

Strategi Pengembangan Wisata Cagar Budaya Benteng Speelwijk Kota Serang

R. P. Putri¹ M.Rahdriawan¹

¹ Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Diponegoro, Indonesia

Article Info:

Received: 20 July 2023

Accepted: 14 March 2024

Available Online: 04 June 2025

Keywords:

Tourism development; Cultural heritage; Strategy; SWOT analysis

Corresponding Author:

Ratna Paramita Putri
Diponegoro University,
Semarang, Indonesia
Email:
ratnaparamitap223@gmail.com

Abstract: Cultural heritage tourism is tourism that has historical or cultural significance. Serang City has a lot of potential tourism, including cultural heritage tourism from the Banten Sultanate, Speelwijk Fort. Speelwijk Fort is designated a cultural heritage building category with RNCB number CB 990 based on Keputusan Menteri Nomor 139/M/1998. However, Speelwijk Fort's cultural heritage tourism has obstacles that can reduce visitor satisfaction. This research was conducted to formulate a development strategy for cultural heritage tourism of Speelwijk Fort based on tourism support components, which consist of tourist attractions, accessibility, regional image, amenity, and ancillary services. This research is quantitative with the analysis technique, namely IFAS-EFAS analysis and SWOT analysis. The data used in this study were obtained from distributing questionnaires, observations, interviews, and document reviews. Based on the results of the analysis using the SWOT matrix, this study recommends six strategies, namely increasing cultural tourism activities that can be done by adding tourist support facilities; developing communities through empowerment; improving the quality of the area, buildings, and supporting facilities with support from the government; increasing promotion and information on cultural heritage tourism of Speelwijk Fort; campaigning for the importance of caring for and preserving cultural heritage; and improving and optimizing accessibility and infrastructure supporting tourism of Speelwijk Fort.

Copyright © 2025 JTPWK-UNDIP

This open access article is distributed under a
Creative Commons Attribution (CC-BY-NC-SA) 4.0 International license.

How to cite (APA 6th Style):

Putri, Ratna Paramita, and Mardwi Rahdriawan. 2025. "Strategi Pengembangan Wisata Cagar Budaya Benteng Speelwijk Kota Serang." *Jurnal Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Dan Kota)* 14(2):56-64.

1. PENDAHULUAN

Pariwisata secara harfiah disebut sebagai aktivitas mengunjungi tempat-tempat untuk bersenang-senang (Hall and Williams, 2019 dalam Revida et al., 2020). Pariwisata memiliki beberapa jenis, salah satunya pariwisata budaya (cagar budaya). Menurut *The National Trust for Historic Preservation* dalam Yuliati et al. (2018), wisata cagar budaya/*heritage* merupakan perjalanan untuk merasakan tempat, artefak, serta aktivitas yang secara otentik mewakili cerita/orang dimasa lalu, maka dapat disimpulkan bahwa wisata cagar budaya merupakan wisata yang mempunyai nilai budaya atau nilai historis dan mempunyai peran yang penting pada pelestarian cagar budaya. Dalam pengembangan wisata cagar budaya dipengaruhi oleh komponen penunjang pariwisata cagar budaya yang terdiri atas daya tarik wisata, aksesibilitas, citra kawasan, amenities, dan *ancillary services*.

Wisata cagar budaya di Indonesia tersebar di berbagai daerah, salah satunya Benteng *Speelwijk* di Kota Serang. Benteng *Speelwijk* yang merupakan bagian dari Kawasan Banten Lama ini ditetapkan sebagai cagar budaya kategori bangunan dengan nomor RNCB yaitu CB 990. Benteng *Speelwijk* ini merupakan peninggalan Kesultanan Banten yang termasuk ke dalam Kawasan Banten Lama. Sejak

tahun 2018, wisata cagar budaya Kawasan Banten Lama termasuk Benteng *Speelwijk* sedang dalam proses pengembangan yaitu dengan direvitalisasinya kawasan ini dan sudah mulai dibuka untuk umum. Selain itu, terdapat pula rencana pembangunan jangka menengah daerah yang dicanangkan pada tahun 2018-2023 yaitu membuat destinasi wisata di Kota Serang "*The City of Heritage*". Namun, masih terdapat banyak kekurangan di Benteng *Speelwijk* meskipun benteng ini sudah direvitalisasi. Revitalisasi yang dilakukan pada Benteng *Speelwijk* hanya memperbaiki dan menata lingkungan sekitar benteng, namun belum merevitalisasi bangunan benteng karena masih terdapat coretan pada dinding bangunan benteng dengan menggunakan cat semprot dan kendala lainnya berkaitan dengan kurang adanya informasi tentang sejarah dan bagian-bagian benteng. Selain itu, lingkungan di dalam benteng yang kurang bersih karena masih banyak sampah yang dibuang sembarangan. Kekurangan lain pada Benteng *Speelwijk* ialah fungsi cagar budaya yang disalahgunakan dengan bermain bola di dalam benteng tersebut dan sempitnya lahan parkir. Dan kendala lain pada wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk* ini kurangnya informasi dan promosi terkait benteng tersebut.

Selain memiliki kekurangan dari dalam (internal), Benteng *Speelwijk* juga memiliki kendala dalam pengembangannya yang berasal dari luar (eksternal). Kendala tersebut yaitu terdapat pesaing pariwisata cagar budaya yang lebih terkenal di Kota Serang, seperti Masjid Agung Banten. Selanjutnya, terdapat kendala kurangnya minat masyarakat untuk mengunjungi wisata cagar budaya, karena belum adanya transportasi umum dan tidak adanya penunjuk jalan untuk menuju Benteng *Speelwijk*. Hal ini tentu dapat menyulitkan pengunjung untuk mengunjungi wisata Benteng *Speelwijk* karena waktu tempuh yang lama, serta sulit mencapai objek wisata lain dan bagian-bagian lain di Kota Serang. Kedua faktor ini, tentu menjadi faktor yang menyebabkan pengembangan wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk* masih belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk* di Kota Serang berdasarkan komponen penunjang pariwisata.

2. DATA DAN METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data terdiri atas wawancara, penyebaran kuesioner, observasi, dan telaah dokumen. Teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 30 sampel dari pengunjung Wisata Benteng *Speelwijk*. Penentuan sampel ini didasarkan pada teori Louangrath (2014) yang mengemukakan metode untuk mengetahui ukuran sampel jika tidak mengetahui jumlah pasti dari populasi yaitu MNP (*Multistage Nonfinite Population*) atau n -omega ($n\omega$). Penentuan ukuran sampel minimum dengan metode ini sangat efisien yaitu ukuran sampel paling sedikit ialah 30 ($n \geq 30$). Pada penelitian ini menggunakan 2 teknik analisis, yaitu analisis IFAS-EFAS dan analisis SWOT. Teknik analisis IFAS digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal komponen penunjang Wisata Benteng *Speelwijk*. Di sisi lain, teknik analisis EFAS digunakan untuk mengidentifikasi faktor eksternal komponen penunjang Wisata Benteng *Speelwijk*. Hasil dari identifikasi faktor internal dan eksternal akan dianalisis kembali menggunakan analisis SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan Wisata Benteng *Speelwijk* berdasarkan komponen penunjang pariwisata.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Identifikasi Faktor Internal Komponen Penunjang Wisata Benteng *Speelwijk*

Berdasarkan hasil analisis identifikasi faktor internal komponen penunjang Wisata Benteng *Speelwijk*, dapat diketahui bahwa Wisata Benteng *Speelwijk* memiliki potensi untuk dikembangkan. Hal ini dikarenakan nilai keseluruhan dari faktor kekuatan lebih besar dibandingkan dengan nilai keseluruhan dari faktor kelemahan, sehingga Wisata Benteng *Speelwijk* memiliki kekuatan dari dalam untuk mengatasi kelemahan dari dalam. Nilai keseluruhan dari faktor kekuatan yaitu sebesar 1,561, sedangkan nilai keseluruhan dari faktor kelemahan yaitu sebesar 1,270. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan juga bahwa faktor kekuatan yang paling mempengaruhi pengembangan Wisata

Benteng *Speelwijk* ini yaitu kondisi kebudayaan pada Wisata Benteng *Speelwijk* yang sudah cukup baik dengan adanya revitalisasi yang memiliki nilai sebesar 0,245. Di sisi lain, faktor kelemahan yang paling mempengaruhi pengembangan Wisata Benteng *Speelwijk* yaitu fasilitas penunjang berupa lahan parkir yang sempit dengan nilai sebesar 0,222.

Tabel 1. Analisis Matriks IFAS (Analisis,2023)

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Ranking
Kekuatan				
Kondisi kebudayaan yang cukup baik	0.081	3.033	0.245	Terbesar
Jenis wisata budaya yang menarik untuk dikunjungi	0.078	3.067	0.239	Kedua
Banyak aktivitas wisata yang dapat dilakukan	0.075	3.067	0.228	Ketiga
Tiket masuk wisata gratis	0.071	3.133	0.223	Keempat
Sudah terdapat fasilitas ibadah berupa Musholla	0.077	2.733	0.211	Kelima
Adanya fasilitas pendukung berupa pos penjaga	0.073	2.867	0.210	Keenam
Harga tiket parkir yang relatif murah	0.067	3.067	0.205	Ketujuh
Jumlah	0.523		1.561	
Kelemahan				
Lahan parkir yang sempit	0.080	2.767	0.222	Terbesar
Keadaan dan kondisi bangunan yang kurang terawat, masih adanya tembok benteng yang dicoret-coret dengan menggunakan cat semprot	0.078	2.833	0.221	Kedua
Keadaan dan kondisi kawasan yang kurang bersih, masih terdapat beberapa bagian yang berserakan sampah	0.082	2.667	0.218	Ketiga
Belum adanya pusat informasi terkait sejarah benteng	0.078	2.700	0.211	Keempat
Kurangnya kegiatan promosi wisata	0.079	2.567	0.202	Kelima
Toilet dengan kondisi yang kurang bersih	0.081	2.433	0.197	Keenam
Jumlah	0.477		1.270	

Analisis Identifikasi Faktor Eksternal Komponen Penunjang Wisata Benteng *Speelwijk*

Berdasarkan hasil dari analisis identifikasi faktor eksternal komponen penunjang Wisata Benteng *Speelwijk* dapat disimpulkan bahwa Wisata Benteng *Speelwijk* kurang berpotensi untuk dikembangkan. Hal ini dikarenakan nilai keseluruhan dari faktor ancaman lebih besar dibandingkan dengan nilai keseluruhan dari faktor peluang. Nilai keseluruhan faktor ancaman yaitu sebesar 1,382, sedangkan nilai keseluruhan dari faktor peluang yaitu sebesar 1,274. Wisata Benteng *Speelwijk* harus menghadapi ancaman dari luar yang merugikan dengan sedikitnya peluang yang menguntungkan Wisata Benteng *Speelwijk*. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa faktor peluang yang paling mempengaruhi pengembangan Wisata Benteng *Speelwijk* yaitu berupa adanya dukungan dari masyarakat untuk ikut menjaga dan mengelola Wisata Benteng *Speelwijk* dengan nilai sebesar 0,277. Di sisi lain, faktor ancaman yang paling mempengaruhi pengembangan Wisata Benteng *Speelwijk* yaitu berupa belum adanya penunjuk jalan menuju Wisata Benteng *Speelwijk* dengan nilai sebesar 0,263. (Tabel 2).

Analisis Strategi Pengembangan Wisata Benteng *Speelwijk*

Diagram SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dibuat bertujuan mengetahui posisi pengembangan wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk* terdapat pada kuadran berapa dan strategi yang dapat diterapkan. Koordinat sumbu X didapatkan dari nilai kekuatan dijumlahkan dengan nilai kelemahan. Sedangkan, koordinat sumbu Y didapatkan dari nilai peluang dijumlahkan dengan nilai ancaman. Skor kekuatan dan peluang memiliki nilai yang positif karena memberikan keuntungan

kepada wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk*. Sedangkan, skor kelemahan dan ancaman memiliki nilai yang negatif karena dapat merugikan wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk*.

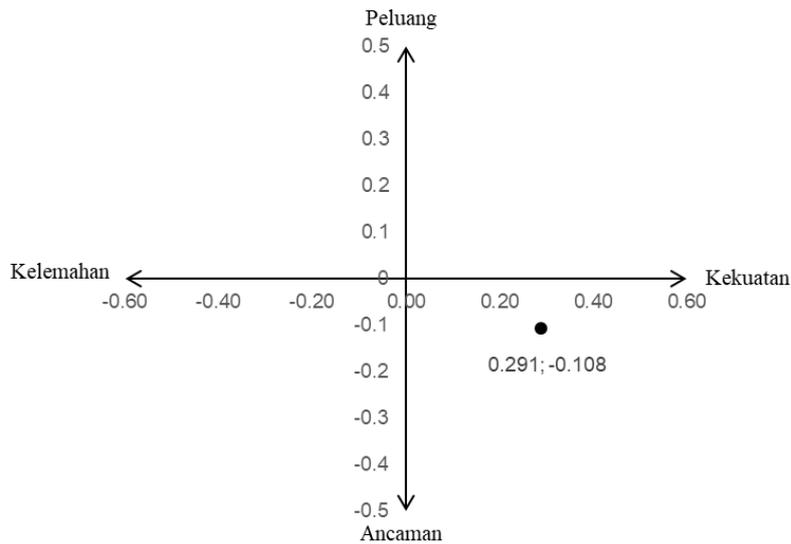
Berdasarkan hasil penjumlahan faktor eksternal dan internal tersebut, dapat dihasilkan bahwa posisi wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk* berada pada kuadran II dalam diagram SWOT. Kuadran II merupakan kondisi dimana wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk* masih memiliki kekuatan dari dalam walaupun harus menghadapi segala macam ancaman dari luar. Strategi yang dapat dilakukan dalam kondisi ini ialah memakai kekuatan dari dalam sehingga dapat menggunakan peluang yang ada dalam jangka panjang dengan strategi diversifikasi pasar/produk (Rangkuti, 2006).

Tabel 2. Analisis Matriks EFAS (Analisis,2023)

Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Ranking
Peluang				
Adanya dukungan dari masyarakat untuk ikut menjaga dan mengelola wisata Benteng <i>Speelwijk</i>	0.096	2.90	0.277	Terbesar
Adanya dukungan pemerintah untuk merevitalisasi dan mengelola wisata Benteng <i>Speelwijk</i>	0.099	2.73	0.271	Kedua
Adanya dukungan dari POKDARWIS untuk ikut mengelola wisata Benteng <i>Speelwijk</i> dalam aspek pemanfaatan	0.091	2.77	0.253	Ketiga
Harga makanan yang relatif terjangkau	0.090	2.93	0.245	Keempat
Jarak dan waktu tempuh menuju wisata Benteng <i>Speelwijk</i> yang cukup baik	0.078	2.80	0.228	Kelima
Jumlah	0.453		1.274	
Ancaman				
Belum adanya penunjuk jalan menuju wisata Benteng <i>Speelwijk</i>	0.100	2.633	0.263	Terbesar
Kondisi jalan menuju wisata Benteng <i>Speelwijk</i> yang tidak rata (ada beberapa bagian ruas jalan yang ditambal)	0.098	2.567	0.252	Kedua
Sulitnya mencari angkutan umum menuju wisata Benteng <i>Speelwijk</i>	0.096	2.333	0.223	Ketiga
Tidak adanya akomodasi di sekitar Benteng <i>Speelwijk</i>	0.087	2.533	0.221	Keempat
Sedikitnya rumah makan/warung di kawasan wisata Benteng <i>Speelwijk</i> . Rumah makan/warung banyak ditemui di seberang wisata (di kawasan Vihara Avalokitesvara Banten)	0.085	2.567	0.219	Kelima
Belum adanya pusat perbelanjaan oleh-oleh/cinderamata	0.080	2.533	0.204	Keenam
Jumlah	0.547		1.382	

Setelah mengetahui posisi wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk* pada diagram SWOT, selanjutnya dianalisis strategi yang tepat dengan membuat matriks SWOT. Matriks SWOT dapat merumuskan strategi dengan menggambarkan bagaimana faktor dari luar berupa peluang dan ancaman yang dihadapi wisata Benteng *Speelwijk* dapat disesuaikan dengan faktor dari dalam berupa kelemahan dan kekuatan wisata Benteng *Speelwijk* (Rangkuti, 2006). Perumusan strategi menggunakan matriks SWOT ini dilakukan dengan 2 cara yaitu untuk menyelesaikan masalah yang terdapat pada Wisata Benteng *Speelwijk* berupa kelemahan dan ancaman serta dengan memperkuat potensi-potensi yang terdapat pada Wisata Benteng *Speelwijk* berupa kekuatan dan peluang. Pada tabel matriks SWOT ini faktor-faktor yang menjadi potensi dan masalah sudah diurutkan dari yang 61 terbesar berdasarkan hasil analisis identifikasi faktor internal dan eksternal komponen penunjang Wisata Benteng *Speelwijk*. Faktor-faktor internal yang sudah dituliskan di dalam matriks SWOT kemudian akan dikombinasikan dan digabungkan dengan faktor-faktor eksternal sehingga menghasilkan strategi yang dapat diterapkan pada Wisata Benteng *Speelwijk*.

Gambar 1. Analisis Diagram SWOT (Analisis, 2023)



Tabel 3. Analisis Matriks SWOT(Analisis, 2023)

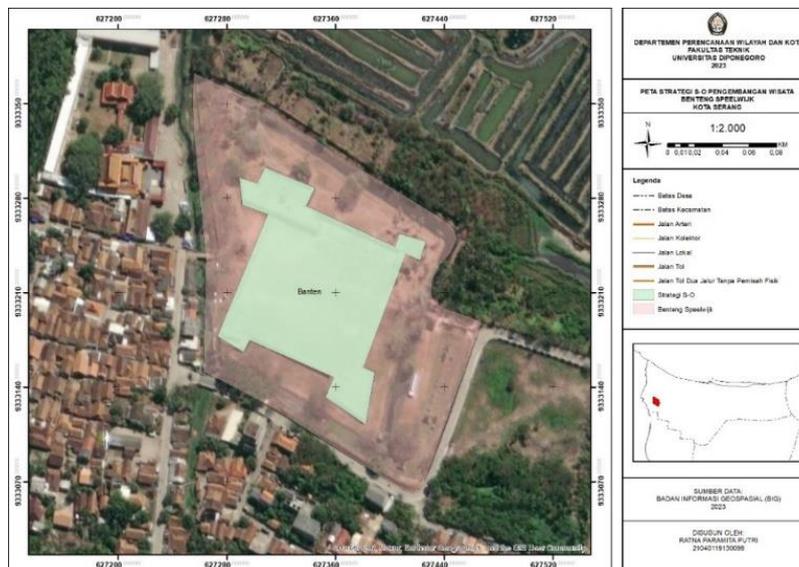
Faktor Internal	Strengths (S)	Weaknesses (W)
Faktor Eksternal		
Opportunities (O) 1. Adanya dukungan dari masyarakat untuk ikut menjaga dan mengelola wisata Benteng <i>Speelwijk</i> 2. Adanya dukungan pemerintah untuk merevitalisasi dan mengelola wisata Benteng <i>Speelwijk</i> 3. Adanya dukungan dari POKDARWIS untuk ikut mengelola wisata Benteng <i>Speelwijk</i> dalam aspek pemanfaatan 4. Harga makanan yang relatif terjangkau 5. Jarak dan waktu tempuh menuju wisata Benteng <i>Speelwijk</i> yang cukup baik	1. Meningkatkan aktivitas wisata yang dapat dilakukan dengan penambahan fasilitas penunjang wisata cagar budaya (S1, S2, S3, O1, O2, O3)	1. Meningkatkan kualitas kawasan dan bangunan serta fasilitas penunjang wisata Benteng <i>Speelwijk</i> dengan adanya dukungan dari pemerintah (W1, W2, W3, W4, W6, O2) 2. Meningkatkan promosi dan informasi wisata cagar budaya Benteng <i>Speelwijk</i> (W4, W5, O1, O2, O3) 3. Mengkampanyekan kepada masyarakat pentingnya merawat dan melestarikan cagar budaya (W2, W3, O1, O3)
Threats (T) 1. Belum adanya penunjuk jalan menuju wisata Benteng <i>Speelwijk</i> 2. Kondisi jalan menuju wisata Benteng <i>Speelwijk</i> yang tidak rata (ada beberapa bagian ruas jalan yang ditambal) 3. Sulitnya mencari angkutan umum menuju wisata Benteng <i>Speelwijk</i> 4. Tidak adanya akomodasi di sekitar Benteng <i>Speelwijk</i> 5. Sedikitnya rumah makan/warung di kawasan wisata Benteng <i>Speelwijk</i> . Rumah makan/warung banyak ditemui di seberang wisata (di kawasan Vihara Avalokitesvara Banten) 6. Belum adanya pusat perbelanjaan oleh-oleh/cinderamata	1. Mengembangkan masyarakat melalui pemberdayaan (S2, T4, T5, T6)	1. Meningkatkan dan mengoptimalkan aksesibilitas dan infrastruktur penunjang wisata Benteng <i>Speelwijk</i> (W1, W4, W6, T1, T2, T3)

Matriks SWOT menghasilkan strategi yang terbagi menjadi 4 jenis strategi yaitu strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O, dan strategi W-T. Berikut merupakan penjelasan dari strategi yang dihasilkan:

1. Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*)

Strategi S-O merupakan strategi yang dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan internal yang terdapat pada wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk* serta memanfaatkan semua peluang yang ada. Strategi S-O yang diperoleh berdasarkan matriks SWOT yaitu meningkatkan aktivitas wisata kebudayaan yang dapat dilakukan dengan penambahan fasilitas penunjang wisata cagar budaya. Strategi ini dihasilkan karena wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk* memiliki kekuatan yaitu kondisi kebudayaan yang sudah cukup baik (S1), jenis wisata yang menarik untuk dikunjungi (S2), dan banyak aktivitas yang dapat dilakukan (S3). Hal ini tentu menarik pengunjung untuk berkunjung ke wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk*. Faktor kekuatan ini kemudian dipadukan dengan peluang adanya dukungan dari masyarakat (O1), pemerintah (O2), dan POKDARWIS (O3) sehingga aktivitas wisata kebudayaan yang ada pada wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk* lebih beragam. Salah satu cara penerapan strategi S-O ini dengan menambahkan papan informasi sejarah, perpustakaan, dan ruang pameran sehingga pengunjung yang berkunjung dapat mempelajari sejarah terkait Benteng *Speelwijk*. Penerapan strategi ini pada Wisata Benteng *Speelwijk* tentu akan menambah kebutuhan ruang untuk fasilitas penunjang yang akan disediakan. Penambahan fasilitas ini dapat dilakukan pada bagian dalam benteng yang saat ini digunakan untuk lapangan sepak bola. Selain itu, dapat dilakukan dengan menambah aktivitas seperti pertunjukan kebudayaan Banten yang dapat dilakukan oleh masyarakat dan POKDARWIS. Hal ini tentu menambah lapangan pekerjaan bagi masyarakat Banten itu sendiri dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Selain itu, penerapan strategi ini juga dapat meningkatkan jumlah pengunjung dengan beragamnya aktivitas wisata budaya.

Gambar 2. Peta Rencana Strategi S-O (Analisis, 2023)



2. Strategi S-T (*Strengths-Threats*)

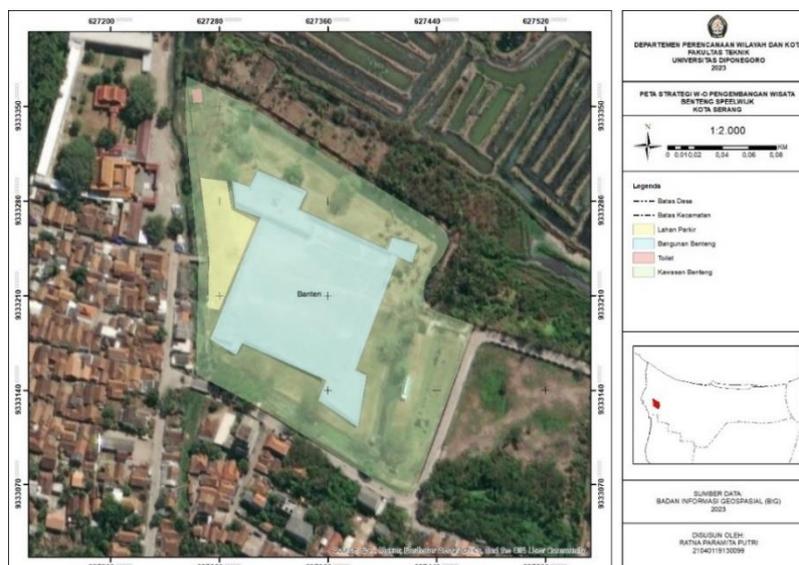
Strategi S-T ialah strategi yang dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan yang terdapat pada wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk* untuk menghadapi ancaman. Strategi S-T yang dihasilkan dalam matriks SWOT dalam tabel IV.3 yaitu 64 mengembangkan masyarakat melalui pemberdayaan. Strategi ini dihasilkan karena memiliki kekuatan berupa jenis wisata budaya yang menarik untuk dikunjungi (S2), tetapi memiliki ancaman berupa belum adanya pusat perbelanjaan oleh-oleh/cinderamata (T4), sedikitnya rumah makan/warung di kawasan wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk* (T5), serta tidak adanya akomodasi di sekitar Benteng *Speelwijk* (T6). Dengan adanya pemberdayaan masyarakat, masyarakat menjadi lebih berdaya dengan memiliki kemampuan untuk membuka usaha, seperti pusat perbelanjaan oleh-oleh/cinderamata, rumah makan/warung, dan akomodasi. Hal ini tentu dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat dan

menambah fasilitas penunjang wisata Benteng *Speelwijk*. Selain meningkatkan perekonomian masyarakat setempat, penerapan strategi ini tentu membutuhkan ruang untuk fasilitas penunjang yang akan disediakan. Penambahan fasilitas penunjang seperti pusat perbelanjaan oleh-oleh/cinderamata, rumah makan/warung, dan akomodasi tidak boleh dilakukan pada zona inti. Pada Wisata Benteng *Speelwijk* ini akan memiliki 3 zona dalam perencanaan zonasi yaitu zona inti, zona penyangga, dan zona pengembang. Zona inti merupakan zona yang digunakan untuk mempertahankan kelestarian dari Benteng *Speelwijk* dan tidak boleh digunakan untuk kepentingan komersil, namun diperbolehkan untuk mendirikan taman, fasilitas pelindung dan keamanan. Pada zona inti ini dapat melakukan perubahan fungsi dengan tetap mempertahankan pelestarian cagar budaya. Zona penyangga merupakan zona yang berada di luar zona inti (bangunan Benteng *Speelwijk*) yang digunakan untuk pelestarian serta aktivitas masyarakat (seperti rekreasi). Penambahan fasilitas ini dapat dilakukan pada zona pengembang. Zona pengembang merupakan zona di luar zona penyangga pada kawasan Wisata Benteng *Speelwijk* yang memiliki fungsi sebagai fasilitas umum, permukiman, dan tujuan komersil dengan menjaga cagar budaya.

3. Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*)

Strategi W-O ialah strategi yang dapat dilaksanakan dengan memanfaatkan peluang yang terdapat pada wisata Benteng *Speelwijk* serta mengurangi kelemahan yang terdapat pada wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk*. Strategi W-O yang dihasilkan berdasarkan matriks SWOT terdiri dari 3 buah strategi yaitu meningkatkan kualitas kawasan dan bangunan serta fasilitas penunjang wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk* dengan adanya dukungan dari pemerintah, meningkatkan informasi dan promosi wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk* serta mengkampanyekan pentingnya merawat dan melestarikan cagar budaya. Strategi W-O pertama dihasilkan berdasarkan kelemahan yaitu lahan parkir yang sempit (W1), keadaan dan kondisi 65 bangunan yang kurang terawat (W2), keadaan dan kondisi kawasan yang kurang bersih (W3), belum adanya pusat informasi terkait sejarah benteng (W4), dan toilet dengan kondisi yang kurang bersih (W6). Faktor kelemahan ini kemudian dipadukan dengan faktor peluang yaitu adanya dukungan dari pemerintah (O2).

Gambar 3. Peta Rencana Strategi W-O (Analisis, 2023)



Dengan adanya peluang dukungan pemerintah, diharapkan dapat mengelola dan memugar kawasan dan bangunan Benteng *Speelwijk* sehingga menjadi lebih baik, serta menambah fasilitas penunjang yang dapat digunakan masyarakat saat berkunjung menuju wisata Benteng *Speelwijk*. Penerapan strategi ini lebih dapat dilakukan pada zona inti dan zona penyangga. Pada zona inti,

strategi ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas kawasan dan bangunan dari objek Wisata Benteng Speelwijk. Di sisi lain, pada zona penyangga digunakan untuk meningkatkan kualitas dari fasilitas penunjang Wisata Benteng Speelwijk, seperti penambahan ruang untuk lahan parkir.

Strategi W-O kedua yaitu meningkatkan informasi dan promosi wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk*. Strategi ini dihasilkan karena terdapat kelemahan berupa belum adanya pusat informasi terkait sejarah benteng (W4) dan kurangnya kegiatan promosi (W5) dipadukan dengan peluang berupa adanya dukungan dari masyarakat (O1), pemerintah (O2), dan POKDARWIS (O3) untuk mengelola dan mengembangkan wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk*. Promosi dan penyebaran informasi terkait wisata Benteng *Speelwijk* ini dapat dilakukan oleh pemerintah, masyarakat, dan POKDARWIS salah satunya melalui media sosial. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan dan informasi masyarakat luas terhadap wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk*. Peningkatan ketertarikan dan informasi masyarakat luas terhadap Wisata Benteng *Speelwijk* tentu akan memberikan efek ganda sehingga terjadi peningkatan jumlah pengunjung Wisata Benteng *Speelwijk* yang tentu akan meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar dan daerah.

Strategi W-O terakhir yaitu mengkampanyekan mengenai pentingnya merawat dan melestarikan cagar budaya. Hal ini dilatarbelakangi karena adanya kelemahan berupa keadaan dan kondisi bangunan yang kurang terawat (W2) serta keadaan dan kondisi kawasan yang kurang bersih (W5). Kemudian kelemahan ini dipadukan dengan peluang yang dimiliki yaitu adanya dukungan dari masyarakat (O1), pemerintah (O2), dan POKDARWIS (O3). Kampanye mengenai pentingnya merawat dan melestarikan cagar budaya dapat dimulai dari pemerintah dan diikuti oleh masyarakat dan POKDARWIS. Dengan mengkampanyekan mengenai pentingnya merawat dan melestarikan cagar budaya, diharapkan masyarakat dapat menjaga dan merawat serta melestarikan cagar budaya yang ada sehingga dapat wisata cagar budaya dapat berkelanjutan

4. Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*)

Strategi W-T adalah strategi yang berdasarkan pada aktivitas yang bersifat *defensive* serta berusaha meminimalkan kelemahan yang terdapat pada wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk* serta menghindari ancaman. Strategi W-T yang dihasilkan berdasarkan hasil analisis matriks SWOT yaitu meningkatkan dan mengoptimalkan aksesibilitas dan infrastruktur penunjang wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk*. Strategi ini dihasilkan karena adanya kelemahan berupa lahan parkir yang sempit (W1), belum adanya pusat informasi terkait sejarah benteng (W4), dan toilet yang kurang bersih (W6). Faktor kelemahan ini kemudian dikombinasikan dengan faktor ancaman berupa belum adanya penunjuk jalan menuju wisata Benteng *Speelwijk* (T1), kondisi jalan menuju wisata Benteng *Speelwijk* yang tidak rata (T2), dan sulitnya 67 mencari angkutan umum menuju wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk* (T3). Strategi ini diharapkan dapat meminimalkan kelemahan yang terdapat pada wisata Benteng *Speelwijk* serta menghindari ancaman yang terdapat pada wisata Benteng *Speelwijk*. Penerapan strategi W-T ini tentu akan memberikan dampak kepada Wisata Benteng *Speelwijk*. Wisata Benteng *Speelwijk* akan semakin mudah untuk diakses oleh pengunjung baik dari dalam Kota Serang, maupun luar Kota Serang. Selain itu, dengan mengoptimalkan aksesibilitas, akan memberikan dampak keterhubungan dari objek Wisata Benteng *Speelwijk* dengan objek wisata cagar budaya lainnya, serta dengan bagian-bagian lain di Kota Serang.

4. KESIMPULAN

Benteng *Speelwijk* merupakan salah satu objek wisata cagar budaya yang terletak di Kota Serang. Benteng *Speelwijk* ini adalah peninggalan dari Kesultanan Banten dan termasuk ke dalam Kawasan Banten Lama. Sejak tahun 2018, wisata cagar budaya Kawasan Banten Lama termasuk Benteng *Speelwijk* sedang dalam proses pengembangan yaitu dengan direvitalisasinya kawasan ini dan sudah mulai dibuka untuk umum. Pengembangan Wisata Benteng *Speelwijk* ini dipengaruhi oleh 2 faktor komponen penunjang pariwisata yaitu faktor dari dalam (internal) dan faktor dari luar (eksternal). Faktor internal pengembangan Wisata Benteng *Speelwijk* ini terdiri atas 7 faktor kekuatan dan 6 faktor

kelemahan. Di sisi lain, faktor eksternal pengembangan Wisata Benteng *Speelwijk* ini terdiri atas 5 faktor peluang dan 6 faktor ancaman.

Pengembangan Wisata Benteng *Speelwijk* jika dilihat berdasarkan kedua faktor yaitu faktor internal dan eksternal, masih memiliki potensi untuk dikembangkan dengan strategi yang tepat yaitu berupa diversifikasi produk/pasar. Hal ini dikarenakan pengembangan Wisata Benteng *Speelwijk* ini masih memiliki kekuatan dari dalam, walaupun harus menghadapi ancaman dari luar. Strategi yang lebih rinci dalam pengembangan Wisata Benteng *Speelwijk* ini direkomendasikan 6 buah strategi. Strategi yang pertama yaitu meningkatkan aktivitas wisata kebudayaan yang dapat dilakukan dengan penambahan fasilitas penunjang wisata di Benteng *Speelwijk*, seperti aktivitas untuk mempelajari sejarah dengan adanya perpustakaan, papan informasi sejarah, dan ruang pameran. Selain itu, aktivitas wisata budaya yang dapat dilakukan seperti menikmati pertunjukan kebudayaan Banten yang ditampilkan pada ruang pameran. Selanjutnya, strategi yang kedua yaitu mengembangkan masyarakat melalui pemberdayaan, diikuti dengan meningkatkan kualitas kawasan, bangunan, dan fasilitas penunjang dengan dukungan dari pemerintah. Penerapan ketiga strategi ini memberikan dampak adanya kebutuhan ruang untuk penambahan fasilitas penunjang pada zona-zona tertentu. Selanjutnya, terdapat strategi berupa meningkatkan promosi dan informasi wisata cagar budaya Benteng *Speelwijk*, diikuti dengan mengkampanyekan pentingnya merawat dan melestarikan cagar budaya. Strategi yang terakhir yaitu meningkatkan dan mengoptimalkan aksesibilitas dan infrastruktur penunjang Wisata Benteng *Speelwijk*. Strategi ini meliputi moda transportasi umum, penunjuk arah, dan kondisi jalan menuju Wisata Benteng *Speelwijk*.

5. REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2022). Kecamatan Kasemen dalam Angka 2022. <https://serangkota.bps.go.id/publication/2022/09/26/732325cc9af54a4820670421/kecamatan-kasemen-dalam-angka-2022.html>
- Badan Pusat Statistik. (2022). Kota Serang dalam Angka 2022. <https://serangkota.bps.go.id/publication/2022/02/25/e802e503928c0ed4c00a98c7/kota-serang-dalam-angka-2022.html>
- Dinas Pariwisata Provinsi Banten. (2019). Pariwisata Banten dalam Angka Tahun 2019. <https://dmsppid.bantenprov.go.id/upload/dms/52/buku-pbda-2019-final.pdf>
- Kemendikbud. (2022). "Benteng Speelwijk". Cagarbudaya.kemdikbud.go.id. <http://cagarbudaya.kemdikbud.go.id/cagarbudaya/detail/PO2016061700005/benteng-speelwijk>. (Diakses pada 15 Maret 2023)
- Louangrath, P. (2014). Sample Size Determination for Non-Finite Population. *Southeast-Asian J. of Sciences*, 3(2), 141-152.
- Louangrath, P., & Rewtrakunphaiboon, W. (2013). Determination of A Minimum Sample Size for Film-Induced Tourism Research. In *Silpakorn 70th anniversary international conference*. DOI: [10.13140/2.1.2090.5605](https://doi.org/10.13140/2.1.2090.5605)
- Rangkuti, F. (2006). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Revida, E., Gaspersz, S., Uktolseja, L. J., Nasrullah, N., Warella, S. Y., Nurmiati, N., ... & Purba, R. A. (2020). Pengantar Pariwisata. Yayasan kita menulis.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya
- UNESCO. (2003). Konvensi Untuk Perlindungan Warisan Budaya Tak Benda
- Yuliati, U., Saeroji, A., & Dadtun, Y. S. (2018). Heritage Tourism Development Model Through an Audio Visual Concept in Lokananta, Surakarta - Indonesia. *KnE Social Sciences*, 3(5), 532. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i5.2354>