

ABSTRAKSI

Martia Gupitasari, Nomor Mahasiswa 152200030, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul Penelitian **Strategi Pemasaran Pada Wisata Bojong Asri Depok, Bantul, Yogyakarta Menggunakan Analisis SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM)**. Dosen pembimbing Humam Santoso Utomo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kondisi Wisata Bojong Asri menggunakan analisis SWOT serta menentukan strategi pemasaran yang cocok untuk diterapkan pada Wisata Bojong Asri berdasarkan alternatif strategi pemasaran yang telah didapatkan dengan QSPM. Penelitian ini menggunakan *mix method*. Sumber data yang digunakan adalah data primer dengan melakukan wawancara terhadap 6 (enam) informan yang terdiri dari satu pemilik sekaligus pengelola, tiga karyawan, serta dua pengunjung setia dan data sekunder yang berasal dari website Bappeda terkait jumlah kunjungan wisatawan di Yogyakarta, media sosial Wisata Bojong Asri, dan artikel yang memuat informasi seputar Wisata Bojong Asri. Analisis data menggunakan perumusan strategi menurut David & David (2016:169) yang diintegrasikan menjadi tiga tahapan yaitu tahap input (Matriks IFE dan EFE), tahap pencocokan (Matriks SWOT), dan tahap keputusan (QSPM).

Hasil perhitungan matriks IFE dan matriks EFE pada Wisata Bojong Asri memperoleh skor IFE sebesar 3,069 dan skor EFE sebesar 3,350. Pada analisis SWOT menunjukkan bahwa Wisata Bojong Asri berada di kuadran I yang mendukung strategi agresif sehingga strategi yang cocok digunakan adalah strategi *Strengths-Opportunities* (S-O). Strategi alternatif yang dihasilkan yaitu membuat *branding* yang menarik dan memaksimalkan promosi di seluruh media sosial dengan nilai TAS sebesar 5,739; bekerja sama atau berkolaborasi dengan pemerintah maupun pihak swasta dengan nilai TAS 5,489; melakukan perbaikan fasilitas dan meningkatkan kualitas agar lebih baik, rapi serta menarik sehingga pengunjung lebih puas dan nyaman dengan nilai TAS sebesar 5,086. Prioritas strategi yang dapat diterapkan oleh Wisata Bojong Asri termasuk dalam strategi intensif yang mencakup penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Saran dari peneliti untuk Wisata Bojong Asri yaitu lebih mengembangkan dan meningkatkan *update* konten-konten promosi yang menarik dan menawarkan diskon terbaik melalui media sosial serta melakukan kerja sama dengan *influencer* wisata terkenal di Yogyakarta yang memiliki banyak *followers* di media sosial (penetrasi pasar) serta memperbaiki sarana dan prasarana yang dimiliki, meningkatkan kebersihan, dan meningkatkan inovasi kegiatan/wahana permainan sehingga dapat memaksimalkan kepuasan serta kenyamanan pengunjung (pengembangan produk) yang mampu menunjang loyalitas pengunjung.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, IFE, EFE, Matriks SWOT, QSPM