. Namun, penelitian-penelitian tersebut masih pada tahap mengulas karakteristik dan keunggulan seni bela diri dan belum secara spesifik merumuskan strategi pengembangan wisata seni beladiri yang dapat diimplementasikan secara konkret.

Berdasarkan latar belakang tersebut, studi ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan wisata seni beladiri di Garis Paksi dengan pencak silat sebagai atraksi utama. Metode analisis yang digunakan adalah rangkaian matrik IFAS-EFAS, IE, SWOT dan QSPM. Hasil penelitian diharapkan dapat mendorong pemunculan inovasi baru yang memperkuat citra Garis Paksi sebagai pelestari pencak silat sekaligus penguat sosial ekonomi masyarakat. Penelitian ini juga diharapkan dapat berkontribusi terhadap riset-riset tentang wisata seni bela diri di Indonesia yang masih memerlukan eksplorasi mendalam.

METODE

Penelitian ini berfokus pada Garis Paksi, Lembaga Pewarisan Pencak Silat yang berlokasi di Bandung, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Metode studi kasus diaplikasikan untuk memungkinkan kedalaman analisis dan mengatasi masalah spesifik pada objek penelitian (Ridlo, 2023). Pengumpulan data berlangsung dari Juni hingga Desember 2024, dengan teknik

observasi, wawancara, pengisian kuesioner dan dokumentasi. Informan dipilih melalui teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu. Informan penelitian ini dibedakan menjadi tiga kelompok berdasarkan keahliannya yaitu ahli di bidang seni bela diri pencak silat, ahli di bidang pariwisata dan praktisi usaha perjalanan wisata. Informan yang terpilih terdiri dari dua akademisi, dua praktisi pencak silat (pengelola Garis Paksi), dan satu agen perjalanan wisata. Informan yang dilibatkan dibatasi untuk meminimalkan bias pada strategi yang dihasilkan (Lubis dkk., 2023).

Pendekatan analisis IFAS-EFAS, SWOT, dan QSPM, digunakan untuk merumuskan rekomendasi strategi. Peneliti mengidentifikasi kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) terkait pengembangan wisata seni bela diri di Garis Paksi berdasarkan hasil wawancara dengan informan. Faktor-faktor ini kemudian dipetakan ke matrik IFAS-EFAS untuk ditentukan bobot, rating, dan skornya. Bobot dan rating ditetapkan oleh informan melalui pengisian kuesioner. Skor untuk setiap faktor dihitung dengan mengalikan bobot dan ratingnya. Menurut Rangkuti (2017), bobot diberikan pada skala dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Sementara rating berkisar antara 1 hingga 4. Rating yang lebih tinggi diberikan pada faktor-faktor yang menguntungkan seperti kekuatan dan peluang, sedangkan rating yang lebih rendah diberikan pada faktor-faktor yang tidak menguntungkan seperti kelemahan dan ancaman.

Skor total dari matrik IFAS-EFAS digunakan untuk menentukan posisi Garis Paksi pada sumbu X dan sumbu Y matrik IE. Matrik ini terdiri dari sembilan sel yang diklasifikasikan menjadi *Growth Strategy* (sel I, II, V), *Stability Strategy* (sel IV dan VI), *Diversification Strategy* (sel VII dan VIII), dan *Retrenchment Strategy* (sel III, IX, dan X). Berdasarkan faktor internal, faktor eksternal dan posisi Garis Paksi pada matrik IE, dilakukan perumusan strategi pada matrik SWOT. Matrik SWOT menghasilkan empat kombinasi strategi: SO (*strengths* dan *opportunities*), ST (*strengths* dan *threats*), WO (*weaknesses* dan *opportunities*), dan WT (*weaknesses* dan *threats*) (Ni Made Diantari et al., 2022).

