

**ANALISIS SWOT OBJEK WISATA BUKIT IDAMAN
KECAMATAN GISTING KABUPATEN TANGGAMUS**

(Skripsi)

Oleh

**INTAN PURNAMASARI
NPM 1813034003**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

ANALISIS SWOT OBJEK WISATA BUKIT IDAMAN KECAMATAN MGISTING KABUPATEN TANGGAMUS

Oleh

Intan Purnamasari

Penelitian ini menggunakan suatu analisis SWOT yang bertujuan untuk: (1) Mengetahui aspek-aspek kekuatan (*strength*), (2) Mengetahui aspek-aspek kelemahan (*weakness*), (3) Mengetahui aspek-aspek peluang (*opportunities*), dan (4) Mengetahui aspek-aspek ancaman (*threats*) yang ada di Objek Wisata Bukit Idaman Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi serta pengisian kuesioner oleh 40 responden untuk kemudian diidentifikasi faktor internal dan eksternal Objek Wisata Bukit Idaman. Hasil dalam penelitian ini mengatakan bahwa dengan menggunakan perhitungan skor IFAS (*Internal Factor Strategy Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) menunjukkan nilai positif yaitu dengan nilai IFAS sebesar 1,728 dan EFAS sebesar 0,383. Hal tersebut menempatkan posisi Objek Wisata Bukit Idaman berada di kuadran I, dimana posisi ini memiliki posisi yang menguntungkan, sehingga dengan kekuatan yang dimiliki dimungkinkan untuk memanfaatkan peluang yang ada. dengan kata lain pihak pengelola Objek Wisata Bukit Idaman memiliki banyak pilihan strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkan objek wisata.

Kata Kunci: Objek Wisata, Strategi Pengembangan, Analisis SWOT.

ABSTRACT

SWOT ANALYSIS OF TOURIST OBJECTS IN HILL IDAMAN GISTING, TANGGAMUS DISTRICT

By

Intan Purnamasari

This study uses a SWOT analysis which aims to: (1) Know the aspects of strength (strength), (2) Know the aspects of weakness (3) Know the aspects of opportunities (opportunities), and (4) Knowing the aspects of the threats (threats) in the Bukit Idaman Tourism Object, Gisting District, Tanggamus Regency. The method used in this research is a quantitative method. Data collection was carried out by means of observation, interviews, and documentation as well as filling out questionnaires by 40 respondents to then identify internal and external factors at the Bukit Idaman Tourism Object. The results in this study said that using the IFAS (Internal Factor Strategy Analysis Summary) and EFAS (External Factor Analysis Summary) scores showed a positive value, with an IFAS score of 1.728 and an EFAS of 0.383. This places the position of the Bukit Idaman Tourism Object in quadrant I, where this position has an advantageous position, so that with the strengths it has it is possible to take advantage of the opportunities that exist. in other words, the management of the Bukit Idaman Tourism Object has many strategic options that can be used to develop a tourist attraction.

Keywords: Tourist Object, Development Strategy, SWOT Analysis.

**ANALISIS SWOT OBJEK WISATA BUKIT IDAMAN
KECAMATAN GISTING KABUPATEN TANGGAMUS**

Oleh

INTAN PURNAMASARI

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA PENDIDIKAN**

Pada

**Program Studi Pendidikan Geografi
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Lampung**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul skripsi : **ANALISIS SWOT OBJEK WISATA BUKIT
IDAMAN KECAMATAN GISTING
KABUPATEN TANGGAMUS**

Nama Mahasiswa : **Intan Purnamasari**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1813034003**

Program Studi : **Pendidikan Geografi**

Jurusan : **Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial**

Fakultas : **Keguruan dan Ilmu Pendidikan**



1. Komisi Pembimbing

Pembimbing Utama

Pembimbing Pembantu

Drs. Yarmaidi, M. Si.
NIP 19590926 198503 1 002

Irma Lusi Nugrahei, S. Pd., M. Si.
NIP 19800729 200604 2 001

2. Mengetahui

Ketua Jurusan Pendidikan
Ilmu Pengetahuan Sosial

Ketua Program Studi
Pendidikan Geografi

Dedy Miswar. S.Si., M. Pd.
NIP 19741108 200501 1 003

Dr. Sugeng Widodo, M.Pd.
NIP 19750517 200501 002

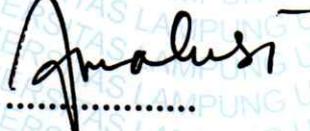
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Drs. Yarmaidi, M. Si.**



Sekretaris : **Irma Lusi Nugraheni, M. Si.**



Penguji
Bukan Pembimbing : **Dr. Pargito, M. Pd.**



Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan



Prof. Dr. Sunyono, M.Si.
NIP. 19651230 1991111 1 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 08 Maret 2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Intan Purnamasari
NPM : 1813034003
Program Studi : Pendidikan Geografi
Jurusan/Fakultas : Pendidikan IPS/KIP
Alamat : Jalan Imam Bonjol Gg. M. Hasan No.28 Kelurahan Sukajawa
Kecamatan Tanjung Karang Barat Kota Bandar Lampung
Provinsi Lampung

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ANALISIS SWOT OBJEK WISATA BUKIT IDAMAN KECAMATAN GISTING KABUPATEN TANGGAMUS” dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis yang diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 8 Maret 2023

Pemberi Pernyataan,



Intan Purnamasari

NPM. 1813034003

RIWAYAT HIDUP



Intan Purnamasari lahir di Bogor pada tanggal 31 Januari 2001 sebagai anak terakhir dari enam bersaudara dari pasangan Bapak Drs. A. Syarief Zen, M. Si. dan Ibu Masyati A.Ma.

Pendidikan yang pernah ditempuh oleh penulis yaitu Sekolah Dasar di SD Negeri 1 Suka Jawa pada tahun 2006-2012, Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 17 Bandar Lampung pada tahun 2012-2015, dan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 9 Bandar Lampung pada tahun 2015-2018.

Pada tahun 2018, penulis diterima menjadi mahasiswa S1 Program Studi Pendidikan Geografi di Universitas Lampung melalui jalur SNMPTN dengan Nomor Pokok Mahasiswa (NPM) 1813034003. Pada tahun 2019, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Jawa Tengah, Jawa Timur, Yogyakarta, dan Bali. Pada awal tahun 2021, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Langkapura, Kecamatan Langkapura, Kota Bandar Lampung. Pada pertengahan tahun 2021 Penulis menjadi salah satu mahasiswa MBKM Merdeka Belajar dan mengajar di SD Islam Al- Anshor 1 Kemiling, Kota Bandar Lampung. Pada tahun 2022 penulis bergabung dengan komunitas START Community yang bergerak dibidang sosial, sanitasi, dan edukasi dengan sasaran anak-anak.

MOTTO

“Dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.”

(QS. Al-Anfaal:46)

“Barangsiapa menempuh jalan untuk mendapatkan ilmu, Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga.”

(HR. Muslim)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap penuh rasa syukur kepada Allah SWT ku persembahkan karya sederhana ini kepada:

Papa dan Mamaku tercinta Papa A. Syarief Zen dan Mama Masyati yang selalu mendoakanku dalam setiap sujudnya. Terima kasih untuk setiap tetesan keringat serta semangat yang selalu Papa dan Mama berikan.

Bapak dan Ibu Dosen Pembimbing, Keluarga Besar serta Sahabat tercinta yang selalu memberikan arahan, dukungan dan doanya.

Almamater tercinta
UNIVERSITAS LAMPUNG

SANWACANA

Bismillahirrohmanirrohim

Puji Syukur penulis haturkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis SWOT Objek Wisata Bukit Idaman Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Geografi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Drs. Yarmaidi, M. Si. selaku dosen pembimbing 1 sekaligus dosen pembimbing akademik, Ibu Irma Lusi Nugraheni, S. Pd., M. Si. selaku dosen pembimbing 2, dan Bapak Dr. Pargito, M. Pd. selaku dosen pembahas yang telah memberikan bimbingan, nasihat, serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis berharap semoga dosen pembimbing maupun pembahas dilimpahkan rahmat, hidayah, kesehatan, dan kesempatan yang begitu besar oleh Allah SWT.

Selesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusimeilia Afriani, D.E.A., IPM., selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Bapak Prof. Dr. Sunyono, M. Si., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Riswandi M. Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerja sama Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.

4. Bapak Albet Meydiantoro, S. Pd., M. Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
5. Bapak Hermi Yanzi, S. Pd., M. Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
6. Bapak Dedy Miswar, S. Si., M. Pd., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
7. Bapak Dr. Sugeng Widodo, M. Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Geografi yang telah mengajar, mendidik, dan membimbing penulis dalam menyelesaikan studi.
8. Seluruh dosen dan staf Program Studi Pendidikan Geografi yang telah mengajar, mendidik, dan membimbing penulis dalam menyelesaikan studi.
9. Pengelola Objek Wisata Bukit Idaman Bapak Eko Riswanto, masyarakat sekitar objek wisata, serta para pengunjung yang datang ke Objek Wisata Bukit Idaman atas bantuannya pada saat penelitian sehingga penelitian ini dapat selesai.
10. Papa Syarief, dan Mama Masyati, Kakak-Kakakku dan seluruh keluarga besar yang selalu mendoakan, memberikan dukungan dan kepercayaan atas pilihan yang penulis ambil dalam menyelesaikan studi.
11. Teman-teman seperjuangan, Mahasiswa Program Studi Pendidikan Geografi Angkatan 2018. Semoga kita semua dapat mencapai cita-cita yang selama ini kita inginkan, dan semoga berakhirnya masa perkuliahan bukan menjadi alasan berakhirnya pertemanan ini.
12. Miss Dhyani guru lesku yang sudah seperti keluarga yang selalu siap siaga mendengar keluh kesah tentang skripsi dan hidup yang penuh lika liku ini.
13. Untuk seseorang yang tidak bisa ku sebut namanya, terimakasih sudah membiarkanku menjadi diriku sendiri dan bersedia memberikan telinga untukku bercerita.
14. Teman-teman START Community (Bagio, Delsa, Yoga, Cheri, Farhan, Fikri, Tupal, Maylita, Bagus, Cindy, Sistia, Aput, Cio, Arya, Eki, dan Jeje) yang telah

memberikan ilmu, kenangan, dan pengalaman baru untukku. Semoga Allah per lancar selalu urusan kita.

15. Untuk diriku sendiri, terimakasih sudah berjuang sampai di tahap ini, semangat terus untuk tujuan hidup yang selama ini kamu cita-citakan, dan
16. Semua pihak yang terlibat dan membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Akhir kata, Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Namun, penulis berharap skripsi ini dapat berguna dan memberikan sumbangan pengetahuan bagi kita semua.

Bandar Lampung, 08 Maret 2023

Intan Purnamasari

NPM. 1813034003

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|----------------|
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| | |
| I. PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 7 |
| C. Batasan Masalah | 7 |
| D. Rumusan Masalah | 7 |
| E. Tujuan Penelitian | 8 |
| F. Manfaat Penelitian | 8 |
| G. Ruang Lingkup Penelitian | 9 |
| | |
| II. TINJAUAN PUSTAKA | |
| A. Landasan Teori | 10 |
| 1. Pengertian Pariwisata | 10 |
| 2. Wisatawan | 12 |
| 3. Daya Tarik | 13 |
| 4. Geografi Pariwisata | 14 |
| 5. Analisis SWOT | 15 |
| 6. Objek Wisata Bukit Idaman | 22 |
| B. Penelitian Relevan | 23 |
| C. Kerangka Berpikir | 25 |
| | |
| III. METODE PENELITIAN | |
| A. Metode Penelitian | 27 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian | 27 |
| 1. Lokasi Penelitian | 27 |
| 2. Waktu Penelitian | 27 |
| C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling | 28 |
| 1. Populasi | 28 |
| 2. Sampel dan Teknik Sampling | 28 |
| D. Variabel Penelitian | 30 |

| | |
|--|-----------|
| E. Definisi Operasional Variabel | 30 |
| F. Teknik Pengumpulan Data | 31 |
| 1. Teknik Observasi | 31 |
| 2. Teknik Wawancara | 31 |
| 3. Teknik Kuesioner | 32 |
| G. Uji Prasyarat | 32 |
| 1. Uji Validitas | 32 |
| 2. Uji Reliabilitas | 32 |
| H. Teknik Analisis Data | 33 |
| IV. HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| A. Gambaran Umum Objek Wisata Bukit Idaman | 38 |
| 1. Sejarah Berdirinya | 38 |
| 2. Letak Geografis | 39 |
| 3. Kondisi Topografi | 41 |
| 4. Jenis Tanah | 41 |
| 5. Kondisi Demografi | 42 |
| B. Hasil Penelitian | 43 |
| C. Pembahasan | 56 |
| V. SIMPULAN DAN SARAN | |
| A. Simpulan | 68 |
| B. Saran | 69 |
| DAFTAR PUSTAKA | 70 |
| LAMPIRAN | 75 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|--|---------|
| 1. Rata-Rata Pengunjung Mancanegara yang berkunjung ke Provinsi Lampung 2016-2020..... | 3 |
| 2. Jumlah Kunjungan Objek Wisata Bukit Idaman Tahun 2018-2021..... | 5 |
| 3. Parameter Mengukur Objek Wisata | 14 |
| 4. Penjelasan Karakteristik Setiap Kuadran | 20 |
| 5. Penelitian Relevan | 23 |
| 6. Variabel Indikator | 29 |
| 7. Batasan Usia Menurut Depkes RI | 29 |
| 8. Definisi Operasional Variabel | 30 |
| 9. Perhitungan Faktor Internal IFAS..... | 34 |
| 10. Perhitungan Faktor Eksternal EFAS | 35 |
| 11. Matriks SWOT | 36 |
| 12. Kemiringan Lereng Kecamatan Gisting | 41 |
| 13. Jenis Tanah | 42 |
| 14. Jumlah Kepadatan Penduduk | 42 |
| 15. Skoring untuk Jawaban Responden | 43 |
| 16. Data Frekuensi Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 44 |
| 17. Jumlah Responden Berdasarkan Kelompok Umur | 44 |
| 18. Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 45 |
| 19. Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan | 46 |
| 20. Jumlah Responden Berdasarkan Daerah Asal | 46 |
| 21. Hasil Uji Validitas | 47 |
| 22. Hasil Uji Reliabilitas | 48 |
| 23. Hasil Strategi Internal Kekuatan | 49 |
| 24. Hasil Strategi Internal Kelemahan..... | 50 |
| 25. Hasil Strategi Internal Peluang | 51 |
| 26. Hasil Strategi Internal Ancaman | 52 |
| 27. Matriks SWOT..... | 54 |
| 28. Destinasi Wisata Selain Bukit Idaman | 67 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|---|---------|
| 1. Diagram SWOT | 19 |
| 2. Bagan Kerangka Berpikir | 26 |
| 3. Peta Lokasi Penelitian | 40 |
| 4. Diagram Hasil Analisis SWOT Objek Wisata Bukit Idaman | 53 |
| 5. Pemandangan Gunung Tanggamus dan Lahan Parkir | 57 |
| 6. Kondisi Warung makan di Objek Wisata Bukit Idaman | 58 |
| 7. Kondisi Fasilitas Mushola dan Tempat Wudhu di Objek Wisata Bukit Idaman | 59 |
| 8. Kondisi Toilet Umum di Objek Wisata Bukit Idaman | 60 |
| 9. Kondisi Jalan Menuju Objek Wisata Bukit Idaman | 61 |
| 10. Pintu Masuk Objek Wisata Bukit Idaman | 62 |
| 11. Kondisi Salah Satu Gazebo di Objek Wisata Bukit Idaman | 64 |
| 12. Papan Penunjuk Informasi di Objek Wisata Bukit Idaman | 65 |
| 13. Lokasi Pengunjung Mendapatkan Pelayanan di Objek Wisata Bukit Idaman | 66 |

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memberikan pengaruh besar bagi kemajuan suatu negara. Salah satu pengaruh yang bisa diperoleh dari kemajuan pariwisata di antaranya yaitu meningkatkan pemasukan bagi negara maupun pemerintah daerah yang mengelola suatu destinasi wisata. Selain itu, kemajuan pariwisata akan mempengaruhi taraf ekonomi masyarakat dan juga menjadikan daerah tersebut tidak hanya terkenal secara lokal akan tetapi nasional dan internasional hingga mampu menarik investor untuk menanamkan modalnya. Seperti penuturan oleh Sandiaga Solahudin Uno sebagai Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bahwa pemerintah menggiring investor untuk menanamkan modal di sektor pariwisata di Tanah Air. Salah satu destinasi yang sudah mendapatkan investor yaitu Tanjung Lesung di Aceh dengan jumlah senilai 750 juta dolar (Fauzan, 2021).

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki sumber daya alam dan budaya yang berlimpah dan beragam yang menjadi modal dasar dalam pembangunan. Dengan keberagaman dan kelimpahan sumber daya alam yang dimiliki negara Indonesia menjadikan Indonesia memiliki daya tarik untuk menjadi daerah tujuan wisata baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, salah satu daerah dengan daya tarik yang mampu menjadi daerah tujuan wisata yaitu Jawa Barat, daerah ini memiliki daya tarik sebagai destinasi pariwisata berkualitas di Indonesia (Kementerian Pariwisata, 2012). Potensi ini menggerakkan pemerintah untuk mengelolanya sehingga berdaya guna lebih.

Salah satu faktor majunya suatu pariwisata dapat dilihat dari fasilitas dan pelayanan yang diberikan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Pariwisata yaitu beragam jenis aktivitas wisata serta dukungan beragam fasilitas dan pelayanan yang disediakan antara lain untuk pengusaha, maupun pemerintah daerah. Pada Sektor ini bisa dikembangkan melalui cara identifikasi potensi-potensi yang ada di wisata yang tersedia. Dengan hal ini kegiatan pariwisata harus dilengkapi oleh sarana, fasilitas, dan layanan yang memadai dari pemerintah.

Daya tarik merupakan potensi utama yang harus dimiliki oleh suatu objek wisata. Menurut Suwanto (2004) Daya tarik wisata yang juga disebut obyek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Agar menjadi daerah tujuan wisata maka suatu daerah harus memiliki setidaknya lima syarat yang harus terpenuhi, yaitu kebudayaan (*culture*), alam (*nature*), kuliner atau makanan, masyarakat (*people*) dan transportasi atau akses jalan serta sarana prasana, seperti penginapan, pusat perbelanjaan khas yang memberikan kenyamanan bagi wisatawan yang datang.

Provinsi-provinsi yang ada di Indonesia turut serta dalam rangka menaikkan kepariwisataan di Indonesia karena memiliki objek wisata yang berpotensi dan dapat dijadikan sebagai daerah tujuan wisata. Adanya Undang-Undang nomor 22 tahun 1999 tentang Otonomi Daerah, Pemerintah daerah dituntut dapat mengembangkan potensi yang ada di daerahnya dengan baik sehingga mampu untuk mandiri dan mampu untuk melaksanakan pemerintahannya sendiri. Ketentuan tersebut dapat dimanfaatkan dengan baik oleh Pemerintah Provinsi Lampung agar setiap sumber daya (objek wisata) yang ada potensinya dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin. Namun pemanfaatan sumber daya ini tetap melihat pada berbagai karakteristik lain seperti wisatawan (pendapatan, dan lain-lain), karakteristik sumber daya geografi (unsur alam, manusia, sifat sumber daya dan fasilitas penunjangnya, dan lain-lain), serta karakteristik objek wisata itu sendiri (alam, budaya, dan lain-lain).

Provinsi Lampung merupakan salah satu wilayah yang memiliki beragam objek wisata, misalnya pantai, alam dan budaya yang bisa dikembangkan sebagai objek wisata. Potensi tersebut antara lain alam yang indah dan hawa sejuk dikelilingi oleh kehijauan bukit dan gunung yang banyak ditumbuhi aneka ragam bunga dan pohon. Aneka ragam budayanya pula unik dan menarik, demikian pula adat istiadatnya. Dengan kondisi ini maka Lampung bisa dijadikan mata rantai tujuan wisata dan pemandangan alam yang masing-masing memperlihatkan keindahan serta keunikan tersendiri yang menjadikan pengunjung tertarik untuk datang. Lihatlah tabel jumlah rata-rata pengunjung mancanegara yang berkunjung ke Provinsi Lampung pada Tabel 1.

Tabel 1. Rata-Rata Pengunjung Mancanegara yang Berkunjung ke Provinsi Lampung Tahun 2016-2020

| No | Tahun | Jumlah Pengunjung |
|--------------|-------|-------------------|
| 1. | 2016 | 9.460 |
| 2. | 2017 | 7.960 |
| 3. | 2018 | 2.720 |
| 4. | 2019 | 4.030 |
| 5. | 2020 | 3.100 |
| Total | | 27.270 |

Sumber: BPS Provinsi Lampung Tahun 2017-2021

Berdasarkan data yang sesuai dengan tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah rata-rata pengunjung mancanegara yang berkunjung ke Provinsi Lampung selama lima tahun terakhir mengalami penurunan dan peningkatan. Pada tahun 2016 hingga tahun 2018 secara konsisten jumlah pengunjung menurun, yaitu dari 9.460 orang menjadi 2.720 orang. Pada tahun 2019 jumlah rata-rata pengunjung mancanegara mengalami peningkatan menjadi 4.030 orang, akan tetapi tahun berikutnya mengalami penurunan kembali yaitu menjadi 3.100 orang.

Hal ini disebabkan pada tahun 2020 terjadi penyebaran wabah *Covid-19* yang menyebabkan pemerintah menetapkan kebijakan mutlak salah satunya Peraturan

Menteri Kesehatan Nomor 9 Tahun 2020 tentang Pedoman PSBB dalam rangka Percepatan Penanganan *Covid-19* ditetapkan pada 3 April 2020. Kebijakan PSBB antara lain: 1) Peliburan sekolah dan tempat kerja; 2) Pembatasan kegiatan keagamaan; 3) Pembatasan kegiatan di tempat/fasilitas umum; 4) Pembatasan kegiatan sosial budaya; 5) Pembatasan moda transportasi; dan 6) Pembatasan kegiatan lainnya terkait aspek pertahanan dan keamanan. Dengan adanya peraturan tersebut maka jumlah pengunjung mancanegara untuk datang ke Provinsi Lampung menjadi berkurang.

Seiring berkembang pesatnya pariwisata kini banyak destinasi wisata baru yang bermunculan bahkan terdapat beberapa destinasi wisata dengan konsep yang hampir sama hadir di tengah persaingan yang ada, misalnya Puncak Mas, Bukit Sakura, Bukit Mas, Agrowisata Hutan *Mangrove*, Bukit Idaman, dan lain-lain. Oleh karena itu pengelola destinasi wisata ditekankan mampu bersaing untuk menciptakan inovasi baru yang menjadi pembeda antara destinasi wisata satu dengan yang lain sehingga pengunjung tertarik untuk datang berkunjung.

Agrowisata Kopi Idaman Gisting merupakan salah satu wisata baru di Provinsi Lampung yang telah berdiri sejak pertengahan Agustus tahun 2018, tepatnya berlokasi di Jalan Wira Karya Blok 7, Desa Gisting Atas, Kecamatan Gisting, Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung. Objek wisata ini lebih dikenal oleh masyarakat dengan sebutan Bukit Idaman atau disingkat dengan BI. Bukit Idaman memiliki karakteristik berupa pemandangan yang indah dengan berlatarkan Gunung Tanggamus yang membentang tepat di sebelah baratnya.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan Bapak Eko Riswanto sebagai Kepala Bidang Pemasaran Objek Wisata Bukit Idaman. Bukit Idaman pada awalnya merupakan agrowisata kopi dengan tujuan ingin menjadi salah satu agrowisata di Tanggamus khususnya diperkopian. Konsep agrowisata ini ingin mengenalkan proses penanaman kopi, perawatan kopi, jenis-jenis kopi hingga pemanenan kopi kepada pengunjung. Namun, untuk sampai berada ditahap

pemanenan kopi tentu saja membutuhkan waktu yang lama. Oleh karena itu pengelola wisata berinovasi untuk memanfaatkan lahan yang ada semaksimal mungkin agar Bukit Idaman menjadi lebih menarik untuk dikunjungi. Lihatlah jumlah pengunjung Objek Wisata Bukit Idaman pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah Kunjungan Objek Wisata Bukit Idaman Tahun 2018-2021

| No | Tahun | Jumlah Pengunjung |
|--------------|-------|-------------------|
| 1. | 2018 | 3.355 |
| 2. | 2019 | 8.170 |
| 3. | 2020 | 2.235 |
| 4. | 2021 | 2.500 |
| Total | | 16.250 |

Sumber: Pengelola Bukit Idaman

Melalui tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan Objek Wisata Bukit Idaman selama empat tahun terakhir mengalami kenaikan dan penurunan. Mengingat Bukit Idaman berdiri di pertengahan tahun 2018 pengunjung yang datang ke Bukit Idaman hanya sebanyak 3.355 orang. Pada tahun 2019 jumlah kunjungan meningkat sebanyak 4.815 orang, yaitu menjadi 8.170 orang. Kemudian tahun 2020 Bukit Idaman hanya beroperasi kurang lebih selama tiga bulan sebelum akhirnya tutup sementara dikarenakan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) mulai ditetapkan oleh pemerintah sehingga jumlah kunjungan hanya sejumlah 2.235 orang. Pada tahun 2021 Bukit Idaman kembali beroperasi kurang lebih sudah empat bulan tehitung sejak peneliti melakukan observasi kunjungan awal pada bulan Desember, dengan hal ini jumlah kunjungan berjumlah 2.500 orang.

Seiring berjalannya inovasi yang dilakukan oleh pengelola untuk mendatangkan pengunjung, mereka justru lupa bahwa tempat tersebut merupakan agrowisata kopi. Hal ini didukung juga dengan minimnya pengetahuan sumber daya manusia dalam menjalankan konsep Bukit Idaman agar berjalan sesuai tujuan awal, serta kurangnya biaya dalam pengembangan menjadikan fasilitas penunjang Objek Wisata Bukit Idaman belum memadai, dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak pengelola

belum optimal sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan Objek Wisata Bukit Idaman.

Bersama dengan keadaan di atas, Bukit Idaman membutuhkan suatu analisis yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki sehingga dapat menarik pengunjung, dengan begitu pembangunan Objek Wisata Bukit Idaman akan berjalan secara optimal. Untuk menjawab permasalahan di atas, dalam hal ini peneliti menggunakan pendekatan analisis SWOT.

Pendekatan SWOT digunakan sebagai metode dalam penelitian ini dikarenakan memiliki keunggulan dibandingkan pendekatan lain yaitu dengan analisis SWOT maka dapat diketahui situasi objek wisata dengan mengidentifikasi faktor eksternal dan internal yang berpengaruh pada objek wisata. Analisis SWOT menganalisis peluang dan kekuatan yang dimiliki untuk menentukan rencana masa depan dan mengatasi kelemahan dan ancaman dengan cara perbaikan.

Menurut Rangkuti (2006) Analisis SWOT merupakan suatu identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*). Namun secara bersamaan mampu meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas peneliti tertarik meneliti kondisi objek wisata untuk meningkatkan kunjungan wisata menggunakan analisis SWOT dengan mengambil judul “**Analisis SWOT Objek Wisata Bukit Idaman Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus**”, dengan mengikuti aturan penulisan dan bersifat objektif.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Potensi Objek Wisata Bukit Idaman yang belum optimal.
2. Fasilitas penunjang Objek Wisata Bukit Idaman yang belum optimal.
3. Strategi pemasaran Bukit Idaman yang belum optimal.
4. Kurangnya biaya dalam pengembangan Bukit Idaman.

C. Batasan Masalah

Dikarenakan keterbatasan penulis pada waktu, tenaga, dan biaya. Serta untuk memudahkan dalam pembahasan dalam meneliti juga untuk menjaga agar penelitian lebih fokus dan terarah, disamping itu agar tidak menimbulkan keraguan dan salah penafsiran, maka diperlukan adanya pembatasan masalah. Untuk itu peneliti dibatasi pada:

1. Aspek-aspek yang menjadi kekuatan Objek Wisata Bukit Idaman.
2. Aspek-aspek yang menjadi kelemahan Objek Wisata Bukit Idaman.
3. Aspek-aspek yang menjadi peluang Objek Wisata Bukit Idaman.
4. Aspek-aspek yang menjadi ancaman Objek Wisata Bukit Idaman.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka perumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Apa aspek-aspek yang menjadi kekuatan Objek Wisata Bukit Idaman?
2. Apa aspek-aspek yang menjadi kelemahan Objek Wisata Bukit Idaman?
3. Apa aspek-aspek yang menjadi peluang Objek Wisata Bukit Idaman?
4. Apa aspek-aspek yang menjadi ancaman Objek Wisata Bukit Idaman?

E. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah di atas, tujuan yang akan hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui aspek-aspek yang menjadi kekuatan Objek Wisata Bukit Idaman.
2. Mengetahui aspek-aspek yang menjadi kelemahan Objek Wisata Bukit Idaman.
3. Mengetahui aspek-aspek yang menjadi peluang Objek Wisata Bukit Idaman.
4. Mengetahui aspek-aspek yang menjadi ancaman Objek Wisata Bukit Idaman.

F. Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan di Bukit Idaman diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan baik peneliti dan diharapkan dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang Objek Wisata Bukit Idaman.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi penelitian dapat dijadikan untuk penelitian selanjutnya agar dapat membandingkan teori serta menambah wawasan.
- b. Bagi pemerintah Kabupaten Tanggamus diharapkan penelitian ini menjadi bahan masukan untuk mengembangkan Objek Wisata Bukit Idaman menjadi kawasan wisata dan lebih menarik untuk dikunjungi.
- c. Bagi masyarakat sekitar kawasan Objek Wisata Bukit Idaman dapat ikut serta dalam mengembangkan Bukit Idaman menjadi sektor pariwisata dan turut serta menjaga kelestarian Bukit Idman.
- d. Bagi Universitas Lampung diharapkan dengan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan Prodi Pendidikan Geografi di Fakultas Keguruan dan Pendidikan Universitas Lampung serta jaringan dunia Pendidikan.

- e. Sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Pendidikan pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup pada penelitian ini yaitu:

1. Subjek penelitian ini adalah Analisis SWOT.
2. Objek penelitian ini adalah Objek Wisata Bukit Idaman.
3. Tempat penelitian ini di Objek Wisata Bukit Idaman Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus
4. Waktu penelitian dilaksanakan setelah seminar proposal dilakukan tahun 2022.
5. Ruang lingkup ilmu dalam penelitian ini adalah Geografi Pariwisata. Geografi pariwisata merupakan geografi terapan yang memiliki kaitan antara survei, penelitian, dan memberikan petunjuk secara mudah dalam melakukan perencanaan fisik regional, perkembangan kota dan sebagainya (Riboson, 1967).

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata berasal dari dua suku kata, yaitu *pari* berarti banyak dan *wisatan* berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata berarti perjalanan atau bepergian yang dilakukan secara berulang-ulang atau berkeliling. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Kemudian pariwisata merupakan hal-hal yang berkaitan dengan perpindahan sementara manusia dari satu tempat di luar tempat asalnya, dalam melakukan kegiatannya tentu saja manusia membutuhkan fasilitas-fasilitas yang harus disediakan untuk menunjang kebutuhan mereka selama berada di tempat tujuan. Sedangkan menurut *World Tourism Organization* (WTO) pariwisata atau *tourism* adalah:

“The activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for leisure, business, and other purposes.”

Pariwisata merupakan kegiatan seseorang bepergian dan tinggal ke suatu tempat di luar lingkungan yang biasa mereka tempati untuk bersenang-senang, bisnis, dan tujuan lainnya.

Setelah melihat beberapa pengertian mengenai pariwisata dapat ditarik kesimpulan bahwa pariwisata membahas suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang ke suatu tempat atau objek wisata dilakukan secara sementara dengan maksud untuk bertamasya dan menikmati segala fasilitas dan pelayanan yang disediakan di tempat tujuan tersebut. Apabila dihubungkan dengan wisata buatan seperti wisata Bukit Idaman maka segala sesuatu yang dikaitkan dengan bertamasya dengan menikmati Objek Wisata Bukit Idaman serta fasilitas dan pelayanan tersedia yang mendukung kegiatan wisata tersebut.

Sebagai sebuah industri, pariwisata harus memiliki modal kepariwisataan yang dapat menarik wisatawan tertarik untuk berkunjung dan kembali datang ke tempat yang sama di waktu selanjutnya. Produk pariwisata terdiri dari unsur yang merupakan suatu kesatuan yang masing-masing unsur saling terkait. Produk pariwisata merupakan seluruh jasa pelayanan yang diharapkan oleh wisatawan sejak yang bersangkutan pergi meninggalkan kediamannya hingga ke wilayah tujuan pariwisata yang telah dipilih hingga kemudian akhirnya kembali ke tempat tinggal semula. Terdapat beberapa motif wisatawan ingin mengunjungi suatu tempat yang telah diklasifikasikan dalam beberapa jenis-jenis pariwisata (Spillane, 1987) :

- a. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*), yaitu jenis pariwisata yang dilakukan oleh orang-orang untuk meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar yang baru, memenuhi kehendak kaingin tahuannya, mengendorkan ketegangan sarafnya, melihat sesuatu yang baru, menikmati keindahan alam, atau untuk mendapatkan ketenangan dan kedamaian di daerah luar kota.
- b. Pariwisata untuk rekreasi (*recreation tourism*), yaitu jenis pariwisata yang dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki adanya pemanfaatan hari-hari liburnya untuk beristirahat, memulihkan kembali kesegara jasmani dan rohaninya, serta keletihan dan kelelahannya.

- c. Pariwisata untuk kebudayaan (*cultural tourism*), jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang untuk mempelajari adat istiadat, kelembagaan, dan cara hidup rakyat daerah lain, selain itu untuk mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan peradaban masa lalu, pusat-pusat kesenian, pusat-pusat keagamaan, atau untuk ikut serta dalam festival-festival seni musik, teater, tarian rakyat, dan lain-lain.
- d. Pariwisata untuk olahraga (*sport tourism*), jenis pariwisata ini dibagi menjadi dua yaitu *Big Sport Event* dan *Sporting Tourism of the Practitioner*. Adapun yang dimaksud dengan *Big Sport Event* adalah pariwisata yang dilakukan karena adanya peristiwa olahraga besar seperti *Olympiade Games*, *World Cup*, dan lain-lain. Sedangkan *Sporting Tourism of the Practitioner* adalah peristiwa olahraga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekan sendiri, seperti pendakian gunung, olahraga naik kuda, dan lain-lain.
- e. Pariwisata untuk urusan usaha dagang (*business tourism*), perjalanan usaha ini adalah bentuk professional travel atau perjalanan karena ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang memberikan kepada pelakunya baik pilihan daerah tujuan maupun pilihan waktu perjalanan.
- f. Pariwisata untuk berkonvensi (*convention tourism*), jenis pariwisata ini sering dihadiri oleh ratusan dan bahkan ribuan peserta yang biasa tinggal beberapa hari di kota atau negara penyelenggara.

2. Wisatawan

Istilah wisatawan berasal dari bahasa sanskerta yaitu “wisata” yang berarti perjalanan ditambah menggunakan akhiran “wan” yang berarti orang yang melakukan perjalanan wisata. Dalam bahasa Inggris, orang yang melakukan bepergian dianggap *traveller*. Sedangkan orang yang melakukan perjalanan dengan tujuan wisata dianggap *tourist*. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata, bahwa wisatawan merupakan orang yang melakukan kegiatan

wisata, sedangkan wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.

Apabila dilihat berdasarkan asal atau tempat tinggal wisatawan, wisatawan dapat dikategorikan menjadi wisatawan domestik (*domestic tourist*) dan wisatawan mancanegara (*international tourist*). Wisatawan domestik adalah wisatawan yang melakukan kunjungan ke objek wisata namun masih berada di dalam wilayah negara asalnya, sedangkan wisatawan mancanegara adalah wisatawan yang melakukan kunjungan ke objek wisata yang berada di luar wilayah negara asalnya. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa wisatawan adalah orang yang berkunjung ke suatu objek wisata baik di dalam negeri maupun di luar negeri dengan tujuan bersenang-senang, liburan, berbisnis, maupun tujuan lainnya.

3. Daya Tarik

Sebuah objek wisata harus memiliki daya tarik untuk memberikan rasa puas dan kagum kepada para wisatawan dimana daya tarik ini merupakan potensi utama dalam menarik wisata agar datang ke objek wisata. Seperti menurut Goeldneret *et al.* (2000):

“The tourist attraction is all factors that generate the flow of tourists to a particular location.”

Daya Tarik wisata adalah semua faktor yang membangkitkan arus wisatawan ke suatu lokasi tertentu. Faktor-faktor yang terkait dengan fasilitas pariwisata adalah unsur-unsur produk pariwisata yang mampu memberikan motivasi bagi kunjungan wisatawan. Dengan ketiadaan fasilitas akan menghambat wisatawan untuk berwisata ke objek wisata tersebut. Hal yang termasuk dalam fasilitas adalah aksesibilitas transportasi terbaik yang diukur dari segi waktu dan biaya untuk mencapai tujuan

wisata. Menurut Lothar A. Kreck dalam Yoeti (1996) menjelaskan bahwa variabel serta parameter dalam mengukur objek wisata dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Parameter dalam Mengukur Objek Wisata

| No. | Kriteria | Standar Minimal |
|-----|-------------------------|---|
| 1. | Objek | Terdapat salah satu dari unsur alam, sosial, ataupun budaya. |
| 2. | Akses | Adanya jalan, adanya kemudahan, rute, tempat parkir, dan harga parkir yang terjangkau. |
| 3. | Akomodasi | Adanya pelayanan penginapan (hotel, wisma, losmen, dan lain-lain). |
| 4. | Fasilitas | Pusat informasi, fasilitas kesehatan (klinik, puskesmas, dan lain-lain), pemadam kebakaran, <i>hydrant</i> , <i>guiding</i> (pemandu wisata), plang informasi, petugas yang memeriksa masuk dan keluarnya pengunjung (petugas <i>entry</i> dan <i>exit</i>). |
| 5. | Transportasi | Adanya transportasi lokal yang nyaman, variative yang menghubungkan akses masuk. |
| 6. | <i>Catering Service</i> | Adanya pelayanan makanan dan minuman (restaurant, rumah makan, warung nasi, dan lain-lain). |
| 7. | Aktivitas Rekreasi | Terdapat sesuatu yang dilakukan di lokasi wisata, seperti berenang, terjun payung, jalan-jalan, dan lain-lain. |
| 8. | Pembelanjaan | Adanya tempat pembelian barang-barang umum. |
| 9. | Komunikasi | Adanya <i>Wi-Fi</i> , sinyal <i>telephone</i> , terdapat penjual <i>voucher</i> (isi ulang pulsa dan data internet). |
| 10. | Keamanan | Adanya petugas khusus keamanan seperti satpam penjaga objek wisata maupun pos-pos polisi (polisi pariwisata). |
| 11. | Kebersihan | Tempat sampah dan rambu-rambu peringatan tentang sampah. |
| 12. | Sarana Ibadah | Terdapat salah satu sarana ibadah bagi <u>pengunjung</u> . |

Sumber: Yeoti, Oka A, 1996.

4. Geografi Pariwisata

Geografi pariwisata merupakan salah satu objek material geografi karena pariwisata tercakup dalam dimensinya. Dimensi ini menurut Williams dan Lew (2015) meliputi

interaksi manusia-lingkungan dan *landscape*, konservasi, manajemen lokasi dan lingkungan, persepsi kelingungan dan *sense of place*, mobilitas manusia dan *spatial behavior*. Kegiatan pariwisata banyak sekali bentuknya dan semua kegiatan tersebut dapat dikatakan sebagai industri pariwisata, termasuk di dalamnya perhotelan, restoran, toko cinderamata, transportasi, biro jasa di bidang perjalanan, tempat-tempat hiburan objek wisata, atraksi budaya, dan lain-lain.

Aspek-aspek umum yang penting diketahui oleh wisatawan yaitu iklim, flora, fauna, keindahan alam, adat istiadat, budaya, perjalanan darat, perjalanan laut, perjalanan udara, dan lain-lain. Dua hal yang telah disebutkan sebelumnya merupakan bentuk industri pariwisata dan bentuk geografi umum menjadi bahasan dalam Geografi Pariwisata.

Bersama dengan adanya konsep-konsep geografi seperti lokasi, jarak, morfologi, keterjangkauan, pola, aglomerasi, kegunaan, interaksi dan interdependensi, serta diferensiasi area selalu menjadi dasar dalam menjelaskan fenomena pariwisata. Aspek-aspek geografi umum yang dikaji dalam pariwisata antara lain iklim, flora, fauna, keindahan alam, adat istiadat, laut, dan sebagainya (Gamal, 1997).

5. Analisis SWOT

Analisis SWOT terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang akan dihadapi oleh suatu objek wisata. Oleh karena itu analisis SWOT merupakan salah satu alat penting dalam menganalisis situasi untuk mengumpulkan semua dasar strategis yang diperlukan dalam pengambilan keputusan dari berbagai sumber. Dengan melakukan pengembangan kekuatan, suatu objek wisata akan lebih maju dari pesaingnya. Demikian dengan kelemahan yang dimiliki harus dikembangkan agar objek wisata dapat terus ada dan berkembang. Peluang juga harus mampu dimanfaatkan oleh suatu objek wisata agar volume kunjungan dapat meningkat, serta ancaman yang akan dihadapi perusahaan harus dihadapi untuk menyusun strategi

pemasaran. Manfaat analisis SWOT adalah menentukan tujuan objek wisata yang sebenarnya, sesuai dengan kondisi objek wisata dan karenanya diharapkan lebih mudah untuk dicapai (Sutojo & Kleinsteuber, 2002).

Analisis SWOT memiliki unsur-unsur yang meliputi:

a. Kekuatan (*Strength*)

Menurut Dj. Rusmawati (2017) yang dimaksud unsur kekuatan adalah segala potensi yang dimiliki suatu objek wisata dalam mendukung proses pengembangan objek wisata, seperti kualitas sumber daya manusia, fasilitas-fasilitas objek wisata baik bagi sumber daya manusia maupun bagi pengunjung. Faktor kekuatan merupakan kemampuan khusus (daya tarik) yang terdapat dalam suatu objek wisata yang memiliki keunggulan komparatif di tengah pasar objek wisata lain.

Sebuah objek wisata harus memiliki daya tarik untuk memberikan rasa puas dan kagum kepada para wisatawan dimana daya tarik ini merupakan potensi utama dalam menarik wisata agar datang ke objek wisata. Daya Tarik wisata adalah semua faktor yang membangkitkan arus wisatawan ke suatu lokasi tertentu. Menurut Sugiyanto (2002) menjelaskan bahwa variable serta parameter dalam mengukur objek wisata adalah sebagai berikut:

- 1) Variabel daya tarik objek wisata parameternya adalah tingkat keunikan objek wisata, nilai objek wisata (rekreasi, pengetahuan, kepercayaan, dan kebudayaan), keindahan objek wisata (flora, batuan, bangunan, dan relief), dan, kebersihan lingkungan objek wisata, kebersihan udara lokasi wisata.
- 2) Variabel aksesibilitas objek wisata parameternya adalah jarak objek wisata dari jalan raya, kualitas jalan, dan ketersediaan angkutan umum menuju objek wisata.
- 3) Sarana pokok kegiatan wisata, parameternya adalah tempat parkir, tempat ibadah, MCK, dan warung makan. Sedangkan sarana pelengkap kegiatan wisata parameternya adalah wartel, penginapan, dan bangunan untuk menikmati objek.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah batasan atau kekurangan yang dimiliki oleh perusahaan, dalam hal ini merujuk pada keterampilan atau ketidakmampuan yang menjadi penghambat kinerja perusahaan (Bakhri, 2019). Keterbasaran atau kekurangan tersebut dapat ditemui pada sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan serta kemampuan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif (Sedarmayanti, 2014).

Unsur kelemahan (*weakness*) menurut Rusmawati (2017) adalah dimana suatu objek wisata terdapat kekurangan pada kondisi internal akibatnya kegiatan-kegiatan objek wisata belum mampu terlaksana secara maksimal. Contohnya, kekurangan dana, sumber daya manusia dari pengelola objek wisata kurang kreatif, tidak adanya teknologi yang memadai seperti tidak tersedianya *Wi-Fi* gratis, dan lain sebagainya yang terjadi di internal suatu objek wisata.

c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah segala kondisi yang menunjang dan dapat menguntungkan perusahaan serta kecenderungan-kecenderungan yang menjadi salah satu sumber peluang (Bakhri, 2019). Beberapa kondisi yang dapat menjadi peluang bagi perusahaan antara lain perubahan kompetisi pasar, kemajuan dan kecanggihan teknologi, dan lain-lain (Sedaryanti, 2014). Menurut Rusmawati (2017) unsur peluang (*opportunities*) adalah faktor-faktor yang berada di luar atau eksternal yang positif, maksudnya suatu kondisi dimana dapat menguntungkan suatu objek wisata atau satuan bisnis. Contohnya, hubungan antara pengunjung, pengelola, dan masyarakat sekitar serta pelayanan yang baik (ketepatan waktu pelayanan, akurasi pelayanan, kesopanan dan keramahan, serta kemudahan dalam mendapatkan pelayanan).

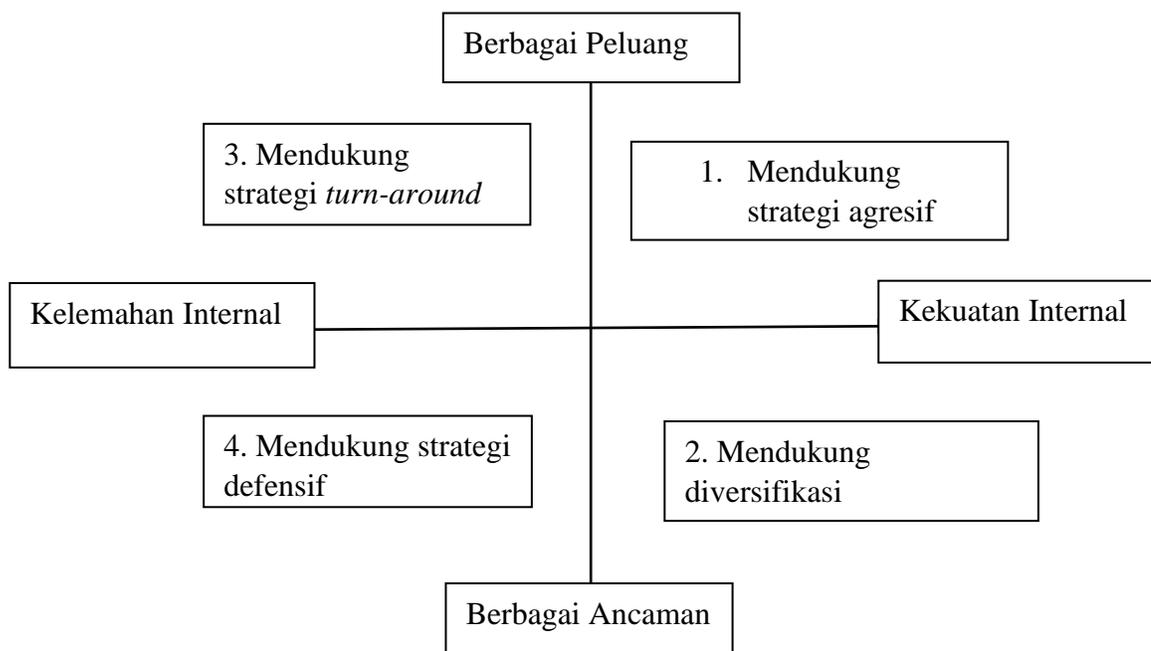
d. Ancaman (*Threats*)

Menurut David (2005) unsur ancaman merupakan suatu kondisi yang tidak baik atau tidak memberi keuntungan bagi suatu perusahaan (dalam hal ini tempat wisata). Ancaman adalah pengganggu utama bagi kondisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan, peraturan baru dari pemerintah atau yang telah diganti dapat menjadi salah satu ancaman perusahaan dalam meraih tujuan. Sedangkan unsur ancaman (*threats*) menurut Rusmawati (2017) merupakan situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan objek wisata. Contohnya, pesaing yang banyak, promosi yang tidak mendukung, konsep objek wisata yang sama dengan objek wisata lain, dan lain sebagainya.

Pada tahapan analisis SWOT tidak hanya kegiatan mengumpulkan data, tetapi merupakan suatu kegiatan pengklasifikasian dan pra analisis. Umumnya data akan dikategorikan sebagai data internal dan eksternal. Data internal meliputi laporan tentang sumber daya manusia, laporan kegiatan operasional, dan pemasaran. Sedangkan data eksternal yang diperlukan antara lain meliputi analisis tentang pesaing, serta kelompok yang memiliki kepentingan tertentu. Data eksternal mempunyai hubungan yang sangat erat dengan stakeholder. Dalam keperluan analisis biasanya dipakai *External Factor Analysis Summary* (EFAS) dan *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS).

Setelah dilakukan penyusunan matriks EFAS dan IFAS langkah berikutnya yaitu melakukan analisis, dalam hal ini digunakan diagram SWOT. Sumbu mendatar atau sumbu X menggambarkan faktor IFAS dan sumbu vertikal atau sumbu Y menggambarkan faktor EFAS. Bagian positif dari masing-masing sumbu Y akan ditempati kekuatan dan peluang, sedangkan bagian negatif dari masing-masing sumbu X dan Y akan ditempati oleh kelemahan dan ancaman. Tahap-tahap tersebut dilakukan dengan cara:

- a) Nilai total skor yang mencerminkan peluang (*opportunity*) dari matriks EFAS di plot ke dalam sumbu Y pada bagian yang positif.
- b) Nilai total skor yang mencerminkan ancaman (*threat*) dari matriks EFAS di plot ke sumbu Y pada bagian yang negatif.
- c) Nilai total skor yang mencerminkan kekuatan (*strength*) dari matriks IFAS di plot ke sumbu X pada bagian yang positif.
- d) Hal yang sama dilakukan terhadap nilai total skor yang mencerminkan Kelemahan (*weakness*) dari matriks IFAS di sumbu X pada bagian negatif.
- e) Selanjutnya lakukan positioning. Posisi yang ideal adalah posisi yang memiliki tingkat Kelemahan dan Ancaman yang mendekati nol. Dengan mengetahui posisi yang terakhir, diharapkan dapat diperoleh berbagai strategi yang sangat bermanfaat bagi perusahaan.
- f) Hitung luas area dari setiap kaudran dan kemudian di kelompokkan berdasarkan urutan luas paling tinggi untuk memberikan gambaean yang lebih jelas dari diagram SWOT dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram SWOT

Melalui diagram di atas dapat diketahui bahwa terdapat empat kuadran, dimana setiap kuadran memiliki sifat dan karakteristik yang berbeda-beda. Adapun penjelasan tiap kuadran dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Penjelasan Karakteristik Setiap Kuadran

| Kuadran | Posisi Titik | Penjelasan |
|-------------|---|--|
| Kuadran I | Dibatasi oleh sumbu X dan Y yang keduanya bertanda positif strategi- <i>aggressive strategic</i> | Memiliki posisi yang paling menguntungkan, sehingga dengan kekuatan yang dimiliki dimungkinkan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Dengan kata lain pihak pengelola memiliki banyak pilihan strategi yang dapat dipakai untuk mengembangkan objek wisata. |
| Kuadran II | Dibatasi dengan sumbu X yang positif serta sumbu Y yang negatif. Strategi usaha yang tersedia adalah <i>turn around strategy</i> | Di sini tersedia peluang yang dapat dipakai untuk mengembangkan objek wisata, tetapi di sisi internal pihak pengelola menghadapi masalah karena adanya kelemahan internal. Oleh karena itu pihak pengelola dituntut untuk senantiasa melakukan perbaikan dan penyempurnaan masalah internal, agar dapat memberikan dukungan bagi pengembangan usaha dalam jangka Panjang. |
| Kuadran III | Dibatasi oleh sumbu X yang negatif dan sumbu Y yang negatif. Strategi usaha yang tersedia adalah <i>defensive strategy</i> | Disbanding dengan kuadran yang lain, posisi usaha yang terletak pada kuadran ini adalah hal posisi yang tidak menguntungkan. Hal ini disebabkan pengelola bukan hanya menghadapi masalah internal berupa kelemahan, tetapi juga masalah eksternal yang berupa ancaman. Pihak pengelola biasanya dihadapkan pada satu pilihan, yaitu dengan upaya sekuat tenaga harus bisa mempertahankan usahanya, sehingga perlu melakukan efisiensi dan berkonsentrasi pada segmen pasar tertentu. |
| Kuadran IV | Dibatasi oleh sumbu X yang positif dan sumbu Y yang negatif. Strategi usaha yang tersedia adalah <i>competitive strategic</i> | Meskipun pihak pengelola menghadapi ancaman dari eksternal tetapi di sisi lain objek wisata memiliki kekuatan bila mampu mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki serta meminimalkan kelemahan internal, maka ancaman yang dihadapi usaha akan bisa diatasi, sehingga objek wisata dapat melakukan diversifikasi usaha dan mengembangkan pasar. |

Sumber : Paulus Wardsoyo, 2011.

Apabila ingin menganalisis lebih mendalam tentang SWOT maka perlu dilihat faktor eksternal dan faktor internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT yaitu:

a. Faktor Eksternal

Pada faktor ini mempengaruhi terbentuknya O dan P. Dimana faktor ini bersangkutan dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar objek wisata yang mempengaruhi pembuatan keputusan objek wisata. Faktor ini mencakup lingkungan sosial, teknologi, kependudukan, dan lain-lain.

b. Faktor Internal

Pada faktor ini mempengaruhi terbentuknya S dan W. Dimana faktor ini bersangkutan dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar objek wisata yang mempengaruhi pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mempengaruhi pembuatan keputusan pihak pengelola. Faktor internal ini meliputi semua manajemen fungsional seperti pemasaran, teknis, sumber daya manusia, sistem informasi manajemen, dan budaya pengelolaan dari objek wisata.

Strategi yang dikembangkan berdasarkan analisis teknis Matriks SWOT meliputi:

- a) Strategi SO (*Strength Opportunity*), analisis dilakukan dengan mengoptimalkan dan memberdayakan seluruh kekuatan yang dimiliki oleh objek wisata Bukit Idaman dengan mempertimbangkan semaksimal mungkin peluang yang ada di lingkungan eksternal.
- b) Strategi WO (*Weakness Opportunity*), analisis strategi yang diterapkan untuk memperbaiki kelemahan lingkungan eksternal dengan memanfaatkan peluang lingkungan eksternal yang ada.
- c) Strategi ST (*Strength Threat*), analisis dalam mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman dari lingkungan eksternal.

Tujuan akhir dari analisis SWOT adalah menghasilkan berbagai alternatif strategi yang lebih fungsional, sehingga strategi tersebut akan mudah diimplementasikan oleh

pihak pengelola. Adapun manfaat yang didapatkan dari analisis SWOT sebagai berikut:

- a) Secara jelas dapat digunakan untuk mengetahui posisi objek wisata dengan objek wisata yang lain.
- b) Sebagai salah satu pijakan dalam mencapai tujuan suatu objek wisata.
- c) Sebagai upaya untuk menyempurnakan strategi yang telah ada, sehingga strategi objek wisata dapat mengakomodir setiap perubahan kondisi yang terjadi.

6. Objek Wisata Bukit Idaman

Secara geografis, Objek Wisata Bukit Idaman merupakan tempat wisata yang berada di Desa Gisting Atas Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus. Tempat wisata ini dapat ditempuh sejauh 160 Km/jam atau dalam waktu tempuh 2 jam dari Kota Bandar Lampung. Objek Wisata Bukit Idaman menggabungkan antara wisata dengan edukasi di bidang pertanian dalam hal ini pertanian kopi. Akan tetapi, objek wisata ini lebih dikenal oleh masyarakat dengan sebutan Bukit Idaman atau disingkat dengan BI. Bukit Idaman menyuguhkan pemandangan yang indah dengan berlatarkan Gunung Tanggamus yang membentang tepat di sebelah baratnya.

B. Penelitian Relevan

Penelitian yang relevan dalam penelitian ini digunakan untuk melihat perbandingan yang dapat dijadikan sebagai acuan penelitian. Adapun penelitian relevan dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Penelitian yang relevan

| No | Nama | Judul | Metode | Hasil |
|----|------------------------|--|---|--|
| 1. | Ni Komang Onik Pratiwi | Analisis SWOT untuk Meningkatkan Kunjungan Wisata di Objek Wisata Goa Gajah Desa Bedulu Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar (2017) | Kualitatif dengan data utama diperoleh melalui wawancara dan observasi. | Berdasarkan data didapatkan hasil faktor kekuatan objek wisata Goa Gajah adalah keindahan pemandangan, faktor kelemahannya yaitu kebersihan lingkungannya, minimnya <i>artshop</i> dan <i>home stay</i> . peluangnya berupa peran masyarakat yang baik, keamanan lingkungan, kondisi ekonomi, dan kemajuan teknologi. Sedangkan faktor ancamanya kondisi politik, kebijakan pemerintah dan daya saing serta strategi yang tepat. |
| 2. | Angga Pradikta | Strategi Pengembangan Objek Wisata Waduk Gunung Rowo Indah dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati (2013) | Metode kuantitatif dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT. | Hasil menunjukkan pengembangan sektor pariwisata di Objek Wisata Waduk Gunungrowo Indah berada di ada diagram menunjukkan bahwa objek wisata ini berada pada kuadran I, situasi tersebut dapat meningkatkan pertumbuhan Objek Wisata Waduk Gunungrowo Indah. |

Lanjutan Tabel 5.

| No | Nama | Judul | Metode | Hasil |
|----|-------------------------|--|--|--|
| 3. | Edi Suarto | Pengembangan Objek Wisata Berbasis Analisis SWOT | Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan data yang dihasilkan berdasarkan observasi, wawancara, dan literatur yang terkait. | Hasil penelitian ini diperoleh bahwa kekuatan (strength) yang dimiliki oleh wisata ini adalah alam yang sangat alami seperti pepohonan hijau yang mengelilingi. Kekurangan (weakness) berupa tidak ada fasilitas penunjang seperti aksesibilitas jembatan dan jalan yang rusak dan berbatu, serta kurangnya promosi. Peluang (opportunities) menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat setempat. Ancaman (threats) musim hujan yang menyebabkan semakin buruknya kondisi akses jalan serta rawan longsor. |
| 4. | Muhammad Danang Setioko | Analisis Strategi Pengembangan Wisata Kota Malang (2019) | Metode deskriptif kualitatif dengan memperoleh data berdasarkan hasil wawancara. | Perwilayahan destinasi kota Malang sudah tidak dapat digali lagi sehubungan dengan padatnya bangunan yang ada di kota Malang seperti pemukiman dan perkantoran. Sehingga dalam pengembangan wisata kota lebih menekankan kepada peningkatan kualitas daya tarik wisata yang ada yaitu penyelenggaraan wisata kuliner, pendidikan, religi dan kegiatan-kegiatan MICE yang mana difokuskan terhadap kegiatan-kegiatan pendidikan seperti seminar dan workshop. Sehingga dapat menjadi barometer kegiatan MICE di Jawa timur ,serta pembangunan fasilitas umum dan khusus bagi wisatawan difabel. |

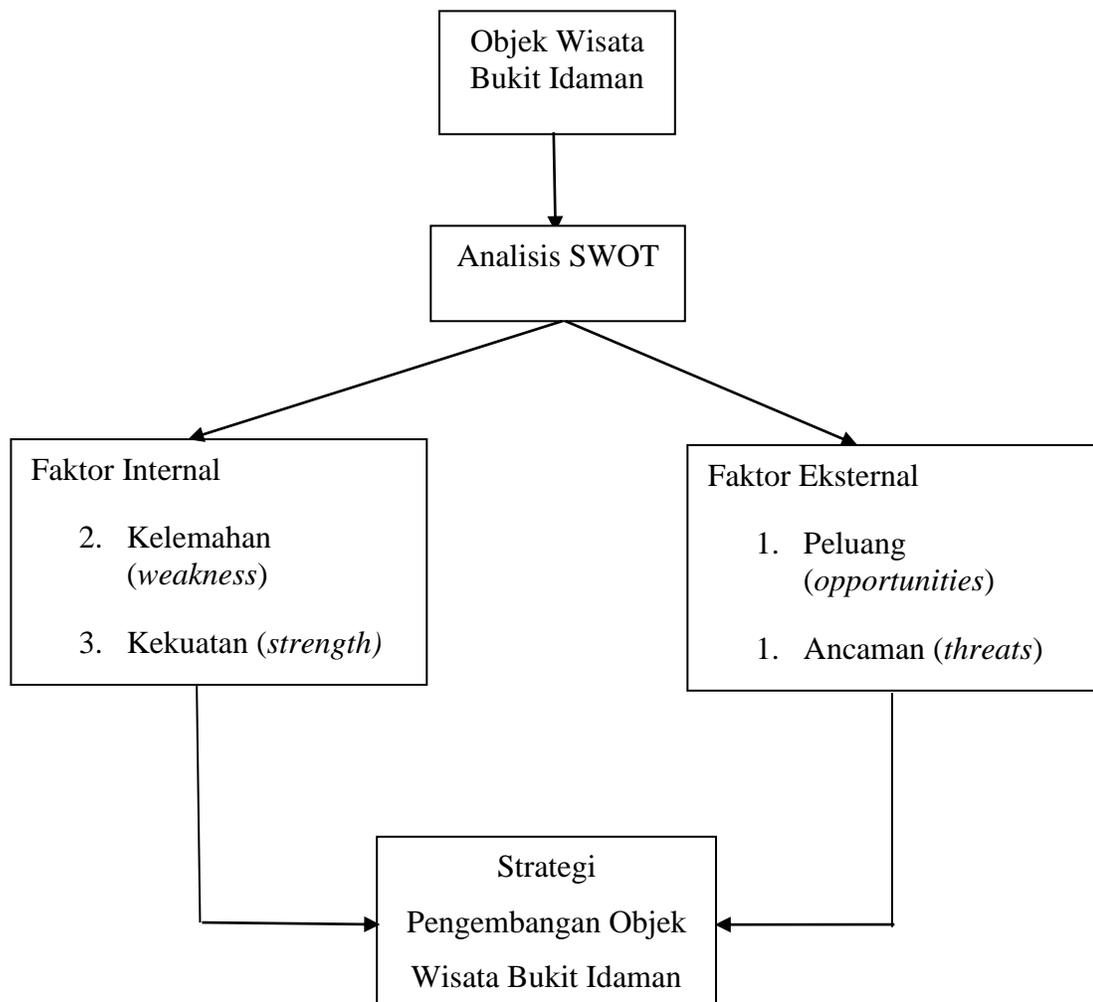
C. Kerangka Pikir

Menurut Sugiyono (2017) kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Dapat dikatakan bahwa kerangka pikir adalah penjelasan sementara secara konseptual tentang hubungan keterkaitan hubungan pada setiap objek permasalahan berdasarkan teori.

Saat ini wisata menjadi salah satu aspek penting pendorong perekonomian suatu wilayah. Berbagai jenis konsep pariwisata hadir sebagai objek wisata. Objek Wisata Bukit Idaman merupakan salah satu objek wisata yang ada di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus. Objek wisata ini memanfaatkan pemandangan yang ada di Kecamatan Gisting sebagai daya tarik utamanya. Objek Wisata Bukit Idaman merupakan objek wisata swasta yang dikelola oleh pihak swasta bukan pemerintah daerah yang mengakibatkan objek wisata ini belum optimal dalam proses pembangunannya.

Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan analisis untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang yang dimiliki Objek Wisata Bukit Idaman agar diketahui daya tarik apa yang menjadi kekuatan dan peluang, serta kelemahan dan ancaman apa yang dapat diminimalisir. Dalam hal ini peneliti menggunakan analisis SWOT.

Adapun hal-hal yang diperhatikan dalam menggunakan analisis SWOT yaitu melihat berdasarkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Dengan tahap-tahapan yang akan dilakukan tersebut akan menghasilkan suatu informasi mengenai upaya peningkatan kunjungan Objek Wisata Bukit Idaman. Berdasarkan penjelasan di atas, bagan kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Bagan Kerangka Pikir

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel dari suatu penelitian. Teknik pengambilan sampel pada metode ini umumnya dilakukan secara *random*, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat akan dilakukannya penelitian oleh peneliti. Adapun lokasinya yaitu di Objek Wisata Bukit Idaman. Objek wisata ini berlokasi di Kecamatan Gisting, Kabupaten Tanggamus.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian merupakan kapan penelitian akan dilakukan. Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2022.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Sebelum melakukan penelitian peneliti terlebih dahulu menentukan populasi yang akan diteliti. Populasi merupakan daerah atau wilayah yang ingin diteliti. Menurut Sugiyono (2019), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Pariwisata merupakan gejala sosial yang unik. Terkadang dalam penelitian melibatkan wisatawan sebagai populasi, sehingga besaran populasi tidak dapat diketahui. Oleh karena itu, pada penelitian ini peneliti mengambil populasi dari jumlah pengunjung Objek Wisata Bukit Idaman Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus pada tahun 2021 yaitu berjumlah 2.500 orang. Pada tahun 2021 objek wisata Bukit Idaman hanya aktif selama 4 bulan, sehingga rata-rata pengunjung per bulan pada tahun 2021 sebanyak 625 orang yang menjadi populasi pada penelitian ini.

2. Sampel dan Teknik Sampling

Penentuan sampel pada penelitian ini diambil berdasarkan teori menurut Hair dkk. (1955) yaitu dengan pertimbangan lima responden untuk setiap variabel teramati atau indikator, dengan begitu besar sampel sudah dianggap mampu mencukupi distribusi normal. Pada penelitian ini sub indikator yang ada pada definisi operasional Variabel yang menjadi pertimbangan dalam menentukan sampel. Adapun Sub Indikator yang dimaksud dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Variabel Indikator

| No. | Indikator |
|-----|--|
| 1. | Daya Tarik |
| 2. | Aksesibilitas |
| 3. | Sarana Pokok |
| 4. | Kurangnya SDA |
| 5. | Fasilitas |
| 6. | Hubungan antar Pengunjung, Masyarakat, dan Pengelola |
| 7. | Munculnya Pesaing |
| 8. | Kurangnya promosi |

Sumber: Data Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui jumlah indikator teramati sebanyak 8 indikator. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Hair dkk. (1995) bahwa dengan pertimbangan lima responden untuk setiap variabel teramati atau indikator. Sehingga $8 \text{ indikator} \times 5 \text{ responden} = 40 \text{ sampel}$. Ditetapkanlah sampel pada penelitian ini sebanyak 40 orang pengunjung yang mengunjungi Objek Wisata Bukit Idaman.

Teknik sampling yang digunakan yaitu *Accidental Sampling*. Teknik *Accidental Sampling* menurut Sugiyono (2019) merupakan teknik yang dilakukan berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dipakai sebagai sampel, jika dilihat orang yang kebetulan ditemui itu cocok untuk dijadikan sebagai sumber data. Adapun kriteria responden yang dapat dijadikan sebagai sumber data dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Batasan Usia Menurut Departemen Kesehatan RI

| No | Kategori | Usia |
|----|--------------|-------------|
| 1. | Remaja Akhir | 17-25 Tahun |
| 2. | Dewasa Awal | 26-35 Tahun |
| 3. | Dewasa Akhir | 36-45 Tahun |
| 4. | Lansia Awal | 46-55 Tahun |

Sumber: Departemen Kesehatan RI, 2009.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini peneliti menggunakan variabel tunggal yaitu analisis SWOT Objek Wisata Bukit Idaman Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel terdapat beberapa pengertian yang berkaitan dengan pokok pembahasan materi penelitian untuk dijadikan acuan dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Definisi Operasional Variabel

| No. | Indikator | Sub Indikator |
|-----|---|--|
| 1. | Daya Tarik | Ciri khas objek wisata (alam, budaya, buatan manusia, dan manusia). |
| 2. | Aksesibilitas | Jarak objek wisata dari jalan raya, kualitas jalan, dan ketersediaan angkutan umum |
| 3. | Sarana Pokok | Tempat parkir, mushola, MCK dan warung makan. |
| 4. | Komunikasi | Tersedianya jaringan handphone, <i>Wi-Fi</i> , terdapat penjual <i>voucher</i> (isi ulang pulsa dan data internet). |
| 5. | Fasilitas | Pusat informasi, fasilitas kesehatan (posko kesehatan, klinik, puskesmas, dan lain-lain), pemadam kebakaran (<i>hydrant</i>), <i>guiding</i> (pemandu wisata), plang informasi, petugas yang memeriksa masuk dan keluarnya pengunjung (petugas <i>entry</i> dan <i>exit</i>) gazebo atau <i>shelter</i> . |
| 6. | Hubungan antar pengunjung dan pengelola | Kualitas pelayanan (ketepatan waktu pelayanan, kesopanan dan keramahan pelayanan), tanggung jawab: cara penerimaan pesanan dan penanganan keluhan dari pengunjung, kesulitan mendapatkan pelayanan). |
| 7. | Munculnya Pesaing | Kapasitas yang lebih besar dan daya jangkau yang luas (objek wisata yang lebih menarik, keunggulan pelayanan, dan fasilitas yang diberikan). |
| 8. | Kurangnya Promosi | Kurangnya pemahaman penggunaan teknologi dan media sosial. |

Sumber: Data Penelitian, 2022.

F. Teknik Pengumpulan Data

Beberapa teknik yang digunakan untuk mengumpulkan berbagai data dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

1. Observasi

Metode ini merupakan metode yang digunakan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek wisata dengan tujuan memperoleh gambaran dengan nyata. Pada proses observasi yang terpenting adalah proses pengamatan dan ingatan. Variabel yang diamati pada observasi ini terdiri dari 3 komponen, yaitu:

- a. Tempat, dimana peneliti akan mengamati tempat interaksi atau kegiatan yang berlangsung di objek wisata Objek Wisata Bukit Idaman Gisting Kabupaten Tanggamus.
- b. Pelaku, peneliti mengamati pengunjung yang berada di kawasan objek Objek Wisata Bukit Idaman Gisting Kabupaten Tanggamus.
- c. Aktivitas, peneliti mengamati kegiatan yang dilakukan oleh pengunjung di kawasan Objek Wisata Bukit Idaman Gisting Kabupaten Tanggamus.

2. Wawancara

Teknik pengumpulan data berupa wawancara memiliki banyak jenisnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur. Teknik tidak terstruktur dilakukan oleh peneliti secara bebas tanpa menggunakan pedoman wawancara, tetapi tetap menjaga dan mempertahankan fokus pembicaraan yang sesuai dengan tujuan penilitin. Untuk kemudian hasil dari wawancara tersebut dikembangkan oleh penanya menjadi pertanyaan-pertanyaan lain untuk menggali informasi secara lengkap dan dapat dipertanggungjawabkan.

3. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2019), kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. kuesioner diberikan kepada responden untuk memperoleh data tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki dan dihadapi oleh Objek Wisata Bukit Idaman Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus.

G. Uji Prasyarat

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018) Uji validitas digunakan dengan tujuan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner penelitian. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan yang ada pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Dengan kriteria pengujian uji validitas sebagai berikut:

- a. Jika r hitung $\geq r$ tabel maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika r hitung $< r$ tabel maka instrument atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner penelitian yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas pula digunakan untuk menguji konsistensi data yang dimiliki dalam jangka waktu tertentu, yakni untuk mengetahui sejauh apa pengukuran yang digunakan dapat dipercaya.

Menurut Ghozali (2018), Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara *One Shot* (pengukuran sekali saja) yaitu pengukurannya dilakukan hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cornbach Alpha* $> 0,70$, sedangkan untuk memudahkan perhitungan dalam uji reliabilitas digunakan alat bantu komputer dengan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) (Ghozali, 2018).

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis SWOT

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis SWOT. Analisis ini akan melakukan identifikasi dari faktor eksternal dan internal untuk merumuskan suatu strategi yang diharapkan mampu memecahkan suatu masalah. Faktor internal dimasukkan ke dalam matriks yang disebut matriks faktor strategi internal IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*). Sedangkan Faktor eksternal dimasukkan ke dalam matriks yang disebut matriks faktor strategi eksternal EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analysis Summary*).

a. Matriks Strategi IFAS dan EFAS

Pada penentuan nilai faktor pembuatan matriks SWOT terdiri dari faktor internal dan eksternal. Dari masing-masing kriteria tersebut dibuat kolom agar memudahkan dalam memilah kriteria, kemudian tiap kriteria diberi bobot. Perhatikan Tabel 9.

Tabel 9. Tabel Perhitungan Faktor Internal (IFAS)

| Faktor-Faktor Strategi Internal | Bobot | Rating | Skor | Keterangan |
|--|--------------|---------------|-------------|-------------------|
| KEKUATAN: 1. 2. 3. dst. | | | | |
| KELEMAHAN: 1. 2. 3. dst. | | | | |
| TOTAL | | | | |

Sumber: Paulus Wardoyo, 2011.

- 1) Cara membuat matriks IFAS
 - a) Susunlah faktor-faktor internal sesuai dengan kelompoknya yaitu faktor yang merupakan kekuatan (*strength*) dan faktor yang merupakan kelemahan (*weakness*).
 - b) Selanjutnya masing-masing faktor diberi bobot. Dalam memberikan bobot harus dilakukan secara hati-hati dan didasarkan pada tingkat kepentingan dan dampak strategisnya. Semakin penting faktor tersebut, maka semakin tinggi bobot yang harus diberikan. Maksimum total bobot adalah satu.
 - c) Langkah berikutnya terhadap setiap faktor baik yang merupakan kekuatan atau kelemahan diberi rating. Rating dibuat dengan ketentuan untuk faktor-faktor yang merupakan kekuatan harus diberi tanda positif dan sebaliknya, untuk faktor-faktor yang merupakan kelemahan diberikan tanda negatif. Jika faktor-faktor itu merupakan kekuatan yang paling besar, maka harus diberi rating positif yang paling besar, demikian sebaliknya. Cara yang sama juga diperlakukan pada faktor-faktor yang merupakan kelemahan paling besar, maka harus diberi rating negatif paling banyak, demikian sebaliknya bila memiliki tingkat kelemahan yang kecil.

- d) Selanjutnya bobot dikalikan dengan rating, sehingga akan diperoleh nilai atau skor.
- e) Setelah semua faktor dihitung skornya, kemudian dijumlahkan untuk mendapatkan total skor secara keseluruhan.
- f) Kolom kelima digunakan untuk memberikan catatan atau alasan tentang mengapa suatu faktor itu dipilih.

Setelah mengetahui langkah dalam membuat perhitungan faktor internal (IFAS), hal yang sama dilakukan terhadap perhitungan faktor eksternal (EFAS). Adapun langkah-langkah perhitungan faktor eksternal dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Tabel Perhitungan Faktor Eksternal (EFAS)

| Faktor-Faktor Strategi Eksternal | Bobot | Rating | Skor | Keterangan |
|---|--------------|---------------|-------------|-------------------|
| PELUANG: 1. 2. 3. dst. | | | | |
| ANCAMAN: 1. 2. 3. dst. | | | | |
| TOTAL | | | | |

Sumber: Paulus Wardoyo, 2011.

2) Cara Membuat Matriks EFAS

- a) Susunlah faktor eksternal sesuai dengan kelompoknya yaitu faktor yang memberikan peluang (*opportunity*) dan faktor yang memberikan ancaman (*threat*).
- b) Selanjutnya masing-masing faktor diberi bobot. Dalam memberikan bobot harus dilakukan hati-hati dan didasarkan pada tingkatan kepentingan dan dampak strategisnya. Semakin penting faktor tersebut, maka semakin tinggi bobot yang harus diberikan. Maksimum total bobot yang harus diberikan adalah 1 (satu).

- c) Langkah berikutnya terhadap setiap faktor baik peluang atau ancaman diberi rating. Rating dibuat dengan ketentuan untuk faktor-faktor yang memberikan peluang harus diberi tanda positif dan sebaliknya untuk faktor-faktor yang memberikan ancaman diberi tanda negatif. Jika faktor-faktor itu memberikan peluang besar, maka harus diberi rating positif yang paling besar, demikian sebaliknya.
- d) Selanjutnya bobot dikalikan dengan rating, sehingga akan diperoleh nilai atau skor.
- e) Setelah semua faktor dihitung skornya, kemudian dijumlahkan untuk mendapatkan total skor secara keseluruhan.
- f) Kolom kelima digunakan untuk memberikan catatan atau alasan tentang mengapa suatu faktor itu dipilih.

b. Matriks SWOT

Setelah hasil IFAS dan EFAS diperoleh, langkah selanjutnya adalah menganalisis dengan menggunakan matriks SWOT. terdiri atas empat bidang atau kuadran. Dari masing-masing bidang atau kuadran mempunyai strategi usaha sendiri-sendiri. Adapun formatnya dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Matriks Analisis SWOT

| | | |
|---|---|--|
| Internal Eksternal | Kekuatan (S) Tentukan faktor kekuatan internal | Kelemahan (W) Tentukan internal faktor kelemahan |
| Peluang (O) Didefinisikan sebagai faktor peluang eksternal | Strategi JADI Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang | Strategi WO Strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang |
| Ancaman (T) Didefinisikan sebagai faktor ancaman eksternal | Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman | Strategi WT Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman |

Sumber: Dosinaen & Sastika, 2019.

Faktor eksternal tersebut dimasukkan ke dalam matriks yang disebut *The Matrix External Strategy factor of EFAS (External Factor Analysis Strategy)*. IFAS dan EFAS merupakan analisis yang berasal dari analisis teori SWOT yang digunakan untuk menghasilkan berbagai faktor internal dan eksternal dalam bisnis atau organisasi. Analisis SWOT ini didasarkan pada keyakinan pada asumsi bahwa strategi yang efektif akan mampu mengoptimalkan *strength* dan memanfaatkan *opportunities* dan pada saat yang sama dapat mengembangkan *weakness* dan meminimalkan berbagai *threats*.

V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian Analisis SWOT Objek Wisata Bukit Idaman Tahun 2022 yang telah dianalisis, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Pada aspek kekuatan diperoleh total skor sebesar 1,85 dengan nilai tertinggi berada di kondisi pemandangan Gunung Tanggamus sebagai daya tarik dari Objek Wisata Bukit Idaman yaitu sebesar 0,261.
2. Pada aspek kelemahan diperoleh total skor sebesar 0,074 dengan keadaan kondisi jalan yang dimiliki dalam keadaan tidak halus dan bergelombang, keberadaan pintu masuk tempat wisata tidak berada dekat dari jalan raya, serta belum tersedianya *Wi-Fi* gratis untuk pengunjung.
3. Pada aspek peluang diperoleh total skor sebesar 2,014 dengan nilai tertinggi berada di kondisi pengunjung mudah mendapatkan informasi ketika berada di Objek Wisata Bukit Idaman, yaitu sebesar 1, 1776. ramah dan tanggapnya petugas wisata dalam menanggapi kebutuhan pengunjung menjadikan peluang tempat wisata ini.
4. Pada aspek ancaman diperoleh total skor sebesar 0,827 dengan kurangnya promosi dari pihak pengelola untuk memasarkan Objek Wisata Bukit Idaman menjadikan ancaman dikarenakan telah bermunculan objek wisata baru yang lebih menarik dan unggul.

B. Saran

Berdasarkan deskripsi dan kesimpulan yang telah dikemukakan Peneliti memiliki beberapa saran sebagai bahan pertimbangan dan masukan agar kedepannya lebih baik antara lain:

1. Pada aspek kekuatan disarankan kepada pengelola untuk mempertahankan daya tarik utama Objek Wisata Bukit Idaman.
2. Pada aspek kelemahan disarankan kepada pengelola untuk memperbaiki kualitas jalan sehingga pengunjung nyaman ketika menuju tempat wisata, selain itu pengelola menyediakan fasilitas umum berupa *Wi-Fi* gratis agar pengunjung lebih mudah lagi mengakses informasi selama berada di tempat wisata.
3. Pada aspek peluang disarankan kepada pengelola untuk mempertahankan ramah serta tanggapnya dalam menanggapi kebutuhan pengunjung agar pengunjung merasa nyaman dan puas sehingga pengunjung ingin berkunjung kembali ke Objek Wisata Bukit Idaman.
4. Pada aspek yang menjadai ancaman disarankan kepada pengelola untuk mengoptimalkan dan memanfaatkan media sosial dalam memasarkan tempat wisata agar semakin banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan Objek Wisata Bukit Idaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Adityaji, Rizki. 2018. *Formulasi Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata dengan Menggunakan Metode Analisis SWOT: Studi Kasus Kawasan Pecinan Kapas Surabaya*. Surabaya: Universitas Ciputra.
- Alifiani. 2021. *Analisis SWOT terhadap Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Objek Wisata Air Terjun Pengantin Dusun Besek, Desa Hargomulyo Kabupaten Ngawi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo.
- Amirin, M. Tatang. 1995. *Menyusun Rencana Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo, hal 92-93.
- Anjela Pusfita, Vovi (2014) *Pengembangan Objek Wisata Alam Air Terjun Timbulun di Kanagarian Painan Timur Painan Kecamatan IV Jurai Kabupaten Pesisir Selatan*
- Ardiansyah, & Stephanie Fortuna. 2020. *Analysis of Visitor Attraction with The 4A Approach (Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary) in Snowbay Waterpark TMII*. Jakarta: University of Bunda Mulia
- Arikunto Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Awaliah, Nailul Muna. 2019. *Strategi Pengembangan Ekowisata Mangrove dengan Analisis SWOT di Desa Segarajaya Kecamatan Tarumajaya Kabupaten Bekasi Jawa Barat*. Jakarta: UIN Jakarta.
- Batubara, K. 2017. *Potensi Kawasan Hadabun Hil sebagai Objek Ekowisata di Kabupaten Labuhan Utara*.
- BPS. 2017. *Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung dalam Angka 2016*. Lampung: BPS .
- _____. 2018. *Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung dalam Angka 2018*. Lampung: BPS.

- _____. 2019. *Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung dalam Angka 2019*. Lampung: BPS.
- _____. 2020. *Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung dalam Angka 2020*. Lampung: BPS.
- _____. 2021. *Badan Pusat Statistik Indonesia dalam Angka 2021*. Jakarta Pusat: BPS.
- _____. 2021. *Badan Pusat Statistik Kabupaten Gisting dalam Angka 2016*. Tanggamus: BPS.
- _____. 2021. *Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung dalam Angka 2021*. Lampung: BPS.
- Burhan, Bungin. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Departemen Kesehatan Republik Indonesia. 2009. *Klasifikasi Umur Menurut Kategori*. Jakarta: Ditjen Yankes.
- Efendi, Imam Helmi. 2021. *Analisis Strategi Perkembangan Objek Wisata di Pantai Gading Tanjung Karang Sekarbela*. Mataram: Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Erislan. 2016. *Tourist Attraction and the Uniqueness of Resources on Tourist Destination in West Java, Indonesia*. Ternate: GMP Press and Printing.
- Evita, R., Sirtha, I. N., & Sunartha. 2012. Dampak Perkembangan Pembangunan Sarana Akomodasi Wisata terhadap Pariwisata Berkelanjutan di Bali. *Jurnal Ilmiah Pariwisata* 2(1), 109-222
- Fadjarajani, Siti, tineu Indrianeu, dan E. B. Singkawijaya. 2021. *Analisis Potensi Pariwisata di Kabupaten Cianjur*. Universitas Siliwangi: Tasikmalaya, 19(1).
- Fauzan, Rahmad. 2021. *Pemerintah Bujuk Investor Masuk Sektor Pariwisata, Ini Rekomendasinya*. Jakarta: [Bisnis.com](https://ekonomi.bisnis.com/read/20210823/12/1432872/pemerintah-bujuk-investor-masuk-sektor-pariwisata-ini-rekomendasinya) (<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210823/12/1432872/pemerintah-bujuk-investor-masuk-sektor-pariwisata-ini-rekomendasinya>) diakses pada hari Selasa, 08 Feburari 2022 pukul 13.45 WIB.
- Hair Jr, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & William, C.1995. Black (1995), *Multivariate Data Analysis*. New York: Macmillan. Hambrick, Donald C. 1983a. " An Empirical Typology of Mature Industrial-Product Environments." *Academy of Management Journal*, 26(2), 213–230.
- Halida, Faraz Sukma. 2019. *Analisis SWOT sebagai Strategi Meningkatkan Pengunjung Objek Wisata Kebun Teh Kaligua Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes*. Purwokerto: IAIN Purwokerto.

- Haris, Muaz, Rinekso Soekmadi, & Hadi Susilo Arifin. 2017. *Potensi Daya Tarik Ekowisata Suaka Margasatwa Bukit Batu Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Hariyana, i. K., & Mahagangga, I. G. A. O. 2015. Persepsi Masyarakat terhadap Pengembangan Kawasan Goa Peteng sebagai Daya Tarik Wisata di Desa Jinbaran Kuta Selatan Kabupaten Badung. Bali: *Jurnal Destinasi Pariwisata ISSN, 2338, 8811*.
- Hermawan, Hary. 2017. *Pengembangan Destinasi Wisata Pada Tingkat Tapak Lahan dengan Pendekatan Analisis SWOT*. STP Ars Internasional:Bandung , 4(2), 2017
- Ismayanti. 2020. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Jakarta: Universitas Sahid Jakarta.
- Kuniansah, Rizal. 2016. *Analisis Geografi terhadap Potensi Objek Wisata Situ Cipondoh Kota Tangerang*. Banten: UIN Jakarta.
- Lumbantoruan, Walbiden. 2001. Pendekatan Geografi Sebagai Ciri Khas Ilmu Geografi. Bandung: *Jurnal Pendidikan Science, 25(3)*. Pp 28-35. ISSN 0853-379.
- Martono, Nanang. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Maryam, Selvia. 2011. *Pendekatan SWOT dalam Pengembangan Objek Wisata Kampoeng Djowo Sekatul Kabupaten Kendal*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Maulidiya, Lilik, Mardiyah Hayati. 2020. *Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata di Pulau Mandangin Kabupaten Sampang*. Madura: ISSN: 2745-742, 1(2) 2020.
- Mulyadi, Agus. 2017. *Analisis Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Bissappu di Kabupten Bantaeng*. Makassar: UIN Alauddin Makassar.
- Mulyadi, Muhammad. 2011. *Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya*. Bandung: Universitas Pdjadjaran.
- Mundir. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jember: Stain Jember Press.
- Nizar, M. A. 2011. *Pengaruh Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia*.
- Nurhidaya, Chairunnisa Arlia. 2019. *Analisis SWOT untuk Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Parang Ijo di Kecamatan Ngargoyoso*. Solo: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Nurjannah, R. 2011. *Analisis Potensi Fisik Wisata Alam Situ Gunung Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kecamatan Kadudampit*. Sukabumi: Kocenin Serial Konferensi ISSN 2746-7112, 1(1), 2-3.
- Nurlan, Fausiah. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Wonogiri: CV Pilar Nusantara
- Nyoman S. Pendit. 1990. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Pemerintah Indonesia. Undang-Undang (UU) Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan. Tambahan Lembar Negara RI Nomor 4966. Jakarta.
- Pratiwi, Ni Komang Onik. 2019. *Analisis SWOT untuk Meningkatkan Kunjungan Wisata di Objek Wisata Goa Gajah Desa Bedulu Kecamatan Blahbatu Kabupaten Gianyar Tahun 2017*. Bali: Universitas Pendidikan Ganesha Singraja. Vol 11 No. 1 Tahun 2019 ISSN: 2599-1418.
- Putri, Andi & Budhy. 2020. The Potential Study of Segenter Waterfall as a Tourist Destination in The Tahura Nuraksa. Mataram: *Journal of Sylva Indonesia (JSI) Vol. 03. 97-106*.
- Putri, Devvy Alifia. 2017. *Analisis Dampak Perkembangan Sektor Pariwisata terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Sekitar Objek Wisata Jawa Timur Park II dan BNS*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Rahmadi. 2011. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Kalimantan Selatan: Antasari Press.
- Rihati, Ni Luh Gde Hita, Ida Ayu Tary Puspa, dan I Ketut Wardana Yasa. 2019. *Strategi Pemasaran Agrowisata Royal Cocoa sebagai Wisata Edukasi di Banjar Wongaya Beten Mengesta Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan*. Bali: Institut Hindu Dharma Negeri, 4(2).
- Rizky, Muhammad Miftakhur and Tutut Nofita Sari. 2020. "The Influence of Instagram Social Media Against Traveling Interest : Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Traveling." *Proceeding of The ICECRS 8:1-12*.
- Rostiati, Ani. 2013. Potensi Wisata di Lampung dan Pengembangannya. Lampung: *Jurnal Pariwisata 5(1), 144-158*.
- Rusmawati. 2017. Penerapan Strategi Segmentasi Pasar dengan Pendekatan Analisis SWOT. Universitas Lamongan: Surabaya.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Silaban, Triyana Agustina, Zulkarnain, & Irma Lusi Nugraheni. 2017. *Faktor Penyebab Menurunnya Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Pantai Tirtayasa*. Lampung: Universitas Lampung.

- Sirait, Maringan, Mbina Pinem. 2019. *Analisis Pengembangan Potensi Obyek Wisata Pantai di Kabupaten Serdang Bedagei*. Medan: Universitas Negeri Medan. 11(1) 2019, 29-45 ISSN 2085-482X ISSN 2407-7429.
- Siregar, Syofian. 2017. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Siyoto, Sandu & M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sofia, L. A., Zain, M. A., & Septianingrum, N. 2020. *Potensi Pengembangan Kawasan Ekowisata Pantai Rindu Alam*. Pontianak: Seminar Nasional Lingkungan Basan 5(3) 204-208.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sukmadinata, S. N.,. 2005. *Metode Penelitian*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Suliyanto. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jawa Tengah: Universitas Peradaban Bumiayu.
- Supardi, Indah Anugrah, & Wahyu Nurdiansyah N. 2020. *Development Strategy for the Tanjung Palette Area, Bone Regency With SWOT Analysis*. Makassar: Makassar State Administration Institute.
- Suwena, I Ketut. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Pustaka Larasan.
- Trisbiantoro, D., Kusyairi, A., & Mansur, S. 2020. *Analisis Potensi Obyek Ekowisata Mangrove Gunung Anyar Kelurahan Gunung Anyar Tambak*. Surabaya: Techno-Fish.
- Umar, Husein. 2012. *Penelitian Kuantitatif Langkah demi Langkah*. Bogor: Pelatihan Metodologi Penelitian Kopertis III.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2014. *Pengantar Industri Pariwisata*. Bali: Deepublish.
- Widi, Restu Kartiko. 2010. *Asas Metodologi Penelitian: Sebuah Pengenalan dan Penentuan Langkah demi Langkah Pelaksanaan Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Williams, Kristyn. 2018. *A SWOT Analysis of The Lodging and Tourism Industry in New Orleans*. Amerika: University of New Orlean.
- Yam, Jim Hoy, & Ruhayat Taufik. 2021. *Hipotesis Penelitian Kuantitatif*. Banten: Universitas Islam Syekh-Yusuf. *Jurnal Ilmu Administrasi Vol. 3, No 2*.
- Yoeti, Oka A.1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa