

Strategi pengembangan Wisata Boonpring Andeman Kecamatan Turen, Kabupaten Malang menggunakan metode SWOT dan QSPM

Benediktus Janis Firnanda, Yuswanti Ariani Wirahayu*, Nailul Insani

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

*Penulis korespondensi, Surel: yuswanti.ariani.fis@um.ac.id

Paper received: 09-10-2023; revised: 15-11-2023; accepted: 25-12-2023

Abstract

Boonpring Andeman is a tourist attraction in Sanankerto, Turen District, Anyar Hamlet, Malang Regency. The objective of this study is to identify and analyse internal strengths and weaknesses, as well as external opportunities and threats, for tourism development at Boonpring Andeman. These factors will be a reference for tourism managers to make informed strategic decisions. The research employs a quantitative descriptive method with a case study approach. This research utilises data analysis techniques, specifically SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) and QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix), based on the results of the IFAS and EFAS matrix analyses and the IE matrix. The IFAS matrix yielded a score of 3.37, while the EFAS matrix yielded a score of 2.85. The results of the IFAS and EFAS analyses, supported by the IE Matrix calculations, position the strategy in quadrant IV, which is Grow and Build. The Boonpring Andeman manager should follow a sequence of strategy sets that includes scheduling local community events regularly, maximizing attractive tourist destinations to encourage repeat visits, and improving manager performance. Maintaining objectivity and avoiding biased language when discussing the results is important. According to the QSPM matrix calculation, market penetration has the highest score.

Keywords: tourism development; SWOT; QSPM

Abstrak

Boonpring Andeman adalah salah satu objek wisata, yang terletak di Sanankerto, Kecamatan Turen, Dusun Anyar, Kabupaten Malang. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisa faktor-faktor *internal* berupa kekuatan dan kelemahan serta mengidentifikasi dan menganalisa faktor-faktor *eksternal* berupa peluang dan ancaman bagi pengembangan wisata di Boonpring Andeman, sehingga faktor-faktor tersebut dapat dijadikan acuan pengambilan keputusan strategi yang tepat untuk pengelola pariwisata dalam pengembangan wisata di Boonpring Andeman. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yaitu *SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats)* dan *QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)* dengan menggunakan hasil analisa *matriks IFAS dan EFAS, matriks IE*. Hasil *matriks IFAS* menghasilkan skor *IFAS* sebesar 3,37 sedangkan hasil *matriks EFAS* menghasilkan skor 2,85. Hasil dari analisis *IFAS dan EFAS* yang didukung dari perhitungan *Matrix IE* memposisikan strategi di kuadran IV yaitu *Grow and Build* atau tumbuh dan bina. Urutan set strategi yang sebaiknya digunakan oleh pengelola Boonpring Andeman yaitu mengagendakan acara/ event masyarakat setempat secara berkala, memaksimalkan destinasi wisata yang menarik agar wisatawan berkeinginan berkunjung kembali, memperbaiki dan meningkatkan kinerja pengelola untuk lebih tingkatkan lagi. Hasil perhitungan *matriks QSPM* menunjukkan penetrasi pasar memiliki skor tertinggi.

Kata kunci: pengembangan pariwisata; SWOT; QSPM

1. Pendahuluan

Sektor pariwisata berperan penting dalam kegiatan ekonomi global, menjadikan sektor industri pariwisata sebagai industri berkembang yang penting bagi banyak negara (Hsieh &

Kung, 2013). Beberapa tahun terakhir, banyak negara yang mulai melirik sektor pariwisata sebagai sumber devisa negara akibat menurunnya daya saing komoditas andalan mereka (Insani, 2020). Kerena hal tersebut pemerintah lewat Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 berisikan setiap daerah harus melakukan pengembangan potensi wisatanya dengan melaksanakan otonomi daerahnya, oleh sebab itu Pemerintah Kabupaten Malang terus mengembangkan potensi salah satunya sektor pariwisata. Potensi wisata dapat diartikan sesuatu yang didalamnya termasuk daya tarik wisata dan bermanfaat sebagai pengembangan industri pariwisata di daerah tersebut (Sukardi, 2014).

Industri pariwisata juga dapat menjadi potensi sumber pendapatan daerah jika terus berkembang. Pembangunan ekonomi dapat diupayakan melalui pengembangan, peningkatan pendapatan asli daerah, dan pemanfaatan sumber daya, serta potensi wisata (Wirahayu, 2019). Pengembangan dan pembangunan wisata secara langsung mempengaruhi dan ikut serta dalam masyarakat, sehingga memberikan pengaruh yang berbeda pada masyarakat setempat, yang dapat bersifat positif maupun negatif (Pitana, 2009). Pembangunan pariwisata yang salah banyak merugikan masyarakat lokal itu sendiri.

Kabupaten Malang memiliki desa yang mengembangkan serta memanfaatkan potensi wisata alam adalah Desa Sanankerto melalui wisata Boonpring Andeman. Boonpring Andeman adalah objek wisata alam yang terletak di Sanankerto, Turen, Dusun Anyar, Kabupaten Malang. Objek wisata Boonpring Andeman memadukan daya tarik dengan pemandangan hutan bambu dan danau yang biasanya disebut cekungan air, danau ini memiliki luas kurang lebih 36 Ha. Cekungan air ini berguna untuk mensuplai aliran air dan mengatur air yang berfungsi meningkatkan kualitas air.

Boonpring Andeman mempunyai *Arboretum bambu yang memiliki hutan bambu dengan 72 spesies bambu dari berbagai daerah dalam dan luar negeri*. Boonpring Andeman juga menjadi pusat pembibitan dan pelestarian bambu. Boonpring Andeman memiliki beberapa fasilitas permainan yaitu tempat berkemah, bola air, sepeda air, perahu Boat, flying fox, ATV, mini trail, berkuda, panahan, pasar tradisional, dll. Menurut ketua Bumdes Kerto Raharjo yaitu Syamsul Arifin, pengunjung bisa berwisata dan berkeliling dengan berjalan kaki atau menggunakan armada wisata, atau bisa menaiki perahu boat untuk berkeliling wisata Boonpring Andeman.