Kemudian, strategi-strategi yang telah dirumuskan dianalisis menggunakan matrik QSPM untuk ditentukan urutan prioritasnya. Matrik QSPM berfungsi menghitung daya tarik setiap strategi dengan mengevaluasinya terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang teridentifikasi. Penggunaan QSPM juga bertujuan untuk meminimalkan ketidakakuratan strategi karena pemberian bobot yang berlebihan (Anak Agung Ngurah Wira Kusuma dkk., 2022). Ada empat skor daya tarik dengan skala 1 (tidak menarik), 2 (cukup menarik), 3 (menarik), dan 4 (sangat menarik). Skor daya tarik ini kemudian dikalikan dengan bobot masing-masing strategi yang diperoleh dalam matrik IFAS-EFAS. Hasil *Total Attractiveness Score* menunjukkan strategi prioritas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap awal perumusan strategi pengembangan wisata bela diri di Garis Paksi diawali dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal. Berdasarkan Tabel 1, faktor internal Garis Paksi dibagi menjadi kekuatan dan kelemahan. Kekuatan utama yang dimiliki Garis Paksi yaitu memiliki jaringan dengan organisasi nasional, organisasi internasional, dan tokoh silat *Tatar Sunda* dengan skor 0,44. Kolaborasi dengan organisasi nasional diperoleh melalui kegiatan yang diadakan di dalam negeri sedangkan kerjasama dengan lembaga internasional diinisiasi oleh anggota Garis Paksi dari Eropa yang kemudian mendirikan lembaga *pencak silat*. Mereka menjadi kekuatan pendorong untuk mengadakan lokakarya tahunan di sana. Selain itu, hubungan antara Garis Paksi dengan beberapa tokoh pencak silat juga menguatkan acara yang diselenggarakan di Indonesia dan luar negeri.

Di sisi lain, kelemahan utama Garis Paksi adalah ketergantungan pada ketua dan pendiri yang mencapai skor 0,22. Gending Raspuzi, sebagai pendiri, adalah sosok krusial yang dihormati baik di dalam maupun di luar Garis Paksi. Pengetahuan, karakter, dan kemampuan pengambilan keputusan yang dimilikinya menjadi kunci keberlanjutan Garis Paksi. Hal ini memperkuat sentralitas Gending Raspuzi sehingga dikhawatirkan Garis Paksi tidak dapat bertahan tanpa kehadiran tokoh tersebut. Kepercayaan pada pemimpin yang memiliki

integritas sangat baik untuk pengelolaan suatu organisasi namun, jika tidak ada pengganti, hal ini dapat mengancam keberadaan lembaga tersebut.

Tabel 1. Matrik IFAS

Faktor Internal (Internal Factors)	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strengths)			
Sebagai wadah pembelajaran seluruh aliran silat di <i>Tatar Sunda</i> (S1)	0.09	2	0.18
Memiliki agenda lokakarya tahunan di Indonesia dan mancanegara (S2)	0.11	3.2	0.34
Memiliki pengelolaan website dan media sosial yang baik sebagai sarana promosi (S3)	0.11	2.8	0.29
Pengelola dapat berbahasa Inggris (S4)	0.09	3.2	0.30
Memiliki jaringan dengan organisasi nasional, organisasi internasional, dan tokoh silat <i>Tatar Sunda</i> (S5)	0.11	4	0.44
Kelemahan (Weaknesses)			
Pengelola belum memiliki pengetahuan tentang pengemasan atraksi wisata (W1)	0.11	1	0.11
Belum memiliki kerjasama dengan agen perjalanan wisata (W2)	0.10	2	0.20
Struktur organisasi belum jelas (W3)	0.09	2	0.18
Ketergantungan pada ketokohan pendiri (W4)	0.11	2	0.22
Keterbatasan biaya untuk pengembangan wisata seni bela diri (W5)	0.09	1.8	0.17
Total Skor IFAS			2.42

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Selanjutnya, Tabel 2 memaparkan ada dua peluang penting untuk mengembangkan wisata seni bela diri di Garis Paksi. Pertama, meningkatnya pengakuan internasional terhadap pencak silat dengan skor 0,53. Pencak silat mulai dikenal di dunia internasional sejak ditayangkannya film *The Raid* yang dilanjutkan dengan *The Raid 2: Berandal* (Mufida & Ekawardhani, 2022). Film ini adalah film produksi Indonesia yang ditayangkan secara internasional dengan genre laga. Popularitas film ini membantu mengangkat *pencak silat* secara global. Selain itu, aktor sekaligus praktisi pencak silat yang membintang *film The Raid*, *Cecep Arif Rahman* dan *Yayan Ruhian*, juga tampil dalam film-film Hollywood seperti *John Wick 3*. Hal ini tentu membuat sebagian besar penggemar film laga mengetahui eksistensi pencak silat sebagai seni bela diri tradisional Indonesia.

