

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Evaluasi Kualitas Wisata Lolong Adventure

Dengan adanya evaluasi kualitas wisata akan membantu pengembangan wisata Lolong Adventure menjadi lebih baik serta akan mempengaruhi kepuasan wisatawan terhadap performa wisata Lolong Adventure. Untuk mengetahui kualitas wisata Lolong Adventure, peneliti menggunakan kuesioner yang ditujukan kepada wisatawan dengan jumlah 100 responden.

Tabel 5.1
Hasil Evaluasi Kualitas Wisata Lolong Adventure

No	Atraksi	Responden (N = 100)	%
1	Pemandangan alam pada objek wisata yang saya kunjungi sangat baik dan menarik		
	Sangat Setuju	43	43
	Setuju	38	38
	Cukup Setuju	18	18
	Tidak Setuju	1	1
	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Kondisi alam berupa sungai dan perbukitan di wisata Lolong Adventure yang saya kunjungi sangat indah dan masih asri		
	Sangat Setuju	40	40
	Setuju	46	46
	Cukup Setuju	12	12
	Tidak Setuju	2	2
	Sangat Tidak Setuju	0	0
3	<i>Souvenir/merchandise</i> yang berhubungan dengan wisata Lolong Adventure banyak tersedia		
	Sangat Setuju	5	5
	Setuju	16	16
	Cukup Setuju	36	36
	Tidak Setuju	27	27
	Sangat Tidak Setuju	16	16

Lanjutan Tabel 5.1

4	Terdapat festival budaya setempat yang sangat menarik		
	Sangat Setuju	12	12
	Setuju	36	36
	Cukup Setuju	25	25
	Tidak Setuju	21	21
	Sangat Tidak Setuju	6	6
5	Terdapat wisata sejarah berupa jembatan batu yang sangat menarik		
	Sangat Setuju	20	20
	Setuju	43	43
	Cukup Setuju	28	28
	Tidak Setuju	6	6
	Sangat Tidak Setuju	3	3
	Fasilitas dan pelayanan		
6	Kualitas Lolong <i>Cafe</i> baik		
	Sangat Setuju	11	11
	Setuju	46	46
	Cukup Setuju	33	33
	Tidak Setuju	5	5
	Sangat Tidak Setuju	5	5
7	Pelayanan Lolong <i>Cafe</i> baik		
	Sangat Setuju	15	15
	Setuju	46	46
	Cukup Setuju	29	29
	Tidak Setuju	7	7
	Sangat Tidak Setuju	3	3
8	Kualitas <i>meeting room</i> baik		
	Sangat Setuju	7	7
	Setuju	44	44
	Cukup Setuju	43	43
	Tidak Setuju	5	5
	Sangat Tidak Setuju	1	1
9	Tempat bilas/KM yang memadai dan bersih		
	Sangat Setuju	21	21
	Setuju	47	47
	Cukup Setuju	22	22
	Tidak Setuju	8	8
	Sangat Tidak Setuju	2	2
10	Tempat ibadah yang memadai dan bersih		
	Sangat Setuju	18	18
	Setuju	55	55
	Cukup Setuju	22	22
	Tidak Setuju	4	4
	Sangat Tidak Setuju	1	1

Lanjutan Tabel 5.1

11	Lapangan <i>outdoor</i> /buper yang memadai dan baik		
	Sangat Setuju	22	22
	Setuju	49	49
	Cukup Setuju	26	26
	Tidak Setuju	2	2
	Sangat Tidak Setuju	1	1
12	Tempat parkir yang memadai dan baik		
	Sangat Setuju	8	8
	Setuju	34	34
	Cukup Setuju	32	32
	Tidak Setuju	21	21
	Sangat Tidak Setuju	5	5
13	<i>Rest area rafting</i> yang menarik dan memadai		
	Sangat Setuju	22	22
	Setuju	42	42
	Cukup Setuju	34	34
	Tidak Setuju	2	2
	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Aksesibilitas		
14	Jalan menuju lokasi wisata Lolong Adventure yang tersedia dan mudah ditempuh		
	Sangat Setuju	23	23
	Setuju	47	47
	Cukup Setuju	25	25
	Tidak Setuju	5	5
	Sangat Tidak Setuju	0	0
15	Kualitas jalan menuju wisata Lolong Adventure dalam kondisi baik		
	Sangat Setuju	27	27
	Setuju	43	43
	Cukup Setuju	23	23
	Tidak Setuju	5	5
	Sangat Tidak Setuju	2	2
16	Transportasi umum sepanjang wisata Lolong Adventure tersedia		
	Sangat Setuju	7	7
	Setuju	22	22
	Cukup Setuju	42	42
	Tidak Setuju	26	26
	Sangat Tidak Setuju	3	3
17	Petunjuk jalan menuju wisata Lolong Adventure tersedia		
	Sangat Setuju	13	13
	Setuju	39	39
	Cukup Setuju	35	35
	Tidak Setuju	12	12
	Sangat Tidak Setuju	1	1

Lanjutan Tabel 5.1

Citra Objek Wisata			
18	Keramahan masyarakat sekitar wisata Lolong Adventure sangat baik		
	Sangat Setuju	21	21
	Setuju	51	51
	Cukup Setuju	25	25
	Tidak Setuju	2	2
	Sangat Tidak Setuju	1	1
19	Kebersihan sekitar wisata Lolong Adventure sangat baik		
	Sangat Setuju	21	21
	Setuju	52	52
	Cukup Setuju	25	25
	Tidak Setuju	1	1
	Sangat Tidak Setuju	1	1
20	Keasrian dan kealamian alam sekitar Lolong Adventure masih terjaga		
	Sangat Setuju	32	32
	Setuju	47	47
	Cukup Setuju	19	19
	Tidak Setuju	2	2
	Sangat Tidak Setuju	0	0
21	Keamanan wisata Lolong Adventure yang sangat baik		
	Sangat Setuju	22	22
	Setuju	52	52
	Cukup Setuju	22	22
	Tidak Setuju	3	3
	Sangat Tidak Setuju	1	1
Harga dan Biaya			
22	Harga dan biaya yang dikeluarkan selama di wisata Lolong Adventure jelas dan tidak terlalu mahal		
	Sangat Setuju	15	15
	Setuju	46	46
	Cukup Setuju	32	32
	Tidak Setuju	6	6
	Sangat Tidak Setuju	1	1
23	Harga makanan dan minuman di wisata Lolong Adventure tidak mahal		
	Sangat Setuju	18	18
	Setuju	45	45
	Cukup Setuju	30	30
	Tidak Setuju	5	5
	Sangat Tidak Setuju	2	2

Sumber : Hasil olah data penelitian

Dari tabel 5.1 diatas dapat dijelaskan bahwa pada indikator atraksi, responden memberikan respon yang positif yaitu dapat dilihat rata-rata menjawab dengan setuju kualitas atraksi yang ditawarkan Lolong Adventure menarik. Dari beberapa sub indikator atraksi, 46% responden setuju bahwa kondisi alam berupa sungai dan perbukitan di wisata Lolong Adventure sangat indah dan masih asri. Hal ini merupakan salah satu keunggulan yang dimiliki oleh kawasan wisata Lolong tersendiri. Saat memasuki kawasan akan disuguhi oleh pohon pinus dan durian yang ada di sepanjang jalan, setelah di kawasan akan disuguhi keindahan alam berupa sungai Sengkarang yang jernih, disekitarnya dikelilingi perbukitan yang hijau.

Untuk indikator fasilitas dan pelayanan, 55% responden setuju bahwa tempat ibadah yang memadai dan bersih. Hal ini dapat dilihat dari tersedianya tempat sholat secara khusus yaitu mushola An-Nur yang dijaga kebersihan dan disediakan perlengkapan solat. Pada indikator aksesibilitas, 47% responden setuju jalan menuju lokasi wisata Lolong Adventure yang tersedia dan mudah ditempuh. Jalan menuju lokasi wisata dari ibukota kecamatan merupakan jalan antar kecamatan dengan kondisi aspal yang baik sehingga mudah untuk ditempuh hanya saja naik turun dan berkelok. Untuk indikator citra objek wisata, 52% responden setuju bahwa kebersihan sekitar wisata Lolong Adventure sangat baik dan keamanan wisata Lolong Adventure yang sangat baik. Kebersihan dan keamanan merupakan hal yang penting untuk wisata Lolong Adventure yang

notabennya adalah wisata alam yang syarat dengan tantangan. Sedangkan untuk indikator harga dan biaya, 46% responden setuju bahwa harga dan biaya yang dikeluarkan selama di wisata Lolong Adventure jelas dan tidak terlalu mahal. Hal ini sebab harga sudah ditetapkan dan disesuaikan dengan layanan yang diberikan.

B. Analisis Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan merupakan suatu hal yang penting untuk mengukur kinerja suatu organisasi non finansial sekaligus mempengaruhi keberhasilan pencapaian tujuan organisasi tersebut. Kepuasan wisatawan menggambarkan penilaian terhadap kualitas produk dan jasa objek wisata yang telah dikunjungi. Jadi kualitas objek wisata akan berpengaruh pada kepuasan wisatawan. Dengan mengetahui kepuasan wisatawan akan membantu dalam pengembangan wisata Lolong Adventure.

Tabel 5.2
Hasil Kepuasan Wisatawan Lolong Adventure

No	Atraksi	Responden (N = 100)	%
1	Saya puas dengan pemandangan alam pada objek wisata yang saya kunjungi		
	Sangat Setuju	33	33
	Setuju	47	47
	Cukup Setuju	19	19
	Tidak Setuju	1	1
	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Saya puas dengan kondisi alam berupa sungai dan perbukitan di wisata Lolong Adventure yang saya kunjungi		
	Sangat Setuju	35	35
	Setuju	49	49
	Cukup Setuju	15	15
	Tidak Setuju	1	1
	Sangat Tidak Setuju	0	0

Lanjutan Tabel 5.2

3	Saya puas dengan <i>souvenir/merchandise</i> yang tersedia di wisata Lolong Adventure yang saya kunjungi		
	Sangat Setuju	6	6
	Setuju	26	26
	Cukup Setuju	35	35
	Tidak Setuju	23	23
	Sangat Tidak Setuju	10	10
4	Saya puas dengan festival budaya setempat yang ditampilkan		
	Sangat Setuju	10	10
	Setuju	33	33
	Cukup Setuju	37	37
	Tidak Setuju	15	15
	Sangat Tidak Setuju	5	5
5	Saya puas dengan wisata sejarah berupa jembatan batu yang ada		
	Sangat Setuju	12	12
	Setuju	41	41
	Cukup Setuju	39	39
	Tidak Setuju	6	6
	Sangat Tidak Setuju	2	2
	Fasilitas dan pelayanan		
6	Saya puas dengan kualitas Lolong Cafe		
	Sangat Setuju	14	14
	Setuju	37	37
	Cukup Setuju	40	40
	Tidak Setuju	5	5
	Sangat Tidak Setuju	4	4
7	Saya puas dengan pelayanan Lolong Cafe		
	Sangat Setuju	16	16
	Setuju	40	40
	Cukup Setuju	35	35
	Tidak Setuju	5	5
	Sangat Tidak Setuju	4	4
8	Saya puas dengan kualitas <i>meeting room</i>		
	Sangat Setuju	10	10
	Setuju	38	38
	Cukup Setuju	44	44
	Tidak Setuju	6	6
	Sangat Tidak Setuju	2	2
9	Saya puas dengan tempat bilas/KM		
	Sangat Setuju	20	20
	Setuju	43	43
	Cukup Setuju	28	28
	Tidak Setuju	7	7
	Sangat Tidak Setuju	2	2

Lanjutan Tabel 5.2

10	Saya puas dengan tempat ibadah		
	Sangat Setuju	20	20
	Setuju	49	49
	Cukup Setuju	25	25
	Tidak Setuju	5	5
	Sangat Tidak Setuju	1	1
11	Saya puas dengan lapangan <i>outdoor</i> /buper		
	Sangat Setuju	20	20
	Setuju	46	46
	Cukup Setuju	31	31
	Tidak Setuju	3	3
	Sangat Tidak Setuju	0	0
12	Saya puas dengan tempat parkir yang ada		
	Sangat Setuju	9	9
	Setuju	35	35
	Cukup Setuju	37	37
	Tidak Setuju	14	14
	Sangat Tidak Setuju	5	5
13	Saya puas dengan <i>rest area rafting</i>		
	Sangat Setuju	25	25
	Setuju	41	41
	Cukup Setuju	30	30
	Tidak Setuju	3	3
	Sangat Tidak Setuju	1	1
	Aksesibilitas		
14	Saya puas dengan ketersediaan jalan menuju lokasi wisata Lolong Adventure yang mudah ditempuh		
	Sangat Setuju	20	20
	Setuju	48	48
	Cukup Setuju	29	29
	Tidak Setuju	2	2
	Sangat Tidak Setuju	1	1
15	Saya puas dengan kualitas jalan menuju wisata Lolong Adventure		
	Sangat Setuju	26	26
	Setuju	40	40
	Cukup Setuju	30	30
	Tidak Setuju	4	4
	Sangat Tidak Setuju	0	0
16	Saya puas dengan transportasi umum sepanjang wisata Lolong Adventure		
	Sangat Setuju	13	13
	Setuju	22	22
	Cukup Setuju	41	41
	Tidak Setuju	19	19
	Sangat Tidak Setuju	5	5

Lanjutan Tabel 5.2

17	Saya puas dengan petunjuk jalan yang tersedia menuju wisata Lolong Adventure		
	Sangat Setuju	14	14
	Setuju	37	37
	Cukup Setuju	38	38
	Tidak Setuju	8	8
	Sangat Tidak Setuju	3	3
	Citra Objek Wisata		
18	Saya puas dengan keramahan masyarakat sekitar wisata Lolong Adventure		
	Sangat Setuju	27	27
	Setuju	46	46
	Cukup Setuju	24	24
	Tidak Setuju	3	3
	Sangat Tidak Setuju	0	0
19	Saya puas dengan kebersihan sekitar wisata Lolong Adventure		
	Sangat Setuju	23	23
	Setuju	47	47
	Cukup Setuju	27	27
	Tidak Setuju	3	3
	Sangat Tidak Setuju	0	0
20	Saya puas dengan keasrian dan kealamian alam sekitar Lolong Adventure		
	Sangat Setuju	31	31
	Setuju	55	55
	Cukup Setuju	13	13
	Tidak Setuju	1	1
	Sangat Tidak Setuju	0	0
21	Saya puas dengan keamanan wisata Lolong Adventure		
	Sangat Setuju	23	23
	Setuju	48	48
	Cukup Setuju	26	26
	Tidak Setuju	3	3
	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Harga dan Biaya		
22	Saya puas dengan harga dan biaya yang dikeluarkan selama di wisata Lolong Adventure		
	Sangat Setuju	18	18
	Setuju	40	40
	Cukup Setuju	36	36
	Tidak Setuju	4	4
	Sangat Tidak Setuju	2	2

Lanjutan Tabel 5.2

23	Saya puas dengan harga makanan dan minuman di wisata Lolong Adventure		
	Sangat Setuju	17	17
	Setuju	43	43
	Cukup Setuju	32	32
	Tidak Setuju	6	6
	Sangat Tidak Setuju	2	2

Sumber : Hasil Olah Data Penelitian

Tabel 5.2 diatas menunjukkan kepuasan wisatawan terhadap kualitas wisata Lolong Adventure. Dari indikator atraksi 49% dari 100 responden menyatakan setuju akan kepuasan terhadap kondisi alam berupa sungai dan perbukitan di wisata Lolong Adventure, bahkan 35% menyatakan sangat setuju dan 15% menyatakan cukup setuju. Dengan demikian maka yang harus dilakukan oleh Lolong Adventure adalah menjaga keasrian sumber daya alam yang merupakan daya tarik bagi para wisatawan bahkan memberikan kepuasan tersendiri bagi wisatawan yang datang. Sedangkan 23% wisatawan menyatakan tidak setuju akan kepuasan terhadap *souvenir/merchandise* tersedia di wisata Lolong Adventure tetapi 26% menyatakan setuju. Souvenir sudah ada tetapi belum memiliki tempat khusus untuk disajikan ke wisatawan.

Untuk indikator fasilitas dan pelayanan, 49% menyatakan setuju akan kepuasan tempat ibadah yang ada. Ibadah merupakan hal utama bagi setiap orang, bahkan kebanyakan orang apabila memasuki kawasan baru akan melihat ada tempat ibadahnya atau tidak terlebih dahulu, sehingga tempat ibadah dijadikan fasilitas pendukung yang harus diutamakan untuk memperoleh kepuasan wisatawan. Sedangkan untuk sub indikator tempat

parkir mendapatkan 15% tidak setuju akan kepuasan tempat parkir yang tersedia. Hal ini disebabkan memang desa Lolong yang merupakan wilayah sempit jadi sedikit sulit untuk memperluas lahan parkir.

Untuk indikator aksesibilitas, 48% menyatakan setuju akan kepuasan terhadap ketersediaan jalan menuju lokasi wisata Lolong Adventure yang mudah ditempuh. Sedangkan transportasi umum yang ada mendapatkan skor paling tinggi yaitu 19% tidak setuju. Transportasi umum ada tetapi hanya diwaktu tertentu saja dan tidak secara khusus tujuan kawasan wisata Lolong.

Indikator citra objek wisata, 55% responden menyatakan setuju akan kepuasannya terhadap keasrian dan kealamian alam sekitar Lolong Adventure, bahkan 31% menyatakan sangat setuju, 13% menyatakan cukup setuju dan 1% menyatakan tidak setuju. Lolong berada didaerah perbukitan yang dikelilingi oleh hijaunya hutan yang masih asri, sehingga untuk kepuasan para wisatawan Lolong Adventure dengan warga sekitar harus bisa menjaga alam sekitar. Sedangkan untuk kepuasan terhadap indikator harga dan biaya, 43% menyatakan setuju akan kepuasan dengan harga makanan dan minuman di wisata Lolong Adventure. Serta 32% menyatakan cukup setuju.

C. Analisis Loyalitas Wisatawan

Ada hubungan yang positif antara kepuasan wisatawan dengan perilaku wisatawan setelah berkunjung dari suatu objek wisata. Dengan adanya kepuasan wisatawan yang terpenuhi akan berpeluang membuat wisatawan datang kembali, namun kebalikannya apabila wisatawan tidak puas akan suatu objek wisata maka akan memiliki peluang yang sedikit untuk datang kembali.

Tabel 5.3
Hasil Loyalitas Wisatawan Lolong Adventure

No	Pernyataan	Responden (N = 100)	%
1	Saya membicarakan kepuasan dan pengalaman positif saya selama di wisata Lolong Adventure ini kepada orang lain		
	Sangat Setuju	31	31
	Setuju	45	45
	Cukup Setuju	23	23
	Tidak Setuju	1	1
	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Saya akan merekomendasikan wisata Lolong Adventure ini kepada orang lain		
	Sangat Setuju	32	32
	Setuju	50	50
	Cukup Setuju	16	16
	Tidak Setuju	2	2
	Sangat Tidak Setuju	0	0
3	Saya akan mengunjungi kembali wisata Lolong Adventure ini suatu hari nanti		
	Sangat Setuju	34	34
	Setuju	50	50
	Cukup Setuju	13	13
	Tidak Setuju	2	2
	Sangat Tidak Setuju	1	1

Sumber : Hasil Olah Data Penelitian

Dari tabel 5.3 diatas dapat dilihat bahwa 50% responden menyatakan setuju akan melakukan kunjungan kembali ke Lolong

Adventure suatu hari nanti, bahkan 34% menyatakan sangat setuju untuk datang kembali dan 13% menyatakan cukup setuju. Sedangkan untuk merekomendasikan Lolong Adventure kepada teman, 50% responden menyatakan persetujuannya untuk hal tersebut.

D. Perumusan Strategi Pengembangan Wisata Lolong Adventure

Dalam menentukan prioritas kebijakan yang akan diambil untuk pengembangan wisata alam Lolong Adventure melalui strategi pengembangan wisata alam, penelitian ini menggunakan pendekatan konsep manajemen strategi yang terdiri dari tiga tahapan yaitu tahap input yang menggunakan matriks IFE dan matriks EFE, tahap kedua yaitu tahap pencocokan yang menggunakan matriks IE dan matriks SWOT serta tahap terakhir yaitu tahap keputusan menggunakan matriks QSPM. Adapun tahapan-tahapan tersebut dapat dilihat pada tabel 5.4 dibawah ini :

Tabel 5.4
Strategi Pengembangan Wisata Alam Lolong Adventure

Tahap 1. Tahap Input	
Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)	Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE)
Tahap 2. Tahap Pencocokan	
Matriks SWOT	Matriks Internal Eksternal (IE)
Tahap 3. Tahap Keputusan	
Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM)	

Sumber : David (2006)

1. Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan dilakukan melalui pengamatan langsung dilapangan secara observasi dan wawancara serta diskusi. Wawancara

dan diskusi dilakukan dengan pihak terkait pengelola wisata yaitu ketua Lolong Adventure, kepala desa Lolong, Ketua klaster Kabalong dan pengelola Lolong Adventure. Wawancara dan diskusi yang dilakukan untuk mengetahui keadaan lingkungan Lolong Adventure baik dari sisi internal ataupun eksternal yang akan menghasilkan beberapa faktor strategis internal dan faktor strategis eksternal.

a. Identifikasi Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor yang menunjukkan sejauh mana kemampuan perusahaan yang tentunya dapat dikendalikan oleh perusahaan itu sendiri, atau dapat diartikan sebagai faktor dari dalam perusahaan yang mencerminkan kekuatan dan kekurangan.

Berikut hasil dari identifikasi faktor strategis internal yang merupakan kekuatan bagi Lolong Adventure adalah :

- 1) Panorama desa yang masih alami dan bebas polusi.
- 2) Kejernihan air sungai yang terjaga.
- 3) Pemandu *rafting* yang tersertifikasi.
- 4) Adanya tim *rescue* khusus disetiap kegiatan *rafting*.
- 5) Sarana dan prasarana yang memadai.
- 6) Satu-satunya wisata *rafting* di Kabupaten dan Kota Pekalongan yang telah sesuai dengan standar sungai dan standar arung jeram.
- 7) Rest Area dipertengahan *rafting* berdekatan dengan air terjun.
- 8) Adanya atraksi lompat dari tebing.

- 9) Pelayanan sesuai SOP yang berlaku.
- 10) Festival durian disetiap tahunnya.
- 11) Disekitar wisata Lolong Adventure ada wisata lain seperti wisata sejarah dan wisata kuliner.

Sedangkan faktor strategis internal yang merupakan kekurangan bagi Lolong Adventure adalah :

- 1) Akses jalan yang masih sempit dan sulit untuk dilewati kendaraan besar.
- 2) Sarana parkir yang sempit.
- 3) Terbatasnya lahan untuk pengembangan sarana prasarana pendukung.
- 4) Jumlah MCK atau tempat bilas masih kurang.
- 5) Kurangnya papan penunjuk jalan menuju tempat wisata.
- 6) Jaringan komunikasi yang masih minim (hanya *provider* Telkomsel).

b. Identifikasi Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar perusahaan yang keberadaannya memiliki pengaruh baik secara langsung ataupun tidak langsung. Faktor eksternal perusahaan mencerminkan adanya peluang dan ancaman dari luar.

Berikut hasil dari identifikasi faktor strategis eksternal yang merupakan peluang bagi Lolong Adventure adalah :

- 1) Adanya kerjasama dengan pihak luar baik dalam promosi, pengembangan wisata dan pendanaan.
- 2) Minat wisatawan yang semakin meningkat.
- 3) Tingkat partisipasi masyarakat sekitar yang tinggi.
- 4) Wisata *rafting* yang jaraknya paling dekat dengan pantura dibandingkan wisata *rafting* lainnya di jalur Pantura.
- 5) Pengembangan wisata minat khusus.
- 6) Adanya dukungan dari pemerintah.
- 7) Perkembangan teknologi yang pesat sehingga mempermudah promosi wisata Lolong Adventure.
- 8) Lapangan pekerjaan bagi penduduk sekitar wisata.

Sedangkan faktor strategis eksternal yang merupakan ancaman bagi Lolong Adventure adalah :

- 1) Cuaca yang tidak bisa ditebak.
- 2) Belum adanya transportasi umum ke lokasi wisata.

2. Tahap Input

a. Matriks IFE (Evaluasi Faktor Internal)

Matriks IFE digunakan untuk meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kekurangan utama serta mengidentifikasi pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap perusahaan. Hasil dari matriks IFE adalah akan diketahui seberapa besar pengaruh faktor strategis internal terhadap wisata alam Lolong Adventure. Hasil matriks IFE dapat dilihat dalam tabel 5.5.

Tabel 5.5
Matriks IFE Wisata Lolong Adventure

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
1. Panorama desa yang masih alami dan bebas polusi	0,058	3,08	0,180
2. Kejernihan air sungai yang terjaga	0,072	3,77	0,270
3. Pemandu <i>rafting</i> yang tersertifikasi	0,070	3,69	0,259
4. Adanya tim <i>rescue</i> khusus disetiap kegiatan <i>rafting</i>	0,070	3,69	0,259
5. Sarana dan prasarana yang memadai	0,064	3,38	0,217
6. Satu-satunya wisata <i>rafting</i> di Kabupaten dan Kota Pekalongan yang telah sesuai dengan standar sungai dan standar arung jeram	0,067	3,54	0,238
7. <i>Rest area</i> dipertengahan <i>rafting</i> berdekatan dengan air terjun	0,055	2,92	0,162
8. Adanya atraksi lompat dari tebing	0,073	3,85	0,281
9. Pelayanan sesuai SOP yang berlaku	0,074	3,92	0,292
10. Festival durian disetiap tahunnya	0,063	3,31	0,208
11. Disekitar wisata Lolong Adventure ada wisata lain seperti wisata sejarah dan wisata kuliner	0,058	3,08	0,180
Skor Total Kelebihan			2,544
Kekurangan			
1. Akses jalan yang masih sempit dan sulit untuk dilewati kendaraan besar	0,048	2,54	0,122
2. Sarana parkir yang sempit	0,042	2,23	0,094
3. Terbatasnya lahan untuk pengembangan sarana prasarana pendukung	0,047	2,46	0,115
4. Jumlah MCK atau tempat bilas masih kurang	0,053	2,77	0,146
5. Kurangnya papan penunjuk jalan menuju tempat wisata	0,047	2,46	0,115
6. Jaringan komunikasi yang masih minim (hanya <i>provider</i> Telkomsel)	0,038	2,00	0,076
Skor Total Kekurangan			0,668
Total Skor Faktor Internal	1,000		3,212

Sumber : Hasil olah data penelitian

Pada tabel 5.5 di atas menunjukkan bahwa faktor kekuatan utama dengan skor terbesar 0,292 adalah pelayanan sesuai SOP yang berlaku. Faktor tersebut merupakan faktor yang diandalkan di Lolong Adventure disebabkan produk wisata yang ditawarkan oleh Lolong Adventure berupa wisata *rafting, tubing, outbond, camping* dan *tracking*, yang mana produk-produk tersebut dalam pelaksanaannya harus sesuai dengan standar pelaksanaan yang telah ditentukan agar kegiatan berjalan dengan lancar dan aman. Selain itu dengan adanya pelayanan yang sesuai SOP maka akan berdampak pada kepuasan para wisatawan nantinya.

Faktor kekurangan jumlah MCK atau tempat bilas masih kurang memiliki skor yang paling tinggi daripada faktor kekurangan lainnya yaitu sebesar 0,146, sehingga faktor kekurangan tersebut harus memiliki perhatian yang lebih dalam penanganan bagi pihak Lolong Adventure. Jumlah MCK atau tempat bilas saat ini memang masih sedikit yang disebabkan lahan yang sempit, sehingga untuk kedepannya harus ditangani dengan bijak sebab faktor tersebut memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan wisatawan. Apabila MCK atau tempat bilas berjumlah banyak maka akan mempercepat wisatawan untuk bersih diri dan kembali menikmati wisata Lolong Adventure dengan kondisi badan yang sudah nyaman.

Hasil matriks IFE menunjukkan bahwa jumlah skor faktor kekuatan lebih besar daripada jumlah skor faktor kekurangan dengan skor 2,544 untuk faktor kekuatan dan skor 0,668 untuk faktor kekurangan. Hal ini menunjukkan bahwa Lolong Adventure telah mampu memanfaatkan kekuatan internal dan mampu meminimalisir kekurangan internal.

b. Matriks EFE (Evaluasi Faktor Eksternal)

Matriks EFE digunakan untuk meringkas dan mengevaluasi peluang dan ancaman utama serta mengidentifikasi pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap perusahaan. Hasil dari matriks EFE adalah akan diketahui seberapa besar pengaruh faktor strategis eksternal terhadap wisata alam Lolong Adventure. Hasil matriks FE dapat dilihat dalam tabel 5.6.

Tabel 5.6
Matriks EFE Wisata Lolong Adventure

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang			
1. Adanya kerjasama dengan pihak luar baik dalam promosi, pengembangan wisata dan pendanaan	0,111	3,38	0,374
2. Minat wisatawan yang semakin meningkat	0,123	3,77	0,464
3. Tingkat partisipasi masyarakat sekitar yang tinggi	0,093	2,85	0,265
4. Wisata <i>rafting</i> yang jaraknya paling dekat dengan pantura dibandingkan wisata <i>rafting</i> lainnya di jalur Pantura	0,090	2,77	0,250
5. Pengembangan wisata minat khusus	0,098	3,00	0,294
6. Adanya dukungan dari pemerintah	0,108	3,31	0,357
7. Perkembangan teknologi yang pesat sehingga mempermudah promosi	0,111	3,38	0,374
8. Lapangan pekerjaan bagi penduduk sekitar wisata	0,101	3,08	0,309
Skor Total Peluang			2,688
Ancaman			
1. Cuaca yang tidak bisa ditebak	0,080	2,46	0,198
2. Belum adanya transportasi umum ke lokasi wisata	0,085	2,62	0,223
Skor Total Ancaman			0,421
Total Skor Faktor Eksternal	1,00		3,109

Sumber : Hasil olah data penelitian

Pada tabel 5.6 diatas menunjukkan bahwa faktor peluang utama dengan skor terbesar 0,464 adalah minat wisatawan yang semakin meningkat. Faktor tersebut harus menjadi perhatian lebih bagi pihak Lolong Adventure agar terus melakukan pengembangan serta mempertahankan kualitas layanan dan usaha agar pengunjung tetap berkunjung dan bahkan merekomendasikan ke orang lain. Sedangkan pada faktor ancaman belum adanya transportasi umum

ke lokasi wisata memiliki skor yang paling tinggi daripada faktor ancaman lainnya yaitu sebesar 0,223. Faktor tersebut harus mendapat penanganan yang lebih, apabila ancaman tersebut tidak diperhatikan maka akan menimbulkan dampak negatif secara langsung ataupun tidak langsung.

Hasil matriks IFE dan EFE menunjukkan bahwa jumlah skor faktor peluang kekuatan lebih besar daripada jumlah skor faktor ancaman dengan skor 2,688 untuk faktor peluang dan skor 0,421 untuk faktor ancaman. Hal ini menunjukkan bahwa Lolong Adventure telah mampu memanfaatkan peluang eksternal dan mampu menghadapi ancaman eksternal.

Berdasarkan hasil matriks IFE dan EFE, maka diperoleh skor akhir dari faktor kekuatan, kekurangan, peluang dan ancaman yang dapat dilihat dalam tabel 5.7 berikut :

Tabel 5.7
Rekapitulasi Hasil Matriks IFE dan EFE

No	Uraian	Skor
1.	Faktor Internal	
	a. Kekuatan	2,544
	b. Kekurangan	0,668
2.	Faktor Eksternal	
	a. Peluang	2,688
	b. Ancaman	0,421

Sumber : Hasil olah data penelitian

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa skor kekuatan dan peluang lebih besar dibandingkan faktor kekurangan dan ancaman. Dengan demikian strategi dasar yang dapat dilakukan yaitu

menggunakan kekuatan dan peluang dengan sebaik-baiknya di lain sisi juga mengantisipasi dan menanggulangi kekurangan dan ancaman yang ada.

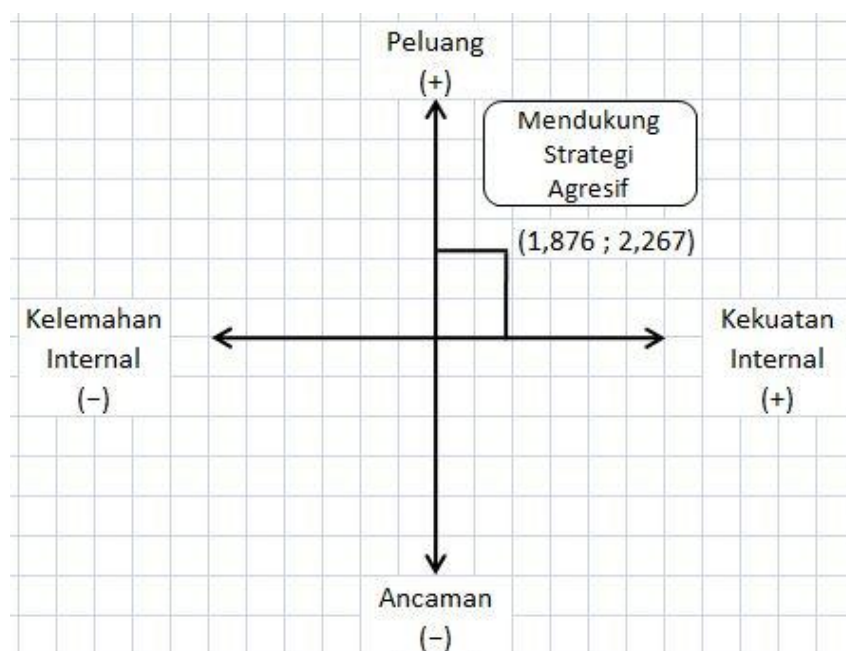
3. Tahap Pencocokan

a. Analisis SWOT

Untuk mengetahui dimana posisi kuadran pada *Matrix Grand Strategy* Lolong Adventure cara yang dilakukan yaitu dengan melakukan perhitungan selisih pada faktor internal antara faktor kekuatan dan kekurangan serta pada faktor eksternal antara faktor peluang dan ancaman. Hasilnya sebagai berikut :

$$\text{Kekuatan} - \text{Kekurangan} = 2,544 - 0,688 = 1,876$$

$$\text{Peluang} - \text{Ancaman} = 2,688 - 0,421 = 2,267$$



Sumber : Hasil olah data penelitian

Gambar 5.1

Hasil *Matrix Grand Strategy* Lolong Adventure

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan titik potong berada pada (1,876 ; 2,267) yang artinya wisata alam Lolong Adventure berada di posisi kuadran I. Artinya Lolong Adventure menempati posisi yang menguntungkan dimana kekuatan dan peluang yang dimiliki mendominasi sehingga dapat memanfaatkan keduanya dengan baik. Strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi seperti ini yaitu dengan mendukung kebijakan strategi agresif, dimana Lolong Adventure memanfaatkan berbagai kekuatan dan peluang yang dimiliki sehingga akan meningkatkan perkembangan wisata Lolong Adventure.

b. Matriks IE (Internal-Eksternal)

Matriks IE merupakan kombinasi dari skor IFE dan EFE yang akan menentukan posisi Lolong Adventure dalam keadaan tahapan tumbuh dan membangun, menjaga dan mempertahankan atau dalam tahapan panen atau divertasi. Hasil dari matriks IE ini akan menjadi acuan dalam pembuatan strategi yang ada di matriks SWOT.

Berdasarkan hasil analisis faktor strategi internal dan eksternal menggunakan matriks IFE dan EFE diperoleh skor masing-masing sebesar 3,212 dan 3,109. Hasil tersebut merupakan input untuk pemetaan pada matriks IE, sehingga dapat mengetahui posisi Lolong Adventure pada saat ini. Hal ini sangat penting dilakukan perusahaan dalam memilih alternatif strategi untuk

menghadapi persaingan dan perubahan yang terjadi dalam usaha (Ridho, 2016). Hasil pemetaan matriks IE pada gambar 5.2 menunjukkan wisata alam Lolong Adventure berada di sel I yaitu berada pada tahap dan membangun (*grow dand build*) dimana strategi yang harus diambil adalah strategi intensif dan atau menggunakan strategi integratif.

Strategi yang dapat diterapkan wisata alam Lolong Adventure yang termasuk dalam strategi insentif adalah sebagai berikut :

- 1) Strategi penetrasi pasar merupakan strategi yang diterapkan untuk meningkatkan atau memperluas pangsa pasar untuk produk-produk wisata Lolong Adventure yang sudah ada lewat usaha pemasaran yang lebih besar.
- 2) Strategi pengembangan pasar merupakan strategi yang digunakan untuk memperkenalkan produk-produk wisata Lolong Adventure yang ada ke wilayah-wilayah geografis baru (David, 2016).
- 3) Strategi pengembangan produk merupakan strategi yang digunakan untuk mengupayakan peningkatan kunjungan wisata dengan cara memperbaiki atau menginovasikan produk wisata Lolong Adventure yang sudah ada.

		Total Bobot Skor IFE		
		Kuat 3,00-4,00	Sedang 2,00-2,99	Lemah 1,00-1,99
Total Bobot Skor EFA	Tinggi 3,00-4,00	4,00 3,00 I	2,00 II	1,00 III
	Sedang 2,00-2,99	IV	V	VI
	Rendah 1,00-1,99	VII	VIII	IX

Sumber : Hasil olah data penelitian

Gambar 5.2
Hasil Matrik IE Wisata Alam Lolong Adventure

Strategi yang dapat diterapkan wisata alam Lolong Adventure yang termasuk dalam strategi integratif adalah sebagai berikut :

- 1) Strategi integrasi ke depan merupakan strategi yang digunakan untuk upaya meningkatkan kendali yang lebih atas distributor.
- 2) Strategi intergrasi ke belakang merupakan strategi yang digunakan untuk upaya meningkatkan kendali yang lebih atas perusahaan pemasok.
- 3) Strategi integrasi horizontal merupakan strategi yang digunakan untuk upaya meningkatkan kendali yang lebih atas para pesaing.

Strategi penetrasi pasar yang dapat dilakukan oleh Lolong Adventure dalam upaya pengembangan wisata adalah dengan meningkatkan promosi baik itu memperluas media promosi ataupun

memilih program promosi yang tepat agar sesuai dengan sasaran. Dengan melakukan perluasan dan pemilihan media promosi dan program promosi diharapkan akan meningkatkan permintaan terhadap wisata alam Lolong Adventure yang artinya wisatawan akan terus bertambah. Sejauh ini media promosi yang dilakukan oleh Lolong Adventure melalui media sosial seperti instagram, facebook serta *website*, itupun belum dikelola secara maksimal. Lolong Adventure bisa mencoba menggunakan media cetak seperti majalah dan koran ataupun media elektronik seperti radio dan tv lokal. Selain itu juga bisa dengan memaksimalkan media promosi yang sudah digunakan, seperti melengkapi lagi *website* yang sudah ada dengan informasi-informasi yang valid dan lengkap, apabila *posting* di instagram bisa menandai akun-akun yang strategis untuk media iklan. Walaupun tanpa promosi minat wisatawan tetap tinggi disebabkan daya tarik yang dimiliki Lolong Adventure, akan tetapi suatu objek wisata tetap memerlukan promosi guna penanaman citra dalam benak wisatawan yang berdampak jangka panjang (Ridho, 2016).

Strategi pengembangan pasar yang dapat dilakukan oleh Lolong Adventure dalam upaya pengembangan wisata adalah dengan melakukan kerjasama dengan pihak-pihak seperti biro perjalanan atau hotel yang ada di daerah bagian selatan Kabupaten Pekalongan untuk mengadakan paket wisata. Selain itu juga

melakukan kerjasama dengan dunia pendidikan sebagai salah satu aktivitas pendidikan lingkungan. Selama ini pangsa pasar Lolong Adventure adalah jalur pantura dan dunia bisnis.

Strategi pengembangan produk yang dapat dilakukan oleh Lolong Adventure dalam upaya pengembangan wisata adalah dengan melakukan peningkatan mutu pelayanan, melengkapi fasilitas, paket wisata yang menarik serta menambah produk-produk yang memiliki ciri khas Lolong Adventure guna menarik minat wisatawan seperti diadakannya toko *souvenir* khas Lolong Adventure, spot-spot *selfie*, penambahan saung untuk berteduh, penambahan atraksi selama perjalanan *rafting*, serta adanya edukasi mengenai lingkungan.

Strategi integrasi kedepan yang dapat diterapkan di Lolong Adventure adalah meningkatkan dan memperluas kerjasama dengan biro perjalanan ataupun hotel-hotel yang ada di Karisidenan Pekalongan. Selain itu meningkatkan pengontrolan unit usaha dan *marketing* dalam merespon perubahan-perubahan yang terjadi.

Strategi integrasi ke belakang yang dapat diterapkan di Lolong Adventure adalah melakukan kerjasama dengan pemerintah daerah, perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang wisata untuk mendukung pengembangan wisata Lolong Adventure.

Strategi integrasi horizontal yang dapat diterapkan di Lolong Adventure adalah dengan menjaga kualitas pelayanan yang

sesuai SOP, menjaga keasrian dan kebersihan lingkungan sekitar serta bekerjasama dengan wisata lainnya.

c. Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat yang digunakan untuk mencocokkan faktor internal dan faktor eksternal yang nantinya akan membantu mengembangkan empat jenis strategi yaitu strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO(kekurangan-peluang), strategi ST (kekuatan-ancaman) dan strategi WT (kekurangan-ancaman).

Tabel 5.8
Matriks SWOT Wisata Lolong Adventure

<p align="center">Faktor Internal</p>	<p>Kelebihan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Panorama desa yang masih alami dan bebas polusi 2. Kejernihan air sungai yang terjaga 3. Pemandu <i>rafting</i> yang tersertifikasi 4. Adanya tim <i>rescue</i> khusus disetiap kegiatan <i>rafting</i> 5. Sarana dan prasarana yang memadai 6. Satu-satunya wisata <i>rafting</i> di Kabupaten dan Kota Pekalongan yang telah sesuai dengan standar sungai dan standar arung jeram 7. <i>Rest area</i> dipertengahan <i>rafting</i> berdekatan dengan air terjun 8. Adanya atraksi lompat dari tebing 9. Pelayanan sesuai SOP yang berlaku 10. Festival durian disetiap tahunnya 11. Disekitar wisata Lolong Adventure ada wisata lain seperti wisata sejarah dan wisata kuliner 	<p>Kekurangan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Akses jalan yang masih sempit dan sulit untuk dilewati kendaraan besar 2. Sarana parkir yang sempit 3. Terbatasnya lahan untuk pengembangan sarana prasarana pendukung 4. Jumlah MCK atau tempat bilas masih kurang 5. Kurangnya papan penunjuk jalan menuju tempat wisata 6. Jaringan komunikasi yang masih minim (hanya <i>provider</i> Telkomsel)
<p>Faktor Eksternal</p> <p>Peluang O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya kerjasama dengan pihak luar baik dalam promosi, pengembangan wisata dan pendanaan 2. Minat wisatawan yang semakin meningkat 3. Tingkat partisipasi masyarakat sekitar yang tinggi 4. Wisata <i>rafting</i> yang jaraknya paling dekat dengan pantura dibandingkan wisata <i>rafting</i> lainnya di jalur Pantura 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan keasrian lingkungan dan potensi yang dimiliki oleh objek wisata Lolong Adventure. (S1, S2, S5, S6, S10, S11, O1, O3, O4, O6, O8) 2. Menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan dan produk yang ditawarkan. (S3, S4, S5, S7, S8, S9, O2, O5, O6) 3. Mengembangkan promosi wisata dengan memperluas media promosi dan memilih program promosi. (S6, S10, O1, O6, O7) 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kerjasama dengan pemda ataupun perusahaan swasta dalam rangka peningkatan fasilitas yang kurang memadai. (W1, W3, W4, W6, O2, O6, O5) 2. Mengoptimalkan pengelolaan wisata Lolong Adventure dengan melibatkan masyarakat. (W2, W3, O3, O8) 3. Mempermudah akses masuk wisata dengan membuat petunjuk arah. (W5, O2, O4)

Lanjutan Tabel 5.8

5. Pengembangan wisata minat khusus 6. Adanya dukungan dari pemerintah 7. Perkembangan teknologi yang pesat sehingga mempermudah promosi wisata Lolong Adventure 8. Lapangan pekerjaan bagi penduduk sekitar wisata		
Ancaman (T) 1. Cuaca yang tidak bisa ditebak 2. Belum adanya transportasi umum ke lokasi wisata	Strategi ST 1. Melakukan pelatihan dan pengembangan SDM khususnya dalam bidang <i>rescue</i> . (S4, S6, S9, T2)	Strategi WT 1. Melakukan koordinasi dengan desa atas mengenai cuaca. (T1,W6,W5) 2. Menyediakan layanan penjemputan dan pengawalan kendaraan besar. (T2,W1,W5)

Berdasarkan analisis matriks SWOT pada tabel diatas maka akan menghasilkan beberapa alternatif strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kekurangan-peluang), strategi ST (kekuatan-ancaman) dan strategi WT (kekurangan-ancaman). Adapun strategi tersebut adalah sebagai berikut :

1) Strategi SO (kekuatan-peluang)

Strategi SO adalah strategi dengan memanfaatkan kelebihan yang dimiliki untuk memperoleh keuntungan dari peluang yang ada.

- a) Mempertahankan keasrian lingkungan dan potensi yang dimiliki oleh objek wisata Lolong Adventure.

Lolong merupakan desa yang jauh dari perkotaan dan berada di daerah dataran tinggi sehingga masih menjumpai

keasrian suasana yang bebas dari polusi. Sungai Sengkarang yang melintasi desa Lolong pun masih alami ditandai dengan air sungai yang masih bersih bahkan bisa diminum secara langsung. Selain itu dengan didukung beberapa potensi yang dimiliki seperti sungai Sengkarang yang sudah sesuai dengan standar arung jeram serta adanya wisata pendukung lain di sekitar Lolong Adventure seperti wisata sejarah yang berupa jembatan batu Belanda dan wisata kuliner yaitu buah durian dan adanya festival durian setiap tahunnya. Dengan keasrian lingkungan dan potensi-potensi yang dimiliki harus tetap dipertahankan dan ditingkatkan untuk mengembangkan wisata Lolong Adventure dengan menggunakan peluang yang dimiliki seperti adanya kerjasama dengan pihak luar, partisipasi masyarakat sekitar yang tinggi, adanya dukungan oleh pemerintah desa ataupun daerah, serta Lolong Adventure merupakan wisata *rafting* paling dekat dengan jalur pantura. Strategi ini akan efektif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan karena diketahui wisatawan sekarang lebih menyukai wisata yang terjaga kealamiannya.

- b) Menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan dan produk yang ditawarkan.

Pelayanan yang diberikan Lolong Adventure kepada wisatawan yaitu berupa pemandu yang tersertifikasi, adanya tim *rescue* serta pelayanan disamaratakan sesuai ketentuan terhadap semua wisatawan. Kemudian untuk membuat kesan yang tak terlupakan yaitu adanya atraksi lompat dari tebing di *rest area* pertengahan perjalanan dan fasilitas pendukung lainnya. Hal itu semata-mata untuk memberikan keamanan dan kenyamanan sehingga para wisatawan akan terpuaskan. Dengan menjaga dan meningkatkan pelayanan yang ada merupakan salah satu strategi yang baik untuk memberikan kepuasan terhadap wisatawan sehingga akan datang kembali dan merekomendasikan kepada orang lain untuk wisata Lolong Adventure.

- c) Mengembangkan promosi wisata dengan memperluas media promosi dan memilih program promosi.

Promosi merupakan suatu yang penting bagi keberhasilan pengembangan wisata Lolong Adventure, sebab dengan adanya promosi akan mengakibatkan banyak orang lebih tahu tentang Lolong Adventure, selain itu juga dengan memperluas media promosi akan memperluas

pangsa pasar yang disasar. Kemudian dengan memilih program promosi yang sesuai akan meningkatkan jumlah wisatawan.

2) Strategi WO (Kekurangan – Peluang)

Strategi WO merupakan strategi yang memanfaatkan peluang yang dimiliki untuk meminimalisir kekurangan yang dimiliki.

- a) Meningkatkan kerjasama dengan pemda ataupun perusahaan swasta dalam rangka peningkatan fasilitas yang kurang memadai.

Dengan adanya dukungan dari pemerintah dan kerjasama dengan perusahaan-perusahaan dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan fasilitas yang masih kurang memadai. Tidak dapat dielakan bahwa Lolong Adventure memerlukan bantuan dari pihak lain dalam hal pengembangan dan peningkatan fasilitas yang ada.

- b) Mengoptimalkan pengelolaan wisata Lolong Adventure dengan melibatkan masyarakat.

Dengan tingkat partisipasi masyarakat sekitar yang tinggi dapat digunakan untuk mengelola sarana yang belum optimal, selain mempermudah pengelolaan wisata Lolong Adventure juga sekaligus memberdayakan masyarakat sekitar.

- c) Mempermudah akses masuk wisata dengan membuat petunjuk arah.

Dengan keterbatasan jaringan selular di sekitar wisata Lolong Adventure maka akan susah bagi wisatawan yang mengandalkan internet khususnya *maps* untuk menuju wisata Lolong Adventure. Dengan demikian dapat dibuat petunjuk arah menuju kawasan wisata Lolong tersebut sehingga akan mempermudah akses menuju kawasan wisata Lolong mengingat juga banyak pengunjung yang datang diluar Kecamatan Karanganyar.

3) Strategi ST (Kekuatan – Ancaman)

Strategi ST merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk meminimalisir dampak dari ancaman yang ada.

- a) Melakukan pelatihan dan pengembangan SDM khususnya dalam bidang *rescue*.

Wisata *rafting* merupakan wisata yang mengandung unsur bahaya apalagi bergantung dengan alam sehingga perlu adanya keamanan yang terjamin. Untuk itu strategi ini dapat diterapkan untuk meminimalisir dampak adanya cuaca yang tidak dapat ditebak.

4) Strategi WT (Kekurangan – Ancaman)

Strategi WT merupakan strategi untuk mengurangi kekurangan sekaligus menghindari ancaman eksternal

a) Melakukan koordinasi dengan desa atas mengenai cuaca.

Untuk kepentingan keamanan bagi wisatawan, dalam memastikan cuaca aman untuk digunakan *rafting* yang dapat dilakukan yaitu dengan mengkomunikasikan bagaimana cuaca di desa atas, sebab apabila desa atas hujan maka banjir sampai di kawasan wisata sekitar 2 jam jadi masih bisa dilakukan evakuasi.

b) Menyediakan layanan penjemputan dan pengawalan kendaraan besar.

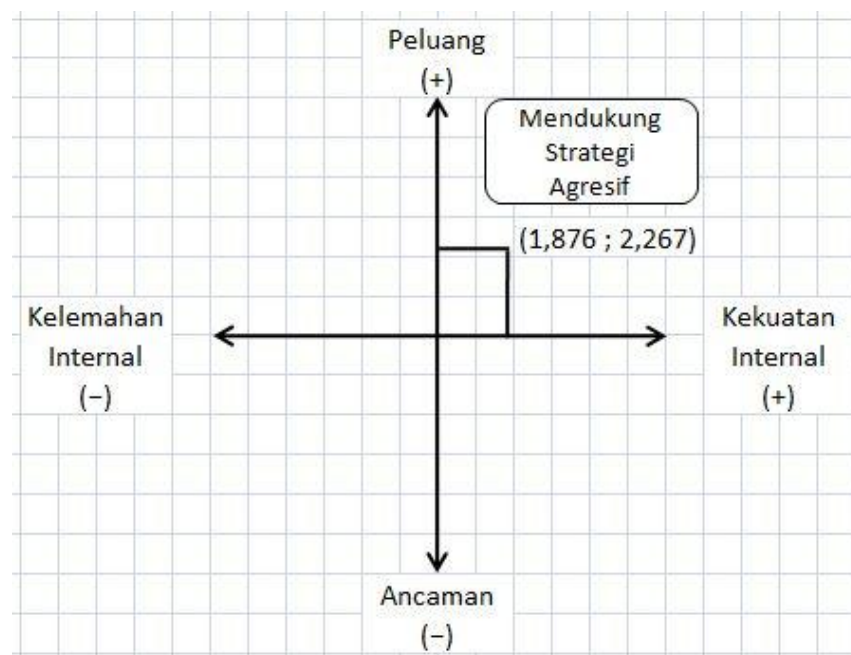
Dengan keadaan jalan yang sempit, naik turun dan berkelok-kelok serta belum adanya transportasi umum yang secara resmi ada menuju ke kawasan wisata Lolong, strategi ini dapat digunakan untuk mempermudah perjalanan menuju kawasan wisata dan menghindari dari hal yang tak diinginkan.

4. Tahap Keputusan

QSPM (Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif) adalah alat yang digunakan para penyusun strategi untuk mengevaluasi berbagai strategi alternatif secara objektif dengan berdasarkan faktor-faktor penting internal dan eksternal yang sebelumnya telah diidentifikasi. Matriks

QSPM ini didapatkan dari tahap sebelumnya yaitu tahap pencocokan yang kemudian ditentukan alternatif strategi yang nantinya efisien digunakan untuk pengembangan wisata Lolong Adventure.

Berdasarkan tabel 5.1 hasil *Matrix Grand Strategy* wisata Lolong Adventure menunjukkan bahwa posisi Lolong Adventure berada di kuadran I, yang artinya strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi seperti ini yaitu dengan mendukung kebijakan strategi agresif, dimana Lolong Adventure memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menangkap peluang yang ada atau berdasarkan matriks SWOT maka mengacu pada strategi SO (Kekuatan Peluang).



Sumber : Hasil olah data penelitian

Gambar 5.1

Hasil *Matrix Grand Strategy* Lolong Adventure

Dengan demikian dari beberapa alternatif strategi yang didapatkan dari tahap pencocokan maka berikut yang ditentukan untuk matriks QSPM :

1. Mempertahankan keasrian lingkungan dan meningkatkan potensi yang dimiliki.
2. Menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan dan produk yang ditawarkan.
3. Mengembangkan promosi wisata dengan memperluas media promosi dan memilih program promosi.

Tabel 5.9
Hasil Matriks QSPM

No	Indikator Kelebihan	Bobot	Alternatif Strategi 1		Alternatif Strategi 2		Alternatif Strategi 3	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
1	Panorama desa yang masih alami dan bebas polusi	0,058	3,88	0,22	3,88	0,22	3,38	0,20
2	Kejernihan air sungai yang terjaga	0,072	3,75	0,27	2,48	0,17	3,25	0,23
3	Pemandu <i>rafting</i> yang tersertifikasi	0,070	2,63	0,18	3,75	0,26	3,63	0,25
4	Adanya tim <i>rescue</i> khusus disetiap kegiatan <i>rafting</i>	0,070	2,63	0,18	3,88	0,27	3,13	0,22
5	Sarana dan prasarana yang memadai	0,064	2,38	0,15	3,63	0,23	3,86	0,25
6	Satu-satunya wisata <i>rafting</i> di Kabupaten Kota Pekalongan yang telah sesuai dengan standar sungai dan standar arung jeram	0,067	2,63	0,18	3,71	0,25	3,88	0,26
7	<i>Rest area</i> dipertengahan <i>rafting</i> berdekatan dengan air terjun	0,055	3,00	0,17	2,88	0,16	2,86	0,16
8	Adanya atraksi lompat dari tebing	0,073	2,25	0,16	2,50	0,18	2,63	0,19
9	Pelayanan sesuai SOP yang berlaku	0,074	2,25	0,17	3,00	0,22	2,71	0,20
10	Festival durian disetiap tahunnya	0,063	1,88	0,12	2,13	0,13	3,00	0,19
11	Disekitar wisata Lolong Adventure ada wisata lain seperti wisata sejarah dan wisata kuliner	0,058	2,38	0,14	2,75	0,16	3,13	0,18
No.	Indikator Kekurangan							
1	Akses jalan yang masih sempit dan sulit untuk dilewati kendaraan besar	0,048	2,25	0,11	2,86	0,14	2,71	0,13
2	Sarana parkir yang sempit	0,042	2,50	0,11	2,88	0,12	2,50	0,11
3	Terbatasnya lahan untuk pengembangan sarana prasarana pendukung	0,047	1,63	0,08	2,63	0,12	2,75	0,13

Lanjutan Tabel 5.9

4	Jumlah MCK atau tempat bilas masih kurang	0,053	2,38	0,13	2,88	0,15	2,75	0,15
5	Kurangnya papan penunjuk jalan menuju tempat wisata	0,047	2,38	0,11	3,00	0,14	2,50	0,12
6	Jaringan komunikasi yang masih minim (hanya <i>provider</i> Telkomsel)	0,038	2,63	0,10	3,00	0,11	2,63	0,10
No	Indikator Peluang							
1	Adanya kerjasama dengan pihak luar baik dalam promosi, pengembangan wisata dan pendanaan	0,111	3,13	0,35	3,57	0,40	3,00	0,33
2	Minat wisatawan yang semakin meningkat	0,123	2,75	0,34	3,25	0,40	3,38	0,42
3	Tingkat partisipasi masyarakat sekitar yang tinggi	0,093	2,88	0,27	2,25	0,21	2,25	0,21
4	Wisata <i>rafting</i> yang jaraknya paling dekat dengan pantura dibandingkan wisata <i>rafting</i> lainnya di jalur Pantura	0,09	2,88	0,26	3,00	0,27	3,88	0,35
5	Pengembangan wisata minat khusus	0,098	2,63	0,26	2,38	0,23	2,37	0,26
6	Adanya dukungan dari pemerintah	0,108	2,63	0,28	3,13	0,34	2,75	0,30
7	Perkembangan teknologi yang pesat sehingga mempermudah promosi wisata Lolong Adventure	0,111	2,75	0,31	2,75	0,31	3,38	0,37
8	Lapangan pekerjaan bagi penduduk sekitar wisata	0,101	2,38	0,24	2,63	0,27	2,13	0,21
No	Indikator Ancaman							
1	Cuaca yang tidak bisa ditebak	0,080	2,88	0,23	2,75	0,22	2,38	0,19
2	Belum adanya transportasi umum ke lokasi wisata	0,085	2,63	0,22	2,71	0,23	2,57	0,22
Jumlah				5,32		5,93		5,91

Sumber : Hasil olah data penelitian

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa *AS (Attractive Score)* merupakan daya tarik masing-masing faktor internal dan eksternal untuk masing-masing alternatif strategi, sedangkan *TAS (Total Attractive Score)* merupakan hasil perkalian antara bobot dan nilai *AS* masing faktor internal dan eksternal. Hasil matriks QSPM pada tabel 5.9 diatas menunjukkan bahwa jumlah *TAS* ketiga alternatif strategi berbeda-beda, strategi yang menjadi prioritas utama adalah strategi yang memiliki jumlah *TAS* tertinggi yaitu strategi menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan dan produk yang ditawarkan dengan nilai 5,93. Apabila kualitas pelayanan dan produk yang ditawarkan baik maka akan memberikan kesan yang baik dan kepuasan tersendiri untuk wisatawan yang berkunjung dan menikmati wahana wisata Lolong Adventure. Dengan kepuasan yang didapatkan sebelumnya akan membuat para wisatawan akan berkunjung kembali bahkan bisa jadi akan menceritakan kepuasan dan pengalamannya kepada orang lain dan akhirnya mengajak orang lain berkunjung dan menikmati wahana wisata Lolong Adventure.

Selain itu, strategi ini merupakan strategi yang sesuai dengan misi yang dicanangkan oleh Lolong Adventure sendiri yaitu memberikan pelayanan dengan berdasarkan keamanan dan kenyamanan dalam berwisata alam dan berpetualang. Dengan demikian bagi Lolong Adventure kualitas pelayanan merupakan hal yang utama yang harus diberikan kepada para wisatawan. Adapun hal-hal yang dapat

dilakukan untuk strategi ini yaitu dengan *upgrade skill* dan pengetahuan para pemandu dan tim *rescue* untuk keamanan dan kenyamanan yang lebih baik, memastikan peralatan yang akan dipakai untuk *rafting* aman dan nyaman, melengkapi fasilitas pendukung wisata seperti kamar bilas yang lebih banyak, bersih dan nyaman, saung tempat istirahat setelah *rafting* sekaligus berlindung dari hujan, melengkapi jeram *cafe* dengan varian makanan yang lebih banyak dan bisa pula membuka *outlet souvenir* khusus untuk Lolong Adventure. Sedangkan untuk pengembangan produk bisa menggunakan upaya melakukan inovasi terhadap produk yang sudah ada, dengan menggali potensi alam Lolong yang lain untuk menambah daya tarik wisata dan menawarkan paket wisata yang lebih bervariasi di kawasan wisata Lolong ataupun dengan pihak wisata lainnya.

Prioritas strategi yang kedua adalah mengembangkan promosi wisata dengan memperluas media promosi dan memilih program promosi dengan jumlah TAS sebesar 5,91. Promosi merupakan media untuk mengenalkan wisata Lolong Adventure kepada orang banyak baik yang sudah mengetahui ataupun belum mengetahui. Promosi penting untuk dilakukan guna mengingatkan kembali kepada wisatawan yang pernah berkunjung dan memberikan informasi kepada calon wisatawan. Dengan demikian tujuan promosi ini digunakan untuk menambah jumlah wisatawan yang berkunjung serta memperluas pangsa pasar. Upaya yang dapat dilakukan dalam mengembangkan

promosi melalui media promosi yaitu memaksimalkan media sosial yang sudah dimiliki oleh Lolong Adventure misalkan dengan lebih rajin memposting di instagram dengan menandai akun instagram lainnya yang strategis untuk dilihat banyak orang, mengupdate informasi di *website* Lolong Adventure sehingga para wisatawan mendapat informasi yang valid. Upaya lain yang dapat dilakukan yaitu dengan mencoba melakukan promosi dengan bekerjasama dengan media cetak seperti koran dan majalah petualang ataupun bekerjasama dengan media elektronik lokal seperti radio ataupun TV lokal. Selain itu juga dengan memperluas kerjasama dengan hotel dan biro perjalanan yang ada di Karisidenan Pekalongan guna memperluas pangsa pasar dan pengembangan produk berupa paket wisata. Sedangkan upaya promosi melalui program promosi dapat dilakukan dengan memberikan promo kepada wisatawan yang sudah lebih dari tiga kali menikmati *rafting* di Lolong Adventure, atau memberikan promo pada hari spesial Lolong Adventure, bisa juga dengan memberikan promo pada saat diluar bulan liburan sehingga wisata Lolong Adventure akan tetap ramai wisatawan.

Prioritas strategi selanjutnya yaitu mempertahankan keasrian lingkungan dan meningkatkan potensi yang dimiliki dengan jumlah TAS 5,32. Salah satu daya tarik yang dimiliki Lolong Adventure adalah keasrian lingkungan sekitar dan potensi sumber daya alam yang ada, sehingga menjaga dan melestarikan potensi sumber daya alam ini

menjadi hal yang sangat penting dilakukan guna mempertahankan daya tarik wisata. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan menghimbau para wisatawan untuk ikut serta menjaga lingkungan sekitar dengan tidak merusak dan membuang sampah pada tempatnya, bekerjasama dengan masyarakat sekitar dan pelaku wisata lainnya untuk menjaga lingkungan sekitar, bisa pula dengan memberikan edukasi tentang pentingnya menjaga alam dan lingkungan sekitar kepada wisatawan dengan membuat poster-poster yang dapat dipasang di sekitar Lolong Adventure.