Pemerintah Kabupaten Malang tentunya harus terus melanjutkan upaya pembangunan infrastruktur pariwisata untuk menunjang kebutuhan wisatawan dalam menciptakan daya tarik wisata yaitu jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan, dll. Oleh karena itu, dalam pembangunan infrastruktur pariwisata, Pemerintah Kabupaten Malang harus siap dengan memperhatikan kondisi dan karakteristik daerah tujuan wisata, guna meningkatkan aksesibilitas tujuan wisata dan daya tarik tersendiri.

Tahun 2017 jumlah wisatawan 76.402 terus mengalami peningkatan hingga tahun 2019 yaitu 182.618 kemudian di tahun 2020 mengalami penurunan hingga sampai 2021 yaitu 57.712 (Bumdes Kerto Raharjo, 2021), data tersebut menunjukkan permasalahan jumlah wisatawan yang menurun, kemudian masalah pada atraksi yang kurang memadai dan kebersihan wisata yang kurang baik dan adanya aturan Pemerintah yaitu PPKM dan wabah virus COVID-19.

Atraksi wisata yang dimiliki Boonpring Andeman, pihak pengelola perlu mengupayakan peningkatan dan pengembangan objek wisata Boonpring Andeman namun dalam hal ini pihak

pengelola wisata belum memaksimalkan atraksi yang dimiliki wisata Boonpring Andeman sehingga dapat ditentukan tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi dan menganalisa faktor-faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan serta mengidentifikasi dan menganalisa faktor-faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman bagi pengembangan pariwisata di Boonpring Andeman, sehingga faktor-faktor tersebut dapat menentukan keputusan strategi yang tepat untuk pengelola pariwisata dalam pengembangan pariwisata di Boonpring Andeman.

2. Metode

Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan studi kasus. Untuk mengetahui serta mendeskripsikan potensi wisata Boonpring Ademan digunakan metode deskriptif kuantitatif. Dalam penelitian ini, analisis data menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif diartikan (Sugiyono, 2016) sebagai metode penelitian mengacu terhadap filosofi *positivisme*, bertujuan untuk mempelajari populasi tertentu, teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak, alat penelitian digunakan dalam pengumpulan data yaitu analisis kuantitatif t diantaranya adalah untuk menguji dikonfirmasi hipotesis. Jenis data menggunakan data primer didapat dari wawancara dengan pengelola dan pengunjung. Penelitian ini juga menggunakan *literature review* jurnal dan buku untuk dijadikan data sekunder. Penelitian ini menggunakan teknis analisis data yaitu *SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats)* dan *QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)* melalui *matriks IFAS dan EFAS, matriks IE*.

Penelitian ini dilaksanakan di Boonpring Andeman di Sanankerto, Kecamatan Turen, Kabupaten Malang dengan lokasi absolut $8^{\circ}09'20''\text{LS} - 112^{\circ}45'42''$. Luas Boonpring Andeman yaitu luas kurang lebih 36 Ha.



Gambar 1. Lokasi Wisata Boonpring Andeman

Pada tahap ini, informasi didapat dari data kualitatif dan data kuantitatif dianalisis. Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, mentabulasikan dan menginterpretasikan data secara objektif untuk memperoleh informasi dan gambaran strategi pemasaran dalam pelaksanaan bisnis kreatif ini (Sugiyono, 2016).

2.1. Matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Faktor strategis internal diidentifikasi dalam tabel *IFAS (Internal Factor Analysis Summary)*, yang bertujuan untuk menyusun faktor *strategis internal* tersebut sebagai bagian dari studi Kekuatan dan Kelemahan (Rangkuti, 2013). Matriks IFAS dapat ditentukan dalam 5 tahap sebagai berikut: 1) Merancang faktor internal yang paling penting, menuliskan kekuatannya dahulu lalu kelemahannya. 2) Memberikan bobot faktor antara 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). 3) Memberikan setiap faktor skor 1-4 untuk menunjukkan faktor tersebut merupakan kelemahan utama (skor 1) atau kelemahan kecil (skor 2), kekuatan kecil (skor 3), atau kekuatan utama (skor 4). 4) Mengalikan bobot setiap faktor dengan peringkat dengan tujuan menentukan skor bobot. 5) Menjumlahkan skor rata-rata untuk setiap variabel untuk memperoleh bobot total.

2.2. Matriks Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)

Analisis *EFAS (External Strategic Factors Analysis Summary)* untuk mengidentifikasi faktor ancaman dan peluang. *Matriks EFAS* juga dapat diinterpretasikan sebagai pembobotan dan penilaian dari faktor eksternal, yang selanjutnya digunakan sebagai bobot masukan untuk membuat *QSPM* (Rangkuti 2013). *Matriks EFAS* dapat ditentukan dalam 5 tahap sebagai berikut: 1) Merancang daftar faktor-faktor *eksternal* yang paling penting, menuliskan peluang lebih dahulu lalu ancamannya. 2) Memberikan bobot faktor antara 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). 3) Memberikan setiap faktor skor 1-4 untuk mengetahui tingkat efektivitas strategi pengelola saat ini dalam menanggapi faktor tersebut, dimana 4 = tanggapan respon yang sangat baik, 3 = tanggapan respon lebih dari rata-rata, 2 = tanggapan respon rata-rata, 1 = tanggapan respon di bawah rata-rata. 4) Mengalikan bobot faktor dengan peringkat dengan tujuan menentukan skor bobot. 5) Menjumlahkan rata-rata skor untuk tiap variabel untuk memperoleh total bobot.

2.3. Matriks IE (Internal-Eksternal)

Matriks IE berfungsi untuk menyusun strategi dengan hasil posisi penelitian pada matriks tersebut. *Matriks IE* menggunakan total skor bobot *IFAS* menjadi sumbu x dan total skor terbobot *EFAS* menjadi sumbu y. Penggabungan ke 2 *matriks* ini membuat *matriks* inside-outside yang berisi 9 sel dengan kondisi dibawah ini (Putra, 2019): a) Sel I, II, dan IV mendeskripsikan dimana keadaan posisi penelitian sebagai *grow* dan *build* atau tumbuh dan bina. Strategi yang dapat digunakan adalah strategi intensif yang didalamnya terdapat *market entry*, *market development* dan *product development*. b) Sel III, V, dan VII mendeskripsikan posisi penelitian yaitu *maintain* and *hold* atauelihara dan pertahankan. *Market entry* and *product development* adalah starategi yang cocok untuk digunakan. c) Sel VI, VIII, dan IX bisa menggunakan strategi *divestiture* dan *harvest*. *Diversifikasi* konglomerat, divestasi strategi dan melakukan likuidasi adalah strategi yang sering digunakan. Posisi penelitian sel-sel ini dapat dipakai untuk memandu menyusun strategi alternatif yang tepat.

2.4. Matrix SWOT

Matriks SWOT dapat mendeskripsikan kekuatan dan kelemahannya (*internal*) disandingkan dengan peluang dan ancaman (*eksternal*) yang dihadapi penelitian (Rangkuti, 2013). *Matriks* ini dapat menghasilkan empat set pilihan kemungkinan keputusan strategi.

Berikut adalah penjelasan dari *matriks SWOT* yaitu: a) Strategi SO, atas dasar pemikiran organisasi yang memakai segala kekuatan dan memanfaatkan peluang dengan sebaik-baiknya. b) Strategi ST, bertujuan untuk mengalahkan ancaman menggunakan kekuatan yang dimiliki. c) Strategi WO, dilakukan dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada dengan memanfaatkan peluang. d) Strategi WT, mempunyai acuan pada tindakan bertahan dan berusaha meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman yang ada.

2.5. Penyusunan Tabel *Quantitative Strategic Planning Matriks (QSPM)*

QSPM mempunyai fungsi yaitu menentukan strategi mana yang diprioritaskan ketika memilih alternatif strategi yang telah analisis sebelumnya (Baroto dan Purbohadiningrat, 2014). Langkah analisis matriks *QSPM* yaitu: 1) Menyusun daftar *internal* dan *eksternal*, kunci penelitian pada kolom kiri dalam *QSPM*. analisis ini menggunakan hasil matriks *IFAS* dan *EFAS*. 2) Memberikan nilai bobot untuk faktor *eksternal* dan *internal* (bobot yang diberikan sesuai dengan bobot pada *matriks IFAS dan EFAS*). 3) Mengevaluasi *matriks* langkah 2 (pencocokkan) dan mengidentifikasi alternatif strategi yang dipertimbangkan oleh pengelola untuk digunakan. 4) Menentukan nilai daya tarik (*Attractiveness Scores-AS*), diartikan sebagai angka yang mengungkapkan daya tarik relatif dari masing-masing strategi dalam alternatif set tertentu.

Nilai 1 = tidak menarik

Nilai 2 = kurang menarik

Nilai 3 = cukup menarik

Nilai 4 = sangat menarik

(Nilai Daya Tarik Total *Attractive Score - TAS*) didapat dari hasil pengalian bobot dengan *AS*.

3. Hasil dan Pembahasan

Boonpring andaman sebagai lokasi wisata mempunyai potensi yang bisa digunakan untuk daya tarik wisata. Hasil analisis *QSPM dan SWOT* ini akan menjadi pertimbangan yang digunakan sebagai strategi perencanaan dan pengembangan wisata Boonpring Andaman. Hasil analisis internal dan eksternal di wisata Boonpring Andaman dapat diketahui di tabel 1 dan tabel 2.

Nilai Skor terbesar yang diperoleh dari *IFAS* berasal dari poin destinasi wisata yang menarik di Boonpring Andaman yaitu dengan skor 0,56, sedangkan untuk skor terendah terdapat pada parameter infrastruktur penunjang yang kurang memadai dengan nilai skor sebesar 0,18. Skor yang diperoleh pada poin destinasi wisata yang menarik di Boonpring Andaman dikarenakan atraksi yang disediakan cukup banyak.

Hasil skor terbesar pada *EFAS* terdapat di poin peluang masyarakat mendapatkan pekerjaan tambahan dengan skor 0,64. Sedangkan untuk skor terkecil ada pada poin terdapat kompetitor dengan konsep wisata yang sama dengan Boonpring Andaman dengan skor 0,16. Hasil skor total untuk *EFAS* adalah 2,85.

Tabel 1. Hasil Matrix IFAS

Symbol	Faktor Eksternal Kekuatan	Bobot	Peringkat	Skor
S1	Boonpring Andeman memiliki atraksi wisata yang menarik	0,14	4	0,56
S2	Harga tiket yang relatif murah dan terjangkau	0,12	3	0,36
S3	Pengelola memberikan pelayanan yang baik	0,10	3	0,30
S4	Menyediakan fasilitas pemandu/tour guide	0,12	4	0,48
S5	Aspek sarana dan prasarana yang memadai	0,10	4	0,40
	Jumlah			2,10
Symbol	Faktor Internal Kelemahan	Bobot	Peringkat	Skor
W1	Kurangnya iklan dan promosi pada media elektronik	0,10	4	0,40
W2	Kurangnya kerjasama pemerintah dan pengelola wisata Boonpring Andeman dalam melakukan promosi.	0,08	3	0,24
W3	Objek wisata memiliki jarak yang cukup jauh	0,07	3	0,21
W4	Infrastruktur penunjang yang kurang memadai	0,09	2	0,18
W5	Area kuliner tergolong kotor dan jumlahnya sedikit	0,08	3	0,24
	Jumlah			1,27
TOTAL		1.00		3,37

Tabel 2. Hasil Matrix EFAS

Symbol	Faktor Eksternal Peluang	Bobot	Peringkat	Skor
O1	Adanya dukungan dari masyarakat dan pemerintah setempat	0,13	3	0,39
O2	Keinginan wisatawan berkunjung kembali	0,12	2	0,24
O3	Dapat meningkatkan pendapatan daerah dan masyarakat setempat	0,14	3	0,42
O4	Peluang masyarakat mendapatkan pekerjaan tambahan	0,16	4	0,64
	Jumlah			1,69
Symbol	Faktor Eksternal Ancaman	Bobot	Peringkat	Skor
T1	Banyaknya pilihan tempat wisata lain	0,11	2	0,22
T2	Masuknya budaya luar yang mempengaruhi budaya setempat.	0,08	3	0,24
T3	Ketidakpuasan wisatawan terhadap wisata Boonpring Andeman	0,09	3	0,27
T4	Terdapat kompetitor dengan konsep wisata yang sama dengan Boonpring Andeman	0,08	2	0,16

Symbol	Faktor Eksternal Peluang	Bobot	Peringkat	Skor
T5	Adanya ancaman pencemaran lingkungan di kawasan wisata yang diakibatkan oleh kurangnya kesadaran dan kepedulian pengunjung.	0,09	3	0,27
Jumlah				1,16
TOTAL		1.00		2,85

3.1. Analisis IFAS

3.1.1. Boonpring Andeman Memiliki Astraksi Wisata yang Menarik

Boonpring Andeman memiliki *Arboretum bambu* yang memiliki hutan bambu dengan jenis bambu dari dalam dan luar negeri. *Arboretum bambu* ini mempunyai 72 spesies bambu dari berbagai daerah dalam dan luar negeri. Boonpring Andeman juga menjadi pusat pembibitan dan pelestarian bambu. Boonpring Andeman memiliki beberapa fasilitas permainan yaitu tempat berkemah, bola air, sepeda air, perahu Boat, flying fox, ATV, mini trail, berkuda, panahan, pasar tradisional, dll.



Gambar 2. Wahana air

3.1.2. Harga Tiket yang Relatif Murah dan Terjangkau

Biaya masuk ke Boonpring Andeman adalah Rp 10.000 orang dewasa dan Rp 5.000 anak-anak. Harga ini untuk masuk saja sedangkan parkir motor Rp. 3.000 dan mobil Rp 5.000. Harga yang ditanggung wisatawan sejalan dengan pelayanan yang diberikan oleh pengelola Pariwisata Boonpring Andeman.

3.1.3. Pengelola Memberikan Pelayanan yang Baik

Pengelola memberikan pelayanan yang baik bisa dilihat dari banyaknya wisatawan yang berkunjung. Pengelola wisata Boonpring Andeman memperlakukan wisatawan dengan sopan dan ramah, memberikan informasi yang mudah didapatkan, kesigapan pelayanan yang diberikan terhadap wisatawan. Selain itu banyak petugas yang ditempatkan di titik titik rawan seperti di pinggir waduk.

3.1.4. Pengelola Wisata Menyediakan Fasilitas Pemandu/*Tour Guide*

Fasilitas yang disediakan oleh Boonpring Andeman seperti pemandu / *tour guide* sangat membantu bagi wisatawan yang berkunjung. Pemandu wisata memiliki peran dalam membantu wisatawan untuk berkeliling lokasi boonpring andeman mengingat Boonpring Andeman memiliki lahan yang sangat luas. Fasilitas yang disediakan tersebut membuat wisatawan nyaman dan membuat wisatawan ingin berkunjung kembali.

3.1.5. Aspek Sarana dan Prasarana yang Memadai

Boonpring Andeman memiliki sarana dan prasarana yang memadai, membuat wisatawan berkunjung dengan nyaman. Aspek sarana dan prasarana yang disediakan seperti peta Boonpring Andeman seperti kantin, toilet, parkir yang luas, tempat sampah, sanitasi, fasilitas permainan. Adanya sarana dan prasarana yang memadai membuat faktor wisatawan ingin berkunjung kembali.



Gambar 4. Wahana Boonpring Andeman

3.1.6. Kurangnya Iklan dan Promosi pada Media Elektronik

Kurangnya iklan dan promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola Boonpring Andeman belum sepenuhnya maksimal, terlihat dari promosi secara online sementara ini lewat sosial media seperti instagram dan facebook. Sedangkan di era globalisasi ini iklan dan promosi bisa dilakukan di twitter, blog atau *endorse influencer* untuk mengenalkan wisata boonpring Andeman.

3.1.7. Kurangnya Kerjasama Pemerintah dan Pengelola Wisata Boonpring Andeman dalam Melakukan Promosi

Kurangnya kerjasama yang dilakukan pihak pengelola dan pemerintah bisa dilihat dari sosial media yang kurang intens. Pemerintah sebaiknya melakukan promosi dan membuat web tentang Boonpring Andeman yang mempermudah wisatawan mengetahui tentang wisata boonpring andeman. Kerjasama pemerintah dan pengelola wisata Boonpring Andeman dalam melakukan promosi dapat berdampak terhadap wisata Boonpring Andeman seperti jumlah pengunjung yang akan meningkat dan masyarakat luar daerah malang dapat mengetahui tentang wisata Boonpring Andeman.

3.1.8. Objek Wisata Memiliki Jarak yang Cukup Jauh

Lokasi Boonpring Andeman terletak di Sanankerto, kecamatan Turen, dusun Anyar, Kabupaten Malang. Wisatawan yang berwisata ke Boonpring Andeman dapat menempuh dari pusat kota Malang kurang lebih 30,8 km sedangkan dari pusat kabupaten Malang kurang lebih 27 km. Jarak tersebut berpengaruh terhadap intensitas jumlah pengunjung ke Boonpring Andeman karena lebih memilih wisata yang lebih dekat dari pusat kota.

3.1.9. Infrastruktur Penunjang yang Kurang Memadai

Infrastruktur penunjang wisata yang memadai sangat penting di sebuah wisata. Berdasarkan infrastruktur penunjang yang ada di Boonpring Andeman kurang memadai dilihat dari sedikitnya jumlah petunjuk arah/plang lokasi ke arah Boonpring Andeman dan beberapa ruas jalan disekitar lokasi wisata yang masih berlubang dan sempit.

3.1.10. Area Kuliner yang Tergolong Kotor dan Jumlahnya Sedikit

Area kuliner atau pujasera Boonpring Andeman tergolong kotor dan jumlahnya sedikit karena disepanjang jalan area kuliner merupakan jalan berpasir dan jumlah toko yang ada masih tergolong sedikit. Area kuliner yang kotor membuat wisatawan kurang nyaman ketika beristirahat dan ingin makan. Area kuliner di tempat wisata merupakan salah satu fasilitas yang harus diperhatikan jumlahnya dan kebersihannya.



Gambar 5. Area Kuliner Boonpring Andeman

3.2. Analisis EFAS

3.2.1. Dukungan dari Masyarakat dan Pemerintah Setempat

Pemerintah memberikan dukungan terhadap Boonpring Andeman melalui Program *Smart City* yang dicanangkan oleh Bupati Malang untuk mentransformasi terhadap desa wisata unggulan. Nantinya, desa wisata tersebut tidak hanya menjadi desa wisata biasa, tetapi juga menjadi desa wisata yang mempunyai literasi digital yang baik sehingga wisatawan dapat berkunjung kembali. Masyarakat memberikan dukungan terhadap Boonpring Andeman melalui Bumdes, dukungan masyarakat yaitu lewat pengembangan objek wisata seperti ambil andil dalam menjaga keamanan, ikut serta memelihara lingkungan dan kebersihan kawasan wisata.

3.2.2. Keinginan Wisatawan Berkunjung Kembali

Wisata Boonpring Andeman merupakan wisata dengan konsep alam yang didalamnya banyak pohon bambu sehingga wisatawan ingin berkunjung kembali dikarenakan konsep tersebut jarang ditemui di tempat wisata lain. Keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali juga dikarenakan Boonpring Andeman salah satu wisata memiliki atraksi yang menarik seperti jenis jenis bambu dan wahana wahana anak anak sehingga cocok dijadikan wisata keluarga. Wisatawan juga merasa puas karena pelayanan yang baik yang diberikan pihak pengelola.

3.2.3. Meningkatkan Pendapatan Daerah dan Masyarakat Setempat

Wisata Boonpring Andeman bisa berdampak terhadap pendapatan masyarakat setempat dan pendapatan daerah. Pendapatan masyarakat dapat meningkat dikarenakan banyaknya masyarakat yang berjualan di lokasi wisata. Pembayaran pajak yang dilakukan oleh pengelola wisata Boonpring Andeman juga dapat meningkatkan pendapatan daerah.

3.2.4. Peluang Masyarakat Mendapatkan Pekerjaan Tambahan

Masyarakat mendukung adanya wisata Boonpring Andeman terlihat dari banyaknya warga yang menjadi pengelola wisata Boonpring Andeman sehingga dapat mendapatkan pekerjaan tetap. Masyarakat yang mendapat pekerjaan tetap dapat mengurangi jumlah pengangguran dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar wisata Boonpring Andeman.

3.2.5. Banyaknya Pilihan Tempat Wisata Lain

Banyaknya pilihan wisata lain dapat berpengaruh kepada wisata Boonpring Andeman dikarenakan wisatawan memilih wisata yang lain. Salah satu faktor bisa dilihat dari jarak yang lebih dekat dari pusat kota dan kabupaten serta wisata lain tersebut memiliki wahana yang lengkap dan menarik. Pihak pengelola perlu mengantisipasi masalah tersebut sehingga wisatawan tetap berkunjung ke Boonpring Andeman.

3.2.6. Masuknya Budaya Luar yang Mempengaruhi Budaya Setempat

Masuknya budaya luar dapat berdampak positif dan negatif bagi masyarakat sekitar Boonpring Andeman. Budaya luar dapat melunturkan budaya masyarakat yang ada di Boonpring Andeman. Oleh karena itu masyarakat sekitar wisata Boonpring Andeman tetap melakukan adat dan budaya setempat.

3.2.7. Ketidakpuasan Wisatawan terhadap Wisata Boonpring Andeman

Ketidakpuasan wisatawan terhadap wisata Boonpring Andeman dapat mempengaruhi keberlangsungan wisata tersebut. Ketidakpuasan tersebut bisa dilihat dari beberapa faktor seperti pelayanan yang kurang baik dari pengelola wisata terhadap wisatawan, sarana dan prasarana yang kurang memadai. Ketidakpuasan tersebut bisa menjadikan wisatawan tidak ingin berkunjung kembali.

3.2.8. Terdapat Kompetitor dengan Konsep Wisata yang Sama dengan Boonpring Andeman

Kompetitor dengan konsep yang hampir sama dapat mengancam keberlangsungan wisata Boonpring Andeman. wisata Boonpring Andeman harus memperkuat identitas wisatanya dan terus melakukan pengembangan pariwisata. Dengan melakukan pengembangan wisata dan memperkuat identitasnya wisata Boonpring Andeman tidak perlu takut adanya kompetitor dengan konsep wisata yang sama.

3.2.9. Adanya Ancaman Pencemaran Lingkungan di Kawasan Wisata yang Diakibatkan oleh Kurangnya Kesadaran dan Kepedulian Pengunjung

Kesadaran dan kepedulian pengunjung untuk menjaga lingkungan di kawasan wisata sangat berpengaruh terhadap tempat wisata tersebut. Ancaman pencemaran lingkungan dapat disebabkan ketika wisatawan yang membuang sampah sembarangan. Sehingga wisatawan yang berkunjung ke Boonpring Andeman diharapkan memiliki kesadaran dan kepedulian yang lebih terhadap lingkungan di Boonpring Andeman.