Kedua, peluang utama lainnya yaitu tersedianya fasilitas dan aksesibilitas pariwisata yang memadai di wilayah *Tatar Sunda* (Jawa Barat, Daerah Khusus Jakarta, dan Banten). Infrastruktur dan suprastruktur secara signifikan meningkatkan kenyamanan wisatawan saat mengunjungi destinasi (Yulianti et al., 2024). Wilayah *Tatar Sunda*, yang meliputi Jawa Barat, Daerah Khusus Jakarta, dan Banten, umumnya dilengkapi dengan fasilitas yang optimal, seperti transportasi, kondisi jalan, akomodasi, dan pilihan tempat makan. Daerah Khusus Jakarta merupakan kota metropolitan, sementara Jawa Barat dan Banten berfungsi sebagai provinsi satelit di sekitarnya. Selain itu, Jawa Barat dan Banten memiliki berbagai destinasi wisata alam yang indah, udara sejuk dan budaya khas yang menciptakan kesan nyaman bagi wisatawan.

12

Tabel 2. Matrik EFAS

Faktor Eksternal (External Factors)	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunities)			
Meningkatnya minat global terhadap wisata seni bela diri (O1)	0.09	3	0.28
Meningkatnya pengakuan internasional terhadap pencak silat (O2)	0.13	4	0.53
Fasilitas dan aksesibilitas pariwisata memadai di wilayah <i>Tatar Sunda</i> (Jawa Barat, Daerah Khusus Jakarta, dan Banten) (O3)	0.13	4	0.53
Terdapat dukungan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI untuk mengembangkan seni bela diri tradisional sebagai atraksi wisata (O4)	0.10	2.8	0.28

2	Pencak silat telah diakui oleh UNESCO sebagai Warisan Budaya Tak Benda (O5)	0.11	2.2	0.25
Ancaman (Threats)				0.00
	Beberapa negara di Asia telah mendirikan wisata seni bela diri (T1)	0.12	2	0.24
	Fanatisme ekstrem pada praktisi seni bela diri di beberapa organisasi (T2)	0.05	1	0.05
	Risiko komodifikasi dan komersialisasi yang berlebihan (T3)	0.09	2	0.17
	Potensi konflik antar kelompok yang dapat menimbulkan stigma negatif terhadap pencak silat (T4)	0.05	1	0.05
	Peminat wisata seni beladiri cenderung lebih sedikit dibandingkan wisata budaya lainnya (T5)	0.12	2	0.24
Total Skor EFAS				2.63

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Selanjutnya, dilakukan perhitungan kumulatif untuk mendapatkan total skor IFAS dan EFAS masing-masing sebesar 2,42 dan 2,63. Skor ini kemudian direfleksikan dalam matriks IE untuk menentukan posisi strategis Garis Paksi (Gambar 2). Garis Paksi berada di sel V (*stability strategy*). Pada posisi ini maka suatu unit bisnis perlu meningkatkan jenis produk, memperluas pasar, bekerja sama dengan bisnis lainnya atau *joint ventures* (Rangkuti, 2017).

		Skor IFAS		
		Kuat	Rata-Rata	Lemah
		3	2	1
Skor EFAS	4 Tinggi	I	II	III
	3 Sedang	IV	V	VI
	2 Rendah	VII	VIII	IX
		1		

Gambar 2. Matrik IE

(Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025)

Perumusan strategi dilakukan pada matrik SWOT dengan mempertimbangkan faktor internal dan faktor eksternal dan posisi Garis Paksi pada matrik IE. Tabel 3 menunjukkan kemungkinan strategi pengembangan wisata seni bela diri di Garis Paksi.

Tabel 3. Matrik SWOT

Kekuatan (Strenghts)		Kelemahan (Weaknesses)
Peluang (Opportunities)	SO1 Mer10sun Paket Wisata Pencak Silat (S1, S5, O1, O2, O3, O4, O5)	WO1 Berkolaborasi deng17 Agen Perjalanan Wisata (W1, W2, W5, O1, O2, O3, O4, O5)
	SO2 Memanfaatkan Saluran Promosi yang Ada (S2, S3, S4, S5, O1, O2)	WO2 Membentuk Divisi Khusus (W3, W4, O1, O2, O3, O4, 05)
	ST1	WT1

