

Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Daya Tarik Makam Keramat Solear, Kabupaten Tangerang, dalam Meningkatkan Minat Kunjung Wisatawan

Allysa Syifa Syahirah ^{a,1}, Rustini ^{b,2} *

^{1,2} Program Studi Hospitaliti dan Pariwisata, Institut STIAM I, Jakarta, Indonesia

¹ allysasyifasyahirah@gmail.com*; ² ninysuharriansyah@gmail.com,

* corresponding author

ARTICLE INFO

Article history

Received : 23-03-2023

Revised : 30-03-2023

Accepted : 30-03-2023

Keywords

SWOT Analysis ;
Development Strategy;
Tourist Visit Interest;

ABSTRACT

This study was based on initial observation on the Makam Keramat Solear indicated to have problems, namely, the lack of promotion of tourism and the underdevelopment of tourism destination. This causes the number of tourist visits has not increased. The purpose of this study was to analyze Makam Keramat Solear by using SWOT analysis, in order to determine the appropriate development strategy. This study used descriptive qualitative method. The results showed that the tourism destination of the Makam Keramat Solear was in quadrant IV. SWOT Analysis of Quadrant IV was a survival strategy, namely W-T (Weakness-Threat) Strategy, which aimed to survive by minimizing weaknesses and avoiding threats. Therefore, the strategy can be applied in developing the destination of the Sacred Tomb of Solear was a. creating promotion on various social media to compete with competitors' destinations; b. improving tourism infrastructures; c. eliminating the extortion activities so that tourists feel comfortable when visiting.

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengunjungi berbagai tempat dengan tujuan rekreasi untuk menikmati keindahan alam yang ada. Menurut Undang-undang No.10 tahun 2019 tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah.

Bicara mengenai pariwisata, Kabupaten Tangerang memiliki 80 destinasi wisata, yaitu sekitar 13,53% dari wisata yang ada di Provinsi Banten. Wisata tersebut merupakan hasil dari pengembangan yang dilakukan oleh pemerintah dan warga sekitar, 3 di antaranya berdekatan jaraknya, yaitu Makam Keramat Solear, Telaga Biru Cigaru, dan Tebing Koja. Dari ketiganya, Makam Keramat Solear lah yang memiliki jumlah pengunjung paling sedikit, seperti terlihat pada tabel 1 di bawah ini.

Lokasi Kabupaten Tangerang dekat tol maupun stasiun KRL Jabodetabek, sehingga bisa diakses menggunakan kendaraan roda dua, roda empat, dan juga kereta api, *Commuterline* Jabodetabek. Akses jalan yang dekat dengan tol menuju Jakarta, yaitu tol Cikupa, tol Balaraja Barat, tol Balaraja Timur, dan tol Tangerang-Merak.

Destinasi wisata Makam Keramat Solear merupakan salah satu daya tarik yang menjadi kebanggaan tersendiri di Kabupaten Tangerang, karena mempunyai karakteristik yang berbeda dari destinasi lainnya. Salah satu makam yang terletak di Desa Cikasungka, Kecamatan Solear, Kabupaten Tangerang ini adalah makam pengikut wali, yaitu Syekh Mas Mas'ad. Lokasi makam ini juga mempunyai keunikan lain, yaitu adanya monyet liar yang bebas berkeliaran. Selain itu juga ada hutan lindung yang memiliki luas areal 4,5 hektar. Destinasi wisata Makam Keramat Solear memerlukan perencanaan pengembangan agar potensi yang dimiliki wisata Makam Keramat Solear optimal dikembangkan.