Tabel 3. Hasil Matrix IE

	Kuat 3,0 – 4,0	Sedang 2,0 – 2,99	Lemah 1,0 – 1,99
Tinggi 3,0 – 4,0	I	II	III
Sedang 2,0 – 2,99	IV	V	VI
Lemah 1,0 – 1,99	VII	VIII	IX

Matriks Internal-Eksternal menerapkan skor total *IFAS* menjadi sumbu X dan skor total *EFAS* menjadi sumbu Y untuk memposisikan penelitian di 9 sel yang disediakan. Skor *IFAS* berjumlah 3,37 dan skor *EFAS* berjumlah 2,85 menghasilkan posisi Wisata Boonpring Andeman terletak di sel IV yang artinya *Grow and build* atau tumbuh dan bina. Strategi yang tepat meliputi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk). Strategi tersebut selanjutnya menjadi dasar untuk merumuskan strategi *alternative* di *matriks SWOT*.

Tabel 4. Hasil Matrix SWOT

IFAS/EFAS	STRENGTH	WEAKNESS
OPPORTUNITY	<ol style="list-style-type: none"> 1. Boonpring Andeman memiliki atraksi wisata yang menarik. 2. Biaya yang relatif murah dan terjangkau. 3. Pengelola memberikan pelayanan yang baik. 4. Menyediakan fasilitas pemandu/tour guide. 5. Aspek sarana dan prasarana yang memadai. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya iklan dan promosi pada media elektronik. 2. Kurangnya kerjasama pemerintah dan pengelola wisata Boonpring Andeman dalam melakukan promosi. 3. Lokasi wisata memiliki jarak yang cukup jauh. 4. Infrastruktur penunjang yang kurang memadai. 5. Area kuliner tergolong kotor dan jumlahnya sedikit.
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya dukungan dari masyarakat dan pemerintah setempat. 2. Keinginan wisatawan berkunjung kembali. 3. Dapat Meningkatkan pendapatan daerah dan masyarakat setempat. 4. Peluang masyarakat mendapatkan pekerjaan tambahan. 		
THEARTS	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya pilihan tempat wisata lain yang memiliki lokasi yang strategis. 2. Masuknya budaya luar mempengaruhi budaya setempat. 3. Ketidakpuasan wisatawan terhadap wisata Boonpring Andeman. 4. Terdapat kompetitor dengan konsep wisata yang sama dengan Boonpring Andeman. 5. Adanya ancaman pencemaran lingkungan di kawasan wisata yang diakibatkan oleh kurangnya kesadaran dan kepedulian pengunjung. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan destinasi wisata yang menarik agar wisatawan berkeinginan berkunjung kembali. (S1,S2,S5,O1,O2) 2. Memperbaiki dan meningkatkan kinerja pengelola untuk lebih baik lagi. (S3,S4,O2) 3. Mengagendakan acara/ event masyarakat setempat secara berkala. (O1,O3,O4) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan dukungan pemerintah dengan melakukan kegiatan promosi di media elektronik dan iklan. (W1,W2,O1) 2. Memperbaiki infrastruktur penunjang dan menambah area kuliner (W3, W4, W5,O3, O2) 3. Masyarakat setempat mendapatkan pendapatan dan pekerjaan tambahan. (W4,O3,O4)
	Strategi ST	Strategi WT
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan destinasi yang menarik dan memperkuat konsep wisata Boonpring Andeman dengan cara mengembangkan wisata Boonpring Andeman (S1, S2, T4) 2. Melakukan pemberdayaan dan sosialisasi terhadap masyarakat tentang pengelolaan wisata Boonpring Andeman (S1,S5,T3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi dan iklan secara terus menerus pada media elektronik agar wisatawan mulai mengenal wisata Boonpring Andeman. (W1,W2,T3,T5) 2. Melakukan kerjasama dengan agen tour travel. (W1,W2,T1,T4)

Dalam penelitian ini *matriks SWOT* mempunyai fungsi yaitu menemukan sebanyak-banyaknya strategi yang tepat untuk pengembangan wisata Boonpring Andeman. Pemilihan set strategi utama pada *matriks SWOT* dilihat dari posisi wisata Boonpring Andeman pada

matriks IE yang telah dibuat sebelumnya. Hasil analisis *matriks SWOT* di wisata Boonpring Andeman, teridentifikasi 10 alternatif strategi yang meliputi alternatif 3 strategi *SO*, 3 strategi *WO*, 2 strategi *ST*, dan 2 strategi *WT*.

Tabel 5. Hasil Matrix Perencanaan Kombinasi Strategi SWOT

IFAS	Strength	Weakness
EFAS		
Opportunity	Strategi <i>SO</i> : 3,79 kekuatan yang digunakan dengan memanfaatkan peluang Strategi <i>WT</i> : 2,43	Strategi <i>WO</i> : 2,96 Mengurangi kelemahan dengan menggunakan peluang Strategi <i>ST</i> : 3,26
Threats	Memanfaatkan kekuatan untuk menyelesaikan ancaman	Mengurangi kelemahan dan melewati ancaman

Matriks perencanaan kombinasi strategi menghasilkan skor tertinggi yaitu strategi *SO* dengan skor total 3,79. Artinya pengelola Boonpring Andeman sebaiknya menggunakan strategi *SO* yaitu memaksimalkan destinasi wisata yang menarik agar wisatawan berkeinginan berkunjung kembali, memperbaiki dan meningkatkan kinerja pengelola untuk lebih baik lagi, Mengagendakan acara/ event masyarakat setempat secara berkala. Set strategi *SO* mempunyai 3 strategi. Penelitian ini menggunakan analisa *matriks QSPM* yang tujuannya menyusun strategi untuk mencari prioritas strategi. Analisa *matriks QSPM* yang telah dilakukan memiliki hasil dibawah ini:

Tabel 6. Hasil Matrix QSPM

No.	Faktor kunci	Bobot	Penetrasi pasar		Pengembangan pasar		Pengembangan produk	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
KEKUATAN								
1.	Boonpring Andeman memiliki atraksi wisata yang menarik	0,14	4	0,56	3	0,43	4	0,56
2.	Harga tiket yang relatif murah dan terjangkau	0,12	3	0,36	3	0,36	3	0,36
3.	Pengelola memberikan pelayanan yang baik	0,10	4	0,40	4	0,40	3	0,30
4.	Menyediakan fasilitas pemandu/tour guide	0,12	3	0,36	4	0,48	3	0,36
5.	Aspek sarana dan prasarana yang memadahi	0,10	3	0,30	3	0,30	3	0,30
KELEMAHAN								
1.	Kurangnya iklan dan promosi pada media elektronik	0,10	4	0,40	2	0,20	2	0,20
2.	Kurangnya kerjasama pemerintah dan pengelola wisata Boonpring Andeman dalam melakukan promosi.	0,08	3	0,24	3	0,24	2	0,16
3.	Lokasi wisata memiliki Jarak yang cukup jauh	0,07	2	0,14	3	0,21	3	0,21
4.	Infrastruktur penunjang yang kurang memadai	0,09	3	0,27	3	0,27	3	0,27
5.	Area kuliner yang tergolong kotor dan jumlahnya sedikit	0,08	3	0,24	3	0,24	4	0,32

PELUANG								
1.	Adanya dukungan dari masyarakat dan pemerintah setempat.	0,13	4	0,52	4	0,52	4	0,52
2.	Keinginan wisatawan berkunjung kembali	0,12	4	0,48	3	0,36	3	0,36
3.	Dapat meningkatkan pendapatan daerah dan masyarakat setempat.	0,14	3	0,42	3	0,42	2	0,28
4.	Peluang masyarakat mendapatkan pekerjaan tambahan	0,16	3	0,48	2	0,32	3	0,48
ANCAMAN								
1.	Banyaknya pilihan tempat wisata lain yang memiliki lokasi yang strategis.	0,11	2	0,22	3	0,33	3	0,33
2.	Masuknya budaya luar mempengaruhi budaya setempat.	0,08	3	0,24	3	0,24	3	0,24
3.	Ketidakpuasan wisatawan terhadap wisata Boonpring Andeman.	0,09	3	0,27	4	0,36	3	0,27
4.	Terdapat kompetitor dengan konsep wisata yang sama dengan Boonpring Andeman	0,08	3	0,24	3	0,24	2	0,16
5.	Adanya ancaman pencemaran lingkungan di kawasan wisata yang diakibatkan oleh kurangnya kesadaran dan kepedulian pengunjung.	0,09	4	0,36	3	0,27	3	0,27
TOTAL			6,50		6,19		5,95	

Hasil perhitungan matriks *QSPM* menunjukkan penetrasi pasar memiliki skor tertinggi yaitu 6,50 kemudian diikuti pengembangan pasar sebesar 6,19 dan pengembangan produk sebesar 5,95. Berdasarkan hasil analisis sebelumnya beberapa hal penting dapat diketahui hal tersebut bisa digunakan sebagai dasar acuan pengelola Boonpring Andeman melakukan pengembangan wisata. Boonpring andeman memiliki kecenderungan penetrasi pasar yang kurang, namun apabila dikelola dengan baik wisata Boonpring Andeman bisa melakukan pengembangan wisata yang tepat. Dari analisis yang dilakukan pengembangan wisata yang dapat dilakukan sebagai berikut:

- Pengembangan Berdasarkan Strategi Penetrasi Pasar

Strategi penetrasi pasar bisa memanfaatkan atraksi wisata yang ada, sehingga kelemahan yang ada bisa diatasi. Kerja sama untuk melakukan strategi penetrasi pasar dengan pihak pemerintah dan penyediaan infrastruktur seperti melakukan promosi dan iklan secara konsisten. Strategi ini bisa mengatasi kelemahan yang ada di Boonpring Andeman, juga bisa memecahkan masalah, sehingga salah satunya banyak wisatawan yang berkunjung kembali.

- Pengembangan Berdasarkan Strategi Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar memanfaatkan peluang yang ada yaitu salah satunya dukungan masyarakat dan pemerintah setempat untuk melakukan pengembangan wisata Boonpring Andeman. Peluang tersebut juga memperbaiki infrastruktur yang kurang memadai di Boonpring Andeman. Pengembangan pasar tujuannya menarik wisatawan yang belum pernah berkunjung ke Boonpring Andeman.

- Pengembangan Berdasarkan Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk bisa dijalankan dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki seperti destinasi yang menarik. Boonpring Andeman memiliki destinasi menarik yaitu lewat hutan bambunya. Hutan bambu yang dimiliki bisa diproduksi sehingga ada produk yang dikembangkan menjadi anyaman, hiasan dinding, gantungan lampu dan lain lain.

Dengan demikian Prioritas strategi yang sebaiknya digunakan oleh pengelola Boonpring Andeman yaitu penetrasi pasar. Hasil set strategi yang telah dianalisis sebaiknya diaplikasikan oleh pengelola Boonpring Andeman adalah strategi *SO* yaitu memaksimalkan atraksi wisata yang menarik agar wisatawan berkeinginan berkunjung kembali, memperbaiki dan meningkatkan kinerja pengelola untuk lebih baik lagi, Mengagendakan acara/event masyarakat setempat secara berkala. Penerapan prioritas 3 strategi tersebut sangat cocok, karena ketiga strategi itu belum dimaksimalkan oleh pihak wisata Boonpring Andeman, karena pihak pengelola wisata belum memaksimalkan ketiga strategi tersebut. Beberapa set strategi yang sudah dirancang juga bisa digunakan oleh pengelola wisata Boonpring Andeman untuk terus melakukan pengembangan wisata Boonpring Andeman.

4. Simpulan

Hasil dari analisis *matrix IFAS* dan *matrix EFAS* dengan hasil 5 kekuatan, 5 kelemahan, 4 peluang dan 4 ancaman. Hasil *matriks IFAS* menghasilkan total skor sebesar 3,37 sedangkan hasil *matriks EFAS* menghasilkan skor 2,85. Hasil dari *matrix IFAS* dan *EFAS* yang didukung dari perhitungan *Matrix IE* memposisikan strategi di *kuadran IV* sebagai *Grow and Build*. Kemudian dilakukan penyusunan strategi alternatif dengan *matriks SWOT* menghasilkan intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk). Hasil analisis *matriks SWOT* merekomendasikan perusahaan untuk menerapkan strategi *SO*.

Hasil perhitungan *QSPM* menghasilkan 3 urutan strategi yang harus direkomendasikan yaitu yang pertama strategi penetrasi pasar memiliki skor tertinggi yaitu 6,50, kemudian diikuti strategi pengembangan pasar dengan skor 6,19 dan strategi pengembangan produk dengan skor 5,95. Dengan demikian urutan set strategi yang sebaiknya digunakan oleh pengelola Boonpring Andeman yaitu: mengagendakan acara/ event masyarakat setempat secara berkala, memaksimalkan atraksi wisata yang menarik agar wisatawan berkeinginan berkunjung kembali, memperbaiki dan meningkatkan kinerja pengelola untuk lebih tingkatan lagi.

Daftar Rujukan

- Azizah, N. N., & Rahmawati, F. (2020). Strategi Pengembangan Agrowisata Melalui Pendekatan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). *Edutourism Journal of Tourism Research*, 2(01), 43-54.
- de Fretes, R. A., Santoso, P. B., Soenoko, R., & Astuti, M. (2013). Strategi Perencanaan dan Pengembangan Industri Pariwisata dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM (Studi Kasus Kecamatan Leitimur Selatan Kota Ambon). *Jurnal Rekayasa Mesin*, 4(2), 109-118.

- Insani, N., Ariani, Y., Arachman, F. R., & Wibowo, D. A. (2020, May). Carrying capacity estimations to support tourism coastal management in Ungapan Beach Indonesia. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 485(1), 012036.
- Kurniastuti, C. (2018). *Pemilihan Strategi Pemasaran Desa Wisata Edukasi Dengan Metode Qspm*.
- Kurniawan, D. A., & Abidin, M. Z. (2020). Strategi Pengembangan Wisata Kampoeng Durian Desa Ngrogung Kecamatan Ngebel Ponorogo melalui Analisis Matrik IFAS dan EFAS. *Al Tijarah*, 5(2), 93. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v5i2.3706>
- Mahsun, M., Rofiq, A., & Ismail, M. (2022). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Pariwisata Ramah Muslim Melalui SOAR Analysis dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). *OECOMICUS Journal of Economics*, 6(2), 140-151.
- Maulana, F. I., & Pratama, F. C. (2021). The sustainable development goals in boon pring tourism village turen malang with swot methods. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 739(1), 0-8. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/739/1/012051>
- Permana, F. H. (2014). *Penyusunan Formulasi Strategi Pemasaran Pada Industri Pariwisata Dengan Pendekatan Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT) dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) (Studi Kasus pada Desa Wisata Wonosadi, Ngawen, Gunungkidul, Yogyakarta)* (Doctoral dissertation UPN" Veteran" Yogyakarta).
- Putra, I. N. W., Praptono, B., & Nafizah, U. Y. (2019). Formulation of Marketing Strategy for Bali Ragam Busana with Quantitative. *E-Proceeding of Engineering*, 6(2), 7317-7324.
- Qanita, A. (2020). Analisis Strategi Dengan Metode SWOT Dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix): Studi Kasus Pada D'Gruz Caffe Di Kecamatan Bluto Sumenep. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2), 11-24. <https://doi.org/10.15575/jim.v1i2.10309>
- Rozi, R. F., & Widodo, T. (2017). Analisis Quantitative Strategy Planning Matrix (qspm) Sebagai Landasan Untuk Menentukan Strategi Pengembangan Pada Industri Pariwisata Kota Batam. *eProceedings of Management*, 4(2).
- Safitri, D. (2018). *Penggunaan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Untuk Penentuan Alternatif Strategi Prioritas Bisnis Tapis (Studi Pada UMKM Tapis Ruwa Jurai Bandar Lampung)*. Skripsi, Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- Saputra, Y. I. (2021). Perumusan Strategi Pengembangan Pariwisata pada Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Setyorini, H., & Santoso, I. (2017). Analisis strategi pemasaran menggunakan matriks SWOT dan QSPM (studi kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46-53.
- Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2016). Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46-53. <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2016.005.01.6>
- Situmaeng, T. S. (2022). *Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Pariwisata dengan Menggunakan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (Studi Kasus Wisata Hiu Paus Botubarani)*. Skripsi, 1(931418068).
- Winarko, A. I., & Rinawati, D. I. (2015). Pemilihan dan Pengembangan Obyek Wisata Kabupaten Kebumen Menjadi Obyek Wisata Unggulan Kabupaten Kebumen dengan Menggunakan Metode Ahp, Swot dan Qspm. *Industrial Engineering Online Journal*, 4(3).
- Wirahayu, Y. A., Purwito, H., & Insani, N. (2019). Community-based tourism management in Santen Beach, Banyuwangi. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 243(1), 012059.
- Zulkarnain, A., Wahyuningtias, D., & Putranto, T. S. (2018, March). Analysis of IFE, EFE and QSPM matrix on business development strategy. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 126(1), 012062.
- Zulni, A. (2016). *Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Kota Pariaman Menggunakan Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats (SWOT) dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).