Ancaman (Threats)	Melakukan Promosi Melalui Acara Khusus (S3, S4, S5, T1, T4, T5)	Mengalokasikan Dana untuk Pengembangan Wisata (W1, W2, W3, W4, W5, T1, T2, T3, T4, T5)
ST2 Melibatkan Organisasi Pencak Silat Lainnya (S1, S5, T2, T3, T4)		

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Setelah dilakukan perumusan strategi melalui matrik SWOT maka dilakukan analisis lebih lanjut untuk menentukan urutan prioritas dengan matrik QSPM. Urutan prioritas sangat penting agar proses implementasi strategi dapat dilakukan secara efektif dan efisien sebab, tidak semua strategi dapat dijalankan dalam waktu yang bersamaan. Hal ini bergantung pada tingkat urgensi masing-masing strategi. Analisis QSPM dapat dilakukan dengan dua cara yaitu memilih satu kombinasi SWOT spesifik berdasarkan posisi bisnis dalam Matrik *Grand Strategy* (Harisudin et al., 2022) atau mengikutsertakan seluruh hasil strategi dari keempat kombinasi SWOT (Istiqomah & Rahmawati, 2021). Penelitian ini menggunakan cara kedua agar strategi yang diterapkan dapat lebih fleksibel dan objektif serta menghindari ketidakakuratan karena terpaku pada satu kelompok kombinasi SWOT. Adapun TAS (*Total Attractiveness Score*) dan urutan prioritas setiap strategi ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Strategi Prioritas

Urutan Prioritas	Strategi	TAS
1	Menyusun Paket Wisata Pencak Silat: Menyusun paket wisata yang memungkinkan wisatawan merasakan pengalaman praktik pencak silat sekaligus menjelajahi destinasi alam, budaya, dan kuliner Sunda (SO1).	5,67
2	Mengalokasikan Dana untuk Pengembangan Wisata: Mengalokasikan sebagian dari anggaran lokakarya tahunan untuk mengembangkan paket wisata pencak silat dan kegiatan studi banding (WT1).	5,62
3	Berkolaborasi dengan Agen Perjalanan Wisata: Menjalin kemitraan dengan agen perjalanan wisata untuk mempromosikan dan mengelola paket wisata pencak silat (WO1).	4,88
4	Membentuk Divisi Khusus: Membentuk divisi khusus untuk melakukan pengembangan dan pengelolaan paket wisata pencak silat (WO2).	4,78
5	Memanfaatkan Saluran Promosi yang Ada: Memanfaatkan agenda lokakarya tahunan, website, dan platform media sosial untuk mempromosikan dan memperkenalkan paket wisata pencak silat (SO2).	4,71
6	Melibatkan Organisasi Pencak Silat Lainnya: Melibatkan organisasi pencak silat lainnya dalam aktualisasi paket wisata untuk memperkaya pengalaman dan mendorong kolaborasi (ST2).	4,55
7	Melakukan Promosi Melalui Acara Khusus: Mempromosikan paket wisata pencak silat melalui acara khusus di luar agenda lokakarya tahunan (ST1).	4,53

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan analisis QSPM didapat bahwa Garis Paksi dapat memprioritaskan empat strategi utama yang saling berhubungan dan saling mendukung. Strategi-strategi ini dapat diterapkan dalam jangka pendek hingga menengah. Peneliti menyarankan bahwa target ini dapat dicapai dalam waktu lima tahun.

Strategi pertama adalah membuat paket wisata pencak silat yang memungkinkan wisatawan merasakan pengalaman praktik pencak silat sekaligus menjelajahi destinasi alam, budaya, dan kuliner Sunda. Paket ini mencakup berbagai fasilitas, seperti akomodasi, pemandu wisata, makanan, minuman, dan souvenir. Integrasi daya tarik dan fasilitas dalam paket wisata dapat memudahkan pengelolaan layanan dan memastikan kepuasan wisatawan (Palguna et al., 2024). Di sisi lain, Garis Paksi dapat memberdayakan pengelola maupun anggota untuk menjadi penyelenggara dan pemandu paket wisata pencak silat. Begitu pula

pelaku bisnis kuliner, akomodasi, dan transportasi lokal dapat menyediakan produk dan jasa penunjang aktivitas wisatawan. Dengan demikian, paket wisata akan menghasilkan peningkatan pendapatan bagi masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya (Kristiana et al., 2019).

Kedua, sebagian dana lokakarya tahunan perlu dialokasikan untuk mengembangkan paket wisata pencak silat. Saat ini, Garis Paksi mengadakan lokakarya tahunan di Indonesia dan mancanegara dengan biaya yang relatif besar. Untuk mengoptimalkan penggunaan dana maka penyelenggaraan lokakarya perlu dipertimbangkan kembali dengan hanya dilaksanakan sebanyak satu kali (hanya di Indonesia atau di mancanegara). Kemudian, sebagian dana yang belum terpakai dapat dialihfungsikan untuk pengembangan paket wisata pencak silat dan studi banding ke negara penyelenggara wisata seni bela diri, contohnya Jepang. Studi banding dilakukan untuk mendapatkan pengetahuan dan masukan terkait pengembangan dan pengelolaan wisata seni bela diri.

Ketiga, perlu inisiasi kolaborasi antara Garis Paksi dengan agen perjalanan wisata untuk memfasilitasi pengemasan dan distribusi paket wisata kepada wisatawan. Agen perjalanan wisata merupakan mitra vital yang membantu membidik calon wisatawan (Adipratama et al., 2022). Dengan memanfaatkan pengalaman dan jangkauan pasar agen perjalanan wisata, Garis Paksi dapat lebih mudah melakukan penetrasi pasar. Pemilihan agen perjalanan harus didasarkan pada pengalaman, kredibilitas, skala dan kemudahan komunikasi. Selain itu, pengelola dapat memanfaatkan jaringan cabang internasional untuk berkolaborasi dengan agen perjalanan di berbagai negara.

Keempat, Garis Paksi perlu membentuk divisi khusus untuk mengelola paket wisata pencak silat dengan menggunakan sumber daya manusia yang ada. Pengembangan program wisata bukan berarti menghapus program pelatihan pencak silat reguler yang selama ini menjadi bagian inti dari Garis Paksi. Diferensiasi produk perlu dilakukan dalam usaha pariwisata untuk menarik minat wisatawan (Ermawati & Satiti, 2023; Lumanauw, 2024). Oleh karena itu, paket wisata adalah inovasi baru yang dirancang untuk meningkatkan peran Garis Paksi dalam melestarikan budaya Indonesia, khususnya seni bela diri tradisional di *Tatar Sunda*. Divisi ini harus beroperasi secara terpisah dari program pelatihan reguler untuk memastikan efektifitas pengelolaan pengembangan wisata. Tujuan, fungsi, dan struktur organisasi juga harus ditinjau kembali untuk mencegah tumpang tindih tanggung jawab dan mengurangi ketergantungan pada tokoh pendiri.

Sementara itu ketiga strategi lainnya yakni memanfaatkan saluran promosi yang ada, melibatkan organisasi pencak silat lainnya, dan melakukan promosi melalui acara khusus dapat dilaksanakan dalam jangka menengah hingga panjang. Garis Paksi memang telah memiliki saluran promosi yang baik untuk program latihan reguler seperti website, youtube dan instagram. Namun, Garis Paksi belum memiliki pengalaman mengelola wisata sehingga tidak disarankan untuk melakukan promosi wisata secara mandiri. Di sisi lain, promosi melalui acara khusus juga memerlukan biaya yang relatif besar. Begitu pula dengan upaya melibatkan organisasi pencak silat lainnya yang tentu membutuhkan banyak waktu dan penyesuaian.

KESIMPULAN

Pengembangan wisata seni bela diri telah dilakukan di beberapa negara. Hal ini menawarkan banyak manfaat, seperti memperkuat pelestarian seni bela diri, memperkenalkannya secara global dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Pencak silat merupakan seni bela diri tradisional Indonesia yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Garis Paksi, sebuah lembaga yang didedikasikan untuk melestarikan pencak silat di Jawa Barat, dapat meningkatkan upayanya dengan mengembangkan wisata seni bela diri berbasis pencak silat sebagai atraksi utama. Berdasarkan hasil analisis terdapat empat strategi yang direkomendasikan untuk implementasi jangka pendek hingga menengah. Strategi-strategi tersebut antara lain menyusun paket wisata pencak silat, mengalokasikan dana untuk pengembangan paket wisata dan studi banding, berkolaborasi dengan agen

perjalanan wisata dan membentuk divisi khusus untuk mengelola paket wisata pencak silat.

Penelitian ini berfokus pada langkah awal strategi pengembangan wisata pencak silat di Garis Paksi. Namun, kajian ini perlu didukung oleh penelitian yang lebih komprehensif. Adapun penelitian yang dapat dilakukan selanjutnya yaitu analisis pemangku kepentingan dan model pengelolaan wisata pencak silat. Penelitian mengenai pemangku kepentingan membantu mengidentifikasi aktor maupun institusi yang terlibat, berpengaruh dan dipengaruhi oleh pengembangan wisata pencak silat di Garis Paksi. Hal ini dapat dijadikan sebagai dasar kolaborasi antar pemangku kepentingan. Kemudian, penelitian mengenai model pengelolaan ditujukan untuk memberikan rekomendasi tata kelola wisata pencak silat yang tepat sehingga memberikan manfaat secara efektif bagi anggota Garis Paksi dan masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adipratama, I. W. R., Sutarma, I. G. P., & Susyarini, N. P. W. A. (2022). Analysis of Reservation Resources to Increase Room Sales at Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.56743/jstp.v7i1.325>
- Anak Agung Ngurah Wira Kusuma, I Nyoman Rajin Aryana, Budi Susanto, & Made Sudiarta. (2022). Marketing Communication Model to Enhance Hotel Brand Image. *International Journal of Travel, Hospitality and Events*, 1(1), 54–67. <https://doi.org/10.56743/ijothe.v1i1.7>
- Dimiyati, D., & Farhan, M. (2016). Pencak Silat as A Special Cultural Tourism Potential: A Case on Lembaga Pewarisan Pencak Silat (Pencak Silat Inheritance Institute)-Bandung. *Seminar Nasional Politik Dan Kebudayaan*, 257–263.
- Ediyono, S., Sukma Nugraha, R., Al, A., Ahmad, H., Budaya, F. I., & Sebelas Maret, U. (2022). Indonesian Pencak Silat Tradition Models as The Intangible Cultural Heritage of Humanity. *International Journal of Science and Applied Science: Conference Series P-ISSN*, 6(1).
- Ermawati, K. C., & Satiti, E. N. (2023). Strategi Pengembangan Lor Sambi Sebagai Wisata Outbond Di Yogyakarta. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 8(2), 135–144. <https://doi.org/10.56743/jstp.v8i2.271>
- Fatmawati, W. R., Bariyah, R. K., Zarkasih, R. T., Az Zahra, N., Rasyid, A. F., & Khairunnisa, E. (2023). Perkembangan Seni Bela Diri Maenpo Cikalong di Kabupaten Cianjur Tahun 1907-2019. *Pubmedia Social Sciences and Humanities*, 1(4). <https://doi.org/10.47134/pssh.v1i4.146>
- Hadiana, O., Subarjah, H., Ma'mun, A., Mulyana, M., Budi, D. R., & Rahadian, A. (2022). Pencak Silat Tapak Suci: Overview in A Historical Perspective of Muhammadiyah Autonomic Organizations in Indonesia. *JUARA: Jurnal Olahraga*, 7(2), 408–416. <https://doi.org/10.33222/juara.v7i2.1915>
- Harisudin, M., Adi, R. K., & Qonita, R. R. A. (2022). Synergy Grand Strategy Matrix, SWOT and QSPM as Determinants of Tempeh Product Development Strategy. *Journal of Sustainability Science and Management*, 17(8). <https://doi.org/10.46754/jssm.2022.08.004>
- Herawati, D., Rahmadinata, M. F., & Akbar, T. (2023). Eksistensi Silek Tuo Nagari Sungai Pua Dalam Fotografi Dokumenter. *VCoDe: Visual Communication Design Journal*, 2(2). <https://doi.org/10.26887/vcode.v2i2.3691>
- Istiqomah, T. K., & Rahmawati, F. (2021). Strategi Pengembangan Air Terjun Putuk Truno di Kabupaten Pasuruan Era Pandemi Covid-19 Menggunakan Metode Quantutative Strategic Planning Matrix (QSPM). *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 4(2), 2654–3894. <https://doi.org/10.17509/jithor.v4i2.%20October.35240>
- Ito, E. (2023). Aikido Tourism Development in Tanabe, Wakayama, Japan. *Tourism Cases*. <https://doi.org/10.1079/tourism.2023.0042>
- Jang, H.-Y., Park, H.-J., & Choe, S.-H. (2016). Cultural Tourism Product Development Research of Muju Taekwondo Institute. *Journal of Digital Convergence*, 14(2). <https://doi.org/10.14400/jdc.2016.14.2.351>
- Kristiana, Y., Lien, S., & Liauw, W. (2019). Pengembangan Paket Wisata di Desa Gombengsari

- Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 4(1), 12–24.
- Kusumo, E., & Lemy, D. M. (2021). Pengembangan Budaya Pencak Silat sebagai Atraksi Pariwisata Budaya di Indonesia (Studi pada Perguruan Pencak Silat Merpati Putih). *Jurnal Pariwisata Pesona*, 6(1), 75–80. <https://doi.org/10.26905/jpp.v6i1.5872>
- Liu, S., & Shu, H. (2020). Sustainable Cultural Tourism and Heritage Conservation in China: Case Studies of The Ancient Waterfront Towns in The South of The Yangtze River. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 241. <https://doi.org/10.2495/SDP200021>
- Lubis, D., Dzakhirah, J. Q., Mahanani, Y., & Nursyamsiah, T. (2023). How to Recover Halal Tourism Sectors Post-Covid-19 in Jakarta. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 17(2), 294–317. <https://doi.org/10.47608/jki.v17i22023.294-317>
- Lumanauw, N. (2024). Analisis Komponen Pariwisata 4A Di Desa Jatiluwih Bali. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 9(2), 94–104. <https://doi.org/10.56743/jstp.v9i2.368>
- Meng, L., & Teng, C. (2023). The Mythology of Chinese Martial Arts Tourism: A Case Study of the Shaolin Temple on Multiple Dimensions. In *New Frontiers in Translation Studies*. https://doi.org/10.1007/978-981-19-8425-9_2
- Mufida, I. N., & Ekawardhani, Y. A. (2022). Visual Analysis Of Pencak Silat Movements Modification Through Camera Techniques In The Raid 2 Movie. *ARTic*, 4(2). <https://doi.org/10.34010/artic.v4i2.8511>
- Ni Made Diantari, Ni Nyoman Triyuni, I Ketut Astawa, Nyoman Mastiani Nadra, & A. Agung Putu Swabawa. (2022). Promotion Strategy to Increase Room Occupancy during the Covid-19 Pandemic. *International Journal of Travel, Hospitality and Events*, 1(1), 15–28. <https://doi.org/10.56743/ijtohe.v1i1.4>
- Nugraha, Y. E., & Lema, E. C. (2021). Development Strategy of Matalafang Traditional Village as A Cultural Tourism Destination. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 4(1), 61–74. <https://doi.org/10.17509/jithor.v4i1.31075>
- Nugroho, S. S. (2021). Membumikan Madiun Kota Pendekar: Menggagas Kebijakan Pengembangan Wisata Budaya Berbasis Pencak Silat. *Proceeding of Conference on Law and Social Studies*.
- Palguna, I. G. R., Mudana, I. G., & Murni, N. G. N. S. (2024). Managing Economic Sustainability as a Part of Sustainable Tourism at Amarta Retreat and Recreation. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 9(1), 63–72. <https://doi.org/10.56743/jstp.v9i1.360>
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT: Teknik Membeda Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI* (23rd ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ridlo, U. (2023). *Metode Penelitian Studi Kasus: Teori dan Praktik* (A. Royani, Ed.). Publica Indonesia Utama.
- Rustiyanti, S., Listiani, W., & Ema M.N, A. (2023). Minang Folklore of Pencak Arts to Strengthen Mental Health in Indonesian Muslim Society. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 38(2), 216. <https://doi.org/10.31091/mudra.v38i2.2342>
- Satchapappichit, S., & Iesue, J. (2022). Motivation of Inbound Tourists to Learn Muay Thai in Thailand as a Destination Choice. *Ido Movement for Culture*, 22(2). <https://doi.org/10.14589/ido.22.2.8>
- Siswantoyo, & Kuswarsantyo. (2017). Pencak Silat Dance: Developing local Genius Values in The Perspective of Tourism Business Opportunity. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 15(24), 639–646. https://www.researchgate.net/publication/322401856_Pencak_silat_dance_Developin_g_local_genius_values_in_the_perspective_of_tourism_business_opportunity
- Situmeang, M. K., & Kusworo, H. A. (2020). Inovasi Kebijakan Sosial di Tingkat Lokal: Kapasitas Kelembagaan Panglima Laot dalam Pelaksanaan Program Bantuan Asuransi bagi Nelayan. *Journal of Social Development Studies*, 1(1), 27–39. <https://doi.org/10.22146/jsds.206>
- Skowron-Markowska, S., & Nowakowska, M. (2021). Chinese Destinations Related to Martial Arts Tourism from The UNESCO Perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 13(14).

- <https://doi.org/10.3390/su13147581>
- Sujati, B. (2020). Tradisi Budaya Masyarakat Islam di Tatar Sunda (Jawa Barat). *Ishlah: Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab Dan Dakwah*, 1(1), 37–51. <https://doi.org/10.32939/ishlah.v1i1.29>
- Xiao, X., Li, P., & Seekamp, E. (2024). Sustainable Adaptation Planning for Cultural Heritage in Coastal Tourism Destinations Under Climate Change: A Mixed-Paradigm of Preservation and Conservation Optimization. *Journal of Travel Research*, 63(1). <https://doi.org/10.1177/00472875221143479>
- Yulianti, Yuniati, A., Rini, N. A., & Rafli, Y. A. (2024). Analisis Dampak Pembangunan Infrastruktur Dan Peningkatan Pelayanan Di Dermaga Kali Adem Muara Angke Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Berwisata Ke Kepulauan Seribu. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 9(3), 184–193. <https://doi.org/10.56743/jstp.v9i3.435>

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ejurnal.umbima.ac.id Internet Source	1 %
2	minanews.net Internet Source	<1 %
3	id.scribd.com Internet Source	<1 %
4	Submitted to Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Student Paper	<1 %
5	Mulyadi Mulyadi. "ANALISIS PROMOSI DAN BRANDING UNTUK PENGUATAN EKSISTENSI KAMPUNG WAYANG KEPUHSARI, MANYARAN", KUAT : Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan, 2020 Publication	<1 %
6	core.ac.uk Internet Source	<1 %
7	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
8	Cep Ubad Abdullah, Shandra Rama Panji Wulung. "MULTILINGUALISME DI DUA DAYA TARIK WISATA IKONIK DI KAWASAN BANDUNG UTARA", Jurnal Pariwisata, 2021 Publication	<1 %
9	repository.upi.edu Internet Source	<1 %

10 N. Zaerpour, M. Rabbani, A.H. Gharehgozli, R. Tavakkoli-Moghaddam. "Make-to-order or make-to-stock decision by a novel hybrid approach", Advanced Engineering Informatics, 2008

Publication

<1 %

11 Lusi Wulan Safitri. "STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO CITRONG (CHEESE STICK TERONG) KELOMPOK WANITA TANI MENTARI BINAAN ORGANISASI IAAS LC UNPAD", Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis, 2020

Publication

<1 %

12 I Made Trisna Semara, Ni Made Ayu Natih Widhiarini, Ni Nengah Ariastini, Ni Luh Sri Mandari. "STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN BUDIDAYA RUMPUT LAUT SEBAGAI WISATA KONSERVASI DAN EDUKASI BERBASIS MASYARAKAT DI PANTAI PANDAWA", Jurnal Ilmiah Hospitality Management, 2018

Publication

<1 %

13 iiste.org

Internet Source

<1 %

14 kartodihardjo.files.wordpress.com

Internet Source

<1 %

15 repository.uksw.edu

Internet Source

<1 %

16 Amelia Priska Hontong, Tommy Fredy Lolowang, Agnes Estephina Loho. "STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA D'MOOAT DI DESA MOAT KECAMATAN MOOAT KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW TIMUR", AGRI-SOSIOEKONOMI, 2020

Publication

<1 %

17 adoc.pub

Internet Source

<1 %

18	digilib.uinsgd.ac.id Internet Source	<1 %
19	koran.tempo.co Internet Source	<1 %
20	mediaindonesia.com Internet Source	<1 %
21	menara62.com Internet Source	<1 %
22	niknikmkuntarto.blogspot.com Internet Source	<1 %
23	objekwisatatempat.blogspot.com Internet Source	<1 %
24	swarakawanua.com Internet Source	<1 %
25	tmfv.com.ua Internet Source	<1 %
26	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
27	Muhammad Nur. "PERENCANAAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN MENGGUNAKAN SWOT DI RSUD XYZ", Jurnal Teknik Industri Terintegrasi, 2020 Publication	<1 %
28	moam.info Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On