Tabel 1. Data Destinasi Wisata dan Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Tangerang

No.	Destinasi Wisata	Jenis Destinasi Wisata	Lokasi	Jumlah Wisatawan		
				2017	2018	2019
1.	Telaga Biru/Cigaru	Wisata Alam	Jl. Cigaru Cisoka, Kecamatan Cisoka, Kabupaten Tangerang	15.780	17.945	3.045
2.	Tebing Koja	Wisata Alam	Kampung Koja Desa Cikuya, Kecamatan Solear, Kabupaten Tangerang	17.786	18.500	5.507
3.	Makam Keramat Solear	Wisata Religi	Jl. Raya Cisoka, Desa Cikasungka, Kecamatan Solear, Kabupaten Tangerang	10.780	12.435	3.890

Sumber: Dinas Pariwisata Kab. Tangerang (2021)

Identifikasi permasalahan di bidang pariwisata di Kabupaten Tangerang yaitu kurangnya promosi kepariwisataan. Permasalahan di atas disebabkan oleh pengelolaan yang kurang baik oleh pihak pengelola dan kurang pemahannya masyarakat sekitar dalam memanfaatkan potensi wisata sebagai masukan untuk meningkatkan kesejahteraan bersama dan penciptaan lapangan kerja (Disporabudpar Kabupaten Tangerang, 2019). Oleh sebab itu pihak pengelola Makam Keramat Solear perlu menyiapkan pengembangan yang baik untuk bisa meningkatkan jumlah kunjung wisatawan pada Makam Keramat Solear.

Menurut penelitian yang dilakukan Dwifantya (2018), objek ziarah dan Makam Keramat Solear merupakan objek yang memiliki potensi wisata yang cukup baik tetapi fasilitasnya dan daya tarik untuk wisatawan belum berkembang dengan pesat. Pemanfaatan Makam Keramat Solear sebagai objek wisata belum dilakukan secara optimal. Hal ini disebabkan karena Pemerintah Daerah dan Dinas Pariwisata Kabupaten Tangerang belum menyadari ada potensi yang besar dari objek wisatainya.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis SWOT sebagai strategi pengembangan daya tarik Makam Keramat Solear, Kabupaten Tangerang dalam meningkatkan minat kunjung wisatawan.

Analisis SWOT

Perumusan strategi pengembangan dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik analisis SWOT di mana menurut Yulius Habita Nggini (2019:1), analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) adalah suatu identifikasi yang digunakan dalam merumuskan secara sistematis strategi dalam suatu pengambilan keputusan yang berkaitan dengan hal yang sangat penting dalam suatu destinasi wisata untuk memaksimalkan kinerja dan juga target yang sudah menjadi fokus utamanya, yaitu visi dan misi. Dengan hal tersebut, perencanaan strategi harus menganalisis faktor apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Selanjutnya, Ferrel dan Harline dalam Coki Siadari (2018) menyebutkan bahwa fungsi dari analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman). Hasil dari identifikasi potensi wisata tersebut diintegrasikan dengan persepsi serta hasil wawancara dalam menunjang alternatif strategi pengembangan wisata.

a. Model Analisis SWOT

Tabel 2. Matriks Strategi Analisis Faktor Eksternal (EFAS)

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
Peluang				
Ancaman				
Total				

Sumber: Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT, Rangkuti (2017:26)

Menurut Rangkuti (2017:25), sebelum membuat matriks faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu Strategi Analisis Faktor Eksternal (EFAS/*External Factor Analysis Strategy*). Berikut ini adalah cara-cara menentukna EFAS:

- a. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
- b. Beri bobot masing-masing faktor, mulai dari 6 (sangat penting) sampai dengan 1 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak pada faktor strategis. Hitung *rating* untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (sangat baik) sampai dengan 1 (sangat kurang) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi destinasi wisata yang bersangkutan. Pemberian nilai *rating* untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi *rating* +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi *rating* +1). Pemberian nilai *rating* ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, *rating*nya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit *rating*nya 4.
- c. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan *rating* pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (sangat baik) sampai dengan 1,0 (sangat kurang).
- d. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi destinasi wisata yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana destinasi wisata tertentubereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan destinasi wisata ini dengan destinasi wisata lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Tabel 3. Matriks Strategi Analisis Faktor Internal (IFAS)

Faktor Strategi internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
Kekuatan				
Kelemahan				
Total				

Sumber: Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT, Rangkuti (2017:26)

Strategi Pengembangan

Menurut Nainggolan dan Kampana dalam N Yunita (2019), strategi merupakan kegiatan untuk mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal dan kekuatan-kekuatan eskternal (peluang dan ancaman). Menurut N. Yunita (2019) strategi terbagi atas 5 definisi, yaitu strategi sebagai rencana, strategi sebagai pola, strategi sebagai posisi, startegi sebagai taktik, dan strategi sebagai perspektif. Adapun menurut Yoeti dalam M. Ryan Saputra (2016) pengembangan pariwisata perlumemperhatikan beberapa aspek, yaitu:

1. Wisatawan (*Tourist*)
Harus diketahui karakteristik dari wisatawan, dari negara mana mereka datang, usia, hobi, dan pada musim apa mereka melakukan perjalanan.
2. Transportasi
Harus dilakukan penelitian bagaimana fasilitas transportasi yang tersedia untuk membawa wisatawan ke daerah tujuan wisata yang dituju.
3. Atraksi/objek wisata
Atraksi dan objek wisata yang akan dijual, apakah memenuhi tiga syarat: *something to do, something to see, something to buy*.
4. Fasilitas pelayanan
Fasilitas apa saja yang tersedia di destinasi wisata tersebut, bagaimana akomodasi perhotelan yang ada, restoran, pelayanan umum seperti Bank/*money changers*, kantor pos, telepon yang ada di destinasi wisata tersebut.
5. Informasi dan promosi
Diperlukan publikasi dan promosi, kapan iklan dipasang, ke mana brosur disebarakan sehingga calon wisatawan mengetahui tiap paket wisata dan wisatawan cepat mengambil keputusan.

Minat Kunjung Wisatawan

Menurut Shandily dalam Nuraeni dalam Muhammad Arfani (2020), kata minat berasal dari Bahasa Inggris *Interest* sama dengan perhatian, yaitu kecenderungan bertingkah laku yang terarah terhadap kegiatan objek atau pengalaman tertentu. Minat berkunjung seseorang dipengaruhi oleh dorongan akan keterkaitan pada suatu objek wisata, maka minat berkunjung adalah pernyataan keinginan seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa.

Menurut Muhammad Rfani (2020), alasan atau faktor utama yang menentukan minat untuk berkunjung kembali ke suatu destinasi adalah kepuasan selama berkunjung, motivasi tertentu, kecintaan terhadap destinasi, dan proses informasi juga menjadi elemen penting dalam minat kunjung ulang pada waktu yang akan datang dan memberitahukan kepada orang lain atas apa yang dirasakannya. Menurut Hernita, dkk (2019), Minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke suatu obyek wisata. Semakin banyak wisatawan mengetahui informasi tentang destinasi wisata maka akan mendorong mereka untuk berwisata ke tempat tersebut. Oleh karena itu, masing-masing tempat wisata harus memiliki daya tarik tertentu.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu dengan melakukan wawancara dan observasi. Penelitian kualitatif menurut Syafnidawaty (2020) adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi atau pengumpulan data

Teknik pengumpulan data di mana peneliti mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek peneliti yang merupakan sumber data, untuk mendapatkan hasil yang sebenarnya, sehingga data yang diperoleh benar-benar objektif. Dalam penelitian ini dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pengumpulan data secara langsung ke destinasi Makam Keramat Solear Kabupaten Tangerang.

2. Wawancara

Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan hanya tanya jawab langsung

antara pengumpulan data maupun peneliti terhadap narasumber atau sumber data. Jenis wawancara yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara terbuka. Wawancara mendalam (*in depth interview*) ini dilakukan kepada pengelola, wisatawan, dan masyarakat sekitar.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Jadi, metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik, menurut Sugiyono dalam Farida (2017).

Teknik Analisis Data

1. Data Primer

Data primer adalah kata-kata dan tindakan informan yang diamati atau diwawancarai yang didapati melalui catatan tertulis atau melalui rekaman suara/*video*, pengambilan foto atau film.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan bahan tambahan yang berasal dari sumber berita, blog, dan *website*.

3. Reduksi Data

Reduksi data adalah bagian dari analisis data dengan suatu bentuk analisis menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak diperlukan, dan mengorganisasi data sehingga kesimpulan final dapat diambil dan diverifikasi.

