

## STRATEGI PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA DANAU LAET MENGUNAKAN METODE SWOT DAN QSPM

<sup>1</sup> Febri Prima,<sup>2</sup> Eddy Kurniawan, <sup>3</sup>Wahyu Wulan Sari

<sup>1,3</sup>Jurusan Teknik Industri, Universitas Tanjungpura, Jalan Prof. Dr. H. Hadari Nawawi, Pontianak

<sup>2</sup>Jurusan Teknik Mesin, Universitas Tanjungpura, Jalan Prof. Dr. H. Hadari Nawawi, Pontianak  
e-mail: <sup>1</sup>febri.prima@teknik.untan.ac.id, <sup>2</sup>eddy\_kurniawan@teknik.untan.ac.id,

<sup>3</sup>wahyuwulansari61@student.untan.ac.id

### ABSTRAK

*Danau Laet memiliki wisata alam yang sangat potensial untuk dikembangkan. Banyak wisatawan yang berkunjung untuk menikmati atraksi yang ditawarkan, pemandangan alam yang indah dan spot-spot menarik untuk berfoto. Namun didalam pengelolaannya, masih terdapat beberapa kelemahan seperti aksesibilitas infrastruktur yang belum memadai dan strategi pemasaran yang belum maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk 1). Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dalam pengembangan objek wisata. 2). Menentukan strategi pemasaran yang tepat dalam pengembangan objek wisata. 3). Menentukan prioritas strategiterbaik. Metode dalam penelitian ini ialah metode SWOT dan QSPM. Data diperoleh melalui studi literature wawancara, dan penyebaran kuesioner. Berdasarkan hasil analisis, strategi yang tepat dalam pengembangan wisata alam Danau Laet yaitu strategi SO, dimanai posisi ini sangat menguntungkan karena memiliki nilai kekuatan dan peluang yang sangat besar sehingga stakeholder dapat memaksimalkan kondisi tersebut. Adapun prioritas strategi terbaik yaitu memperkenalkan pada wisatawan baik wisatqwan lokal dan asing dengan melakukan promosi yang dapat dikemas secara menarik tentunya dengan memperkenalkan keindahan objek wisata, atraksi-atraksi menarik dan informasi sarana dan prasarana yang tersedia di Wisata Danau Laet.*

**Kata kunci:** Pengembangan, QSPM, Strategi, SWOT

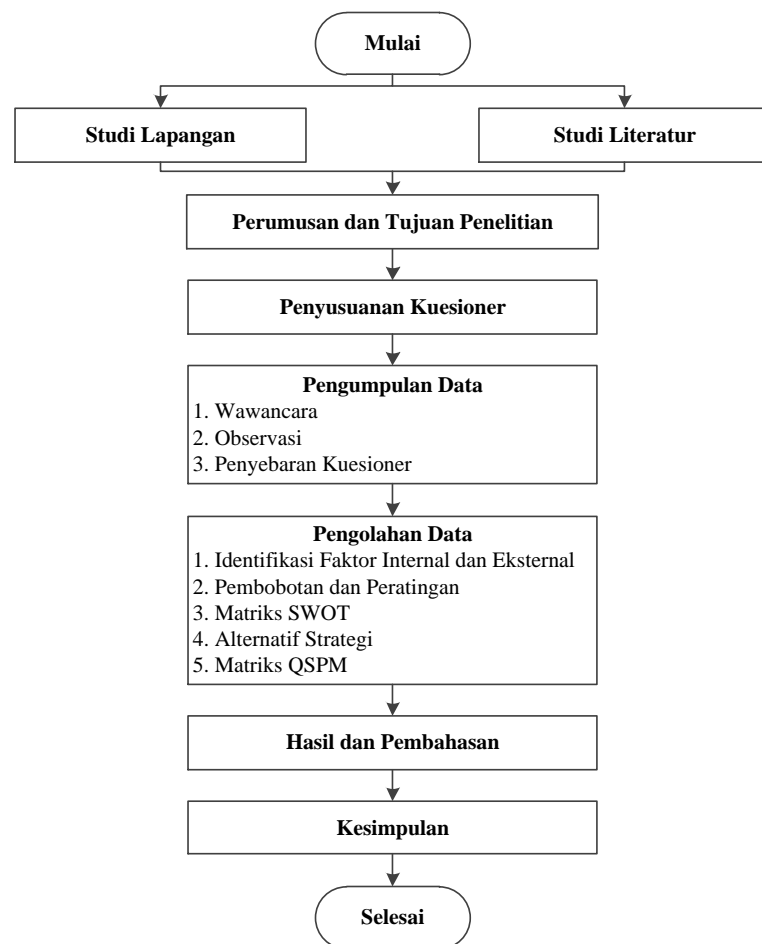
### Pendahuluan

Danau Laet merupakan salah satu objek wisata alam yang berada di kecamatan Tayan Hilir, Kabupaten Sanggau, Provinsi Kalimantan Barat. Wisata alam Danau Laet ini cukup banyak dikunjungi wisatawan, baik wisatawan asing maupun wisatawan lokal. Banyak hal menarik yang dapat dilakukan oleh wisatawan, seperti berkeliling danau dengan menggunakan perahu atau kano dan mengabadikan berbagai moment dengan berfoto pada objek menarik yang disediakan wisata Danau Laet. Objek menarik yang dimaksud seperti terdapat jembatan yang terbuat dari bamboo atau kayu untuk mengelilingi tepian danau menuju ke tengah danau, permainan ATV, hingga adanya balon udara. Tidak hanya objek wisata saja, namun wisata alam Danau Laet menyediakan berbagai fasilitas sebagai sarana dan prasana dengan tujuan untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan yakni penginapan, gazebo, toilet, area parkir, warung makanan dan musholla. Akan tetapi masih terdapat beberapa kelemahan seperti kondisi aksesibilitas infrastruktur yang belum memadai. Fasilitas listrik masih belum tersedia ditempat wisata, Kondisi akses menuju ke lokasi wisata belum didukung dengan jalan yang baik dimana permukaan jalan masih tanah merah dan ditemukan beberapa titik yang curam dan berlubang. Selain itu, promosi yang dilakukan juga belum maksimal, Artinya, pengelolaan pada objek wisata alam Danau Laet belum dilakukan secara integrasi. Untuk dapat mengatasi permasalahan ini, salah satu pendekatan yang dapat digunakan yaitu menggunakan Metode SWOT dimana metode ini dapat melakukan analisis yang cepat untuk menentukan strategi yang tepat (Pearce dan Robinson, 2013:156). Analisis SWOT adalah salah satu alat untuk menganalisis situasional dengan membentuk formulasi strategi yang sering digunakan serta bertahan lama dibandingkan metode lainnya (Solihin, 2012:164).

