

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara dengan kekayaan alam yang luar biasa. Keberagaman adat dan budayanya menyebar luas dari Sabang sampai Merauke. Inilah yang menjadikan proses pengembangan sektor pariwisata dapat dijalankan secara masif. Pengembangan tersebut dibuktikan dengan jumlah akomodasi penunjang pariwisata yang meningkat setiap tahunnya (Badan Pusat Statistik, 2023). Sejalan dengan itu, kunjungan wisatawan juga turut mengalami peningkatan sebesar 22,01% (Badan Pusat Statistik, 2024). Hal tersebut mendukung pernyataan Akbulaev (2021) bahwa pariwisata akan terus berkembang secara dinamis baik di negara maju maupun negara berkembang.

Dari tiga puluh empat provinsi di Indonesia, Jawa Barat jadi salah satu provinsi favorit untuk tujuan wisata. Jawa Barat telah menjadi provinsi dengan jumlah kunjungan terbanyak kedua di Indonesia. Dengan wilayahnya yang luas, provinsi Jawa Barat memiliki banyak daya tarik wisata yang menarik. Tidak hanya di Ibukota Provinsi, masyarakat Jawa Barat yang kian kreatif juga sangat berpotensi untuk mengangkat sumber daya yang ada di berbagai daerah lainnya di Jawa Barat dan memanfaatkannya untuk menjadi sumber pendapatan mandiri melalui pariwisata (Asy'ari et al., 2021). Salah satu kota di Jawa Barat yang memiliki berbagai potensi wisata unggulan yaitu Kota Tasikmalaya.

Kota Tasikmalaya merupakan salah satu kota di Provinsi Jawa Barat yang turut berkembang melalui sektor pariwisata. Kota ini memiliki luas 183,14 km<sup>2</sup> dengan total 10 kecamatan, 69 kelurahan, serta terdapat 864 RW dengan total 3.634 RT. Secara astronomis, Kota Tasikmalaya memiliki koordinat 7° 10' - 7° 26'32" Lintang Selatan dan 108° 08'38" - 108° 24'02" Bujur Timur. Di bagian utara dan timur, kota ini berbatasan dengan Kabupaten Tasikmalaya dan Kabupaten Ciamis, sedangkan di bagian selatan dan barat berbatasan dengan Kabupaten Tasikmalaya. Kependudukan Kota Tasikmalaya pada tahun 2022

sebanyak 733.467 jiwa dengan kepadatan penduduk sebesar 4.005 jiwa/km<sup>2</sup>. Mayoritas penduduk Kota Tasikmalaya merupakan pemilik usaha, buruh/karyawan, dan pekerja keluarga (BPS Kota Tasikmalaya, 2024). Hal ini menunjukkan potensi ekonomi yang kuat dan beragam di kota tersebut.

Mutiara dari priangan timur merupakan julukan dari kota ini. Sesuai julukannya, diyakini bahwa dengan segala kekayaan alam serta pertumbuhan ekonomi kreatifnya, kota ini dapat menjadi pusat perkembangan perekonomian di priangan timur. Hampir 70% pusat bisnis, perdagangan jasa dan industri di Priangan Timur dan Selatan ada di Kota Tasikmalaya, artinya sepertiga lebih dari pusat perekonomian Jawa Barat berada di kota ini (Abdullah & Nugraha, 2020). Hal tersebut didukung oleh penetapan Kota Tasikmalaya sebagai salah satu kawasan wisata unggul di Jawa Barat, kota ini termasuk dalam kawasan wisata kriya dan budaya priangan karena keunggulannya dalam pembuatan cinderamata, sumber daya alam, dan fondasi budaya yang kuat (Diskominfo Provinsi Jawa Barat, 2023). Langkah pengembangan yang akan difokuskan oleh Kota Tasikmalaya selanjutnya adalah penyempurnaan infrastruktur fisik, pembinaan UMKM, dan sektor lainnya yang mendukung stabilitas serta pemulihan ekonomi dalam rangka mewujudkan kesejahteraan masyarakat (DPMPTSP Kota Tasikmalaya, 2023). Salah satu sektor yang menjadi fokus yaitu sektor pariwisata.

