

Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata dengan Menggunakan Metode Analisis SWOT dan QSPM (Studi kasus: Wisata Adventure Land Romokalisari Surabaya)

Muhammad Zainal Abidin^a, Retno Indriartiningtias^{b*}, Ida Lumintu^c, Issa Dyah Utami^d, Fitri Agustina^e, Trisita Noviantif^f

^{a,b,c,d,e,f}Teknik Industri, Universitas Trunojoyo Madura

Corresponding Author: retno.indriartiningtias@trunojoyo.ac.id

ABSTRAK

Wisata adventure land Surabaya merupakan adalah sebuah objek wisata baru yang bertemakan wisata keluarga dan edukasi alam. Adanya pariwisata ini mempunyai peranan yang cukup penting dalam pertumbuhan dan peningkatan ekonomi bagi warga sekitar. Objek wisata yang tergolong masih baru menjadikan objek wisata ini masih terdapat berbagai macam permasalahan dan juga kekurangan yang harus diperbaiki. Dalam pengembangan wisata dibutuhkan perencanaan analisis strategi dan pada penelitian ini menggunakan dua metode analisis yaitu SWOT dan QSPM. Hasil dari analisis SWOT ini diperoleh strategi SO (*Strength, Opportunities*) dengan diagram *matrix space* berada pada kuadran I yang bernilai x,y (0.380 , 0.147). Selanjutnya dilakukan perhitungan menggunakan metode QSPM untuk menilai dan menentukan prioritas strategi yang paling efektif. Hasil perhitungan QSPM diperoleh strategi 4 sebagai urutan pertama yaitu Memberikan pelatihan bagi warga sekitar untuk peningkatan keahlian yang berdampak terhadap pengembangan objek wisata dengan nilai TAS sebesar 13,24.

Kata kunci: pengembangan, wisata, SWOT, QSPM

ABSTRACT

Surabaya adventure land tourism is a new tourist attraction with the theme of family tourism and nature education. The existence of this tourism has an important role in the growth and improvement of the economy for local residents. A tourist object that is still relatively new makes this tourist attraction still have various kinds of problems and also deficiencies that must be corrected. In tourism development, strategic analysis planning is needed and in this study two analytical methods are used, namely SWOT and QSPM. The results of this SWOT analysis obtained the SO (Strength, Opportunities) strategy with the matrix space diagram in quadrant I which has a value of x,y (0.380, 0.147). Furthermore, calculations are carried out using the QSPM method to assess and determine the most effective strategic priorities. The QSPM calculation results obtained strategy 4 as the first order namely Providing training for local residents to increase skills that have an impact on the development of tourist objects with a TAS value of 13.24.

Keywords: development, tourism, SWOT, QSPM

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan sebuah negara dengan sumber daya alam yang sangat berlimpah. Kekayaan alam ini harusnya menjadi perhatian khusus bagi pemerintah agar dapat dimanfaatkan menjadi sebuah objek wisata. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berpengaruh penting dalam perekonomian yang ada di Indonesia, terdapat banyak sekali keindahan alam, warisan leluhur, dan kultur budaya yang mempunyai potensi menjadi sebuah pariwisata dan berguna dalam peningkatan devisa negara [1]. Perkembangan sektor pariwisata ini sedang mengalami peningkatan hal ini terlihat selama tahun 2022, jumlah wisatawan yang menuju ke Indonesia sebesar 5,47 juta, hal ini naik 251,28% dibandingkan dengan jumlah wisatawan pada tahun 2021 [2].

Wisata Adventure Land Romokalisari Surabaya merupakan salah satu objek wisata bertema edukasi yang ada di Surabaya tepatnya di Desa Romokalisari Kecamatan Benowo Kota Surabaya. Objek wisata ini tergolong objek wisata yang baru oleh sebab itu masih banyak hal yang harus diperbaiki dan dikembangkan lagi untuk memuaskan pengunjung yang ada disana. Kekurangan yang dirasakan seperti kebersihan area, minimnya fasilitas yang tersedia dan sebagainya. Pentingnya perbaikan atau pengembangan ini sangat berguna dalam waktu kedepan karena berdampak terhadap kepuasan konsumen dalam meningkatkan minat berkunjung kembali ke wisata tersebut di kemudian hari. Pendirian objek wisata ini memiliki tujuan dalam rangka membantu warga sekitar dalam meningkatkan perekonomian yang ada.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi pada objek wisata romo adventure perlunya dilakukan pengembangan wisata yang ada disana. Strategi pengembangan wisata ini akan menggunakan metode SWOT dan QSPM. Strategi pengembangan objek wisata tersebut penting untuk dilakukan karena wisata ini masih baru dan perlu dikembangkan lagi yang mana dapat memberikan pemasukan untuk kesejahteraan pengelola wisata dan juga masyarakat disekitar objek wisata tersebut [3].

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Pariwisata

Pariwisata berasal dari kata dua kata yaitu pari dan wisata, pari memiliki arti berkali-kali atau berulang-ulang sedangkan wisata artinya perjalanan dari suatu tempat menuju tempat lain. Pariwisata merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan baik oleh perseorangan maupun kelompok yang berpindah-pindah dari satu tempat ketempat lain secara berulang-ulang dalam waktu tertentu dengan maksud menikmati keindahan alam atau hiburan bukan bermaksud dalam mencari nafkah [4].

2.2 Strategi Pemasaran

Strategi yaitu suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan atau usaha untuk memberi tambahan nilai terhadap produk atau jasa sehingga lebih diunggulkan dibandingkan pesaing serta memperoleh hasil yang maksimal [5]. Strategi pemasaran ialah sebuah metode analisis ataupun pendekatan yang memiliki kegunaan bagi perusahaan atau bisnis dalam memenangkan persaingan pasar yang terjadi secara berkelanjutan serta mencapai tujuan jangka Panjang yang telah ditetapkan sebelumnya. Komponen-komponen yang dibutuhkan dalam merumuskan strategi pemasaran seperti produk atau jasa, *segmentasi*, *targeting*, dan *positioning*.

2.3 SWOT

Analisa SWOT merupakan sebuah cara dalam merumuskan strategi dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh secara sistematis. Analisa SWOT ini memiliki hubungan antara unsur internal terhadap unsur eksternal [6] dan [10]. Analisis SWOT ini terdiri atas 4 (empat) faktor yaitu *strength*, *weakness*, *opportunities*, dan *threats* yang akan dibahas sebagai berikut:

1. *Strength* (Kekuatan)

Strength ialah sebuah keadaan tentang kekuatan yang ada pada sebuah organisasi atau konsep yang ada. Kekuatan ini adalah faktor yang ada dalam tubuh organisasi itu sendiri.

2. *Weakness* (Kelemahan)

Weakness ialah sebuah keadaan tentang kelemahan yang ada pada sebuah organisasi atau konsep yang ada. Kelemahan ini adalah faktor merupakan faktor yang berasal dari dalam tubuh organisasi itu sendiri.

3. *Opportunities* (Peluang)

Opportunities ialah sebuah keadaan tentang kondisi peluang terhadap berkembangnya sesuatu di masa yang akan datang. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari sebuah organisasi itu sendiri contohnya kebijakan pemerintah dan kondisi lingkungan.

4. *Threats* (Ancaman) ialah sebuah keadaan tentang kondisi yang mengancam dan berasal dari luar. Adanya ancaman ini dapat mengganggu sebuah organisasi itu sendiri.

2.4 Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) ialah sebuah metode yang dipakai untuk mengidentifikasi alternatif strategi yang tepat atau terbaik untuk keadaan suatu perusahaan [7]. QSPM memiliki beberapa mempunyai beberapa keunggulan diantaranya serangkaian strategi yang dapat diikuti secara berurutan, membutuhkan para penyusun strategi untuk mengintegrasikan faktor eksternal dan internal yang penting ke dalam proses pengambilan keputusan, mengidentifikasi hubungan penting yang dapat mempengaruhi keputusan strategis, meningkatkan probabilitas keberhasilan agar tujuan perusahaan akan tercapai dan mendapat keputusan strategis terbaik bagi perusahaan.

3. Metode penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang akan dicapai maka Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif kualitatif. Kegunaan penelitian kualitatif yaitu berguna dalam meneliti kehidupan dimasyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, dll. Penelitian ini dikatakan penelitian kualitatif karena meneliti tentang perilaku dan mengukur terhadap pendapat seseorang yang notabnya setiap orang memiliki standart tersendiri. Penelitian ini dilakukan untuk menilai terhadap pengembangan objek wisata berdasar faktor internal dan eksternal yang ada.

Adapun data yang akan dipakai mencakup dat primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari observasi, wawancara, dan juga penyebaran kuesioner. Data yang didapat dari observasi dan wawancara ini yaitu data terkait pengunjung di objek wisata, data terkait fasilitas yang ada, jenis wahana atau atraksi yang ada. Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yaitu data pembobotan pada faktor internal dan eksternal dalam metode SWOT. Data sekunder pada penelitian ini yaitu variabel penelitian internal dan eksternal yang diperoleh jurnal dan buku.

Metode pengambilan sampling yang akan dipakai dalam penelitian ini yaitu *accidental sampling* (tidak sengaja). *Accidental sampling* yaitu sebuah teknik dalam penentuan sampel berdasarkan kebetulan maksudnya siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti akan dianggap sebagai sampel [8]. Penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian dilakukan menggunakan rumus *lemeshow*. Rumus *lemeshow* ini akan dibahas sebagai berikut [9].

$$n = \frac{Z^2 x p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = Skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

P = maksimal estimasi 50 % = 0,5

D = Alpha (0,10) atau *sampling error* =10%
perhitungan:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,5 \times 0,5}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

n = 96,04 ~ 96 sampel

Berdasarkan perhitungan rumus *lemeshow* diatas, jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini dengan tingkat kesalahan (*error*) 10% yaitu sebanyak 96,04 responden yang dibulatkan menjadi 96 responden.

4. Hasil Dan Pembahasan

4.1 Analisis SWOT Dan QSPM

Analisis SWOT ini dilakukan untuk menganalisa faktor internal dan eksternal pada pariwisata Adventure Land Romokalisari Surabaya. Analisis SWOT ini dipakai untuk merancang strategi yang tepat dalam mengembangkan pariwisata yang akan dibahas sebagai berikut.

Tabel 1
Matriks IFAS

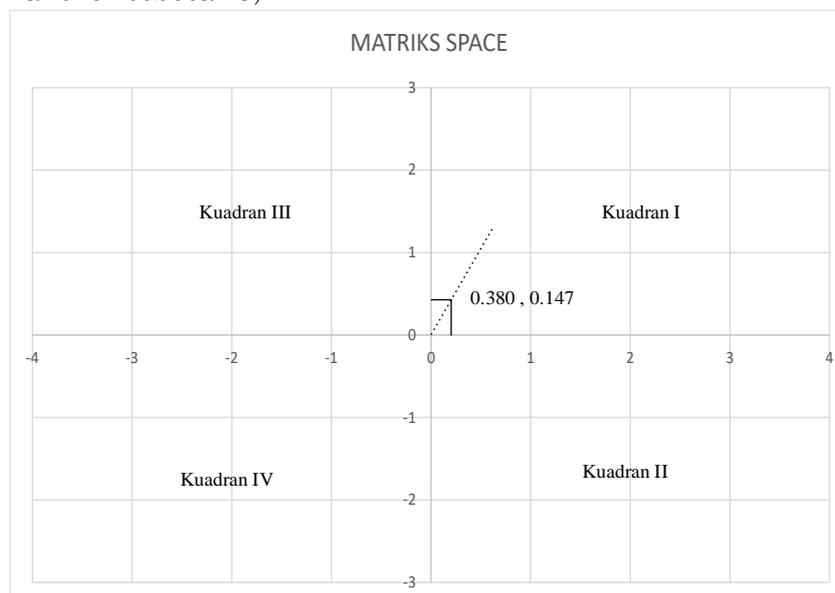
INTERNAL STRATEGY FACTOR				
No.	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Bobot Relatif	Rating	Skor
1	Keragaman jenis mangrove dan juga wahana yang ada di objek wisata Adventure Land Romokalisari	0,18	4,00	0,71
2	Pemandangan alam yang indah dan suasana alam yang sejuk pada objek wisata	0,13	3,67	0,46
3	Harga yang terjangkau	0,16	4,00	0,66
4	Pelayanan yang ramah pada setiap wahana	0,19	3,67	0,70
5	Jenis kuliner yang dijual beragam	0,16	3,33	0,55
6	objek wisata cocok bagi semua kalangan	0,18	3,67	0,65
Total		1,00	22,33	3,73
No.	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Bobot Relatif	Rating	Skor
1	Masih terdapat lahan kosong yang terbengkalai dan gersang	0,19	4,00	0,77
2	Perekapan dan penyimpanan data yang masih manual	0,15	3,00	0,46
3	aksesibilitas menuju objek wisata kurang baik	0,12	3,67	0,42
4	Fasilitas penunjang yang ada masih kurang	0,23	4,00	0,92
5	minimnya tempat untuk berteduh	0,15	2,67	0,41
6	Minimnya spot foto yang ada pada objek wisata	0,15	2,33	0,36
Total		1,00	19,67	3,35

Tabel 1 merupakan hasil perhitungan matriks *IFAS* (*Internal Strategy Factor*). Pembobotan dan peratingan dilakukan oleh pihak Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya (DKPP) dan pengelola wisata. Hasilnya adalah untuk faktor kekuatan (*strength*) memperoleh nilai skor sebesar 3,73. Faktor kelemahan (*weakness*) memperoleh nilai skor sebesar 3,35.

Tabel 2
 Matriks EFAS

EXTERNAL STRATEGY FACTOR				
No.	Peluang (<i>Opportunities</i>)	Bobot Relatif	Rating	Skor
1	Dukungan pemerintah terhadap pengembangan wisata	0,25	4,00	0,98
2	pemakaian media sosial sebagai alat promosi	0,23	4,00	0,91
3	Masyarakat yang memerlukan wisata tidak jauh dari rumahnya	0,14	2,67	0,37
4	potensi alam yang masih belum dimanfaatkan	0,19	3,00	0,58
5	perkembangan teknologi dan penyebaran informasi yang cepat	0,19	3,67	0,71
Total		1,00	17,33	3,56
No.	Ancaman (<i>Threats</i>)	Bobot Relatif	Rating	Skor
1	Penurunan perekonomian nasional	0,15	2,67	0,39
2	Adanya persaingan dengan objek wisata yang lain	0,24	2,67	0,65
3	Masyarakat yang mudah bosan dengan sesuatu hal yang sama dan tidak adanya perubahan pada objek wisata	0,23	3,67	0,83
4	Cuaca yang ekstrim mempengaruhi kunjungan wisatawan	0,19	4,00	0,77
5	Dampak negatif adanya wisata (sampah berserakan, rusaknya area mangrove)	0,19	4,00	0,77
Total		1,00	17,00	3,41

Tabel 2 merupakan hasil perhitungan matriks *EFAS* (*External Strategy Factor*). Pembobotan dan peratingan dilakukan oleh pihak Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya (DKPP) dan pengelola wisata. Hasilnya adalah untuk faktor peluang (*Opportunities*) memperoleh nilai skor sebesar 3,56. Faktor ancaman (*Threats*) memperoleh nilai skor sebesar 3,41



Gambar 1 Matriks *space*

Gambar 1 merupakan matriks *space* yang berisi tentang strategi apa yang akan diterapkan. Berdasarkan hasil perhitungan titik kordinat berada dikuadran 1. Strategi yang akan digunakan jika berada pada kuadran I yaitu Strategi agresif. Strategi agresif ini dilakukan dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan kekuatan yang dimilikinya.

Tabel 4
Strategi SO

Strategi SO
Membangun wahana yang unik dan inovatif dengan memanfaatkan potensi alam yang ada serta memperbarui secara berkala wahana agar tetap menarik pengunjung
Memanfaatkan pemandangan alam dan juga pelayanan yang baik untuk menghasilkan konten menarik serta memanfaatkan teknologi untuk memaksimalkan jangkauan promosi
Memanfaatkan potensi alam yang ada untuk membuat sebuah tur alam atau kegiatan edukasi lingkungan serta membuat program bagi pengunjung agar menjaga kelestarian ekosistem mangrove
Memberikan pelatihan bagi warga sekitar untuk peningkatan keahlian yang berdampak terhadap pengembangan objek wisata
Membuat inovasi baru dengan menggabungkan antara wisata kuliner dengan wisata alam seperti pembuatan kolam pemancingan dan pengelolaanya

Tabel 4 merupakan tabel dari matriks SWOT dari matriks tersebut dapat diperoleh empat macam strategi alternatif yaitu SO, WO, ST, dan WT. Strategi SO (*Strength, Opportunities*). Salah satu jenis strategi yang ada pada dipakai pada matriks SWOT ini yaitu strategi SO dengan menggunakan Kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Tabel 5
Matriks QSPM

Faktor Internal dan Faktor Eksternal	Bobot	Alternatif Strategi										
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4		Strategi 5		
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	
Kekuatan												
1.	0,18	4	0,72	4	0,72	4	0,72	4	0,72	2	0,36	
2.	0,16	4	0,64	3	0,48	4	0,64	3	0,48	3	0,48	
3.	0,18	3	0,54	3	0,54	3	0,54	3	0,54	3	0,54	
4.	0,17	2	0,34	2	0,34	3	0,51	3	0,51	4	0,68	
5.	0,14	2	0,28	2	0,28	3	0,42	4	0,56	4	0,56	
6.	0,17	4	0,68	4	0,68	3	0,51	4	0,68	4	0,68	
Kelemahan												
1.	0,18	4	0,73	4	0,73	3	0,55	4	0,73	4	0,73	
2.	0,12	2	0,24	2	0,24	4	0,47	3	0,35	3	0,35	
3.	0,15	3	0,45	3	0,45	2	0,30	3	0,45	2	0,30	
4.	0,16	3	0,48	3	0,48	3	0,48	3	0,48	3	0,48	
5.	0,19	4	0,77	3	0,58	3	0,58	4	0,77	3	0,58	
6.	0,19	4	0,77	4	0,77	3	0,58	4	0,77	3	0,58	
Peluang												
1.	0,23	4	0,94	4	0,94	4	0,94	4	0,94	3	0,70	
2.	0,22	3	0,67	4	0,89	3	0,67	3	0,67	4	0,89	
3.	0,17	3	0,52	3	0,52	4	0,69	3	0,52	3	0,52	
4.	0,21	4	0,84	3	0,63	3	0,63	4	0,84	3	0,63	
5.	0,16	3	0,48	3	0,48	3	0,48	2	0,32	3	0,48	
Ancaman												
1.	0,18	2	0,35	2	0,35	3	0,53	2	0,35	3	0,53	
2.	0,22	3	0,65	2	0,43	3	0,65	3	0,65	2	0,43	
3.	0,20	3	0,61	3	0,61	3	0,61	3	0,61	3	0,61	
4.	0,16	3	0,49	2	0,33	2	0,33	2	0,33	2	0,33	
5.	0,24	4	0,96	3	0,72	3	0,72	4	0,96	3	0,72	
Total	4,00		13,16		12,20		12,55		13,24		12,17	

Tabel 6
 Perangkingan

No	Alternatif strategi	Nilai TAS	Rangking
Strategi 1	Membangun wahana yang unik dan inovatif dengan memanfaatkan potensi alam yang ada serta memperbaiki secara berkala wahana agar tetap menarik pengunjung	13,16	2
Strategi 2	Memanfaatkan pemandangan alam dan juga pelayanan yang baik untuk menghasilkan konten menarik serta memanfaatkan teknologi untuk memaksimalkan jangkauan promosi	12,20	4
Strategi 3	Memanfaatkan potensi alam yang ada untuk membuat sebuah tur alam atau kegiatan edukasi lingkungan serta membuat program bagi pengunjung agar menjaga kelestarian ekosistem mangrove	12,55	3
Strategi 4	Memberikan pelatihan bagi warga sekitar untuk peningkatan keahlian yang berdampak terhadap pengembangan objek wisata	13,24	1
Strategi 5	Membuat inovasi baru dengan menggabungkan antara wisata kuliner dengan wisata alam seperti pembuatan kolam pemancingan dan pengelolaanya	12,17	5

Tabel 6 perangkingan alternatif strategi yang digunakan yaitu strategi SO (*Strength, Opportunities*). Urutan pertama prioritas strategi yang dipilih yaitu Memberikan pelatihan bagi warga sekitar untuk peningkatan keahlian yang berdampak terhadap pengembangan objek wisata dengan nilai TAS sebesar 13,24. Urutan kedua yaitu Membangun wahana yang unik dan inovatif dengan memanfaatkan potensi alam yang ada serta memperbaiki secara berkala wahana agar tetap menarik pengunjung dengan nilai TAS sebesar 13,16. Urutan ketiga yaitu Memanfaatkan potensi alam yang ada untuk membuat sebuah tur alam atau kegiatan edukasi lingkungan serta membuat program bagi pengunjung agar menjaga kelestarian ekosistem mangrove dengan nilai TAS 12,55. Urutan keempat yaitu Memanfaatkan pemandangan alam dan juga pelayanan yang baik untuk menghasilkan konten menarik serta memanfaatkan teknologi untuk memaksimalkan jangkauan promosi dengan nilai TAS sebesar 12,20. Urutan terakhir yaitu Membuat inovasi baru dengan menggabungkan antara wisata kuliner dengan wisata alam seperti pembuatan kolam pemancingan dan pengelolaanya dengan nilai TAS sebesar 12,17.

5. Kesimpulan

Faktor Kekuatan yaitu Keragaman jenis mangrove dan juga wahana yang ada di objek wisata Adventure Land Romokalisari memiliki nilai tertinggi dengan skor sebesar 0,71. Sedangkan pada faktor kelemahan yaitu Fasilitas penunjang yang ada masih kurang dengan skor sebesar 0,92. Faktor peluang tertinggi yaitu dukungan pemerintah terhadap wisata dengan skor sebesar 0,98. Sedangkan dari faktor ancaman yaitu Masyarakat yang mudah bosan dengan sesuatu hal yang sama dan tidak adanya perubahan pada objek wisata dengan skor sebesar 0,83.

Alternatif strategi SO (*Strength, Opportunities*) yang dihasilkan yaitu sebagai berikut. Membangun wahana yang unik dan inovatif dengan memanfaatkan potensi alam yang ada serta memperbaiki secara berkala wahana agar tetap menarik pengunjung,

Memanfaatkan pemandangan alam dan juga pelayanan yang baik untuk menghasilkan konten menarik serta memanfaatkan teknologi untuk memaksimalkan jangkauan promosi, Memanfaatkan potensi alam yang ada untuk membuat sebuah tur alam atau kegiatan edukasi lingkungan serta membuat program bagi pengunjung agar menjaga kelestarian ekosistem mangrove, Memberikan pelatihan bagi warga sekitar untuk peningkatan keahlian yang berdampak terhadap pengembangan objek wisata, Membuat inovasi baru dengan menggabungkan antara wisata kuliner dengan wisata alam seperti pembuatan kolam pemancingan dan pengelolaanya.

Prioritas strategi ini dilakukan menggunakan metode QSPM yang dilakukan terhadap strategi SO (*Strength, Opportunities*). Urutan pertama prioritas strategi yang dipilih yaitu Memberikan pelatihan bagi warga sekitar untuk peningkatan keahlian yang berdampak terhadap pengembangan objek wisata dengan nilai TAS sebesar 13,24. Urutan kedua yaitu Membangun wahana yang unik dan inovatif dengan memanfaatkan potensi alam yang ada serta memperbarui secara berkala wahana agar tetap menarik pengunjung dengan nilai TAS sebesar 13,16. Urutan ketiga yaitu Memanfaatkan potensi alam yang ada untuk membuat sebuah tur alam atau kegiatan edukasi lingkungan serta membuat program bagi pengunjung agar menjaga kelestarian ekosistem mangrove dengan nilai TAS 12,55.

Saran

Pengelola wisata Adventure romokalisari diharapkan dapat melaksanakan usulan strategi yang telah dirancang pada penelitian ini, sehingga dapat bermanfaat untuk masyarakat sekitar serta untuk penelitian selanjutnya diharapkan melakukan kajian lebih lanjut terhadap inovasi strategi yang telah di rencanakan.

Daftar Pustaka

- [1] Kominfo, "Berita pemerintahan," Selasa Februari 2021. [Online]. Available: <https://www.kominfo.go.id/content/detail/32755/pemerintah-gelontorkan-berbagai-stimulus-dorong-pemulihan-sektor-pariwisata/0/berita>.
- [2] Badan Pusat Statistik, "publikasi bps," Rabu Februari 2023. [Online]. Available: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/02/01/1974/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-pada-desember-2022-mencapai-895-12-ribu-kunjungan-dan-jumlah-penumpang-angkutan-udara-internasional-pada-desember-2022-naik-14-87-persen.html>.
- [3] R. E. Putra and F. M. Safiola, "Hambatan Struktural Dan Kultural Pengembagn Pariwisata Pesisir di Kawasan Pantai PurusKota Padang," *Jurnal Justitia jurnal ilmu hukum dan humaniora*, pp. 6 (1), 136-141, 2023.
- [4] E. Revida, S. Gaspersz, L. J. Uktolseja, N. S. Y. Warella and N. , Pengantar Pariwisata, Sumatra Utara: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [5] H. Novitasari and D. Samanhudi, "Analisis Strategi Pemasara Dengan Metode SWOT dan QSPM Integrasi Analytic Hierarchy Process Di coffe Shop Moja Kitchen," *Jurna ilmiah manajemen, ekonomi bisnis, kewirausahaan*, pp. 9(1), 01-10, 2021.
- [6] A. M. Salim and A. B. Siswanto, Analisis SWOT dengan Metode Kuesioner, Semarang: CV. Pilar Nusantara, 2019.
- [7] W. and Z. F. Hunusalela, "Perencanaan Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM Dalam Upaya Peningkatan Penjualan PT Primavista Solusi," *Journal of Applied Business and Economic*, pp. 5 (4), 384-397, 2019.
- [8] D. Meidatuzzahra, "Penerapan Accidental Sampling Untuk Mengetahui Prevalensi Akseptor Kontrasepsi Suntikan Terhadap Siklus Mesntruasi (Studi Kasus: Pukesmas Jembatan Kembar Kabupaten Lombok Barat)," *Jurnal unizar*, pp. 13(1), 19-23, 2019.
- [9] E. Gunadi and S. R. Tanoto, "Hubungan Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan," *Jurnal AGORA*, pp. 6(1), 1-5, 2018.
- [10] R. AL-Hakim, I. Mustika and W. Yuliani, "Validitas Dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi," *Jurnal Program Studi Bimbingan dan Konseling*, pp. 4(4), 263-268, 2021.
- [11] E. Rosita, W. Hidayat and W. Yuliani, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Sosial," *Jurnal Program Studi Bimbingan dan Konseling*, pp. 4(4), 279-284, 2021.
- [12] I. Ardiansyah and N. F. Silmi, "Strategi Pengembangan Desa Wisata Kuliner Di Kota Tangerang Dengan Matriks SWOT Dan Analisis QSPM (Studi Kasus Kawasan Laksa Tangerang)," *Jurnal Industri Pariwisata*, pp. 4(2), 141-160, 2022.
- [13] A. Qanita, "Analisis Strategi Dengan Metode SWOT Dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix): Studi Kasus Pada D'gruz Caffe Di Kecamatan Bluto Sumenep," *Jurnal Ilmiah Manajemen*, pp. 1(2), 11-24, 2020.
- [14] E. Murdiyanto, Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai Contoh Proposal), Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press, 2020.
- [15] I. Setiawan, "Potensi Desa Wisata Di Indonesia Menuju Kemandirian Ekonomi," *Prosiding seminar nasional multi disiplin & call for papers unisbank (sendi_u)*, pp. 2 (1), 1-6, 2015.

- [16] D. Riantoro and J. Aninam, "Analisis SWOT untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Hutan Bakau Kormun Wasidori Arfai di Manokwari," *Jurnal Lensa ekonomi*, pp. 15(1), 151-172, 2021.
- [17] I. G. A. A. Candra, "Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Lembah Arca Sebagai Objek Wisata Pemandian di Desa Adat Tegenan Kecamatan Rendang Kabupaten Karangasem," *Jurnal Mahasiswa Pariwisata dan Bisnis*, pp. 1(4), 716-734, 2022.
- [18] I. N. Parta and N. P. R. Sari, "Strategi Pengembangan Pantai Bias Tugel Sebagai Daya Tarik Wisata Snorkling dan Surfing di Desa Padangbai, Kecamatan Manggis, Kabupaten Karangasem, Bali," *JUIMA : Jurnal Ilmu Manajemen*, pp. 11(1), 104-117, 2021.
- [19] F. Prima, E. Kurniawan and W. W. Sari, "Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Danau Laet Menggunakan Metode SWOT dan QSPM," *JAPTI: Jurnal Aplikasi Ilmu Teknik Industri*, pp. 2(1), 50-65, 2021.
- [20] D. Cahyani, M. I. Effendi and C. A. Pujiharjanto, "Perumusan Strategi Desa Wisata Grogol Di Masa Pandemi (Studi Kasus Di Desa Wisata Grogol Kecamatan Seyegan Kabupaten Sleman)," *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, pp. 5(2), 211-235, 2021.
- [21] R. S. Rahayu, A. Talkah and A. Daroni, "Strategi Pengembangan Wisata Edukasi Hutan Obat Mbambangan Gunung Kelud Kabuten Kediri," *Jurnal Magister Agribisnis*, pp. 22(1), 97-104, 2022.
- [22] N. N. Azizzzzah and F. Rahmawati, "Strategi Pengembangan Agrowisata Melalui Pendekatan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)," *Edutourism Journal of Tourism Research*, pp. 2(1), 43-54, 2020.
- [23] M. Harisudin, "Competitor Profile Matriks Sebagai Alat Analisis Strategi Pemasaran Produk Atau Jasa," *Jurnal SEPA*, pp. 7(2), 80-84, 2011.
- [24] F. Herlina, *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2019.
- [25] S. Sari, "Literasi Media Pada Generasi Milenial Di Era Digital," *Jurnal Professional FIS UNIVED*, pp. 6(2), 30-42, 2019.
- [26] Kemenparekraf, "Pariwisata di era pandemi," Rabu Agustus 2021. [Online]. Available: <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Tren-Pariwisata-Indonesia-di-Tengah-Pandemi>.