Tujuan penelitian ialah 1). Untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang terdapat di wisata danau laet. 2). Untuk mengetahui strategi yang tepat berdasarkan hasil analisa SWOT. 3). Untuk menentukan prioritas strategi terbaik berdasarkan metode QSPM. Metode SWOT merupakan identifikasi beberapa faktor untuk merumuskan strategi yang tepat (Rangkuti, 2017:19). Sedangkan, metode QSPM merupakan hasil keputusan dalam menentukan prioritas strategi dengan menilai skor kemenarikan setiap faktor strategis yang diperoleh dari analisa SWOT (Sarkis, 2003:81). Diharapkan alternatif strategi yang dihasilkan pada penelitian ini dapat meningkatkan daya tarik dalam pengembangan destinasi Danau Laet.

### Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis SWOT dan QSPM guna menggali data serta merumuskan strategi pengembangan wisata alam Danau Laet. Penelitian ini dilakukan pada destinasi Danau Laet Kalimantan Barat. *Flowchart* metodologi penelitian dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1. Flowchart Metodologi Penelitian

Berdasarkan diagram alir di atas, dapat dijabarkan penjelasan dalam penelitian sebagai berikut.

#### *Studi Lapangan*

Studi lapangan dilakukan untuk mengetahui dan mengidentifikasi masalah yang sedang terjadi secara langsung dengan pertimbangan faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman bagi objek penelitian pada wisata alam Danau Laet. Informasi yang diperoleh dapat dijadikan input untuk penelitian.

#### *Studi Literatur*

Studi literatur berguna dalam mengumpulkan informasi serta teori-teori yang mendukung penelitian dengan tujuan membantu dalam pemecahan permasalahan yang sedang diteliti. Seperti teori analisis SWOT dan QSPM yang akan digunakan pada penelitian ini. Matriks SWOT memberikan 4 alternatif strategis, artinya tiap hubungan pada matriks akan menemukan solusi strategis yang dapat diberikan pada objek yang sedang diteliti (Rangkuti, 2014).

#### *Tujuan Penelitian*

Tujuan penelitian ialah untuk mengidentifikasi dan mengetahui dari perumusan masalah yang ingin dicapai pada penelitian ini dengan berdasarkan latar belakang masalah pada wisata alam Danau Laet, yakni:

1. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perkembangan wisata alam Danau Laet?
2. Menentukan alternatif strategi yang diperoleh dari analisis SWOT pada wisata alam Danau Laet?
3. Menentukan prioritas strategi menggunakan metode QSPM

#### *Pengumpulan Data*

Penelitian pada Danau Laet sendiri menggunakan data primer dan sekunder (Arikunto, 2010). Pengumpulan data penelitian ini dapat dengan tiga cara, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara dilakukan pada *expert judgement*, yakni Kelompok Sadar Wisata Danau Laet guna mendapatkan informasi yang detil terkait dengan kondisi wisata

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung dengan melihat strategi yang telah diterapkan pada wisata alam Danau Laet.

3. Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata Danau Laet untuk mengisi kuesioner yang telah disajikan oleh peneliti pada wisata alam Danau Laet.

#### *Pengolahan Data*

Pengolahan data yang dilakukan dengan lima tahapan guna memperoleh strategi yang baik untuk pengembangan wisata Danau Laet, yaitu:

1. Mengidentifikasi IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*).
2. Pemberian nilai pada bobot dan rating.
3. Pembuatan matriks SWOT dengan pertimbangan faktor internal dan eksternal.
4. Menentukan alternatif strategi SWOT dilakukan dengan melihat letak strategi pada kuadran SWOT.
5. Pembuatan matriks QSPM guna menentukan strategi yang paling cocok untuk pengembangan wisata alam Danau Laet.

#### *Hasil dan Pembahasan*

Hasil dan pembahasan dengan menganalisis hasil alternatif strategi dari metode SWOT serta QSPM yang dapat diterapkan untuk mendorong dalam pengembangan wisata alam Danau Laet.

### Kesimpulan

Kesimpulan diharapkan dapat menjawab perumusan masalah yang telah ditentukan sebelumnya terhadap wisata alam Danau Laet.

### Hasil dan Pembahasan

Pengolahan data yang telah selesai dilakukan, kemudian di lakukan pembahasan

#### A. Metode Analisis SWOT

Analisis SWOT akan menganalisa sumber daya yang dimiliki

##### 1) Evaluation Factor

###### a. Internal Factor Evaluation (IFE) Matriks

Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) digunakan dalam mengevaluasi lingkungan internal untuk mengetahui faktor kekuatan (*strengths*), dan kelemahan (*weaknesses*) yang ada di Danau Laet.

Tabel 1. Faktor Internal Destinasi Danau Laet

No.	Faktor Internal
	<b>Kekuatan (<i>strengths</i>)</b>
1.	Objek wisata unik, dan menarik (S1)
2.	Pemandangan dan suasana yang indah, sejuk, asri, nyaman, dan tenang (S2)
3.	Memiliki Prasarana Akomodasi Fasilitas Penginapan Guest House dan tempat makanan dan minuman (S3)
4.	Tersedia sarana dan prasarana pendukung, seperti pintu gerbang utama, <i>ticketing</i> , prasarana jalan, wahana bermain, toilet, tempat makan, musholla, area parkir, gazebo, dan papan informasi (S4)
5.	Tersedia atraksi yang beragam dan menarik (S5)
6.	Sudah terbentuk kelompok sadar wisata Danau Laet (S6)
7.	Terdapat lahan yang luas untuk tahap pengembangan (S7)
	<b>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</b>
1.	Belum memiliki infrastruktur pendukung seperti listrik dan jaringan internet (W1)
2.	Kondisi jalan yang kurang baik (W2)
3.	Jenis permukaan jalan masih tanah merah dan berbatuan hanya sebagian saja rapat beton (W3)
4.	Kesadaran masyarakat untuk mendukung wisata Danau Laet masih rendah (W4)
5.	Belum memiliki fasilitas pelayanan transportasi seperti agen biro perjalanan dan sarana transportasi umum (W5)
6.	Belum tersedia fasilitas produk UKM seperti makanan khas dan souvenir khas (W6)
7.	Promosi yang dilakukan belum maksimal hanya melalui media sosial (W7)
8.	Keterbatasan biaya anggaran dalam mengelola objek wisata (W8)
9.	Kurangnya perawatan terhadap fasilitas sarana dan prasarana yang telah tersedia (W9)

###### b. Eksternal Factor Evaluation (EFE) Matriks

Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) digunakan dalam mengevaluasi lingkungan eksternal untuk mengetahui faktor peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang ada di Danau Laet.

