

ABSTRAK

Ari Anggoro: Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, 24 November 2017. Strategi Pengembangan Kampung Wisata Seni Budaya Suku Sawang Kecamatan Gantung Belitung Timur. Pembimbing I: M. Irhas Effendi dan Pembimbing II: Sabihaini.

Penelitian ini dilakukan pada pariwisata Kampung Wisata Seni Budaya Suku Sawang di Kecamatan Gantung, Kabupaten Belitung-Timur. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Adapun teknik dalam analisis data, menggunakan Matriks *External Factor Evaluation (EFE)*, Matriks *Internal Factor Evaluation (IFE)*, Matriks Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman (*Strengths, Weaknesses-Opportunity, Threat – SWOT*), dan *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)* dan dengan melalui 3 (tiga) tahapan dari kerangka kerja analitis perumusan strategi.

Adapun hasil dari analisis Matriks *EFE* diketahui bahwa, skor bobot total sebesar 2,29 adalah di bawah rata-rata (2,5), sehingga pariwisata wisata Kampung Wisata Seni Budaya Suku Sawang ini dapat dikatakan tidak berhasil. Dengan kata lain kurang mampu untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal, dan menghindari ancaman yang menghadang organisasi. Sedangkan untuk hasil dari analisis Matriks *EFI* diketahui bahwa, skor bobot total sebesar 2,31 adalah di bawah rata-rata (2,5) mencirikan organisasi pariwisata Kampung Wisata Seni Budaya Suku Sawang yang lemah secara internal.

Kemudian berdasarkan dari analisis *SWOT* didapatkan 3 (tiga) jenis strategi, yaitu: Strategi Penetrasi Pasar, Strategi Pengembangan Produk, dan Strategi Integrasi *Horizontal (Horizontal Integration)*.

Selanjutnya, dari hasil analisis *QSPM* didapatkan daftar prioritas dari strategi-strategi alternatif terbaik untuk mengembangkan Kampung Wisata Seni Budaya Suku Sawang. Dari hasil analisis tersebut mengindikasikan bahwa, Kampung Wisata Seni Budaya Suku Sawang untuk saat sekarang perlu adanya kerja sama dengan *investor (STAS: 5,44)*, mengintensifkan promosi dengan biaya seminimal mungkin (*STAS: 5,33*), serta menjalin kemitraan atau membuat rangkaian paket perjalanan wisata bersama (*STAS: 3,21*).

Kata kunci: Matriks *EFE*, Matriks *IFE*, Matriks *SWOT*, dan *QSPM*.

ABSTRACT

Ari Anggoro: Master Program of Management Faculty of Economics and Business Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, November 24, 2017. Strategy of Village Tourism Development Cultural Arts Sawang Tribe Gantung District East Belitung Regency. Advisor I: M. Irhas Effendi and advisor II: Sabihaini.

This research was conducted on tourism Tourism Culture Art of Sawang Tribe in Gantung District, East Belitung Regency. The type of data used is primary data and secondary data. As for techniques in data analysis, using External Factor Evaluation (EFE) Matrix, Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix, Strengths, Weakness, Opportunity and Threat (SWOT) Matrices, and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) and through 3 (three) stages of the analytical framework of strategy formulation.

The result of EFE Matrix analysis shows that, the total weight score of 2,29 is below average (2,5), so tourism Tour of Cultural Tour of Tribe Sawang Culture can be said not succeed. In other words less able to take advantage of external opportunities, and avoid the threats facing the organization. As for the results of the EFI Matrix analysis it is known that, the total weight score of 2,31 is below average (2,5) characterizing the tourism organization of the Sawang Cultural Arts Tourism Village which is weak internally.

Then based on SWOT analysis, there are 3 (three) types of strategy, namely: Market Penetration Strategy, Product Development Strategy, and Horizontal Integration Strategy (Horizontal Integration).

Furthermore, from QSPM analysis results obtained a list of priorities of the best alternative strategies to develop the Village Tourism Culture Art Sawang Tribe. From the results of the analysis indicate that, the Village Tourism Culture Art Sawang Tribe for now needs cooperation with investor (STAS: 5,44), intensifying promotion with minimum cost (STAS: 5,33), and establishing partnership or arrangement joint travel package (STAS: 3,21).

Keywords: EFE Matrix, IFE Matrix, SWOT Matrix, and QSPM.