

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA BOON PRING DI DESA SANANKERTO, KECAMATAN TUREN, KABUPATEN MALANG.

Muh Akbar ¹, M. Noerhadi Sudjoni ², Masyhuri Machfudz ³.

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang
Email: 21901032079@unisma.ac.id

²Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang
Email: mns@unisma.ac.id Email : masyhuri.machfudz@unisma.ac.id

Abstrak

Sanankerto Village, Turen District, Malang Regency is currently known as a tourist village and is one of the villages that has superior natural resource potential and has its own beauty. The aim of this research is to identify internal and external factors. Determining the research area was carried out purposively. Boon Pring experienced a decrease in visitors during August. This research method uses descriptive qualitative research carried out by means of observation and interviews via questionnaires. The data collection method uses primary data and secondary data. For data analysis, use SWOT analysis through the IFAS (Internal Factor Analysis Strategy) matrix, EFAS (External Factor Analysis Strategy), position matrix and SWOT matrix. The results of the research state that Boon Pring's internal factors have several strengths and weaknesses. Boon Pring's external factors have several opportunities and threats that exist in Boon Pring. The results of the position matrix analysis show that Boon Pring is in quadrant 1, so the strategy used is an aggressive strategy. Alternative strategies obtained through the results of the SWOT matrix analysis.

Keyword : Development, Tourism, SWOT Analysis.

Abstrak

Desa Sanankerto Kecamatan Turen Kabupaten Malang saat ini dikenal sebagai desa wisata dan merupakan salah satu desa yang memiliki potensi sumberdaya alam yang unggul serta memiliki keindahannya tersendiri. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, Penentuan daerah penelitian dilakukan secara purposive (sengaja), Boon Pring mengalami penurunan pengunjung selama Bulan Agustus. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif yang dilakukan dengan cara observasi dan wawancara melalui kuesioner. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Untuk analisis data menggunakan analisis SWOT melalui matrik IFAS (Internal Faktor Analysis Strategi), EFAS (Eksternal Faktor Analysis Strategi), matriks posisi dan matriks SWOT. Hasil penelitian menyatakan bahwa faktor internal Boon Pring terdapat beberapa kekuatan dan kelemahan, Faktor eksternal Boon Pring diperoleh beberapa peluang dan ancaman yang terdapat pada Boon Pring. Hasil analisis matriks posisi menunjukkan bahwa Boon Pring berada pada kuadran 1, sehingga strategi yang digunakan adalah strategi agresif. Alternatif strategi yang didapatkan melalui hasil analisis matriks SWOT.

Kata kunci : Pengembangan, Wisata, Analisis Swot.

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki kekayaan alam yang sangat beragam dan berpotensi untuk dikembangkan, pengembangan potensi alam dijadikan sebuah wisata ini merupakan suatu langkah yang positif. Sektor Pariwisata memiliki peluang yang sangat menjanjikan, karena sebagai salah satu penghasil pertumbuhan ekonomi masyarakat, sektor pariwisata dapat menjadi peluang untuk mendorong pertumbuhan sektor pembangunan lainnya, seperti sektor perdagangan, perkebunan dan pertanian tidak hanya dapat dilihat dari budidaya komoditi pertanian serta perkebunan saja, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai obyek wisata. di Indonesia terdapat berbagai macam tempat wisata di mulai dari wisata alam dan wisata buatan yang banyak dikunjungi wisatawan.

Menurut (Giantari & Barreto, 2015) Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar, objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. Alasan utama dalam pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata, baik secara lokal maupun regional atau ruang lingkup nasional pada suatu negara sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah atau negara tersebut. Pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah tujuan wisata akan selalu diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat banyak.

Menurut (Budio, 2019), Kata strategi berasal dari kata Strategos dalam bahasa Yunani merupakan gabungan dari Stratos atau tentara dan ego atau pemimpin. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Strategi ialah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai suatu sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan.

Boon Pring sendiri merupakan salah satu wisata unggulan dari Desa Sanankerto yang memiliki keindahannya sendiri dan sangat cocok untuk liburan atau sekedar menikmati suasana pedesaan yang asri dengan udara yang sejuk dan dikelilingi oleh hamparan hutan bambu yang luas serta memiliki mata air dan embung yang cukup luas dan banyak sekali fasilitas, hiburan yang ditawarkan.

Daya tarik Wisata Boon Pring yaitu yang memanfaatkan keberadaan embung serta hutan bambu yang mengelilinginya. Wisata Boon Pring juga sudah di lengkapi dengan camping ground, armada transportasi, pemandu lokal, ruang pertemuan serta homestay. Beragam aktivitas bisa dilakukan oleh para pengunjung, seperti berenang di kolam renang, naik sepeda perahu, flying fox, hiking dan lainnya.

METODE PENELITIAN

penelitian dilakukan di Boon Pring di Desa Sanankerto, Kecamatan Turen, Kabupaten Malang, Jawa Timur. lokasi penelitian ini dilakukan secara purposive (sengaja), dengan pertimbangan lokasi penelitian ini merupakan suatu kebun bambu dan sumber mata air yang berada pedesaan yang memiliki daya tarik tersendiri. Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2023.

sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan teknik purposive sampling, yaitu penentuan sampel secara sengaja yang didasarkan atas kriteria yang telah ditentukan. Responden terdiri dari pihak manajer Boon Pring/pengelola 1 orang, karyawan 4 orang dan

pengunjung sebanyak 95 orang jadi total responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden diharapkan dapat memberikan penilaian yang objektif mengenai Boon Pring.

Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dengan cara wawancara menggunakan kuesioner, observasi, dan pencatatan. Sedangkan data sekunder yang digunakan dalam penelitian didapatkan dengan studi literatur dan informasi dari badan atau instansi lain yang terkait dengan penelitian. Untuk analisis data menggunakan analisis SWOT melalui matrik IFAS (Internal Faktor Analysis Strategi), EFAS (Eksternal Faktor Analysis Strategi), diagram matriks SWOT, matriks SWOT), serta analisis matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Untuk mengetahui karakteristik pengunjung maka disimpulkan dalam sebuah pertanyaan yang meliputi sebagai berikut:

Pernyataan	Hasil	Pernyataan	Hasil	Pernyataan	Hasil
1. Jenis kelamin		c. Keluarga	8	c. Cukup baik	28
a. Laki laki	59	d. Tetangga	34	d. Kurang baik	0
b. Perempuan	41	e. Kelompok wisatawan	0	11. Berapakah kali berkunjung	
2. Pendidikan		6. Tujuan berkunjung		a. 1 kali	43
a. SD	10	a. Rekreasi	50	b. 2 kali	32
b. SMP/MTS	13	b. Menarik	25	c. 3 kali	12
c. SMA/SMK	32	c. Fasilitas yang ditawarkan	15	d. 4 kali	5
d. Sarjana	43	d. Sekedar mencoba	10	e. > 5 kali	8
e. Lainnya...	2	7. Penentuan berkunjung		12. Kepuasan	
3. Pekerjaan		a. Secara tiba-tiba	28	a. Sangat puas	49
a. Pelajar/Mahasiswa	32	b. Sudah direncanakan	72	b. Puaas	51
b. PNS	18	8. Panorama wisata		c. Kurang puas	0
c. Pegawai Swasta	21	a. Sangat indah	43	13. Pengeluaran pada saat berkunjung	
d. Wiraswasta	29	b. Indah	27	a. Rp. 1.000 – 10.000	1
4. Penghasilan		c. Cukup indah	30	b. Rp. 11.000 – 20.000	9
a. < Rp. 1.000.000	5	9. Kondisi wisata		c. Rp. 21.000 – 50.000	58
b. > Rp. 1.000.000 - 2.000.000	29	a. Sangat baik	35	d. Rp. 51.000 – >100.000	32
c. > Rp. 2.000.000 - 3.000.000	18	b. Baik	31	14. Recommended	
d. > Rp. 3.000.0000	19	c. Cukup baik	34	a. Ya	100
5. Informasi wisata		10. Akses jalan		b. Tidak	0
a. Teman	23	a. Sangat baik	46		
b. Media sosial	28	b. Baik	26		

Sumber: Data primer diolah, 2023

Pernyataan faktor internal dan eksternal

Menurut Rangkuti 2017, Analisis lingkungan internal, adalah kegiatan input yang penting dalam merumuskan strategi, dimana analisis dilakukan terhadap kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) yang ada didalam wisata. Faktor lingkungan internal perusahaan adalah faktor-faktor yang terdapat didalam perusahaan dan lebih mudah untuk diatur, diperkirakan, dan diantisipasi setiap resikoanya.

Faktor	Kekuatan	Kelemahan
Faktor Internal Boon Pring	1. Memiliki panorama alam yang indah 2. Boon Pring dengan udara yang sejuk 3. Promosi Boon Pring intensif 4. Menawarkan spot foto yang instagramable dengan pemandangan alam dan hamparan bambu yang mengelilingi 5. Harga tiket masuk terjangkau 6. Objek wisata unik 7. Lokasi Boon Pring luas dan banyak tempat pembuangan sampah 8. Akses jalan menuju Boon Pring mudah 9. Menu makanan beragam 10. Penampila karyawan Boon Pring rapi	1. Kurangnya keterampilan tenaga kerja 2. Lokasi Boon Pring jauh dari pusat kota 3. Keamanan diarea Boon Pring 4. Keterbatasan SDM

Sumber: Data primer diolah, 2023

Menurut Rangkuti 2017, Faktor lingkungan eksternal adalah faktor dari luar perusahaan atau organisasi, namun dapat berimbas kepada proses dalam perusahaan atau organisasi tersebut. Faktor eksternal ini sangat mungkin menjadi salah satu faktor kegagalan dalam perusahaan karena potensinya yang memungkinkan menjadi ancaman jika tidak dapat di prediksi dengan baik, dan dapat menjadi keuntungan jika mampu dihadapi dengan sesuai.

Faktor	Peluang	Ancaman
Faktor Eksternal Boon Pring	1. Adanya kerja sama dengan pihak lain 2. Dukungan pemerintah dalam pengembangan sektor pariwisata 3. Membuka peluang lapangan pekerjaan dan wirausaha bagi masyarakat sekitar wisata 4. Partisipasi dari masyarakat setempat 5. Jumlah pengunjung meningkat pada saat akhir pekan 6. Selera pengunjung akan tempat wisata <i>back to nature</i> 7. Tingkat pendapatan masyarakat sekitar wisata semakin baik	1. Intensitas persaingan yang tinggi 2. Jumlah pengunjung menurun pada Bulan Agustus 3. Jumlah pengunjung tidak pasti setiap harinya 4. Banyak tempat wisata lain yang menawarkan harga tiket yang lebih murah

Sumber: Data primer diolah, 2023

Analisis matriks internal faktor analysis summary (IFAS)

Matriks IFAS merupakan langkah untuk merencanakan serta selanjutnya dapat ditetapkan tindakan yang akan diambil. Analisis faktor internal perusahaan mengidentifikasi faktor faktor kunci kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses).

No	Kekuatan	Bobot (a)	Rating (b)	Sekor (axb)
1	Memiliki panorama alam yang indah	0,077	3,93	0,303
2	Boon Pring dengan udara yang sejuk	0,078	3,95	0,306
3	Promosi Boon Pring intensif	0,076	3,87	0,294
4	Menawarkan spot foto yang instagramable dengan pemandangan alam dan hamparan bambu yang mengelilingi	0,072	3,66	0,263
5	Harga tiket masuk terjangkau	0,075	3,84	0,289
6	Objek wisata unik	0,071	3,61	0,256
7	Lokasi Boon Pring luas dan banyak tempat pembuangan sampah	0,068	3,44	0,232
8	Akses jalan menuju Boon Pring mudah	0,078	3,96	0,308
9	Menu makanan beragam	0,070	3,57	0,250
10	Penampila karyawan Boon Pring rapi	0,071	3,60	0,254
Subtotal		0,735	37,430	2,756
No	Kelemahan	Bobot (a)	Rating (b)	Sekor (axb)
1	Kurangnya keterampilan tenaga kerja	0,077	3,91	0,300
2	Lokasi Boon Pring jauh dari pusat kota	0,068	3,46	0,235
3	Keamanan diarea Boon Pring	0,059	3,02	0,179
4	Keterbatasan SDM	0,061	3,13	0,192
Subtotal		0,265	13,520	0,906
TATAL FAKTOR INTRNAL IFAS		1,000	50,950	3,662

Sumber: Data primer diolah, 2023

Setelah dianalisis matriks IFAS kekuatan dan kelemahan mendapatkan total skor sebesar 3,662 dengan total skor kekuatan 2,756 dan kelemahan 0,906. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan untuk mengalahkan kelemahan dengan menggunakan kekuatannya dengan skor yang lebih tinggi.

Analisis matriks external faktor analysis summary (EFAS)

Analisis faktor eksternal perusahaan mengidentifikasi faktor faktor peluang (opportunities) dan ancaman (threats). Evaluasi faktor eksternal menggunakan matriks EFAS merupakan langkah untuk merencanakan serta selanjutnya dapat ditetapkan tindakan yang akan diambil untuk pengembangan wisata Desa Sanankerto.

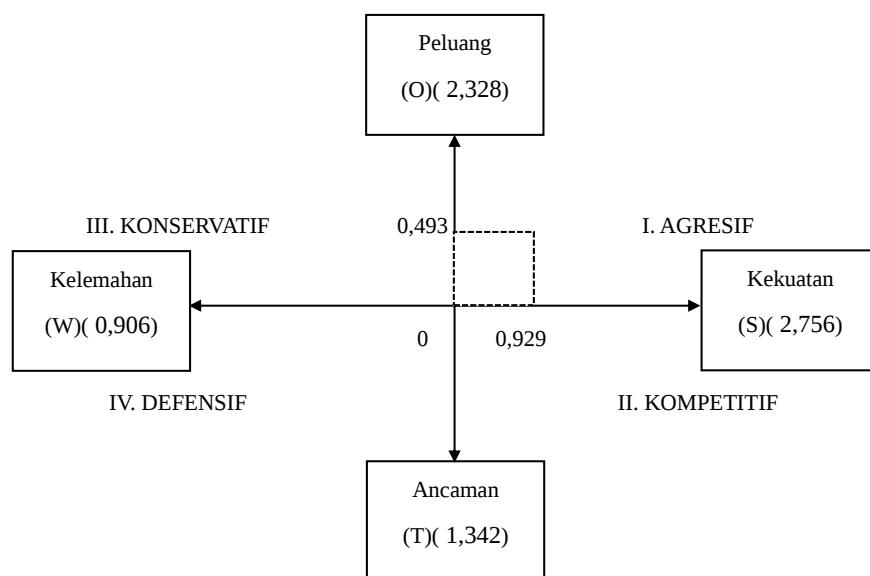
No	Peluang	Bobot (a)	Rating (b)	Sekor (axb)
1	Adanya kerja sama dengan pihak lain	0,089	3,59	0,319
2	Dukungan pemerintah dalam pengembangan sektor pariwisata	0,092	3,70	0,339
3	Membuka peluang lapangan pekerjaan dan wirausaha bagi masyarakat sekitar wisata	0,090	3,64	0,328
4	Selera pengunjung akan tempat wisata back to nature	0,093	3,75	0,348
5	Partisipasi dari masyarakat setempat	0,089	3,58	0,318
6	Jumlah pengunjung meningkat pada saat akhir pekan	0,090	3,65	0,330
7	Tingkat pendapatan masyarakat sekitar wisata semakin baik	0,092	3,73	0,345
Subtotal		0,635	25,640	2,328
No	Ancaman	Bobot (a)	Rating (b)	Sekor (axb)
1	Jumlah pengunjung tidak pasti setiap harinya	0,092	3,71	0,341
2	Intensitas persaingan yang tinggi	0,091	3,69	0,337
3	Jumlah pengunjung menurun pada Bulan Agustus	0,092	3,70	0,339
4	Banyak tempat wisata lain yang menawarkan harga tiket yang lebih murah	0,090	3,62	0,325
Subtotal		0,365	14,720	1,342
TOTAL FAKTOR EKSTERNAL EFAS		1,000	40,360	3,670

Sumber: Data primer diolah, 2023

Hasi dari analisis matriks EFAS menunjukkan total skor yang diperoleh sebesar 3,670 dengan sekor yang di hasilkan oleh peluang sebesar 2,328 dan sekor ancaman sebesar 1,342 hal itu menunjukkan perusahaan mampu memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman.

Analisi diagram matriks SWOT

Menurut Rengkuti (2017) diagram matriks SWOT di bagi empat kuadran yaitu 1 agresif, 2 kompetitif, 3 konservatif, 4 defensif. Dari hasil matriks dibawah diketahui posisi perusahaan berada pada kuadran 1, yaitu menunjukan Boon Pring Sanankerto memiliki peluang dan kekuatan yang besar sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan melakukan strategi pengembangan (agresif)



Nilai skor dari masing-masing faktor dapat dirinci kekuatan (Strengths) 2,756, kelemahan (Weaknesses) 0,906, peluang (Opportunities) 2,328, (Treats) ancaman 1,342. Maka diketahui selisih total skor faktor Strengths (kekuatan) dan Weaknesses (kelemahan) 1,859, sedangkan selisih total skor faktor, Opportunities (peluang) dan (ancama) Treats 0,986. Dan hasil selisih tersebut dibagi 2 maka didapat titik x (0,929) dan titik y (0,493) dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam diagram matriks SWOT.

Analisis SWOT

Matriks SWOT mengembangkan empat alternatif strategi berdasarkan kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) bagi perusahaan. Keempat alternatif strategi tersebut adalah strategi SO (strength opportunity), strategi ST (strength-threat), strategi WO (weakness-opportunity), dan strategi WT (weakness-threat).

Faktor Internal Faktor Eksternal	Kekuatan (S) 1. Memiliki panorama alam yang indah 2. Boon Pring dengan udara yang sejuk 3. Promosi Boon Pring intensif dalam menarik pengunjung 4. Menawarkan spot foto yang instagramable dengan pemandangan alam dan hamparan bambu yang mengelilingi 5. Harga tiket masuk terjangkau 6. Objek wisata unik 7. Lokasi Boon Pring luas dan banyak tempat pembuangan sampah 8. Akses jalan menuju Boon Pring mudah 9. Menu makanan beragam 10. Penampila karyawan Boon Pring rapi	kelemahan (W) 1. Kurangnya keterampilan tenaga kerja 2. Lokasi Boon Pring jauh dari pusat kota 3. Keamanan diarea Boon Pring 4. Keterbatasan SDM
	Peluang (O) 1. Adanya kerja sama dengan pihak lain 2. Dukungan pemerintah dalam pengembangan sektor pariwisata 3. Membuka peluang lapangan pekerjaan dan wirausaha bagi masyarakat sekitar wisata 4. Selera pengunjung akan tempat wisata back to nature 5. Partisipasi dari masyarakat setempat 6. Jumlah pengunjung meningkat pada saat akhir pekan 7. Tingkat pendapatan masyarakat sekitar wisata semakin baik	Strategi S-O 1. Melakukan pengembangan Boon Pring Sanankerto dengan cara menambah spot foto yang lebih menarik dan khas dengan memanfaatkan panorama alam yang dimiliki, menambah fasilitas yang unik serta menu makanan yang lebih beragam serta penampilan karyawan lebih ditingkatkan lagi kerapian dan kebersihannya. (S1,S2,S4,S5,S6,S8,S9,10, O1,O2,O6) 2. Melakukan kegiatan promosi melalui media sosial, brosur dan bener guna menarik minat pengunjung dengan adanya promosi yang intensif membuat Boon Pring banyak pengunjung. (S3,S7,O1,O4,O5,O7) 3. Membuat event pada akhir pekan sehingga dapat meningkatkan minat wisatawan berkunjung ke Boon Pring (S1,S2,S5,S6,O2,O3,O5)
	Strategi S-T 1. Menampilkan desain wisata modern, unik, tren yang diminati para pengunjung, merawat fasilitas seperti bak sampah, spot foto, agar spot foto yang ada terlihat bagus untuk didokumentasikan dengan spot foto yang menarik dan bagus membuat wisatawan ingin berkunjung. (S1,S2,S4,S6,S10,T1,T2) 2. meningkatkan mutu pelayanan, fasilitas, menu makan dan berpenampilan yang rapi sehingga para pengunjung merasa puas dengan fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan (S3,S5,T1,T2,T3, T4)	Strategi W-O 1. Mengoptimalkan Boon Pring dengan melakukan terus pengembangan dan jeli melihat peluang yang ada. (W1,W4,O2,O3, O5) 2. Menerapkan perkembangan teknologi dalam setiap sistem kerja sehingga dapat mengoptimalkan potensi potensi yang ada serta meningkatkan keamanan diarea wisata. (W2,W3,O1,O2,O4) 3. Mengadakan pelatihan khusus untuk karyawan guna meningkatkan keterampilan tenaga kerja dengan pelatihan seperti pelayanan, meningkatkan kearifan lokal (W2,O6,)
	Ancaman (T) 1. Jumlah pengunjung tidak pasti setiap harinya 2. Intensitas persaingan yang tinggi 3. Jumlah pengunjung menurun pada Bulan Agustus 4. Banyak tempat wisata lain yang menawarkan harga tiket yang lebih murah	Strategi W-T 1. Menawarkan promo pada setiap wahanan yang ada di Boon Pring serta memberikan kenyamanan pada pengunjung (W1,W2,W3,T1, T2,T4) 2. Melakukan kerja sama dengan pihak pemerintah desa dan instansi atau perusahaan untuk mengadakan acara sehingga dapat melukan promosi untuk meningkatkan pengunjung Boon Pring. (W2,W4,T2,T3)

Sumber: Data primer diolah, 2023

Analisis matriks QSPM

Matriks QSPM adalah alat untuk mengevaluasi prioritas strategi alternatif secara objektif berdasarkan faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi.

No	Prioritas Strategi	Total
Strategi S-O		
1	Melakukan pengembangan Boon Pring Sanankerto dengan cara menambah spot foto yang lebih menarik dan khas dengan memanfaatkan panorama alam yang dimiliki, menambah fasilitas yang unik serta menu makanan yang lebih beragam serta penampilan karyawan lebih ditingkatkan lagi kerapian dan kebersihannya.	7,29
2	Melakukan kegiatan promosi melalui media sosial, brosur dan banner guna menarik minat pengunjung dengan adanya promosi yang intensif membuat Boon Pring banyak pengunjung.	7,04
3	Membuat event pada akhir pekan sehingga dapat meningkatkan minat wisatawan berkunjung	6,42
Strategi W-O		
1	Mengoptimalkan Boon Pring dengan melakukan terus pengembangan dan jeli melihat peluang yang ada.	6,05
2	Menerapkan perkembangan teknologi dalam setiap sistem kerja sehingga dapat mengoptimalkan potensi potensi yang ada serta meningkatkan keamanan di area wisata.	5,94
3	Mengadakan pelatihan khusus untuk karyawan guna meningkatkan keterampilan tenaga kerja dengan pelatihan seperti pelayanan, meningkatkan kearifan lokal.	6,18
Strategi S-T		
1	Menampilkan desain wisata modern, unik, tren yang diminati para pengunjung, merawat fasilitas seperti bak sampah, spot foto, agar spot foto yang ada terlihat bagus untuk didokumentasikan dengan spot foto yang menarik dan bagus membuat wisatawan ingin berkunjung.	4,56
2	meningkatkan mutu pelayanan, fasilitas, menu makan dan berpenampilan yang rapi sehingga para pengunjung merasa puas dengan fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan.	5,80
Strategi W-T		
1	Menawarkan promo pada setiap wahana yang ada di Boon Pring serta memberikan kenyamanan pada pengunjung.	4,58
2	Melakukan kerja sama dengan pihak pemerintah desa dan instansi atau perusahaan untuk mengadakan acara sehingga dapat melakukan promosi untuk meningkatkan pengunjung.	5,10

Sumber: Data primer diolah, 2023

KESIMPULAN

1. Faktor internal Boon Pring terdapat beberapa kekuatan diantaranya Memiliki panorama alam yang indah, Boon Pring dengan udara yang sejuk, Promosi Boon Pring intensif, Menawarkan spot foto yang instagramable dengan pemandangan alam dan hamparan bambu yang mengelilingi, Harga tiket masuk terjangkau, Objek wisata unik, Lokasi Boon Pring luas dan banyak tempat pembuangan sampah, Akses jalan menuju Boon Pring mudah, Menu makanan beragam, Penampila karyawan Boon Pring rapi, Kurangnya keterampilan tenaga kerja, Lokasi Boon Pring jauh dari pusat kota, Keamanan diarea Boon Pring, Keterbatasan SDM. Faktor eksternal Boon Pring Sanankerto diperoleh beberapa peluang yaitu Adanya kerja sama dengan pihak lain, Dukungan pemerintah dalam pengembangan sektor pariwisata, Membuka peluang lapangan pekerjaan dan wirausaha bagi masyarakat sekitar wisata, Selera pengunjung akan tempat wisata back to nature, Partisipasi dari masyarakat setempat, Jumlah pengunjung meningkat pada saat akhir pekan, Tingkat pendapatan masyarakat sekitar wisata semakin baik, Jumlah pengunjung tidak pasti setiap harinya, Intensitas persaingan yang tinggi, Jumlah pengunjung menurun pada Bulan Agustus, Banyak tempat wisata lain yang menawarkan harga tiket yang lebih murah.
2. Hasil analisis diagram matriks SWOT menunjukkan bahwa Boon Pring berada pada kuadran 1, sehingga strategi yang digunakan adalah strategi agresif. Alternatif strategi yang didapatkan melalui hasil analisis matriks SWOT terdiri tiga strategi diantaranya, Melakukan pengembangan Boon Pring Sanankerto dengan cara menambah spot foto yang lebih menarik dan khas dengan memanfaatkan panorama alam yang dimiliki, menambah fasilitas yang unik serta menu makanan yang lebih beragam serta penampilan karyawan lebih ditingkatkan lagi kerapian dan kebersihannya, Melakukan kegiatan promosi melalui media sosial, brosur dan bener guna menarik minat pengunjung dengan adanya promosi yang intensif membuat Boon Pring banyak pengunjung, Membuat event pada akhir pekan sehingga dapat meningkatkan minat wisatawan berkunjung ke Boon Pring. Adapun alternatif strategi dari analisis matrik QSPM yang skornya tinggi dari pada alternatif strategilainya yaitu Melakukan pengembangan Boon Pring Sanankerto dengan cara menambah spot foto yang lebih menarik dan khas dengan

memanfaatkan panorama alam yang dimiliki, menambah fasilitas yang unik serta menu makanan yang lebih beragam serta penampilan karyawan lebih ditingkatkan lagi kerapian dan kebersihannya dengan skor 7,29

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang Strategi Pengembangan Boon Pring, maka saran yang dapat diberikan kepada Boon Pring sebagai berikut:

1. Boon Pring Sanankerto disarankan untuk menerapkan formulasi strategi yang telah dibuat dan terus melakukan inovasi baru serta unik terhadap wisata dan memberikan produk makanan terbaru seperti kripik dari bahan dasar sayur-sayuran yang bahan bakunya didapat dari petani sekitar Boon Pring dengan harapan mampu mendorong pendapatan petani
2. Terus melakukan pengembangan baik di dalam Boon Pring itu sendiri dan melakukan kegiatan promosi menggunakan media sosial, brosur, banner, dan secara langsung dari mulut ke mulut dan bisa ditambahkan acara atau event tertentu seperti live music pada waktu weekend untuk menarik para pengunjung.
3. Untuk meningkatkan keterampilan tenaga kerja perusahaan bisa mengadakan pelatihan service excellence atau pelatihan pelayanan khusus untuk karyawan dan bisa memberikan pendidikan untuk karyawan supaya bisa bersaing dengan wisata lain dan Boon Pring diharapkan lebih meningkatkan kinerja kualitas pelayanan, cepat tanggap terhadap pengunjung dan jaminan yaitu dengan lebih memperhatikan kebersihan, menu makanan selalu tersedia serta memperbaiki fasilitas yang ada di Boon Pring seperti fasilitas permainan flaying fox, bola air, tempat duduk atau lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Giantari, I. G. A. K., & Barreto, M. (2015). Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11, 773–796.
- Budio, S. (2019). Strategi Manajemen Sekolah. *Jurnal Menata*, 2(2), 64.
- Rangkuti, F. 2017. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.