Tabel 2. Faktor Eksternal Destinasi Danau Laet

No.	Faktor Eksternal
<b>Peluang (Opportunities)</b>	
1.	Keterlibatan pemerintah dan pihak swasta (O1)
2.	Sektor pariwisata yang semakin berkembang dan semakin dinikmati (O2)
3.	Objek wisata mengikuti trend (O3)
4.	Informasi yang cepat dengan didukung dengan media promosi yang semakin berkembang (O4)
5.	Terbukanya kesempatan peluang kerja (O5)
6.	Tingginya keinginan untuk berwisata (O6)
<b>Ancaman (Threats)</b>	
1.	Persaingan wisata antar objek wisata (T1)
2.	Terjadinya bencana atau gangguan alam (T2)

## 2) Pembobotan SWOT

Pembobotan pada setiap faktor internal dan eksternal pengamatan untuk wisata alam Danau Laet digunakan sebagai dasar pembentukan strategi SWOT. Nilai yang akan dimasukkan dalam pembobotan merupakan hasil dari pengisian kuesioner yang telah dilakukan oleh 25 responden yang berasal dari Kelompok Sadar Wisata Danau Laet. Tabel berikutnya akan menampilkan hasil berdasarkan pembobotan pada faktor internal dan faktor eksternal.

Tabel 3. Hasil Perhitungan Pembobotan Faktor Internal

No.	Faktor Internal			
	Kekuatan ( <i>Strenght</i> )	Rata-Rata	Total	Bobot
1.	Objek wisata unik, dan menarik (S1)	4,44	111	0,07
2.	Pemandangan dan suasana yang indah, sejuk, asri, nyaman, dan tenang (S2)	4,84	121	0,07
3.	Memiliki Prasarana Akomodasi Fasilitas Penginapan Guest House dan tempat makanan dan minuman (S3)	4,28	107	0,07
4.	Tersedia sarana dan prasarana pendukung, seperti pintu gerbang utama, <i>ticketing</i> , prasarana jalan, wahana bermain, toilet, tempat makan, musholla, area parkir, gazebo, dan papan informasi (S4)	4,28	107	0,07
5.	Tersedia atraksi yang beragam dan menarik (S5)	3,76	94	0,06
6.	Sudah terbentuk kelompok sadar wisata Danau Laet (S6)	4,72	118	0,07
7.	Terdapat lahan yang luas untuk tahap pengembangan (S7)	4,4	110	0,07
<b>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</b>				
1.	Belum memiliki infrastruktur pendukung seperti listrik dan jaringan internet (W1)	3,92	98	0,06
2.	Kondisi jalan yang kurang baik (W2)	3,6	90	0,05
3.	Jenis permukaan jalan masih tanah merah dan berbatuan hanya sebagian saja rapat beton (W3)	3,64	91	0,06
4.	Kesadaran masyarakat untuk mendukung wisata Danau Laet masih rendah (W4)	4,32	108	0,07
5.	Belum memiliki fasilitas pelayanan transportasi seperti agen biro perjalanan dan sarana transportasi umum (W5)	3,32	83	0,05
6.	Belum tersedia fasilitas produk UKM seperti makanan khas dan souvenir khas (W6)	3,68	92	0,06
7.	Promosi yang dilakukan belum maksimal hanya melalui media sosial (W7)	4,16	104	0,06
8.	Keterbatasan biaya anggaran dalam mengelola objek wisata (W8)	4,56	114	0,07
9.	Kurangnya perawatan terhadap fasilitas sarana dan prasarana yang telah tersedia (W9)	3,56	89	0,05
<b>Jumlah</b>		<b>65,48</b>	<b>1637</b>	<b>1</b>

Tabel 4. Hasil Perhitungan Pembobotan Faktor Eksternal

No.	Faktor Eksternal				
	Peluang ( <i>Opportunities</i> )	Rata-Rata	Total	Bobot	
1.	Keterlibatan pemerintah dan pihak swasta (O1)	4,6	115	0,137	
2.	Sektor pariwisata yang semakin berkembang dan semakin dinikmati (O2)	4,4	110	0,131	
3.	Objek wisata mengikuti trend (O3)	4,24	106	0,126	
4.	Informasi yang cepat dengan didukung dengan media promosi yang semakin berkembang (O4)	4,68	117	0,139	
5.	Terbukanya kesempatan peluang kerja (O5)	4,2	105	0,125	
6.	Tingginya keinginan untuk berwisata (O6)	4,4	110	0,131	
	Ancaman ( <i>Threats</i> )				
1.	Persaingan wisata antar objek wisata (T1)	3,28	82	0,098	
2.	Terjadinya bencana atau gangguan alam (T2)	3,76	94	0,112	
	Jumlah		33,56	839	1

### 3) Rating SWOT

Setiap faktor internal dan faktor eksternal pun harus diberi penilaian setelah melakukan pembobotan yaitu berupa pemberian rating untuk wisata alam Danau Laet. Setiap faktor-faktor tersebut menjadi dasar dalam pembentukan suatu strategi SWOT.

Tabel 5. Hasil Perhitungan Rating Faktor Internal

No.	Faktor Internal		
	Kekuatan ( <i>Strenght</i> )	Rata-Rata	
1.	Objek wisata unik, dan menarik (S1)	3,84	
2.	Pemandangan dan suasana yang indah, sejuk, asri, nyaman, dan tenang (S2)	3,8	
3.	Memiliki Prasarana Akomodasi Fasilitas Penginapan Guest House dan tempat makanan dan minuman (S3)	3,76	
4.	Tersedia sarana dan prasarana pendukung, seperti pintu gerbang utama, <i>ticketing</i> , prasarana jalan, wahana bermain, toilet, tempat makan, musholla, area parkir, gazebo, dan papan informasi (S4)	3,76	
5.	Tersedia atraksi yang beragam dan menarik (S5)	3,64	
6.	Sudah terbentuk kelompok sadar wisata Danau Laet (S6)	3,8	
7.	Terdapat lahan yang luas untuk tahap pengembangan (S7)	3,68	
	Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )		
1.	Belum memiliki infrastruktur pendukung seperti listrik dan jaringan internet (W1)	3,48	
2.	Kondisi jalan yang kurang baik (W2)	3,6	
3.	Jenis permukaan jalan masih tanah merah dan berbatuan hanya sebagian saja rapat beton (W3)	3,48	
4.	Kesadaran masyarakat untuk mendukung wisata Danau Laet masih rendah (W4)	2,96	
5.	Belum memiliki fasilitas pelayanan transportasi seperti agen biro perjalanan dan sarana transportasi umum (W5)	2,4	
6.	Belum tersedia fasilitas produk UKM seperti makanan khas dan souvenir khas (W6)	2,96	
7.	Promosi yang dilakukan belum maksimal hanya melalui media sosial (W7)	3,32	
8.	Keterbatasan biaya anggaran dalam mengelola objek wisata (W8)	3,56	
9.	Kurangnya perawatan terhadap fasilitas sarana dan prasarana yang telah tersedia (W9)	3,76	
	Jumlah		55,8

Tabel 6. Hasil Perhitungan Rating Faktor Eksternal

No.	Faktor Eksternal	
	Peluang ( <i>Opportunities</i> )	Rata-Rata
1.	Keterlibatan pemerintah dan pihak swasta (O1)	3,44
2.	Sektor pariwisata yang semakin berkembang dan semakin dinikmati (O2)	3,6
3.	Objek wisata mengikuti trend (O3)	3,36
4.	Informasi yang cepat dengan didukung dengan media promosi yang semakin berkembang (O4)	3,68
5.	Terbukanya kesempatan peluang kerja (O5)	3,76
6.	Tingginya keinginan untuk berwisata (O6)	3,8
<b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b>		
1.	Persaingan wisata antar objek wisata (T1)	3,16
2.	Terjadinya bencana atau gangguan alam (T2)	3,6
<b>Jumlah</b>		28,4

#### 4) Skor SWOT

Setelah melakukan pembobotan dan peratingan, tahap selanjutnya ialah menentukan Skor. Adapun hasil perhitungannya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 7. Hasil Perhitungan Skor SWOT Faktor Internal

No.	Faktor Internal			
	Kekuatan ( <i>Strength</i> )	Bobot	Rating	Skor
1.	Objek wisata unik, dan menarik (S1)	0,07	3,84	0,2604
2.	Pemandangan dan suasana yang indah, sejuk, asri, nyaman, dan tenang (S2)	0,07	3,8	0,2809
3.	Memiliki Prasarana Akomodasi Fasilitas Penginapan Guest House dan tempat makanan dan minuman (S3)	0,07	3,76	0,2458
4.	Tersedia sarana dan prasarana pendukung, seperti pintu gerbang utama, <i>ticketing</i> , prasarana jalan, wahana bermain, toilet, tempat makan, musholla, area parkir, gazebo, dan papan informasi (S4)	0,07	3,76	0,2458
5.	Tersedia atraksi yang beragam dan menarik (S5)	0,06	3,64	0,209
6.	Sudah terbentuk kelompok sadar wisata Danau Laet (S6)	0,07	3,8	0,2739
7.	Terdapat lahan yang luas untuk tahap pengembangan (S7)	0,07	3,68	0,2473
<b>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</b>				
1.	Belum memiliki infrastruktur pendukung seperti listrik dan jaringan internet (W1)	0,06	3,48	0,2083
2.	Kondisi jalan yang kurang baik (W2)	0,05	3,6	0,1979
3.	Jenis permukaan jalan masih tanah merah dan berbatuan hanya sebagian saja rapat beton (W3)	0,06	3,48	0,1935
4.	Kesadaran masyarakat untuk mendukung wisata Danau Laet masih rendah (W4)	0,07	2,96	0,1953
5.	Belum memiliki fasilitas pelayanan transportasi seperti agen biro perjalanan dan sarana transportasi umum (W5)	0,05	2,4	0,1217
6.	Belum tersedia fasilitas produk UKM seperti makanan khas dan souvenir khas (W6)	0,06	2,96	0,1664
7.	Promosi yang dilakukan belum maksimal hanya melalui media sosial (W7)	0,06	3,32	0,2109
8.	Keterbatasan biaya anggaran dalam mengelola objek wisata (W8)	0,07	3,56	0,2479
9.	Kurangnya perawatan terhadap fasilitas sarana dan prasarana yang telah tersedia (W9)	0,05	3,76	0,2044

Tabel 8. Hasil Perhitungan Skor SWOT Faktor Eksternal

No.	Faktor Eksternal		Bobot	Rating	Skor
	Peluang ( <i>Opportunities</i> )				
1.	Keterlibatan pemerintah dan pihak swasta (O1)		0,137	3,44	0,4715
2.	Sektor pariwisata yang semakin berkembang dan semakin dinikmati (O2)		0,131	3,6	0,472
3.	Objek wisata mengikuti trend (O3)		0,126	3,36	0,4245
4.	Informasi yang cepat dengan didukung dengan media promosi yang semakin berkembang (O4)		0,139	3,68	0,5132
5.	Terbukanya kesempatan peluang kerja (O5)		0,125	3,76	0,4706
6.	Tingginya keinginan untuk berwisata (O6)		0,131	3,8	0,4982
Ancaman ( <i>Threats</i> )					
1.	Persaingan wisata antar objek wisata (T1)		0,098	3,16	0,3088
2.	Terjadinya bencana atau gangguan alam (T2)		0,112	3,6	0,4033

Hasil dari perhitungan bobot dan penilaian rating, setiap faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) dijumlahkan untuk mengetahui kuadran strategi. Hal tersebut dapat menunjukkan alternatif strategi yang terpilih berdasarkan nilai-nilai dari setiap faktor. Perhitungan dalam penentuan nilai faktor dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 9. Hasil Penjumlahan Setiap Faktor

Keterangan	Internal		Eksternal	
	Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
Strategi Pemasaran	1,7630	1,7463	2,8499	0,7122
<b>Total</b>	3,5093		3,5621	

Berikut merupakan tabel yang merupakan identifikasi kuadran. Identifikasi kuadran dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

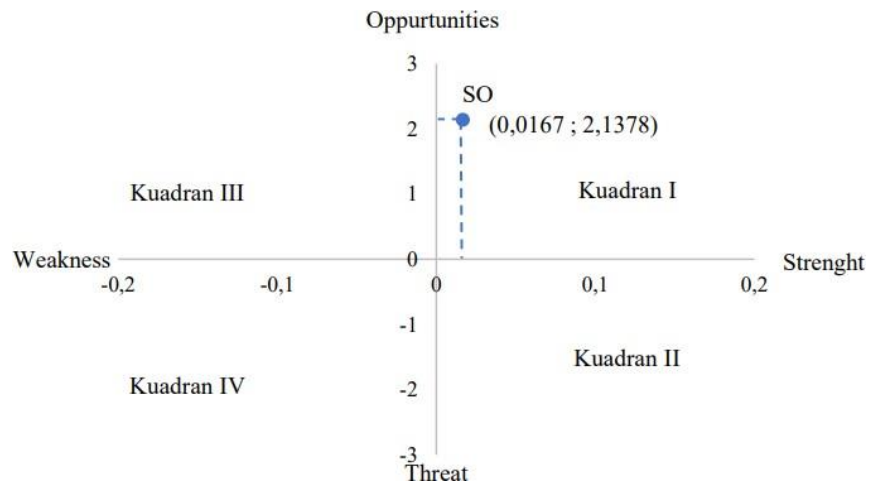
Tabel 10. Identifikasi Kuadran SWOT

Eksternal \ Internal	Kekuatan ( <i>Strength</i> )	Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )
	Peluang ( <i>Opportunity</i> )	1,7630 + 2,8499 = 4,6129
Ancaman ( <i>Threats</i> )	1,7630 + 0,7122 = 2,4752	1,7463 + 0,7122 = 2,4585

Selanjutnya ialah membuat grafik atau diagram cartesius SWOT untuk membantu menggambarkan posisi kuadran Danau Laet berdasarkan tabel IFE dan EFE sebelumnya. Berikut merupakan hasil penjumlahan keseluruhan nilai-nilai penyusunan matriks SWOT.

- Faktor IFE : (Kekuatan – Kelemahan)  
= 1,7630 - 1,7463  
= 0,0167
- Faktor EFE : (Peluang – Ancaman)  
= 2,8499 - 0,7122  
= 2,1378





Gambar 2. Kuadran SWOT

### 5) Matriks SWOT

Matriks SWOT digunakan sebagai strategi dalam mengambil suatu keputusan Strategi dapat diartikan membentuk pola pada tindakan yang dapat dipilih untuk mewujudkan tujuan dari perusahaan (Handriani, 2011).

Matriks SWOT sendiri sangat penting, oleh karena dukungannya untuk mengambil keputusan pada beberapa situasi yang dapat digunakan (Fahmi, 2013).

Tabel 11. Matriks SWOT

<b>MATRIKS SWOT</b>	<b>STRENGTH (S)</b>	<b>WEAKNESSES (W)</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Objek wisata unik, dan menarik (S1)</li> <li>2. Pemandangan dan suasana yang indah, sejuk, asri, nyaman, dan tenang (S2)</li> <li>3. Memiliki Prasarana Akomodasi Fasilitas Penginapan Guest House dan tempat makanan dan minuman (S3)</li> <li>4. Tersedia sarana dan prasarana pendukung, seperti pintu gerbang utama, <i>ticketing</i>, prasarana jalan, wahana bermain, toilet, tempat makan, musholla, area parkir, gazebo, dan papan informasi (S4)</li> <li>5. Tersedia atraksi yang beragam dan menarik (S5)</li> <li>6. Sudah terbentuk kelompok sadar wisata Danau Laet (S6)</li> <li>7. Terdapat lahan yang luas untuk tahap pengembangan (S7)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Belum memiliki infrastruktur pendukung seperti listrik dan jaringan internet (W1)</li> <li>2. Kondisi jalan yang kurang baik (W2)</li> <li>3. Jenis permukaan jalan masih tanah merah dan berbatuan hanya sebagian saja rapat beton (W3)</li> <li>4. Kesadaran masyarakat untuk mendukung wisata Danau Laet masih rendah (W4)</li> <li>5. Belum memiliki fasilitas pelayanan transportasi seperti agen biro perjalanan dan sarana transportasi umum (W5)</li> <li>6. Belum tersedia fasilitas produk UKM seperti makanan khas dan souvenir khas (W6)</li> <li>7. Promosi yang dilakukan belum maksimal hanya melalui media sosial (W7)</li> <li>8. Keterbatasan biaya anggaran dalam mengelola objek wisata (W8)</li> <li>9. Kurangnya perawatan terhadap fasilitas sarana dan prasarana yang telah tersedia (W9)</li> </ol>
<b>OPPORTUNITIES (O)</b>	<b>STRATEGI SO</b>	<b>STRATEGI WO</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterlibatan pemerintah dan pihak swasta (O1)</li> <li>2. Sektor pariwisata yang semakin berkembang dan semakin dinikmati (O2)</li> <li>3. Objek wisata mengikuti trend (O3)</li> <li>4. Informasi yang cepat dengan didukung dengan media promosi yang semakin berkembang (O4)</li> <li>5. Terbukanya kesempatan peluang kerja (O5)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan kondisi wisata alam Danau Laet yang telah dicapai (S1, S2, S3, S4, S5, O2, O3)</li> <li>2. Lebih memperkenalkan pada wisatawan lainnya dengan melakukan promosi yang dikemas secara menarik (S1, S2, S3, S4, S5, O2, O4, O6)</li> <li>3. Membentuk kerja sama antara kelompok sadar wisata dengan pemerintah maupun pihak swasta dalam perkembangan Danau Laet (S6, O1)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bekerja sama dengan pemerintah untuk menambahkan infrastuktur pendukung seperti, listrik dan jaringan internet (W1, O1)</li> <li>2. Memperbaiki kondisi yang masih buruk guna kenyamanan wisatawan dalam menjangkau wisata alam Danau Laet (W2, W3, O2)</li> <li>3. Meningkatkan fasilitas yang diberikan dengan mengikuti perkembangan jaman untuk lebih menarik minat wisatawan (W5, W6, O2, O3, O6)</li> </ol>

Tabel 11. Matriks SWOT (lanjutan)

<p>6. Tingginya keinginan untuk berwisata (O6)</p>	<p>4. Mengembangkan wisata alam Danau Laet menjadi sektor pariwisata yang lebih besar dengan mengikuti perkembangan jaman serta dapat membuka lapangan kerja yang luas (S7, O2, O3, O5, O6)</p>	<p>4. Lebih gencar dalam melakukan promosi dengan media informasi yang semakin luas, seperti media sosial (W4, W7, O4, O6) 5. Mendaftarkan wisata alam Danau Laet pada agen biro perjalanan dan sarana transportasi umum (W4, O6) 6. Mengikuti seminar pariwisata dan mempertimbangkan harga tiket masuk destinasi Danau Laet (W8, O2) 7. Lebih memperhatikan fasilitas sarana dan prasarana yang ada dengan melihat kesempatan menambahkan peluang kerja bagi masyarakat sekitar (W9, O5)</p>
<p><b>Threats (T)</b> 1. Persaingan wisata antar objek wisata (T1) 2. Terjadinya bencana atau gangguan alam (T2)</p>	<p><b>STRATEGI ST</b> 1. Membuat inovasi yang berbeda pada objek atraksi destinasi Danau Laet, namun tetap mempertahankan suasana dan kondisi yang ada agar memiliki ciri khas sendiri sebagai tempat wisata (S1, S2, S5, S7, T1) 2. Mempertahankan fasilitas sarana, dan prasarana yang ada dengan pertimbangan evaluasi terhadap perkembangan kompetitor objek wisata lainnya (S3, S4, S5, T1) 3. Bekerja sama antara kelompok sadar wisata Danau Laet dengan kelompok wisata lainnya untuk menambah informasi dan wawasan mengenai kompetitor wisata alam (S6, T1) 4. Menambah sarana dan prasarana dengan membuat arah evakuasi dan sering melakukan pemantauan terhadap iklim dan cuaca disekitar wisata Danau Laet (S4, T2)</p>	<p><b>STRATEGI WT</b> 1. Menambah kelengkapan pada fasilitas dan infrastruktur pendukung sehingga tidak kalah dengan kompetitor lain (W1, W5, W6, T1) 2. Memperbaiki kondisi jalan untuk mempermudah evakuasi jika terjadi bencana atau gangguan alam (W2, W3, T2) 3. Membuka wadah untuk pada UKM dapat menyalurkan produknya kepada pada wisatawan serta menambah anggaran biaya dari hasil penjualan produk UKM tersebut (W4, W6, W8, T1) 4. Melakukan promosi yang menarik sehingga membuat wisatawan mencoba untuk datang pada destinasi Danau Laet (W7, T1) 5. Melakukan perawatan secara signifikan pada fasilitas sarana, dan prasarana yang dimiliki untuk menanggulangi biaya anggaran jika fasilitas tersebut mengalami kerusakan (W9, T1)</p>

**1) Strategi SO (*Strength - Opportunities*)**

Strategi ini memaksimalkan kekuatan dengan memanfaatkan peluang yang dimiliki oleh Danau Laet sebagai berikut.

1. Mempertahankan kondisi wisata alam Danau Laet yang telah dicapai (S1, S2, S3, S4, S5, O2, O3)
2. Lebih memperkenalkan pada wisatawan lainnya dengan melakukan promosi melibatkan informasi Danau Laet yang dikemas secara menarik (S1, S2, S3, S4, S5, O2, O4, O6)
3. Membentuk kerja sama antara kelompok sadar wisata dengan pemerintah maupun pihak swasta dalam perkembangan Danau Laet (S6, O1)
4. Mengembangkan wisata alam Danau Laet menjadi sektor pariwisata yang lebih besar dengan mengikuti perkembangan jaman serta dapat membuka lapangan kerja yang luas (S7, O2, O3, O5, O6)

**2) Strategi WO (*Weaknesses - Opportunities*)**

Strategi ini memanfaatkan peluang untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki oleh Danau Laet sebagai berikut.

1. Bekerja sama dengan pemerintah untuk menambahkan infrastruktur pendukung seperti, listrik dan jaringan internet (W1, O1)
2. Memperbaiki kondisi yang masih buruk guna kenyamanan wisatawan dalam menjangkau wisata alam Danau Laet (W2, W3, O2)
3. Meningkatkan fasilitas yang diberikan dengan mengikuti perkembangan jaman untuk lebih menarik minat wisatawan (W5, W6, O2, O3, O6)
4. Lebih gencar dalam melakukan promosi dengan media informasi yang semakin luas, seperti media sosial (W4, W7, O4, O6)
5. Mendaftarkan wisata alam Danau Laet pada agen biro perjalanan dan sarana transportasi umum (W4, O6)
6. Mengikuti seminar pariwisata dan mempertimbangkan harga tiket masuk destinasi Danau Laet (W8, O2)
7. Lebih memperhatikan fasilitas sarana dan prasarana yang ada dengan melihat kesempatan menambahkan peluang kerja bagi masyarakat sekitar (W9, O5)

**3) Strategi ST (*Strength - Threats*)**

Strategi ini memaksimalkan kekuatan untuk meminimalkan ancaman yang dapat terjadi pada Danau Laet sebagai berikut.

1. Membuat inovasi yang berbeda pada objek atraksi destinasi Danau Laet, namun tetap mempertahankan suasana dan kondisi yang ada agar memiliki ciri khas sendiri sebagai tempat wisata (S1, S2, S5, S7, T1)
2. Mempertahankan fasilitas sarana, dan prasarana yang ada dengan pertimbangan evaluasi terhadap perkembangan kompetitor objek wisata lainnya (S3, S4, S5, T1)
3. Bekerja sama antara kelompok sadar wisata Danau Laet dengan kelompok wisata lainnya untuk menambah informasi dan wawasan mengenai kompetitor wisata alam (S6, T1)
4. Menambah sarana dan prasarana dengan membuat arah evakuasi dan sering melakukan pemantauan terhadap iklim dan cuaca disekitar wisata Danau Laet (S4, T2)

**4) Strategi WT (*Weaknesses - Threats*)**

Strategi ini meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman yang dapat terjadi pada Danau Laet sebagai berikut.

1. Menambah kelengkapan pada fasilitas dan infrastruktur pendukung sehingga tidak kalah dengan kompetitor lain (W1, W5, W6, T1)

2. Memperbaiki kondisi jalan untuk mempermudah evakuasi jika terjadi bencana atau gangguan alam (W2, W3, T2)
3. Membuka wadah untuk pada UKM dapat menyalurkan produknya kepada pada wisatawan serta menambah anggaran biaya dari hasil penjualan produk UKM tersebut (W4, W6, W8, T1)
4. Melakukan promosi yang menarik sehingga membuat wisatawan mencoba untuk datang pada destinasi Danau Laet (W7, T1)
5. Melakukan perawatan secara signifikan pada fasilitas sarana, dan prasarana yang dimiliki untuk menanggulangi biaya anggaran jika fasilitas tersebut mengalami kerusakan (W9, T1)

#### 6) Alternatif Strategi SWOT

Penilaian setiap faktor internal dan faktor eksternal serta pembobotan rating untuk penentuan alternatif strategi terpilih. Penilaian ini berdasarkan pertimbangan dari setiap responden yang akan mendukung strategi pengembangan pada destinasi Danau Laet.

Berdasarkan matriks SWOT, nilai strategi tertinggi berada pada kuadran I yaitu SO dengan nilai 4,6129. Hal ini menunjukkan strategi *Strength*, dan *Opportunity* (SO) terpilih sebagai alternatif strategi dalam strategi marketing pada Danau Laet.

Strategi S-O dapat memaksimalkan kekuatan untuk meraih peluang yaitu sebagai berikut.

1. Mempertahankan kondisi wisata alam Danau Laet yang telah dicapai
2. Lebih memperkenalkan pada wisatawan lainnya dengan melakukan promosi yang dikemas secara menarik.
3. Membentuk kerja sama antara kelompok sadar wisata dengan pemerintah maupun pihak swasta dalam perkembangan Danau Laet.
4. Mengembangkan wisata alam Danau Laet menjadi sektor pariwisata yang lebih besar dengan mengikuti perkembangan jaman serta dapat membuka lapangan kerja yang luas.

#### B. Metode Analisis QSPM

Analisis QSPM dapat digunakan untuk memilih prioritas strategi yang telah dihasilkan oleh analisis sebelumnya, yaitu analisis SWOT (Umar, 2003).

Berdasarkan *input* yang ada, Danau Laet sudah dapat dikatakan baik terkait dari faktor internal maupun faktor eksternal. Hasil dari matriks SWOT menunjukkan posisi Danau Laet berada di kuadran I dengan strategi yang dapat dijalankan adalah strategi SO (*Strength – Opportunities*). Tidak semua strategi dimasukkan ke dalam strategi QSPM. Strategi-strategi yang dimasukkan ke dalam tabel QSPM menyesuaikan kondisi dan kemampuan dari destinasi Danau Laet. Tabel QSPM bertujuan untuk memudahkan dalam melihat strategi alternatif mana yang paling sesuai dan relevan dengan faktor internal dan faktor eksternal berdasarkan Total Nilai Daya Tarik (TAS). Tabel QSPM tersebut masuk pada langkah-langkah dalam pengembangan strategi (David, 2006). Sehingga dapat membantu dalam pengambilan keputusan strategis.

Rekapitulasi nilai Danau Laet yang dapat dilihat pada sebagai berikut.

Tabel 12. Matriks QSPM

Faktor Internal dan Faktor Eksternal	Bobot	Alternatif Strategi							
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4	
Kekuatan		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
1.	0,07	4	0,2712	3	0,2034	3	0,2034	3	0,2034
2.	0,07	4	0,2957	4	0,2957	3	0,2217	3	0,2217
3.	0,07	3	0,1961	4	0,2615	3	0,1961	3	0,1961
4.	0,07	3	0,1961	4	0,2615	3	0,1961	3	0,1961
5.	0,06	3	0,1723	3	0,1723	3	0,1723	3	0,1723
6.	0,07	2	0,1442	3	0,2162	4	0,2883	3	0,2162
7.	0,07	2	0,1344	4	0,2688	4	0,2688	4	0,2688
<b>Kelemahan</b>									
1.	0,06	3	0,1796	3	0,1796	3	0,1796	3	0,1796
2.	0,05	2	0,1100	3	0,1649	4	0,2199	3	0,1649
3.	0,06	2	0,1112	3	0,1668	4	0,2224	3	0,1668
4.	0,07	2	0,1319	4	0,2639	3	0,1979	3	0,1979
5.	0,05	3	0,1521	3	0,1521	3	0,1521	3	0,1521
6.	0,06	3	0,1686	4	0,2248	3	0,1686	3	0,1686
7.	0,06	2	0,1271	4	0,2541	3	0,1906	3	0,1906
8.	0,07	3	0,2089	3	0,2089	3	0,2089	3	0,2089
9.	0,05	2	0,1087	3	0,1631	3	0,1631	3	0,1631
<b>Peluang</b>									
1.	0,137	3	0,4112	3	0,4112	4	0,5483	3	0,4112
2.	0,131	3	0,3933	3	0,3933	3	0,3933	4	0,5244
3.	0,126	3	0,3790	3	0,3790	3	0,3790	4	0,5054
4.	0,139	3	0,4184	4	0,5578	3	0,4184	3	0,4184
5.	0,125	3	0,3754	3	0,3754	3	0,3754	4	0,5006
6.	0,131	3	0,3933	3	0,3933	3	0,3933	3	0,3933
<b>Ancaman</b>									
1.	0,098	2	0,1955	4	0,3909	3	0,2932	4	0,3909
2.	0,112	3	0,3361	2	0,2241	3	0,3361	3	0,3361
<b>Total</b>	<b>2</b>		<b>5,6103</b>		<b>6,5827</b>		<b>6,3869</b>		<b>6,5475</b>

Berikut ini merupakan hasil rekapitan berdasarkan tabel QSPM, dapat dilihat bahwa pada tiap strategi memiliki nilai TAS yang bervariasi.

Tabel 13. Rekapitan Hasil Matriks QSPM

No.	Alternatif Strategi	Total Nilai TAS	Ranking
Strategi 2	Lebih memperkenalkan pada wisatawan lainnya dengan melakukan promosi yang dikemas secara menarik	6,5827	1
Strategi 4	Mengembangkan wisata alam Danau Laet menjadi sektor pariwisata yang lebih besar dengan mengikuti perkembangan jaman serta dapat membuka lapangan kerja yang luas	6,5475	2
Strategi 3	Membentuk kerja sama antara kelompok sadar wisata dengan pemerintah maupun pihak swasta dalam perkembangan Danau Laet	6,3869	3
Strategi 1	Mempertahankan kondisi wisata alam Danau Laet yang telah dicapai	5,6103	4

Berdasarkan tabel rekapan hasil matriks QSPM, nilai TAS melalui metode QSPM tertinggi berada di strategi 2, yaitu lebih memperkenalkan pada wisatawan lainnya dengan melakukan promosi yang dikemas secara menarik nilai sebesar 6,5827 yang artinya alternatif strategi ini paling sesuai dengan kondisi Danau Laet saat ini. Berdasarkan beberapa metode analisis yang telah digunakan untuk merumuskan beberapa alternatif strategi dan memaksimalkan keputusan alternatif strategi yang dihasilkan untuk meningkatkan jumlah wisatawan pada Danau Laet, sebaiknya hal yang perlu diprioritaskan yaitu dengan memperkenalkan pada wisatawan lainnya dengan melakukan promosi melibatkan informasi Danau Laet yang dibuat menarik seperti sarana dan prasarna serta fasilitas yang diberikan di Danau Laet, hal ini dapat bertujuan untuk menjelaskan bahwa kondisi Danau Laet kurang dalam hal promosi sedangkan fasilitas yang ditawarkan sudah cukup lengkap dengan sajian pemandangan dan objek wisata yang indah, dan tenang.

### Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat ditarik dari permasalahan wisata alam Danau Laet sebagai berikut.

1. Data yang didapatkan dari observasi dan wawancara digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang ada di destinasi Danau Laet. Faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada Danau Laet, sedangkan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang muncul dari lingkungan Danau Laet. Faktor internal dan eksternal ini berhubungan dengan perkembangan wisata alam Danau Laet karena berguna untuk memperoleh formulasi strategi yang tepat pada metode analisis SWOT. Sehingga, kedua faktor tersebut memiliki pengaruh terhadap penentuan strategi perkembangan wisata alam Danau Laet.
2. Alternatif strategi yang diperoleh ialah strategi SO (*Strength – Opportunity*). Kondisi yang sangat menguntungkan, karena memiliki peluang dan kekuatan, sehingga dengan kekuatan yang dimiliki dapat memanfaatkan peluang yang ada dan menjadi keuntungan bagi wisata alam Danau Laet. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah strategi agresif. Terdapat 4 alternatif strategi, yaitu mempertahankan kondisi wisata alam Danau Laet yang telah dicapai, lebih memperkenalkan pada wisatawan lainnya dengan melakukan promosi melibatkan informasi Danau Laet yang dibuat menarik seperti memberikan informasi sarana dan prasarna serta fasilitas yang diberikan, membentuk kerja sama antara kelompok sadar wisata dengan pemerintah maupun pihak swasta dalam perkembangan Danau Laet, dan mengembangkan wisata alam Danau Laet menjadi sektor pariwisata yang lebih besar dengan mengikuti perkembangan jaman serta dapat membuka lapangan kerja yang luas.
3. Input pada analisis QSPM berupa 4 alternatif strategi pada SWOT. Berdasarkan perhitungan pada matriks QSPM, nilai tertinggi berada di strategi 2, yaitu lebih memperkenalkan pada wisatawan lainnya dengan melakukan promosi yang dikemas secara menarik dengan memberikan informasi berupa atraksi yang tersedia, keindahan wisata alam danau laet, informasi spot-spot menarik, informasi keunikan akomodasi penginapan yang ditawarkan serta ketersediaan sarana dan prasarana serta fasilitas yang diberikan di Danau Laet. Alternatif strategi QSPM dapat bertujuan untuk menjelaskan bahwa kondisi Danau Laet kurang dalam hal promosi sedangkan fasilitas yang ditawarkan sudah cukup lengkap dengan sajian pemandangan dan objek wisata yang indah, dan tenang.

### Saran

Adapun saran yang dapat diberikan pada wisata alam Danau Laet berdasarkan hasil penelitian sebagai berikut ini.

1. Pemilik wisata alam Danau Laet memperbaiki strategi pemasaran untuk mengembangkan destinasi tersebut seperti membuat iklan atau pamflet yang disebar menggunakan media sosial untuk menarik wisatawan lain.

2. Pemilik wisata alam Danau Laet dapat mengajukan kerja sama kepada pemerintah dan kelompok sadar wisata untuk memperoleh bantuan dalam kelengkapan serta penunjang pada fasilitas yang masih kurang.
3. Perlunya perawatan pada fasilitas sarana dan prasarana yang telah ada pada wisata alam Danau Laet.

### **Daftar Pustaka**

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi*. Jakarta : Rineka Cipta
- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategis : Konsep Edisi Sepuluh*. Jakarta: Salemba Empat
- Fahmi, Irham. 2013. *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, Alfabeta: Bandung.
- Handriani, Eka. 2011. *Analisis Faktor Daya Saing Di Kabupaten Semarang*. Jurnal Dinamika Manajemen, 2(1) : 17-25
- Pearce, John A, dan Robinson, Richard B., 2013. *Manajemen Strategis*. Jakarta Selatan: Penerbit Salemba Empat.
- Rangkuti, Freddy., 2014. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy., 2017. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sarkis, Joseph., 2003. *Quantitative Models for Performance Measurement Systems-Alternate Considerations (Quantitative Strategic Planning Matrix/QSPM)*. International Journal of Production Economics. Vol. 86, (1), 81-90.
- Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Umar, Husein. 2003. *Strategik Management in Action*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta