

## Analisis Strategi Pengembangan Wisata Lontar Sewu menggunakan Metode SWOT

**Mujid Kurmidianata<sup>1</sup>, Bagiyo Suwasono<sup>2\*</sup>**

<sup>1,2</sup>Teknik Perkapalan, Fakultas Teknik dan Ilmu Kelautan, Surabaya, Indonesia  
e-mail: <sup>1</sup>kurmidianata.mujid@hangtuah.ac.id, <sup>2</sup>bagiyo.suwasono@hangtuah.ac.id

### **Abstract**

*This study aims to develop lake tourism by prioritizing of strenghts, weaknesses, opportunities and threats in the development of lake tourism located in Hendrosari Village, Gresik Regency. Which aims to optimize the potential that potential that exists in the lake to be used as a plate to find income because the tourism object is quite promising and the village community to develop and utilize these resources is very high. lake tour. In carrying out this development, the author will use several methods that will be used to determine the feasibility of developing lake tourism in hendrosari village, including the SWOT analysis method (Strenghts, Weaknesses, Opportunities and Threats).*

**Keywords** : SWOT, Feasibility study, Development Strategy

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan wisata danau dengan mengedepankan strenght, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan wisata danau yang berlokasi di Desa Hendrosari, Kabupaten Gresik. Yang bertujuan untuk mengoptimalkan potensi yang keluar di danau untuk dijadikan piring untuk mencari pemasukan karena obyek wisatanya cukup menjanjikan dan masyarakat desa untuk mengembangkan dan memanfaatkan sumber daya tersebut sangat tinggi. wisata danau. Dalam melaksanakan pengembangan ini, penulis akan menggunakan beberapa metode yang akan digunakan untuk mengetahui kelayakan pengembangan wisata danau di desa Hendrosari, antara lain metode analisis SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities and Threats*).

**Kata Kunci:** SWOT, Study kelayakan, Strategi Pengembangan

### **PENDAHULUAN**

Pariwisata ialah salah satu dari usaha yang dapat menyediakan perkembangan ekonomi yang sangat cepat dalam kurun beberapa waktu, seperti kesempatan kerja, pendapatan biaya hidup dan dalam meningkatkan sektor produksi lain di dalam negara penerimaan wisatawan (Wahab, 2003:5)

Menurut (prof.Dr. I Gde Pitana, M.Sc & I Ketut Surya Diarta, SP., MA, 2009) Secara umum, penyusunan strategi dalam perusahaan bisnis terdiri dari banyak tahapan, khususnya penting bisnis/usaha apa yang akan dimasuki, menentukan struktur tujuan yang ingin dicapai, menggabungkan info dan data sebagai dasar untuk membuat panggilan, menganalisis informasi, terutama yang menyangkut kekuatan, kelemahan. , peluang dan tantangan organisasi

Dalam Pariwisata di Indonesia sendiri harus secepatnya melakukan sesuatu atau ide supaya dapat meningkatkan kembali tujuan wisata dalam jangka panjang (strategic plan) untuk membangun tujuan-tujuan wisata yang memerlukan investasi infrastruktur agar tempat-tempat yang saat ini kurang diminati dapat menjadi pusat wisata yang potensial. Hal ini dapat menjadi peluang kelanjutan jangka panjang dibidang industri wisata Indonesia. (Rahmi, 2019)

Industri wisata air adalah salah satu industri pariwisata yg wajib dikembangkan secara berkelanjutan. Perkembangan sektor ini pula didukung oleh acara pemerintah, sektor wisata air adalah salah satu sektor pariwisata yang termasuk pada acara ujung tombak dan sebagai tempat prioritas pada pengembangan pariwisata. Memang, tren dunia bepergian maritim terus mengalami peningkatan yang signifikan pada beberapa tahun terakhir.

Studi kelayakan usaha merupakan suatu aktivitas penelitian yang dilakukan secara mendalam mengenai planning usaha, pada rangka memilih layak atau tidak planning usaha tadi dijalankan. Layak pada artian akan menaruh untung tidak hanya untuk investor yang menjalankannya, namun juga bisa bagi para kreditor, dan pemerintah. Sedangkan Menurut (Kasmir dan Jakfar,2012) studi kelayakan Usaha ialah kegiatan yang dapat mempelajari sesuatu yang mendalam tentang suatu kegiatan atau usaha yang dapat dijalankan, supaya menentukan layak atau tidaknya suatu usaha yang dijalankan. (Menurut Umar, 2005)

Dalam Studi kelayakan usaha melakukan penelitian terhadap planning bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak suatu usaha dibangun, namun juga ketika dioperasionalkan secara berkala pada rangka pencapaian keuntungan yang dibuat ketika tidak ditentukan, contohnya planning peluncuran produk baru.

Di kabupaten Gresik Provinsi Jawa Timur lebih tepatnya di desa Hendrosari sendiri ada tempat wisata yang cukup populer dikalangan keluarga maupun Remaja, proogram wisata yang ada di desa wisata tersebut menggabungkan wisata modern dan wisata alam yang masih asri untuk dijadikan edu wisata.

Pada tempat wisata tersebut juga mengelola danau untuk dijadikan wisata dengan penyewaan perahu bebek bebek. Dari hasil survey penulis membuat rencana bagaimana bila ditempat wisata tersbut ditambahkan dengan beberapa macam wisata air agar lebih menarik lebih banyak wisatawan. Namun dalamusulan penelitian ini mungkin dari segi pengeluaran dana bisa dibilang besar untuk rencana pengembangan wisatatersebut.

Terlepas dari judul yang penulis rencanakan, penulis tersemat beberapa rumusan masalah yang dapat dijadikan acuan untuk pengembangan wisata tersebut antara lain mengenai faktor apa saja yang menujung kelayakan pengembangan wisata danau dan bagaimana menganalisa kelayakan pengembangan wisata danau di desa Hendrosari

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dimana data yang diambil

dari berbagai sumber dan kemudian dianalisi menggunakan metodeSWOT

Dalam penelitian ini kita dapat memperlihatkan bagaimana karakteristik, kualitas yang berkaitan antar kegiatan. Selain itu, penelitian deskriptif tidak memberika perlakuan, manipulasi atau pengubahan pada variabel variabel yang diteliti, melainkan menggunakan suatu perlakuan terhadap penelitian itu sendiri yang dilakukan kisioner, wawancara, dan observasi. (Sukmadinata, 2016).

## Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data sendiri penulis menggunakan metode kuisisioner untuk mendapatkan data primer, sesuai dengan tujuan penelitian.

Kuisisioner merupakan teknik atau cara dalam mengumpulkan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2008). Dalam kuisisioner yang disebarkan pengulis menggunakan skala likert, yaitu dengan cara memberikan seorang responden dengan berbagai pertanyaan untuk dijawab dan setelah itu akan di berikan nilai. Dengan menggunakan lima angka peringkat penelitian yaitu sebagai berikut

1. Sangat Tidak Setuju = 1
2. Tidak Setuju = 2
3. Cukup Setuju = 3
4. Setuju = 4
5. Sangat Setuju = 5

Uji Validitas digunakan untuk menentukan apakah hasil kuisisioner tersebut Sah atau Valid tidaknya suatu kuesisioner. dapat benar apabila dapat menunjukkan bahwa kuisisioner tersebut tidk direkayasa (Ghozali, 2011).

Menurut Sugiyono (2009), Analisis data adalah proses secara sistematis meneliti dan menyusun data yang diperoleh dari wawancara, observasi dan dokumentasi, mengorganisasikan data ke dalam kategori, mendeskripsikannya ke dalam unit-unit, mensintesisikannya, menyusun model, memilih mana yang penting dan mana yang akan dianalisis, dan menarik kesimpulan

Metode analisis data yang pertama kali digunakan adalah metode SWOT. Analisis ini pertama kali diperkenalkan oleh Albert Humphrey, yang memimpin sebuah proyek penelitian di Universitas Stanford. ) dan

(ancaman) dilakukan secara sistematis untuk merumuskan organisasi. (Elviawan, 2018).

Analisis SWOT merupakan cara mengidentifikasi dari berbagai hal untuk mendapatkan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat meningkatkan presentasi kekuatan dan peluang sekaligus menurunkan presentasi kelemahan dan ancaman.

Dengan demikian, perencanaan strategis wajib menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada syarat ketika ini. Analisis SWOT mendeskripsikan situasi dan syarat yang sedang dihadapi dan bisa menaruh solusi atas pertarungan yang sedang dihadapi. Ada 4 komponen analisis SWOT, yaitu:

1. *Strength-S* (Kekuatan); Analisa kekuatan merupakan kondisi kekuatan yang dimiliki perusahaan atau organisasi saat ini. Kekuatan ini dimanfaatkan untuk menghadapi persaingan.
2. *Weakness-W* (Kelemahan) ; Analisis kelemahan sama halnya dengan kelemahan yang ada di dalam perusahaan saat ini. Kelemahan ini akan menjadi kendala dalam mencapai sasaran dalam menghadapi persaingan.
3. *Opportunity – O* (Peluang) ; Analisis peluang yang menggambarkan bagaimana kondisi perusahaan dalam mendapatkan peluang untuk masa depan perusahaan tersebut.
4. *Threats-T* (Ancaman); Analisis ancaman menggunakan tantangan atau ancaman yang wajib dihadapi organisasi. Ancaman ini berasal dari berbagai faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dan dapat menyebabkan kemunduran. Ancaman ini menjadi penghalang di masa sekarang dan yang akan datang.

Keempat komponen pada atas dituangkan pada matrik SWOT. Matrik ini bisa menandakan secara kentara peluang dan ancaman (faktor eksternal) yang dihadapi organisasi bisa diadaptasi menggunakan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini bisa membentuk 4 set kemungkinan cara lain strategis. Pada taktik SO (Strength-Opportunities) menerangkan pemanfaatan kekuatan buat merebut peluang yg terdapat. Strategi ST (Strenghts-Threats) merupakan taktik pada memakai kekuatan yg dimiliki buat mengatasi ancaman. Strategi WO (WeknessesOpportunities) adalah taktik ini

### *Analisis Strategi Pengembangan Wisata...*

diterapkan menurut pemanfaatan peluang mungkin dapat menggunakan cara meminimalkan kelemahan yang terdapat. Strategi WT (Weknesses- Threats) merupakan taktik ini menurut dalam aktivitas yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang terdapat dan menghindari ancaman. (setiawati, 2019).

Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan atau usaha yang akan dijalankan, untuk menentukan layak atau tidaknya suatu bisnis dijalankan. Menurut Umar (2005) studi kelayakan bisnis adalah penelitian tentang rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya suatu bisnis untuk dibangun, tetapi juga kapan dijalankan secara rutin untuk mencapai keuntungan. Maksimum untuk waktu yang tidak terbatas, misalnya rencana peluncuran produk baru.

Kemudian untuk mengetahui posisi perusahaan menggunakan Matrik Internal Eksternal, dalam menentukan alternatif strategi menggunakan SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threat), dan untuk menentukan prioritas strategi menggunakan Matriks QSPM (Quantitative Strategi Planning Matrix) (Rangkuti, 1998).

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam pembahasan ini penulis menggunakan data dari pengunjung wisata lantar sewu untuk di jadikan acuan untuk menganalisa menggunakan metode SWOT dengan pengaplikasian Kuisisioner dengan mengikut sertakan 20 responden dari kuisisioner tersebut.

Tabel 1 data pengunjung Lontar Sewu Berikut adalah data pengunjung dari tahun 2020 sampai 2021

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Februari	13806
2	Maret	18167
3	April	0
4	Mei	0
5	Juni	1723
6	Juli	11393
7	Agustus	14306
8	September	20513
9	Oktober	25659
10	November	25659

11	Desember	29944
12	Januari	8871
13	Februari	8571
14	Maret	13193

**Analisa SWOT**

Berikut adalah hasil dari analisa dari 20 responden kuisioner.

Tabel 2 matix internal faktor evaluasi (IFE Matrix)

Faktor-Faktor Internal Utama	Bo bot	Rati ng	Sk or
<b>Kekuatan</b>			
a Data Pengunjung Wisata dan Jumlah Pendapatan	3	4	12
b. Harga Tiket yang terjangkau	3	4	12
c. Lokasi yang strategis	1	3	3
d. SDM yang ramah	1	3	3
e. Menyediakan Pemandangan yang Indah	2	3	6
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>		<b>36</b>
<b>Kelemahan</b>			
a. Membutuhkan modal yang besar	4	4	16
b. Fasilitas yang kurang	1	3	3
c. Kurangnya Informasi mengenai Wisata	2	3	6
d. Souvenir Khas hendrosari	1	3	3
e. Infrastruktur menuju lokasi	2	3	6
	<b>10</b>		<b>29</b>

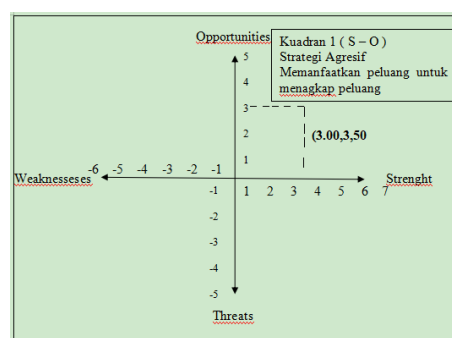
Dengan total skor (SW) adalah 36-29/2 mengindikasikan bahwa usaha wisata tersebut diatas rata rata dalam keseluruhan kekuatan internalnya adalah 3,5

Tabel 3 matrix eksternal faktor evaluasi (EFE Matrix)

Faktor-Faktor Internal Utama	Bo bot	Rat ing	S ko r
<b>Peluang</b>			
a. Transportasi Umum	1	3	3
b. Dukungan Warga Lokal dan Jumlah Pendapatan	2	3	6
c. Lingkungan yang masih asri	4	4	16
d. Memperluas lokasi wisata	2	4	8
e. Trend Wisata Alam sedang ramai	1	3	3
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>		<b>36</b>
<b>Ancaman</b>			
a. Adanya Wisata Sejenis di sekitar lokasi	4	3	12
b. Cuaca di musim hujan	2	3	6
c. Kesadaran Wisatawan akan keadaan sekitar	2	3	6
d. Kemudahan, kenyamanan, keamanan bagi wisatawan	2	3	6
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>		<b>30</b>

Dengan total skor (OT) adalah 36-30/2 mengindikasikan bahwa usaha wisata tersebut diatas rata rata dalam keseluruhan kekuatan eksternalnya adalah 3

Dalam hasil kedua matrix tersebut bisa dikatakan masih dalam kondisi relatif yang dihadapi oleh pihak wisata tersebut, karena dalam kondisi-kondisi inilah yang dialami oleh pihak pengusaha dalam menjalankan usahanya. Dalam menentukan strategi peneliti akan menggunakan metode pendekatan matrik SWOT untuk menentukan keputusanStrategi



Gambar 4 Metriks

Tabel 5 Matriks SWOT

IFAS	Strenght	Weakness
	a. Data Pengunjung dan Data Pendapatan	a. Membutuhkan Modal yang Besar
	b. Harga tiket masuk terjangkau	b. Fasilitas kurang
	c. Lokasi yang strategis	c. Kurangnya informasi mengenai wisata
	d. SDM yang ramah	d. Souvenir khas Hendrosari
EFAS	e. Menyediakan pemandangan yang indah	e. Infrastruktur menuju lokasi
<b>Opportunities</b>		
	<b>SO</b>	<b>WO</b>
a. Transportasi Umum	a. Menambah variasi wisata agar lebih memikat wisatawan	a. Meningkatkan Efisiensi Biaya
b. Dukungan warga sekitar dan petani lokal	b. Perluasan Lokasi Wisata	b. Mengajukan kredit pada Bank untuk menambah modal
c. Lingkungan yang masih Asri		c. Perlu menciptakan focus bisnis dengan kepemilikan inovasi
d. Memperluas Lokasi Wisata	c. Memberikan Coupon untuk ditukar dengan sarat dan ketentuan	
e. Trend Wisata Alam sedang Ramai		
<b>Threats</b>		
	<b>ST</b>	<b>WT</b>
a. Adanya wisata sejenis disekitar lokasi	a. Mengembangkan daya saing	a. Perhatikan Kenyaman Pengunjung
b. Cuaca di musim Hujan		
c. Kesadaran wisatawan akan keadaan sekitar	b. meningkatkan pelayanan kepada pengunjung	b. Seleksi kualitas karyawan agar meningkatkan daya saing
d. Kemudahan, Kenyaman, Keamanan bagi wisatawan		

Dalam matrix SWOT pada tabel 5 diatas, dihasilkan empat alternatif strategis yang dapat diambil oleh pemilik atau pengelola wisata tersebut dalam menghadapi persaingan yang semakin Kompetitif.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan analisa SWOT yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan metode Matriks Internal factor Evaluation dan Eksternal factor Evaluation. Didapatkan hasil dengan menunjukkan bahwa Rencana pengembangan wisata danau tersebut dikatakan bahwa wisata tersebut layak untuk dikembangkan karena dalam grafaik diagram matrik menunjukkan pada kuadran I dalam strategi agresif dalam menagkap peluang dalamkekuatan.

Saran dalam melakukan rencana pengembangan wisata danau lontar sewu agar lebih komprehensif dalam mengetahui keadaan bisnis yangdijalankan.

**DAFTAR PUSTAKA**

Elviawan, "Analisis SWOT," tokoharits, 2018. [https://tokoharits.com/blog/16\\_analisis-swot/](https://tokoharits.com/blog/16_analisis-swot/)(accessed Feb. 01, 2021

Kasmir, Jakfar. (2012). Studi Kelayakan Bisnis.Edisi revisi. Jakarta: Kencana.

Prof.Dr. I Gde Pitana, M.Sc & I Ketut Surya Diarta, SP., MA. (2009). Pengantar ilmu

pariwisata.yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.

Rangkuti F. 1998. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia, Jakarta

Setiawati, R., & Safitri, K. A. (2019). Pengembangan Wisata di Kabupaten Buru Menggunakan Analisis Swot. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*.

Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,vKualitatif, dan R&D. Cetakan ke enam. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta

Sukmadinata and N. Syaodih, *Metode penelitian pendidikan*. Bandung Remaja Rosdakarya, 2016.

Umar, H. (2005). Studi Kelayakan Bisnis. Edisi-3. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.

Wahab, Salah. (2003). Managemen. Kepariwisataaan, jakarta : PT pradya paramita.

*Mujid Kurmidianata, Bagiyo Suwasono*

Submitted: **02/02/2022**; Revised: **16/04/2022**; Accepted: **30/04/2022**; Published: **30/04/2022**