

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan negara dengan keanekaragaman hayati berupa sumber daya alam yang berlimpah, baik di daratan, udara maupun di perairan. Sumber daya alamnya dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi bagi warga masyarakat apabila sumber daya tersebut di kelola dengan baik, sesuai dengan apa yang paling diminati dan bisa memberikan daya tarik bagi masyarakat luas. Sekarang ini, memberikan kesempatan kepada setiap pemerintah daerah untuk dapat mengembangkan potensi-potensi yang ada di masing-masing dengan tujuan untuk menambah pendapatan asli daerah.

Pariwisata menjadi sektor unggulan bagi banyak daerah karena pariwisata dipandang menjanjikan untuk mendatangkan keuntungan bagi daerah serta penyedia lapangan kerja baru bagi masyarakat daerah. Potensi wisata yang ada di setiap daerah termasuk di Kabupaten Pacian, merupakan peluang bagi peningkatan kepariwisataan baik dari segi kuantitas maupun segi kualitas. Dengan demikian, dapat menjaga sifat keandalan di dalam kontribusinya pada masalah peningkatan dan peran kepariwisataan terkait dengan pembangunan daerah. Dapat dimengerti, bahwa upaya pembangunan wisata perlu dilakukan secara berkesinambungan dan berkelanjutan, dengan harapan hasil pengembangan kepariwisataan tersebut dapat mempengaruhi

bertambahnya jumlah kedatangan wisatawan serta memberikan kesan tidak terlupakan bagi wisatawan yang berkunjung, terhadap aset wisata yang ada.

Pembangunan pariwisata pedesaan diharapkan menjadi suatu model pembangunan pariwisata berkelanjutan sesuai dengan kebijakan pemerintah di bidang pariwisata. Pembangunan berkelanjutan diformulasikan sebagai pembangunan yang berusaha memenuhi kebutuhan hari ini tanpa mengurangi kemampuan generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Pembangunan dan pengembangan pariwisata yang telah dilakukan hendaknya mampu berkelanjutan dan dipertahankan di masa depan. Keberlanjutan pariwisata tidak mesti di wacanakan saja tanpa adanya suatu komitmen dari berbagai pihak untuk mempertahankan keberlanjutan alam, sosial ekonomi maupun budaya masyarakat sebagai modal dasar pariwisata. Pitana (2012) menyatakan dalam pariwisata berkelanjutan, penekanan keberlanjutan tidak cukup hanya berkelanjutan ekologis dan keberlanjutan pembangunan ekonomi, tetapi yang tidak kalah pentingnya adalah keberlanjutan kebudayaan, karena kebudayaan merupakan salah satu sumber daya yang sangat penting dalam pembangunan kepariwisataan. Implementasi dari konsep-konsep ini diaplikasikan dalam program pengembangan pariwisata pedesaan, sehingga pengembangan desa wisata tersebut harus tetap mampu menjaga kelestarian lingkungan.

Pembangunan dan pengembangan pariwisata yang telah dilakukan hendaknya mampu berkelanjutan dan dipertahankan di masa depan. Keberlanjutan pariwisata tidak mesti di wacanakan saja tanpa adanya suatu

komitmen dari berbagai pihak untuk mempertahankan keberlanjutan alam, sosial ekonomi maupun budaya masyarakat sebagai modal dasar pariwisata. Dengan demikian selain sebagai industri pariwisata, pengembangan ini juga mendukung perubahan bagimasyarakat desa terutama dalam hal peningkatan pendapat masyarakat (Miswanto dan Safaat, 2018).

Desa Karangrejo Kecamatan Arjosari Kabupaten Pacitan, merupakan salah satu obyek wisata yang menjadi bagian dari pengembangan pariwisata di Kabupaten Pacitan dan memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai aset wisata yang menarik yaitu **Banyu Anget “TIRTO HUSODO”Pacitan** sebagai obyek daya tarik wisata sejarah dan wisata alam.

Obyek Wisata **Banyu Anget “TIRTO HUSODO”Pacitan** yang terletak di Desa Karangrejo Kecamatan Arjosari Kabupaten Pacitan, berjarak sekitar 15 km dari Pusat Kota Pacitan dan dapat ditempuh dengan kendaraan bermotor sekitar 30 menit untuk dapat sampai ke tempat tujuan.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, menjelaskan bahwa “pariwisata ialah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.” Pariwisata adalah hal yang diminati oleh setiap individu, karena dapat menghilangkan kejenuhan, berkembangnya kreativitas dan mampu menunjang produktivitas suatu individu.

Dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan, Pemerintah Kabupaten Pacitan telah menyusun suatu rencana umum yaitu menjadikan

**Banyu Anget “TIRTO HUSODO” Pacitan** satu paket destinasi kunjungan dengan obyek wisata yang lain, Kabupaten Pacitan pada tahun 2019 juga telah mengalokasikan dana mencapai Rp 3 miliar untuk membangun infrastruktur, berupa akses jalan yang menuju lokasi wisata dan saat ini sudah selesai dikerjakan,

Pemerintah Kabupaten Pacitan melalui Dinas Pariwisata terus berupaya untuk menata obyek wisata unggulan. Bukan hanya obyek wisata saja yang dibenahi, namun potensi peningkatan pendapatan dari para masyarakat yang menjual berbagai produk olahan hasil desa dan oleh-oleh khas desa tersebut yang mengais rejeki di obyek wisata juga mendapat perhatian serius.