Kota Tasikmalaya memiliki potensi pariwisata yang beragam, meliputi destinasi alam, sejarah, dan kuliner, serta ditunjang oleh sentra produk lokal kreatif seperti payung geulis dan bordir. Dari total 56 destinasi wisata, 17 sudah dikembangkan dan 39 lainnya masih potensial, berhasil menarik banyak wisatawan. Meskipun sempat terhambat pandemi, jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Tasikmalaya menunjukkan peningkatan signifikan pada tahun-tahun berikutnya.

**Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik 2017-2023**

| Tahun | Wisatawan Mancanegara (orang) | Wisatawan Domestik (orang) | Jumlah  |
|-------|-------------------------------|----------------------------|---------|
| 2017  | 720                           | 577.800                    | 578.520 |

| Tahun | Wisatawan Mancanegara (orang) | Wisatawan Domestik (orang) | Jumlah  |
|-------|-------------------------------|----------------------------|---------|
| 2018  | 221                           | 650.332                    | 650.553 |
| 2019  | 124                           | 695.523                    | 695.647 |
| 2020  | 39                            | 344.384                    | 344.423 |
| 2021  | 6                             | 483.563                    | 483.569 |
| 2022  | 685                           | 642.097                    | 642.782 |
| 2023  | 691                           | 642.171                    | 642.862 |

(Sumber: Tasikmalaya Dalam Angka 2024)

Melihat potensi besar dan peningkatan wisatawan, Pemerintah Kota Tasikmalaya berupaya mendorong pengembangan pariwisata untuk memajukan destinasi dari aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan (Anindita, 2015). Pengembangan ini, menurut Paturusi (dalam Amerta, 2019), bertujuan meningkatkan daya tarik dan memberikan manfaat bagi wisatawan, industri, pemerintah, dan masyarakat lokal. Konsep Pariwisata Berkelanjutan dan *Life Cycle Thinking* (LCT), termasuk alat seperti LCA dan S-LCA (Herrero et al., 2022), menjadi krusial. Tahapan TALC (*Tourism Area Life Cycle*) oleh Buttlar (dalam Fauzi & Idris, 2024) dari eksplorasi hingga rejuvenasi menentukan keberlanjutan. Oleh karena itu, strategi pengembangan pariwisata yang komprehensif dan berkelanjutan sangat diperlukan untuk memastikan manfaat jangka panjang bagi semua pihak, dengan pengelola yang mampu memanfaatkan potensi secara tepat (Dariusman, 2016). Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan pariwisata yang komprehensif dan berkelanjutan untuk memastikan manfaat jangka panjang bagi seluruh pihak.

Dukungan pemerintah Kota Tasikmalaya dalam pengembangan wisata dapat dilihat dari salah satu upayanya melalui Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Kepariwisata. Peraturan Daerah ini mengatur mengenai destinasi wisata yang ada di Kota Tasikmalaya, izin usaha pariwisata yang harus dimiliki oleh pengelola wisata, promosi wisata yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Tasikmalaya, pembagian kawasan peruntukan pariwisata dan wilayah potensial lain, serta visi dan misi rencana pengembangan pariwisata Kota

Tasikmalaya hingga tahun 2025. Dipaparkan bahwa kawasan peruntukan pariwisata di Kota Tasikmalaya tergolong dalam 3 jenis wisata, yaitu wisata buatan dengan 2 lokasi, wisata alam dengan jumlah 5 lokasi, serta wisata budaya dengan total 9 lokasi. Dari kelima wisata alam yang dinaungi Pemerintah Kota Tasikmalaya, Situ Gede menjadi salah satu destinasi wisata alam favorit yang tergolong sebagai destinasi wisata alam yang telah dikembangkan.

Situ Gede adalah destinasi wisata alam utama Tasikmalaya. Danau seluas 47 hektar dengan kedalaman 1,5-6 meter ini dikelilingi hutan dan memiliki pulau di tengahnya. Di pulau seluas 1 hektar tersebut, terdapat Makam Eyang Prabudilaya, tokoh agama Islam Tasikmalaya. Selain jadi objek wisata, Situ Gede juga berfungsi sebagai sumber irigasi. Lokasinya strategis, hanya 30 menit dari pusat kota Tasikmalaya. Fasilitas yang tersedia meliputi gapura, loket, musala, toilet, jalur jogging, dan taman. Masyarakat lokal mencari nafkah di sini dengan kios, warung makan ikan khas Situ Gede, penyewaan rakit dan perahu motor, serta penangkapan ikan. Destinasi ini menawarkan wisata air, ziarah, olahraga, dan kuliner. Harga tiket masuknya relatif murah, hanya Rp5.000.

Supaya segala potensinya dapat dikembangkan dengan baik, lokasi ini membutuhkan dorongan lebih dalam fasilitas pendukung wisatanya dan penting juga untuk memastikan bahwa setiap langkah yang diambil atas perbaikan Situ Gede berlandaskan prinsip keberlanjutan (Insani, 2022). Menurut Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2021 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan, pedoman destinasi pariwisata berkelanjutan mencakup empat ruang lingkup, yaitu: (1) Pengelolaan berkelanjutan; (2) Keberlanjutan sosial dan ekonomi; (3) Keberlanjutan budaya; dan (4) keberlanjutan lingkungan. Agar berkelanjutan, pengelola atau pengambil kebijakan perlu memerhatikan empat poin tersebut dalam pengambilan langkah dan strategi pengembangan destinasi wisata yang dikelola. Situ Gede adalah aset alam yang belum dimanfaatkan sepenuhnya, tetapi memiliki potensi besar untuk mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat terutama warga dan pelaku usaha di lingkungan destinasi ini.

Salah satu wilayah yang menjadi bagian dari destinasi wisata Situ Gede adalah wilayah Kelurahan Linggajaya. Kelurahan ini termasuk dalam tingkat swasembada dengan luas wilayah 461,884 Ha. Kelurahan linggajaya memiliki jumlah penduduk sebanyak 19.141 jiwa dengan masyarakat usia produktif sebanyak 10.207 jiwa. Mayoritas masyarakat di daerah ini berprofesi sebagai pegawai swasta. Kelurahan ini memiliki beberapa desa, salah satu desa dengan lokasi paling dekat dan paling terdampak oleh pengembangan wisata Situ Gede yaitu Desa Maniis RT 004 Rw 005. Rata-rata masyarakat Desa Maniis bekerja sebagai pedagang di kawasan wisata Situ Gede. Pendapatan mereka bergantung pada kelangsungan wisata di kawasan tersebut.

Untuk menjaga potensi dan manfaat pengembangan pariwisata, proyek strategis revitalisasi Situ Gede dilaksanakan sebagai upaya meningkatkan antusiasme wisatawan serta berdampak kuat pada masyarakat lokal dan pelaku usaha. Menurut laman DSDA Provinsi Jawa Barat (2023), proyek ini bertujuan mengembangkan pariwisata air dan menambah ruang publik demi meningkatkan indeks kebahagiaan masyarakat. Dilaksanakan dalam dua tahap, fase pertama yang dimulai tahun 2022 dan diresmikan Januari 2023 oleh Ridwan Kamil, difokuskan pada perbaikan infrastruktur dasar seperti kios pedagang, masjid, toilet, ruang laktasi, pusat informasi, loket tiket, area parkir, serta perbaikan gerbang masuk kendaraan dan pejalan kaki.



Gambar 1. 1 Sebelum dan Sesudah Revitalisasi Situ Gede Tahap 1

*(Sumber: ayotasik.com, 2020 & jabar.tribunnews.com, 2023)*

Gambar 1.1 di sebelah kiri menggambarkan kondisi kios-kios pelaku usaha sebelum direvitalisasi. Kios-kios ini berlokasi tepat setelah gerbang masuk destinasi wisata Situ Gede Tasikmalaya. Pelaku usaha di wilayah ini rata-rata merupakan pemilik warung makan yang menjajakan wisata kuliner yang menjadi salah satu unggulan di destinasi ini. Kondisinya biasanya selalu ramai terutama saat hari libur. DSDA Provinsi Jawa Barat dalam melakukan revitalisasi ini menjalankan relokasi terhadap pelaku usaha yang berada di kawasan revitalisasi. Sedangkan gambar sebelah kanan menunjukkan hasil proyek revitalisasi yang telah rampung di tahap pertama. Kondisinya jauh lebih tertata, juga terdapat fasilitas-fasilitas dasar seperti yang direncanakan.

Namun, proyek revitalisasi ini juga menghadapi berbagai kendala dan tantangan dalam pelaksanaannya. Dilansir dari laman berita Kabar Priangan (2023), masyarakat sekitar menilai bangunan revitalisasi tidak tepat guna, dari segi desain yang tidak bisa menahan air hujan hingga fasilitas-fasilitas lainnya yang dinilai asal-asalan sehingga dirasa kurang layak dan kurang nyaman digunakan untuk ditempati usaha mereka. Berita lain dari laman inilahtasik.com (2023) mendukung pernyataan tersebut, karena dikabarkan masyarakat serta pelaku usaha di destinasi wisata Situ Gede Tasikmalaya menemukan bahwa terdapat kerusakan pada bagian plafon karena bangunan diterpa angin kencang. Hal tersebut membuat masyarakat dan pelaku usaha di destinasi wisata semakin merasa bangunan revitalisasi yang seharusnya diperuntukan sebagai kios untuk mereka tidak layak digunakan sehingga belum bisa dimanfaatkan dengan baik meskipun pembangunan tahap 1 telah rampung. Dilansir dari laman berita Media Indonesia (2023), Kepala Dinas Sumber Daya Air (DSDA) Provinsi Jawa Barat, Dicky Ahmad Sidik, menjelaskan bahwa berdasarkan rencana, revitalisasi Situ Gede Tasikmalaya baru mencapai 25-30% dari total kebutuhan anggaran dan kelanjutan revitalisasi kemungkinan akan dilanjutkan pada 2024 tergantung ketersediaan anggaran. Sementara tahap 1 dianggap sudah rampung, masih ada jeda waktu sementara untuk pemeliharaan sampai pada waktunya proyek revitalisasi dilanjutkan ke tahap selanjutnya dimana para pelaku usaha dijanjikan

kios-kios yang lebih layak dan pembangunan sarana lain. Oleh karena itu peneliti menganggap proyek revitalisasi ini masih dalam proses. Secara keseluruhan proyek revitalisasi Situ Gede memiliki potensi besar untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan jumlah wisatawan dan peluang usaha baru bagi masyarakat sekitar. Namun, proses revitalisasi ini tidak hanya membawa manfaat, tetapi juga tantangan bagi pelaku usaha di kawasan wisata tersebut. Perubahan yang terjadi selama proses revitalisasi seringkali memaksa mereka untuk menyesuaikan diri demi mempertahankan pendapatan dan kelangsungan usaha mereka.

Peneliti akan mengkaji strategi adaptasi pelaku usaha selama revitalisasi Situ Gede. Studi ini mengacu pada penelitian Manik & Suriadi (2023) tentang "Strategi Adaptasi Pelaku Usaha Wisata Selama Masa Pandemi Covid-19." Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha di Kebun Teh Sidamanik beradaptasi akibat penurunan wisatawan dan pendapatan drastis. Strategi mereka meliputi: strategi aktif (pekerjaan tambahan, kembali ke pertanian, melibatkan keluarga, hidup hemat, mengurangi pengeluaran sampingan) dan strategi jaringan (meminjam uang dari kerabat, memanfaatkan bantuan pemerintah). Penurunan wisatawan yang drastis menjadi pemicu utama adaptasi ini.

Studi-studi sebelumnya telah menyoroti strategi adaptasi pelaku usaha pariwisata dalam menghadapi kesulitan, seperti penelitian oleh Chyntia & Fitriani (2021) yang berjudul "Strategi Bertahan Hidup Pedagang di kawasan wisata Pacu Jalur Era Pandemi COVID-19." Berlokasi di Kabupaten Kuantan Singingi, daerah yang mayoritas penduduknya adalah pedagang yang bergantung pada festival Pacu Jalur untuk menarik wisatawan, pandemi menyebabkan penurunan drastis jumlah pengunjung dan pembatalan festival, sehingga menimbulkan tekanan ekonomi hebat. Untuk bertahan, para pedagang menerapkan strategi aktif seperti mengganti lokasi usaha, strategi pasif seperti berhemat dan mengatur pengeluaran keluarga, serta strategi jaringan seperti berhutang pada kerabat dan memanfaatkan bantuan pemerintah, membuktikan ketahanan mereka di tengah dampak negatif pandemi.

Dampak revitalisasi pasar dan perkembangan e-commerce juga erat kaitannya dengan strategi adaptasi pedagang. Penelitian Arivah & Hendrastomo (2024) berjudul "Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Muntilan Dalam Menghadapi Revitalisasi Dan Maraknya Penggunaan E-Commerce" menunjukkan bahwa revitalisasi Pasar Muntilan, khususnya perubahan lokasi dan tata letak, sempat membingungkan konsumen dan menurunkan pendapatan pedagang kebutuhan tersier. Ditambah lagi, mereka juga menghadapi gempuran e-commerce. Untuk bertahan dan berkembang, pedagang menerapkan strategi seperti memberikan pelayanan prima, menjual produk berkualitas dengan harga terjangkau, serta memanfaatkan media sosial untuk promosi. Mereka juga menarik pembeli dengan diskon, hadiah, dan diversifikasi produk mengikuti tren. Strategi ini berhasil berkat dukungan modal sosial yang kuat di antara pedagang, serta solidaritas dan inovasi produk yang memungkinkan mereka mengatasi tantangan revitalisasi dan persaingan e-commerce.

Berbeda dengan studi sebelumnya yang fokus pada adaptasi saat pandemi, penelitian ini menyoroti strategi adaptasi pelaku usaha selama revitalisasi Situ Gede. Sebelumnya, Manik & Suriadi (2023) meneliti adaptasi di Kebun Teh Sidamanik yang terdampak penurunan wisatawan drastis, dengan strategi meliputi pekerjaan tambahan, penghematan, dan pemanfaatan jaringan sosial. Serupa, Chyntia & Fitriani (2021) menemukan pedagang di Pacu Jalu mengandalkan strategi aktif, pasif, dan jaringan untuk menghadapi tekanan ekonomi pandemi. Pada penelitian lain, meskipun Arivah & Hendrastomo (2024) mengkaji adaptasi pedagang Pasar Muntilan terhadap revitalisasi dan e-commerce serta menyoroti strategi seperti pelayanan baik, promosi media sosial, dan diversifikasi produk, studi tersebut tidak mendalami faktor internal dan eksternal pendorongnya. Berbeda dengan itu, penelitian ini akan fokus pada revitalisasi Situ Gede yang bertahap dan menggali faktor-faktor penyebab adaptasi pelaku usaha, menawarkan perspektif baru mengenai dinamika adaptasi dalam perubahan lingkungan wisata.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mendalami strategi adaptasi pelaku usaha selama revitalisasi Situ Gede, yang mencakup aspek

ekonomi, sosial, dan lingkungan, serta mengungkap data subjektif dan objektif. Kombinasi ini penting untuk memahami pengaruh motivasi, latar belakang, dan sumber daya terhadap adaptasi. Berlandaskan teori strategi adaptasi Edi Suharto (dalam Chyntia & Fitriani, 2021) yang membagi strategi menjadi aktif, pasif, dan jaringan, pendekatan ini relevan untuk memahami bagaimana pelaku usaha memanfaatkan sumber daya, mengurangi pengeluaran, dan membangun hubungan sosial untuk bertahan di tengah perubahan, sekaligus menjelaskan respons mereka terhadap tantangan dan peluang selama revitalisasi.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, penulis menganggap penelitian ini perlu dilakukan untuk memberikan wawasan kepada pelaku usaha di kawasan destinasi lain tentang bagaimana strategi adaptasi yang efektif dapat diterapkan dalam situasi serupa. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pemerintah dan pengelola kawasan wisata untuk merancang kebijakan yang lebih inklusif dan mendukung keberlanjutan ekonomi masyarakat lokal. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi dalam memahami strategi adaptasi pelaku usaha tetapi juga dalam mendorong pengelolaan destinasi wisata yang lebih baik. Penelitian ini memiliki judul  
-ANALISIS STRATEGI ADAPTASI PELAKU USAHA SELAMA PROSES REVITALISASI SITU DI TASIKMALAYA.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat disimpulkan beberapa rumusan masalah yang akan dikaji secara mendalam dalam penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana faktor yang mendorong pelaku usaha di destinasi wisata Situ Gede Tasikmalaya untuk beradaptasi selama proses revitalisasi?
- 2) Bagaimana strategi adaptasi pelaku usaha dalam proses revitalisasi Situ Gede Tasikmalaya?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disimpulkan, dapat ditarik poin-poin yang menjadi tujuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- 1) Mengetahui faktor-faktor yang mendorong pelaku usaha di destinasi wisata Situ Gede Tasikmalaya untuk beradaptasi selama proses revitalisasi.
- 2) Mengetahui strategi adaptasi pelaku usaha dalam proses revitalisasi Situ Gede Tasikmalaya

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang peneliti harapkan dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1.4.1. Segi Teoritis

Penelitian ini memiliki tujuan untuk meningkatkan pemahaman terkait faktor penyebab adaptasi dan cara pelaku usaha di lingkungan destinasi wisata dalam menghadapi perubahan-perubahan yang timbul selama proses revitalisasi. Dalam penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan terkait pola pikir, sudut pandang, dan praktik pelaku usaha di kawasan destinasi pariwisata dalam menghadapi perubahan lingkungan yang signifikan. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan dukungan kepada pemerintah dan *stakeholder* dalam merancang kebijakan yang lebih efektif dikemudian hari. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi penelitian lain di bidang serupa.

#### 1.4.2. Segi Praktis

- 1) Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat dalam menambah ilmu pengetahuan terkait strategi adaptasi pelaku usaha selama proses revitalisasi di Situ Gede Tasikmalaya.
- 2) Bagi Pendidikan di ranah Kepariwisata, penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang kaitan antara teori sosial dengan manajemen destinasi wisata.

- 3) Bagi pelaku usaha di kawasan destinasi wisata, penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman lebih atas perubahan yang mereka alami, menambah wawasan, serta menjadi acuan dalam menyusun langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi di destinasi wisata.
- 4) Bagi masyarakat, terutama pada masyarakat yang memiliki rencana untuk menjadi pelaku usaha di destinasi wisata, penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman terkait dinamika yang dapat terjadi pada pelaku usaha di destinasi wisata serta bagaimana strategi mereka untuk beradaptasi.
- 5) Bagi pemerintah dan pengelola kawasan, penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pembuat kebijakan terkait dengan pelaku usaha di destinasi wisata, terutama Situ Gede Tasikmalaya. Informasi yang diperoleh diharapkan dapat membantu pemerintah dan pengelola dalam merumuskan kebijakan yang lebih baik bagi pelaku usaha di destinasi wisata.

### **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Untuk menjaga agar penelitian tetap fokus dan tidak mengalami pelebaran pembahasan, perlu ditetapkan ruang lingkup penelitian. Penelitian ini berfokus pada pelaku usaha di destinasi wisata Situ Gede Tasikmalaya yang terdampak langsung oleh proses revitalisasi. Penelitian ini membatasi cakupan pada dua fokus utama yaitu faktor internal dan eksternal yang menjadi penyebab pelaku usaha memilih untuk beradaptasi serta strategi adaptasi yang mereka terapkan berdasarkan teori Edi Suharto (dalam Chyntia & Fitriani, 2021) yaitu strategi aktif, strategi pasif, dan strategi jaringan. Penelitian ini berfokus pada proses adaptasi pelaku usaha selama revitalisasi tahap satu di Situ Gede Tasikmalaya, serta pada masa jeda hingga pembangunan selanjutnya. Batasan ini bertujuan untuk memberikan gambaran mendalam mengenai dinamika adaptasi pelaku usaha di tengah perubahan akibat revitalisasi.