4. Penyajian (*Display*) Data

Display data adalah mengolah data yang diterima dari informan untuk disajikan agar dapat disusun dalam sebuah kategorisasi, sesuai tema-tema yang telah digali dalam wawancara dengan informan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti, maka hasil dan analisis SWOT pada destinasi Makam Keramat Solear diuraikan dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan destinasi Makam Keramat Solear antara lain:

- a. Adanya daya tarik dari Makam Syekh Mas Mas'ad, hutan lindung, dan monyet liar. Wisatawan bisa berziarah di Makam Syekh Mas Mas'ad untuk mengaji serta berdoa, dan kebanyakan dari wisatawan adalah para santri di sekitar daerah. Waktu kunjungan yang ramai adalah saat Idul Fitri dan Idul Adha, di mana budaya Indonesia adalah berziarah pada hari raya tersebut. Hutan lindung di Kawasan Makam Keramat Solear ini memiliki luas areal 4,5 hektar, di mana pepohonan yang rindang dan nuansa alam yang ada seperti bunyi jangkrik menambah suasana asri di lingkungan destinasi Makam Keramat Solear. Angin yang berhembus ke dahan-dahan pohon membuat kesejukan yang belum tentu ada di perkotaan, sehingga wisatawan dapat menikmati pemandangan hutan lindung sebagai tempat *refreshing* dan menikmati makanan di area makam. Monyet liar yang ada disana dengan jumlah yang cukup banyak juga merupakan daya tarik karena wisatawan dapat berswafoto dan memberikan makanan berupa kacang atau pisang ke monyet liar, biasanya dimulai dari pintumasuk, seolah mereka menyambut kehadiran wisatawan. Namun dengan dipercayainya monyet liar ini adalah monyet keramat, maka wisatawan dilarang menyakiti monyet-monyet ini.
- b. Lokasinya sangat strategis karena ia terletak di dekat tol maupun stasiun KRL Jabodetabek, sehingga bisa diakses menggunakan kendaraan roda dua, roda empat, dan juga kereta api, *Commuterline* Jabodetabek. Selain itu, Kabupaten Tangerang memiliki akses jalan yang dekat dengan tol menuju Jakarta, yaitu tol Cikupa, tol Balaraja Barat, tol Balaraja Timur, dan tol Tangerang-Merak. Akses ke destinasi yang mudah dijangkau dan dekat dengan pemukiman masyarakat menjadi salah satu kekuatan yang dimiliki, didukung oleh harga tiket masuk yang relatif murah serta atraksi yang menarik.

- c. Sebelumnya, pengelola juga pernah mengadakan kegiatan Bersama tokoh masyarakat yakni H. Rano Karno bersama tim melakukan kegiatan GERAKAN BISA dan mempromosikan destinasi wisata agar terus dijaga dan menjadi destinasi di Kabupaten Tangerang.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan destinasi Makam Keramat Solear antara lain:

- a. Jalan menuju destinasi serta sarana dan prasarana belum baik, beberapa bangunan rusak dan belum direnovasi, pintu gerbang utama dan kedua belum direnovasi, dan belum adanya perkembangan pembangunan infrastruktur atau fasilitas secara besar-besaran. Walaupun pemandangan dan daya tarik yang disediakan berbeda dengan destinasi lain di sekitarnya, namun sarana dan prasarana fasilitas di destinasi Makam Keramat Solear menjadikan poin penting yang harus diperbaiki atau dibangun agar semakin menarik minat kunjung wisatawan ke Makam Keramat Solear.
- b. Adanya rasa ketidaknyamanan wisatawan akibat pedagang yang berjualan tidak pada suatu tempat yang terpusat sehingga pihak pengelola akhirnya membuatkan kantin untuk berjualan agar menjadi rapi.
- c. Kebersihan masih kurang diperhatikan karena masih ditemukan banyak sampah di area destinasi namun jumlah tempat sampah kurang memadai.
- d. Kurangnya promosi dan daya saing. Pihak pengelola harus berusaha mempromosikan destinasi wisata ini melalui sosial media dengan akun dan *website* sendiri karena mereka sampai saat ini mempromosikannya hanya melalui akun dari pihak lain, misalnya akun @Abouttng (About Tangerang), atau melalui sosial media wisatawan.
- e. Kurangnya SDM pada pihak pengelola yang mampu mengembangkan destinasi ini, contohnya mereka belum mempunyai tim promosi baik di sosial media maupun *website*. Meskipun Makam Keramat Solear sudah dikelola oleh pemerintah daerah, namun sayangnya yang menjaganya adalah pemuda-pemudi setempat yang belum mempunyai pemahaman yang cukup untuk mengeloladestinas wisata, sehingga belum banyak fasilitas dan pembangunan yang dapat dikembangkan. Pelatihan pariwisata sepertinya perlu diberikan untuk meningkatkan kualitas SDM di sini.
- f. Tiket masuk diberlakukan/dijual oleh pengelola hanya pada hari libur nasional saja, seharusnya pihak pengelola memberlakukan tiket masuk setiap hari agar menjadi pemasukan bagi pengelola dan tidak ada penyalahgunaan oleh pihak lain. Dengan tidak adanya tiket masuk setiap hari tersebut, sejumlah oknum melakukan pungli yang tidak diketahui oleh pihak pengelola, hal ini membuat wisatawan yang berkunjung merasa kurang nyaman.

c. Peluang (*Opportunity*)

Yang menjadi peluang sosial/budaya dalam destinasi Makam Keramat Solear ini antara lain:

- a. Peluang yang besar bagi masyarakat untuk berperan dalam melestarikan budaya objek wisata Makam Keramat Solear. Meningkatnya minat kunjungan wisatawan dilihat dari Indikator peran sertamasyarakat dalam melestarikan budaya menjadi indikator penting, dikarenakan sebgas dan semenarik apapun kebudayaan dari suatu daerah namun jika tidak dilestarikan dan dijaga dengan baik maka segala keunikan dan kekhasan dari kebudayaan itu sendiri perlahan-lahan akan pudar.
- b. Peluang ekonomi yang besar bagi masyarakat sekitar. Masyarakat diperbolehkan berjualan di kantin yang disediakan di Makam Keramat Solear, dan juga berjualan makanan untuk monyet liar sehingga wisatawan bisa memberikan makanan serta berinteraksi secara langsung dengan monyet- monyet. Untuk itu, jika minat kunjung wisatawan meningkat, maka pendapatan masyarakat pun akanikut terdongkrak. Berdasarkan wawancara dengan para pemuda setempat (pengelola), tiket masuk sebesar Rp5.000 akan dialokasikan untuk menjaga kebersihan destinasi. Sedangkan biaya parkir kendaraan digunakan untuk menjaga keamanan kendaraan wisatawan.
- c. Peluang pasar wisata religi yang besar dengan adanya Makam Syekh Mas Mas'ad yang merupakan salah seorang tokoh ulama penyebar agama Islam di wilayah Tangerang.

d. Ancaman (*Threat*)

Ancaman destinasi wisata Makam Keramat Solear ini, yaitu masih adanya pungli dan adanya persaingan dengan pihak pengelola di destinasi lain yang melayani *target market* yang sama,

contohnya Tebing Koja dan Danau Telaga Cigaru. Tebing koja adalah destinasi yang letaknya tidak jauh dari destinasi Makam Keramat Solear, meskipun daya tarik yang disuguhkan berbeda, yakni Tebing Koja dengan daya tarik-tebing-tebing kapur yang tercipta karena pengerukan tanah oleh proyek-proyek, namun destinasi inicukup menarik karena menyajikan pemandangan alam yang indah untuk berswa foto. Selain itu, adajuga Danau Telaga Cigaru, di mana danaunya terbentuk akibat pengerukan tanah dan terisi air hujandengan alami dan memunculkan air danau berwarna hijau toska, namun sayangnya danau ini tidak dikelola dengan benar sehingga air danau menjadi keruh dan lumut hijau serta perahu untuk berswafoto yang terbengkalai.

Tabel 4 Matriks SWOT Makam Keramat Solear

<p>INTERNAL</p> <p style="text-align: right;">EKSTERNAL</p>	<p>STRENGTH (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> √ Atraksi yang unik menjadi daya tarik bagi destinasi wisata Makam Keramat Solear yaitu Makam Syekh Mas Mas'ad, Monyet liar, dan Hutan lindung √ Jarak yang dekat dari kota √ Aksesibilitas yang mudah dijangkau dengan moda transportasi √ Adanya dukungan masyarakat dan tokoh masyarakat 	<p>WEAKNESS (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> √ Belum adanya media sosial dan <i>website</i> resmi untuk promosi √ Kurangnya SDM √ Fasilitas yang belum lengkap √ Tidak ada tiket kecuali hari libur nasional √ Infrastruktur jalan yang dilalui belum baik √ Kurangnya rasa aman wisatawan terhadap pedagang √ Adanya rasa khawatir wisatawan terhadap monyet liar
<p>OPPORTUNITY (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> √ Adanya peluang ekonomi bagi masyarakat sekitar √ Adanya <i>market</i> untuk wisata religi di destinasi Makam Keramat Solear √ Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan √ Adanya dukungan dari pemerintah daerah, dinas pariwisata, dan kementerian pariwisata 	<p>STRATEGY (S-O)</p> <ul style="list-style-type: none"> √ Mempertahankan daya tarik dengan meningkatkan fasilitas √ Merawat dan mempertahankan atraksi yang menjadi daya tarik √ Memperbanyak tanda arah (<i>direction sign</i>) ke destinasi wisata untuk memudahkan wisatawan √ Bekerja sama dengan transportasi umum seperti angkot dan ojek untuk membantu mengarahkan dan mempromosikan destinasi wisata √ Membuatkan pelatihan khusus bagi masyarakat untuk meningkatkan kreativitas masyarakat 	<p>STRATEGY (W-O)</p> <ul style="list-style-type: none"> √ Membuat akun media sosial dan <i>website</i> resmi untuk promosi √ Membuatkan pelatihan khusus bagi masyarakat untuk meningkatkan pelayanan kepada wisatawan √ Penambahan SDM untuk mengelola destinasi wisata √ Menambahkan SDM pelayanan √ Mengadakan tiket pada hari-hari biasa agar tidak ada penyalahgunaan √ Menertibkan pedagang agar wisatawan merasa aman ketika berkunjung √ Merawat dan memberikan makan yang teraktur ke monyet agar wisatawan tidak merasa khawatir
<p>THREAT (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> √ Adanya destinasi lain yang menjadi saing di sekitar Makam Keramat Solear √ Adanya kegiatan ilegal berupa pungli 	<p>STRATEGY (S-T)</p> <ul style="list-style-type: none"> √ Mempertahankan daya tarik sehingga menjadi pembeda dari destinasi lain disekitarnya √ Membuat kegiatan promosi bekerjasama dengan tokoh masyarakat yangdikenal luas 	<p>STRATEGY (W-T)</p> <ul style="list-style-type: none"> √ Membuat media promosi agar bersaing dengan destinasi kompetitor √ Meningkatkan sarana dan prasarana wisata √ Menghilangkan kegiatan pungli agar wisatawan merasa nyaman

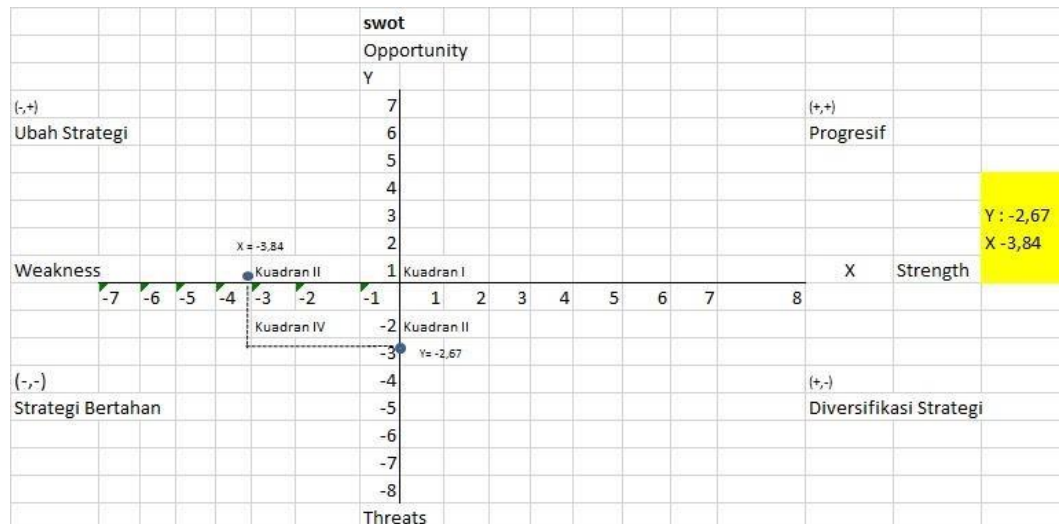
(Sumber: Data diolah, 2022)

Data yang telah ada kemudian peneliti analisis dan kaji sesuai dengan tujuan penelitian. Hasil dari rumusan masalah 1 yakni pemberian bobot dan *rating*, berdasarkan hasil rekapitulasi hasil pembobotan dan *rating* faktor strategi internal (IFAS) serta faktor strategi eksternal (EFAS), dapat

diketahui sebagai berikut:

1. Skor Total Bobot Kekuatan = 3.33
2. Skor Total Bobot Kelemahan = 7.17
3. Skor Total Bobot Peluang = 2.83
4. Skor Total Bobot Ancaman = 5.50

Kuadran 4 hasilnya adalah *Strategi Weakness-Threat yang menunjukkan hasil 3, 84*



Hasil uji EFAS dan IFAS menunjukkan bahwa destinasi wisata Makam keramat Solear berada pada kuadran IV. Kuadran IV analisis SWOT adalah strategi bertahan yaitu **Strategi WT (Weakness Threat)**, yang bertujuan untuk bertahan dengan meminimalisir kelemahan dan menghindari ancaman. Oleh karena itu strateginya adalah a. **membuat promosi di berbagai media sosial** agar bersaing dengan destinasi kompetitor; b. **meningkatkan sarana prasarana wisata**; c. pihak pengelola **menghilangkan kegiatan pungli** agar wisatawan merasa nyaman pada saat berkunjung. Hingga saat ini, pihak pengelola Makam Keramat Solear telah mencoba melakukan beberapa solusi untuk mengatasi beberapa kendala, antara lain:

Pertama: *sharing*, komunikasi dan kerja sama antarsesama pengelola dan masyarakat. Dengan adanya *sharing*/musyawarah seperti ini, pihak pengelola bersama masyarakat dapat mengetahui rencana dan solusi untuk ke depannya seperti apa sehingga destinasi wisata dapat berjalan dengan lancar. Selain itu, kedua pihak juga semestinya harus bisa bekerja sama, jadi tidak akan ada pihak pengelola atau masyarakat yang melakukan pekerjaan sendiri karena akan membuang banyak tenaga. Dan tidak adanya pungli yang sering kali menjadikan wisatawan merasa tidak nyaman, serta cara-cara berjalan di antara pedagang masyarakat sekitar dengan wisatawan agar wisatawan merasa nyaman.

Kedua, menjalin hubungan yang baik. Sebelumnya peneliti memaparkan bahwa salah satu kendala yang ditemui di destinasi wisata Makam Keramat Solear adalah masalah internal. Dari kendala tersebut, pihak pengelola dan masyarakat sudah mulai menjalin hubungan yang baik agar tidak terjadi rasa iri dengki atau benci dan juga tidak akan ada lagi objek wisata yang tertunda pembangunan fasilitasnya.

Ketiga, adanya pembangunan fasilitas dan revitalisasi infrastruktur di Makam Keramat Solear, untuk fasilitas umum yang belum dibangun untuk segera dibangun.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di sekitar destinasi wisata Makam Keramat Solear mengenai strategi pengembangan destinasi terhadap minat kunjung wisatawan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Analisis SWOT yang digunakan dalam meneliti destinasi wisata Makam Keramat Solear memberikan gambaran tentang faktor-faktor internal dan eksternal sebagai tahap identifikasi untuk mengembangkan strategi pengembangan yang tepat sesuai dengan kondisi yang ada. Kekuatan (*strength*) utama destinasi ini terletak pada daya tariknya yang unik dan tak dimiliki oleh destinasi lain di sekitarnya, lokasi yang strategis, dan adanya dukungan dari masyarakat. Kelemahan (*weakness*) utama terletak pada kurangnya fasilitas yang tersedia. Destinasi ini memiliki peluang (*opportunity*) yang berdampak pada bidang ekonomi untuk masyarakat sekitar. Sedangkan ancaman (*threat*) adalah adanya ancaman dari destinasi wisata lain di sekitar, yaitu Tebing Kandang Godzilla dan Danau Telaga Cigaru.
2. Strategi pengembangan destinasi Makam Keramat Solear yang dilakukan adalah menggunakan analisis SWOT yang menghasilkan Strategi Bertahan yaitu **Strategi W-T (*Weakness-Threat*)**, di mana strategi ini bertujuan untuk bertahan dengan meminimalisir kelemahan dan menghindari ancaman. Strategi yang dapat diterapkan adalah dengan :
 - a. membuat promosi di berbagai media sosial agar bersaing dengan destinasi kompetitor,
 - b. meningkatkan sarana prasarana wisata, dan
 - c. menghilangkan kegiatan pungli agar wisatawan merasa nyaman ketika berkunjung.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka masukan dan sarannya adalah sebagai berikut:

1. Kepada pihak pengelola dan masyarakat sekitar agar dapat terus memperbaiki dan mengoptimalkan komunikasi satu sama lain sehingga bisa mengetahui persis seperti apa destinasi wisata yang ingin dikembangkan selanjutnya.
2. Kepada masyarakat untuk selalu menjaga lingkungan yang ada di sekitar destinasi wisata agar kesan bersih dan indah tetap terjaga di mata wisatawan yang akan datang nanti.
3. Kepada pengelola destinasi wisata agar dapat terus mengembangkan SDM yang dimiliki karena dengan adanya SDM yang berwawasan kepariwisataan, pembangunan serta rencana tata kelola wisata akan dapat terus berkembang.

REFERENSI

- Andriani, N. 2019. Fenomena Wisata Religi Bait Al-Quran Al-Akbar Terhadap Peningkatan Kehidupan Beragama Di RT 03 RW 01 Gandus Kota Palembang. *Doctoral Dissertation*. UIN Raden Fatah Palembang.
- Angelia, T., & Santoso, E. I. 2019. Strategi Pengembangan Obyek Wisata Religi Bukit Surowiti di Kecamatan Panceng, Gresik. *Jurnal Planoeath*, 4(2).
- Arfani, M. 2020. Pengaruh Persepsi Daya Tarik Objek Wisata Dan Motivasi Wisatawan Terhadap Minat Kunjung Ulang Objek Wisata Dermaga Kereng Bangkirai. *Doctoral Dissertation*. IAIN Palangka Raya.
- Ariansyah, Ariansyah. 2021. Analisis Daya Tarik Wisata Dan Promosi Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Museum Kayu Tuah Himba Kabupaten Kutai Kartanegara. Hal 9.4: 296-301. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Universita Mulawarman*.
- Dwifantya. 2018. *Wisata Ziarah Keramat Solear Makam Syekh Mas Masaad*. www.dream.co.id. Diakses 30 Maret 2023.
- Mulyadi, Mohammad, Hasim A. Abdullah. 2014. *Metode Penelitian Praktis: Kuantitatif & Kualitatif*. Jakarta. Publica Institute-Anggota KPAI.
- Mulyadi, Mohammad. 2020. *Metode Penelitian Praktis Kuantitati Dan Kualitatif*. Publica Institute Paramita, Pradnya & Pendit, Nyoman S. 2019. *Ilmu Pariwisata-Sebuah Pengantar Perdana*.

Jakarta.

Rangkuti, Freddy. 2014. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, *Rating*, Dan OCAI. Cetakan kedelapan belas. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.

Nggini, Y. H. 2019. Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) Terhadap Kebijakan Pengembangan Pariwisata Provinsi Bali. Bali. Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial, 3(1), 141152.

Nuraeni, B. S., Ferdinand, A. T., & Sufian, S. 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang. *Doctoral Dissertation*. Universitas Diponegoro.