Upaya pengembangan lain yang dilakukan Pemerintah Desa adalah dengan membentuk sebuah kelompok yang diberi nama Kelompok Sadar Wisata, kelompok ini teretus karena adanya keterkaitan dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Pacitan. Beberapa hal di atas, dilakukan guna menciptakan pengembangan dan penataan kepariwisataan di obyek wisata **Banyu Anget “TIRTO HUSODO” Pacitan** serta mendukung dan mengembangkan potensi yang ada di sekitarnya.

Objek wisata **Banyu Anget “TIRTO HUSODO” Pacitan** di Desa Karangrejo Kecamatan Arjosari Kabupaten Pacitan, mempunyai potensi yang sangat besar dalam menumbuhkan pendapatan daerah dan pendapatan masyarakat. Agar dapat lebih berdaya saing dalam menarik wisatawan, perlu dilakukan pengembangan sarana dan prasarana pariwisata.

Namun dalam kenyataannya, objek wisata **Banyu Anget “TIRTO HUSODO”** di Desa Karangrejo Kecamatan Arjosari Kabupaten Pacitan belum dapat menumbuhkan minat para wisatawan yang dibuktikan dengan terjadinya ketidak stabilan/fluktuatif kunjungan wisatawan dimana peningkatan kunjungan hanya terjadi di hari – hari libur saja, selebihnya selalu sepi. Hal ini tentu perlu mendapat perhatian, karena beberapa pedagang yang bermata pencaharian di objek wisata **Banyu Anget “TIRTO HUSODO” Pacitan** di Desa Karangrejo Kecamatan Arjosari Kabupaten Pacitan bergantung pada kunjungan wisatawan.

Sepinya pengunjung ini disebabkan oleh kurangnya sarana inovasi hiburan yang bersifat edukatif, bila didukung dengan sarana edukatif diharapkan dapat menarik berbagai sekolah untuk mengajak siswanya guna melakukan study tour ke objek wisata **Banyu Anget “TIRTO HUSODO”** di Desa Karangrejo Kecamatan Arjosari Kabupaten Pacitan. Sarana lainnya yang harus ada adalah inovasi hiburan yang sifatnya kekinian, seperti menambah spot foto yang beragam dan kreatif, hal lain yang mungkin bisa dilakukan untuk menarik wisatawan adalah dengan mengadakan event tahunan yang dapat dijadikan agenda rutin guna menumbuhkan minat berkunjung para wisatawan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, perlu dilakukan penelitian guna mengembangkan potensi desa wisata **Banyu Anget “TIRTO HUSODO” Pacitan** di Desa Karangrejo dengan judul **STRATEGI PENGEMBANGAN**

**OBYEK WISATA BANYU ANGET TIRTO HUSODO DI DESA KARANGREJO, KECAMATAN ARJOSARI KABUPATEN PACITAN.**

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: Bagaimanakah strategi pengembangan Obyek wisata **Banyu Anget “TIRTO HUSODO”** Di Desa Karangrejo, Kecamatan Arjosari Kabupaten Pacitan ?

**C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah untuk mendeskripsikan strategi pengembangan obyek wisata **Banyu Anget “TIRTO HUSODO”** Di Desa Karangrejo, Kecamatan Arjosari Kabupaten Pacitan).

**D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat atau kegunaan diadakan penelitian diharapkan dapat memberikan masukan bagi penulis, pemerintah daerah dan pihak lain. Kegunaan penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pemerintah Daerah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan bagi Pemerintah Kabupaten Pacitan dalam mengambil kebijakan dalam rangka meningkatkan dan memberdayakan potensi obyek wisata **Banyu Anget**



“**TIRTO HUSODO**” di Desa Karangrejo Kecamatan Arjosari Kabupaten Pacitan.

## 2. Bagi Pihak Lain

Untuk menambah wawasan tentang strategi pengembangan desa wisata khususnya pada obyek wisata **Banyu Anget “TIRTO HUSODO”** di Desa Karangrejo Kecamatan Arjosari Kabupaten Pacitan.

## 3. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan sekaligus merupakan penerapan ilmu pengetahuan selama dibangku kuliah.

## E. Penegasan Istilah

### 1. Strategi

Strategi adalah perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya (Rangkuti, 2013).

### 2. Pengembangan

Pengembangan merupakan penerapan dari poin-poin penting yang didesain dalam lapangan, kemudian apabila sudah didesain dan sudah diuji coba maka, desain tersebut diperbaiki dan diperbaharui sesuai dengan masukan (Dewi S. Prawiradilaga, 2009).

### 3. Obyek wisata

Objek wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (Ridwan, 2012).

## **F. Landasan Teori**

### **1. Pariwisata**

Pariwisata berasal dari dua suku kata , yaitu “pari yang berarti banyak atau berkali-kali” dan “wisata yang berarti perjalanan atau bepergian”. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata (aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang) dan didukung dengan pelayanan serta berbagai fasilitas yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (Zebua, 2016).

Pariwisata merupakan kegiatan sosial yang melibatkan individu atau sekelompok orang yang bertujuan untuk tinggal atau melakukan perjalanan diluar tempat tinggal biasanya untuk jangka waktu tidak lebih dari 12 bulan untuk berbagai kegiatan leisure, bisnis, agama dan alasan pribadi lainnya namun tidak mendapatkan gaji/upah dari perjalanannya tersebut. Aktivitas dari wisatawan tersebut melibatkan dan bersentuhan langsung serta memberi pengaruh terhadap masyarakat setempat.

Dari sudut organisasi dan yang diperdagangkan bagi masyarakat yang sedang berkembang, industri pariwisata merupakan suatu sarana perkembangan. Masyarakat bisa melakukan perubahan melalui pariwisata,



sebab banyak masyarakat yang dahulunya terpinggirkan menjadi masyarakat yang diberdaya dengan pelibatan mereka dalam pengelolaan wisata (Lestari, 2009).

Sedangkan menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan dalam pasal 1 yang dimaksud wisata, wisatawan, dan pariwisata adalah sebagai berikut:

- a. 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.
- b. Wisatawan adalah orang melakukan wisata.
- c. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah.
- d. Kepariwisataan adalah seluruh kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.

Daya tarik wisata ialah sesuatu yang merupakan ciptaan Tuhan ataupun hasil karya tangan manusia yang menarik untuk dikunjungi wisatawan ke daerah wisata yang bernilai dan unik (Prayogi, 2011). Ada

tiga komponen pokok yang secara umum disepakati di dalam batasan pariwisata (khususnya pariwisata internasional), yaitu Traveler, Visitor, dan Tourist. Definisi yang dikemukakan dari komponen tersebut selalu mengandung beberapa unsur pokok, yaitu:

- a. Adanya unsur travel (perjalanan), yaitu pergerakan manusia dari suatu tempat ke tempat lain;
- b. Adanya unsur ‘tinggal sementara’ ditempat yang bukan merupakan tempat tinggal yang biasanya; dan
- c. Tujuan utama dari pergerakan manusia tersebut bukan untuk mencari penghidupan/ pekerjaan di tempat yang di tuju.

Menurut Suwanto wisatawan adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan suatu kegiatan perjalanan wisata dengan lama tinggalnya sekurang-kurangnya 24 jam di daerah atau negara yang dikunjungi (Sari, 2015). mengklasifikasikan wisatawan atas dasar tingkat familiarisasi dari daerah yang akan dikunjungi, serta tingkat pengorganisasian perjalanan wisatanya. Atas dasar ini, Cohen menggolongkan wisatawan menjadi empat, yaitu:

- a. Drifter, yaitu wisatawan yang ingin mengunjungi daerah yang belum pernah sama sekali diketahuinya, yang berpergian dalam jumlah kecil.
- b. Explorer, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan dengan mengatur rute perjalanannya sendiri, tidak mau mengikuti tujuan wisata perjalanan pada umumnya. Wisatawan seperti ini memiliki

tingkat interaksi yang tinggi dengan masyarakat lokal serta bersedia memanfaatkan fasilitas dengan standar lokal.

- c. Individual Mass Tourist, yaitu sebagai istilah kebalikan dari explore. Wisatawan mengunjungi daerah tujuan wisata pada umumnya dan mengikuti agen perjalanan.
- d. Organized Mass Tourist, yaitu wisatawan yang selalu dipandu oleh pemandu wisata dan hanya mau mengunjungi daerah tujuan wisata dan fasilitas yang sudah dikenal atau dapat ditemui ditempat tinggalnya, dan perjalanannya.

## 2. Dampak Ekonomi Pariwisata

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016), dampak berarti pengaruh yang mendatangkan akibat (baik negatif maupun positif). Secara ekonomi dampak berarti pengaruh suatu pelaksanaan kegiatan terhadap perekonomian.

Secara formal, para peneliti tentang pariwisata menilai dari aspek ekonomi (Brida dan Zapata, 2010). Para ahli membagikan dampak ekonomi yang terjadi karena kegiatan pariwisata, terdiri atas Efek Langsung (*Direct Effects*), Efek Tidak Langsung (*Indirect Effects*), dan Efek Induksi (*Induces Effects*). Sementara itu, Efek Tidak Langsung dan Efek Induksi kadang-kadang disebutnya sebagai Efek Sekunder (*Secondary Effects*) yang menyertai Efek Langsung selaku Efek Primer (*Primary Effects*).

Dampak total ekonomi pariwisata merupakan jumlah keseluruhan dampak yang terjadi baik langsung, tidak langsung maupun induksi, yang

masing-masing dapat diukur sebagai keluaran bruto (*gross output*) atau penjualan (*sales*), penghasilan (*income*), penempatan tenaga kerja (*employment*) dan nilai tambah (*value added*) (Santosa, 2011).

Konsep dampak ekonomi didasarkan pada teori bahwa pengeluaran dari non-lokal warga disuntikan ke dalam ekonomi lokal dan akan menguntungkan masyarakat local.

Dalam literatur akademis banyak menemukan bahwa dampak dari sektor pariwisata terhadap perekonomian memiliki hubungan positif antara pariwisata dan pertumbuhan baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek untuk negara-negara maju dan berkembang. Dengan kata lain bahwa pariwisata internasional merupakan pendorong penting bagi pertumbuhan ekonomi.

Menurut Astuti (2010), menjabarkan beberapa dampak ekonomi, antara lain dampaknya terhadap ekonomi internasional terkait hubungan antara negara yang terjadi akibat pemenuhan kebutuhan sektor-sektor pariwisata. Pariwisata internasional memiliki dua dampak utama, yaitu pertama adalah dalam hal perdagangan dimana sangat memungkinkan terjadinya transaksi ekspor-impor, yang kedua adalah kecenderungan dimana wisatawan internasional berasal dari negara berpendapatan tinggi dan membelanjakan uang mereka pada destinasi wisata yang berada pada negara berpendapatan rendah, hal tersebut merupakan efek redistribusi.



Dampak positif dan dampak negatif yang ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata khususnya dampak, beberapa keuntungan dari pariwisata terhadap perekonomian di antaranya sebagai berikut:

a. Kontribusi pariwisata dalam devisa negara

Perhitungan Neraca Pariwisata Nasional terdiri atas beberapa subsektor dalam ekonomi (perdagangan, hotel, restoran, transportasi, dan jasa), faktor pendapatan (upah, keuntungan, dan bunga) serta komposisi pengeluaran (konsumsi, pemerintah, investasi, ekspor dan impor). Ketiga komponen itu dihitung menjadi satu sebagai devisa dari sektor kepariwisataan. Nesparnas menggambarkan besaran devisa yang mengalir masuk dan mengalir keluar dari sektor kepariwisataan.

b. Menghasilkan pendapatan bagi masyarakat

Bentuk pembelanjaan yang dilakukan oleh wisatawan, hal tersebut merupakan pendapatan yang dihasilkan dari transaksi antara wisatawan dan tuan rumah. Pengeluaran wisatawan tidak hanya ke pihak-pihak yang terlibat langsung dalam industri pariwisata seperti hotel, biro perjalanan wisata, namun juga diserap ke sektor pertanian, sektor angkutan, sektor industri kerajinan sektor komunikasi, dan sektor lain yang terkait.

c. Menghasilkan lapangan pekerjaan

Pariwisata merupakan industri yang menawarkan beragam jenis pekerjaan kreatif sehingga mampu menampung jumlah tenaga kerja yang cukup banyak.



d. Meningkatkan struktur ekonomi

Masyarakat bisa memperbaiki kehidupan dari bekerja disektor pariwisata.

e. Membuka peluang investasi

Kesempatan berinvestasi di daerah wisata berpotensi membentuk dan meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

f. Mendorong aktivitas wirausaha

Pariwisata membuka peluang untuk berwirausaha dengan menjajahkan berbagai kebutuhan wisatawan, baik produk barang maupun produk jasa.

Selain keuntungan-keuntungan itu, pariwisata memberikan dampak yang merugikan bagi masyarakat di antaranya sebagai berikut:

a. Bahaya ketergantungan (*overdependence*) terhadap industri pariwisata. Beberapa daerah tujuan wisata menjadi sangat tergantung dari kepariwisataan untuk kehidupan.

b. Peningkatan nilai inflasi dan lahan. Resiko wisatawan membeli lahan dengan harga tinggi menjadi ancaman bagi masyarakat setempat. Harga di daerah tujuan wisata menjadi berkali-kali menjadi lebih tinggi karena wisatawan mampu membeli dengan harga yang tinggi.

c. Peningkatan frekuensi impor. Pengusaha pariwisata harus mengimpor produk dan jasa yang dibutuhkan oleh wisatawan.

- d. Produksi musiman. Sifat pariwisata tergantung dari musim, produsen yang mengendalikan kehidupan sepenuhnya di industri pariwisata akan mengalami masalah keuangan.
- e. Pengembalian modal lambat. Industri pariwisata merupakan industri dengan investasi besar dan pengembalian modal yang lambat.
- f. Mendorong biaya eksternal lainnya. pengembangan pariwisata menyebabkan muncul biaya eksternal lainnya bagi penduduk di daerah tujuan wisata, seperti biaya kebersihan lingkungan, dll (Dhiajeng, 2013).

### **3. Pengertian Obyek Wisata**

Objek wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang ingin datang berkunjung ke tempat tersebut. Objek dan daya tarik wisata menurut Undang-undang No 10 tentang kepariwisataan yaitu daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan dan daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata. Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berkenaan dengan wisata, termasuk objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang

berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Inti atau komponen pariwisata yaitu:

- a. Atraksi/ *attraction* seperti atraksi alam, budaya dan buatan.
- b. Amenitas/*amenities* berhubungan dengan fasilitas atau akomodasi
- c. Aksesibilitas/*accebilities* berhubungan dengan segala jenis transportasi, jarak atau kemudahan pencapaian. Serta unsur pendukung lainnya (masyarakat, pelaku industry pariwisata, dan institusi pengembangan) yang membentuk sistem yang sinergis dalam menciptakan motivasi kunjungan serta totalitas pengalaman kunjungan wisatawan. (Kamus Besar Bahasa Indonesia Depdikbud;2016;628).

Sedangkan menurut Pariwisata Inti Rakyat (PIR) yang dimaksud dengan obyek Wisata adalah suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas, atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan, misalnya: atraksi, akomodasi, makanan-minuman, dan kebutuhan wisata lainnya (Hadiwijoyo, 2012 dalam Sari, 2015).

Menurut Utomo (2017), faktor-faktor pendukung bagi pengembangan obyek wisata, antara lain:(1) memiliki daya tarik utama berupa potensi alam

dan produk, (2) memiliki sumber daya manusia(SDM) yang mendukung pengelolaan, (3) masyarakat setempat memiliki motivasi kuat, (4) memiliki sarana dan prasarana yang memadai, (5) mempunyai fasilitas pendukung kegiatan wisata, (6)mempunyai kelembagaan yang mengatur kegiatan wisata, dan (7) ketersediaan lahan/area yang dimungkinkan untuk dikembangkan menjadi tujuan

Menurut Muliawan (2008) prinsip pengembangan wisata adalah sebagai salah satu produk wisata alternatif yang dapat memberikan dorongan bagi pembangunan pedesaan yang berkelanjutan serta memiliki prinsip-prinsip pengelolaan antara lain:

- a. Memanfaatkan sarana dan prasarana masyarakat setempat.
- b. Menguntungkan masyarakat setempat.
- c. Berskala kecil untuk memudahkan terjalinnya hubungan timbal balik dengan masyarakat setempat.
- d. Melibatkan masyarakat setempat.
- e. Menerapkan pengembangan produk wisata pedesaan.

#### Unsur Penting Objek Wisata

- a. Daya Tarik

Daya tarik merupakan faktor utama yang menarik wisatawan mengadakan perjalanan mengunjungi suatu tempat, baik suatu tempat primer yang menjadi tujuan utamanya, atau tujuan sekunder yang dikunjungi dalam suatu perjalanan primer karena keinginannya untuk menyaksikan, merasakan, dan menikmati daya tarik tujuan tersebut.



Sedangkan daya tarik sendiri dapat diklasifikasikan kedalam daya tarik lokasi yang merupakan daya tarik permanen.

b. Prasarana Wisata

Prasarana wisata ini dibutuhkan untuk melayani wisatawan selama perjalanan wisata. Fasilitas ini cenderung berorientasi pada daya tarik wisata di suatu lokasi, sehingga fasilitas ini harus terletak dekat dengan objek wisatanya. Prasarana wisata cenderung mendukung kecenderungan perkembangan pada saat yang bersamaan. Prasarana wisata ini terdiri dari:

- 1) Prasarana akomodasi. Prasarana akomodasi ini merupakan fasilitas utama yang sangat penting dalam kegiatan wisata. Proporsi terbesar dari pengeluaran wisatawan biasanya dipakai untuk kebutuhan menginap, makan dan minum. Daerah wisata yang menyediakan tempat istirahat yang nyaman dan mempunyai nilai estetika tinggi, menu yang cocok, menarik, dan asli daerah tersebut merupakan salah satu yang menentukan sukses tidaknya pengelolaan suatu daerah wisata.
- 2) Prasarana pendukung. Prasarana pendukung harus terletak ditempat yang mudah dicapai oleh wisatawan. Pola gerakan wisatawan harus diamati atau diramalkan untuk menentukan lokasi yang optimal mengingat prasarana pendukung akan digunakan untuk melayani mereka. Jumlah dan jenis prasarana pendukung ditentukan berdasarkan kebutuhan wisatawan.



- 3) Sarana Wisata. Sarana Wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun objekwisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan, baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Lebih dari itu, selera pasar pun dapat menentukan tuntutan berbagai sarana yang dimaksud. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata antara lain biro perjalanan, alat transportasi, alat komunikasi, serta sarana pendukung lainnya. Tidak semua objekwisata memerlukan sarana yang sama atau lengkap. Pengadaan sarana wisata tersebut harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan.
- 4) Infrastruktur. Infrastruktur adalah situasi yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik yang berupa sistem pengaturan maupun bangunan fisik diatas permukaan tanah dan dibawah tanah, seperti: sistem pengairan, sumber listrik dan energi, sistem jalur angkutan dan terminal, sistem komunikasi, serta sistem keamanan atau pengawasan. Infrastruktur yang memadai dan terlaksanadengan baik di daerah tujuan wisata akan membantu meningkatkan fungsi sarana wisata, sekaligus membantu masyarakat dalam meningkatkan kualitas hidup.

## 6. Strategi Pengembangan Pariwisata

Berdasarkan pada potensi dan peluang yang ada pada kawasan obyek wisata, maka pengembangan pariwisata perlu dilakukan dalam rangka menarik wisatawan sekaligus menambah daya tarik sebuah obyek wisata.

### a. Pengertian Strategi

Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. A.Yoeti (2005:22) menyatakan bahwa :  
“Perencanaan strategis suatu Daerah tujuan wisata dilakukan analisis lingkungan dan analisis sumber daya. Tujuan analisis ini tidak lain adalah untuk mengetahui dan mengidentifikasi sumber daya utama, terutama mengenai kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) organisasi atau lembaga yang bertanggung- jawab terhadap pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata tersebut.”

Menurut David F.R (2006:18) “Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan *joint venture*.”

Dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan pariwisata adalah upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi lingkungan kawasan wisata baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan, dan kondisi lingkungan eksternal yang meliputi peluang yang dapat dimanfaatkan dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk

menentukan strategi yang harus dilakukan. Analisis lingkungan internal merupakan suatu proses untuk menilai faktor - faktor keunggulan strategis obyek untuk menentukan dimana letak kekuatan dan kelemahannya, sehingga penyusunan strategi dapat dimanfaatkan secara efektif, kesempatan lingkungan dan menghadapi hambatannya, mengembangkan profil sumber daya dan keunggulan, membandingkan profil tersebut dengan kunci sukses, dan mengidentifikasi kekuatan utama dimana industri dapat membangun strategi untuk meng-eksploitasi peluang dan meminimalkan kelemahan dan mencegah kegagalan. Sedangkan untuk analisis lingkungan eksternalnya adalah menciptakan dan memanfaatkan peluang potensi-potensi pendukung yang dapat dijadikan dukungan bagi obyek utama, sehingga menambah daya tarik obyek utama, yang diharapkan potensi-potensi yang telah dimanfaatkan tersebut dapat menjadi variasi atau sarana hiburan baru yang menjadikan wisatawan betah dan memberikan kesan yang tidak terlupakan setelah berkunjung.

#### b. **Jenis Strategi**

Strategi pada tingkat bisnis bertujuan untuk mengembangkan suatu bisnis yang akan memungkinkan perusahaan memperoleh keunggulan kompetitif atas pesaingnya dalam suatu pasar atau industri. David (2006:224) menyatakan “ada 12 tipe strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan yang dikelompokkan dalam 4 bagian, yaitu :

- 1) Strategi Integrasi : Strategi ini memungkinkan sebuah perusahaan untuk mendapatkan kontrol atas distributor, pemasok dan pesaing.
  - a) Integrasi ke depan: ialah memperoleh atau meningkatkan kendali pada distributor atau pengecer. Strategi ini dipilih jika distributor organisasi sangat mahal, mutu distributor terbatas, organisasi bersaing dalam industri sedang bertumbuh, organisasi mempunyai modal dan sumber daya manusia yang diperlukan untuk mengelola bisnis baru, keunggulan produk stabil sangat tinggi, distributor memperoleh laba yang besar.
  - b) Strategi ke belakang: ialah strategi yang merujuk pada strategi mencari kepemilikan dari atau kendali besar pada perusahaan pemasok. Strategi ini terutama tepat bila perusahaan pemasok saat ini tidak dapat diandalkan, terlalu mahal atau tidak dapat memenuhi kebutuhan perusahaan.
  - c) Strategi horizontal yaitu strategi yang merujuk pada strategi mencari kepemilikan atau kendali besar atas perusahaan pesaing. Hal ini dilakukan jika: organisasi dapat memperoleh karakteristik monopolistik dalam bi- dang atau wilayah tertentu, organisasi bersaing dalam industri yang sedang tumbuh, meningkatkan skala ekonomis memberikan keunggulan bersaing yang besar, organisasi mempunyai modal dan sumber daya manusia yang berbakat yang diperlukan untuk perluasan perusahaan, pesaing ragu-ragu karena tidak memiliki kemampuan manajerial.

2) Strategi intensif : Kelompok strategi ini disebut sebagai strategi intensif karena mensyaratkan berbagai upaya yang intensif untuk meningkatkan posisi kompetitif perusahaan dengan produk yang ada. Kelompok strategi ini meliputi tiga strategi, yaitu:

a) Penetrasi pasar: yaitu berusaha meningkatkan pangsa pasar untuk produk / jasa yang sudah ada dipasar lewat usaha pemasaran yang lebih gencar. Strategi ini banyak digunakan sendiri atau dengan kombinasi strategi lain.

b) Pengembangan pasar: yaitu memperkenalkan produk atau jasa yang sudah ada ke wilayah geografi baru.

c) Pengembangan produk: yaitu mencari kenaikan penjualan dengan memperbaiki produk atau jasa yang sudah ada untuk mengembangkan produk atau jasa yang baru.

3) Strategi Diverisifikasi Ada tiga tipe umum dari strategi diversifikasi, yaitu :

a) Diversifikasi konsentrik: yaitu menambah produk atau jasa baru tetapi berkaitan. Hal ini dilakukan jika penambahan produk baru tetapi berkaitan secara signifikan akan memperkuat penjualan produk yang sudah ada.

b) Diversifikasi horizontal: yaitu menambah produk atau jasa baru te tapi tidak berkaitan dengan pelanggan yang sudah ada. Strategi ini digunakan untuk meningkatkan pendapatan.



- c) Diversifikasi konglomerat :yaitu menambah produk atau jasa baru tetapi tidak berkaitan. Strategi ini tepat untuk dilakukan jika penjualan dan laba menurun.
- 4) Strategi Defensif, adalah strategi yang bertujuan untuk bertahan. Adapun jenis strategi ini adalah sebagai berikut:
- a) Retrechment (penciutan): yaitu mengubah pengelompokan lewat penghematan biaya dan asset untuk membalik penjualan dan laba yang menurun.
- b) Divestasi: yaitu menjual suatu devisi atau bagian dari suatu organisasi. Strategi ini dilakukan apabila organisasi telah melakukan strategi penciutan dan gagal menghasilkan perbaikan yang diperlukan.
- c) Likuidasi: yaitu menjual semua aset perusahaan tersebut. Strategi ini dilakukan apabila organisasi telah melakukan strategi penciutan dan divestasi, dan tidak ada yang berhasil.”

### c. Manfaat Strategi

Menurut Greenley (2011:25), “manajemen strategis memberikan manfaat berikut ini:

- 1) Memungkinkan untuk identifikasi, penentuan prioritas, dan eksploitasi peluang: Kita dapat merepresentasikan kerangka kerja untuk aktivitas kontrol dalam kehidupan sehari-hari dengan lebih baik yang dapat mengatur rencana kegiatan kita.

- 2) Memberikan pandangan objektif atas masalah manajemen: Sikap yang lebih pasti, bisa diyakini keabsahannya, tapi bisa juga melibatkan perkiraan dan asumsi dengan didukung dengan fakta. Sikap objektif adalah sikap yang harus dijunjung tinggi bagi seseorang untuk berpandangan terhadap suatu masalah.
- 3) Merepresentasikan kerangka kerja untuk aktivitas kontrol dan koordinasi yang lebih baik. *kerangka kerja* dirancang dan dioperasikan untuk memastikan bahwa kandungan risiko berada pada level yang bersedia diambil oleh organisasi.
- 4) Meminimalkan efek dari kondisi dan perubahan yang jelek: mempersiapkan diri sebaik mungkin terhadap kemungkinan terjadinya kejadian yang tidak diinginkan ini, sehingga anda dapat, mengimbangi badai yang meruntuhkan kompetitor anda.
- 5) Memungkinkan agar keputusan besar dapat mendukung dengan lebih baik tujuan yang telah ditetapkan: pengambilan keputusan sangat bergantung kepada informasi yang mendukung kebijakan yang akan diambil tersebut. Hal tersebut hanya dapat terwujud jika sistem informasi dapat menyajikan informasi yang relevan, akurat, terkini dan dapat diambil setiap saat.
- 6) Memungkinkan alokasi waktu dan sumber daya yang lebih efektif untuk peluang yang telah teridentifikasi: Anda perlu melakukan suatu strategi pengalokasian secara efektif. Efektif di sini berarti perusahaan Anda harus mampu menempatkan sumber daya yang

Anda miliki sesuai dengan tujuan yang jelas. Hal ini dimaksudkan agar sumber daya Anda dapat memberikan hasil yang menguntungkan perusahaan secara nyata.

- 7) Memungkinkan alokasi sumber daya dan waktu yang lebih sedikit untuk mengoreksi keputusan yang salah atau tidak terencana. Setelah melakukan proses secara *efektif*, Anda perlu menerapkan efisiensi dalam proses pengalokasian *sumber daya*. Maksudnya, dalam menjalankan strategi ini Anda sebisa mungkin harus menekan anggaran pengeluaran atau melakukan strategi itu dalam *waktu* yang sesingkat mungkin sehingga di waktu yang tersisa kita bisa melakukan koreksi terhadap pekerjaan yang dilakukan.
- 8) Menciptakan kerangka kerja untuk komunikasi internal diantara staf: komunikasi internal merupakan penyampaian informasi dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi akan berhasil dengan baik apabila timbul saling pengertian. Komunikasi yang baik dimaksudkan jalinan pengertian antara pihak yang satu ke pihak yang lain, sehingga apa yang dikomunikasikan dapat dimengerti, dipikirkan dan dilaksanakan. Tanpa adanya komunikasi yang baik pekerjaan akan menjadi simpang siur dan kacau balau sehingga tujuan organisasi kemungkinan besar tidak akan tercapai.
- 9) Membantu mengintegrasikan perilaku individu kedalam usaha bersama: Perilaku individu dalam organisasi adalah bentuk interaksi antara karakteristik individu dengan karakteristik organisasi. Setiap

individu dalam organisasi, semuanya akan berperilaku berbeda satu sama lain, dan perilakunya adalah ditentukan oleh masing-masing lingkungannya yang memang berbeda. Individu membawa ke dalam tatanan organisasi kemampuan, kepercayaan pribadi, pengharapan kebutuhan dan pengalaman masa lalunya. Karakteristik yang dipunyai individu ini akan dibawanya manakala memasuki lingkungan baru yaitu organisasi atau yang lainnya.

- 10) Memberikan dasar untuk mengklarifikasi tanggung jawab individu: Tanggung Jawab adalah suatu kesadaran manusia akan tingkah laku atau perbuatannya baik disengaja maupun tidak disengaja. Tanggung Jawab juga berarti berbuat sebagai wujudan atas perbuatannya.
- 11) Mendorong pemikiran ke masa depan: Kondisi yang senantiasa berubah merangsang orang mengikuti dan menyesuaikan dengan perubahan. Pemikiran yang selalu berorientasi ke masa depan akan membuat masyarakat selalu berpikir maju dan mendorong terciptanya penemuan-penemuan baru yang disesuaikan dengan perkembangan dan tuntutan zaman.

## 7. Analisis SWOT

Teori Analisis SWOT adalah sebuah teori yang digunakan untuk merencanakan sesuatu hal yang dilakukan dengan SWOT. SWOT adalah sebuah singkatan dari, S adalah *Strengths* atau Kekuatan, W adalah *Weakness* atau Kelemahan, O adalah *Opportunity* atau Kesempatan, dan T

adalah *Threat* atau Ancaman. SWOT ini biasa digunakan untuk menganalisis suatu kondisi dimana akan dibuat sebuah rencana untuk melakukan sesuatu, sebagai contoh, program kerja (Rangkuti, 2013).

Menurut Rangkuti (2013), SWOT adalah identitas berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pelayanan. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan peluang namun secara bersamaan dapat meminimalkan kekurangan dan ancaman.

#### **G. Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel. (Juliansah 2011: 36 ). Variabel dalam penelitian ini adalah:

**Strategi Pengembangan Obyek Wisata “Banyu Anget Tirto Husodo” Pacitan.**

Strategi pengembangan pariwisata adalah upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi lingkungan kawasan wisata baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan, dan kondisi lingkungan eksternal yang meliputi peluang yang dapat dimanfaatkan dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang harus dilakukan.



## H. Metodologi Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif dengan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian ini dipilih karena untuk menyajikan data secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta - fakta yang ada dilapangan. Model Penelitian Deskriptif menurut Nana Syaodih Sukmadinata (2007) “Penelitian Deskriptif adalah suatu bentuk penelitian dasarditunjukkan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada baik fenomena bersifat alamiah maupun rekayasa manusia. Penelitian ini mengkaji bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan kesamaan, dan perbedaan fenomena lain. Tidak memberikan perlakuan manipulasi, dan perubahan pada variabel-variabel bebas tetapi menggambarkan suatu kondisi apa adanya.”

### 2. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan Desa wisata Air Hangat “Tirta Husada” Di Desa Karangrejo, Kecamatan Arjosari Kabupaten Pacitan.

### 3. Informan

Informan di sini adalah sumber data secara langsung yang dipandang mempunyai pengetahuan tentang permasalahan yang sedang diteliti. Dalam penentuan informan di penelitian ini penulis menggunakan *purposive sampling* yaitu dengan cara sengaja karena alasan-alasan yang diketahui sifat dari sampel tersebut atau menetapkan informan yang di anggap tahu dalam masalah yang

sedang di teliti secara mendalam. Oleh sebab itu dalam penelitian ini jumlah informan yang ditentukan adalah sebagai berikut :

a. Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga Kabupaten Pacitan	= 1 Orang
b. Pengelola Obyek Wisata Air Hangat Tirta Husada	= 1 Orang
c. Perangkat Pemerintah Desa Karangrejo	= 1 Orang
d. Wisatawan yang berkunjung di obyek wisata air hangat Tirta Husada	= 4 Orang
	Jumlah = 7 Orang

#### 4. Teknik pengumpulan data

Salah satu komponen yang penting dalam penelitian adalah pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan dengan sebuah metode untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan. Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Metode pengumpulan data ini dapat digunakan secara sendiri-sendiri, namun dapat pula digunakan dengan menggabungkan dua metode atau lebih. Adapun teknik-teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian adalah wawancara (*interview*) dan dokumentasi.

##### 1. Teknik wawancara

Teknik wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interview*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2010: 186). Ciri utama wawancara adalah kontak langsung dengan tatap muka antara pencari informasi dan sumber informasi. Dalam wawancara sudah disiapkan berbagai macam pertanyaan-pertanyaan tetapi muncul berbagai pertanyaan lain saat meneliti.

Melalui wawancara inilah peneliti menggali data, informasi, dan kerangka keterangan dari subyek penelitian. Teknik wawancara yang dilakukan adalah wawancara bebas terpimpin, artinya pertanyaan yang dilontarkan tidak terpaku pada pedoman wawancara dan dapat diperdalam maupun dikembangkan sesuai dengan situasi dan kondisi lapangan.

## 2. Teknik dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui berbagai data tertulis/arsip yang berkaitan dengan fokus penelitian, sebagaimana dijelaskan Suharsimi Arikunto (2010:231), bahwa : “Metode dokumentasi yaitu catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda, dan sebagainya.” Jadi dokumentasi adalah pengumpulan data dengan meneliti catatan-catatan penting yang sangat erat hubungannya dengan obyek penelitian. Peneliti menggunakan metode dokumentasi ini agar data-data hasil wawancara dan observasi lebih kredibel atau dapat dipercaya.

## 5. Teknik Analisis Data

Teknik Analisis Data adalah suatu metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, yang terutama adalah masalah yang tentang sebuah penelitian. Atau analisis data juga bisa diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk merubah data hasil dari sebuah penelitian menjadi informasi yang nantinya bisa dipergunakan untuk mengambil sebuah kesimpulan.

Selanjutnya Sugiyono (2015:56) mendefinisikan pengertian analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam katagori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh sendiri maupun orang lain.

Menurut Schatman dan Strauss yang dikutip Moleong (2010:98), bahwa proses analisis data dapat dilakukan melalui :

1. Penelaahan data yang telah terkumpul dari berbagai sumber data lewat ancangan pengamatan, kuesioner, wawancara, dokumentasi dan sebagainya.
2. Data tersebut kemudian direduksi sedemikian rupa sehingga tersusun secara sistematis, lebih nampak pokok-pokok yang penting yang menjadi fokus penelitian guna memberikan gambaran yang lebih jelas dan tajam terhadap fenomena yang diteliti.
3. Data yang telah direduksi itu disusun dalam satuan-satuan yang berfungsi untuk menentukan atau mendefinisikan kategori selanjut nya.
4. Satuan-satuan yang telah dikategorikan tadi seterusnya diberi kode-kode tertentu untuk memudahkan pengendalian data dan penggunaannya setiap saat, dan tahap berikutnya adalah,
5. Pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan dengan cara mem- perpanjang keterlibatan peneliti dengan latar penelitian, melakukan pengamatan yang

lebih teliti, rinci, dan mendalam, melakukan triangulasi dengan sumber data, teori metode, dan penelitian, mendiskusikan hasil sementara dengan sejawat/pembimbing, menganalisis kasus negatif, dan dengan memanfaatkan referensi yang ada seperti misalnya hasil rekaman, foto, laporan kegiatan periodik dan sebagainya. Setelah kelima tahap tersebut selesai, kemudian

6. Melakukan penafsiran data dengan menemukan atau membangun kategori - kategori ini mengenai hal-hal, orang-orang, peristiwa-peristiwa dengan segala karakteristik poportiesnya dan menghubungkannya satu sama lain dengan tujuan bukan semata-mata menyajikan deskripsi langsung atau deskripsi analisis saja, tetapi juga sampai pada penyusunan teori substansive yang bermuatan dan bernuansa teori formal.

Analisa data dalam penelitian ini menggunakan Analisa SWOT. Menurut Rangkuti (2013) analisis SWOT merupakan metode dalam perencanaan atau pengembangan, melaluiidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan hambatan (*threats*). Analisa SWOT tersebut kemudian dipadukan untuk menghasilkan matriks Faktor Strategi Eksternal (EFS) dan Faktor Strategi Internal (IFS) (Rangkuti, 2013).