

STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA STUDI PADA DESA WISATA
JELOK, DESA BEJI, KECAMATAN PATUK
KABUPATEN GUNUNG KIDUL

TRI WARDOYO

NPM : 141100265

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAKSI

Penelitian dilakukan pada pariwisata Desa Wisata Jelok yang berlokasi di Dusun Jelok, Desa Beji, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunung Kidul. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis data menggunakan matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), matriks *External Factor Evaluation* (EFE), *Strength-Weaknesses-Opportunities-Threats* (SWOT) dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* QSPM dengan melalui tiga tahap perumusan strategi. Hasil analisis matriks IFE diketahui bahwa total skor adalah 2,507347 yang berarti pada saat ini kondisi internal pariwisata Desa Wisata Jelok yang kuat. Hasil analisis matriks EFE diketahui bahwa total nilai skor adalah 1,343056 yang berarti pada saat ini pariwisata Desa Wisata Jelok kurang dalam merespon peluang dan ancaman. Berdasarkan hasil analisis SWOT, diperoleh 8 (delapan) alternatif strategi. Di mana ke delapan alternatif strategi di analisis kembali menggunakan QSPM untuk mendapatkan daftar prioritas strategi. Kedelapan daftar prioritas strategi tersebut adalah 1) Strategi Penciptaan dengan cara memperbaiki manajemen. (TAS : 4,6125355). 2) Strategi penetrasi pasar dengan cara menjalin kerjasama dengan investor (TAS : 4,5507722). 3) Strategi penetrasi pasar dengan cara menjalin kerjasama dengan instansi-instansi pemerintah, swasta, instansi pendidikan dan organisasi-organisasi kemasyarakatan (TAS : 3,9742015). 4) Strategi integrasi horizontal dengan cara membuat paket bersama dengan Desa-desa Wisata yang ada di Kecamatan Patuk (TAS : 3,9101688). 5) Strategi penetrasi pasar dengan cara mengintensifkan promosi dengan biaya seminimal mungkin. (TAS : 3,5447782). 6) Strategi pengembangan produk dengan cara memperbaiki, mempertahankan dan meningkatkan pelayanan dan daya tarik wisata. (TAS : 3,3746592). 7) Strategi penetrasi pasar dengan cara menambah fasilitas, infrastruktur dan membangun kantor sekretariat. (TAS : 3,2759277). 8) Strategi penetrasi pasar dengan cara mengadakan pelatihan teknologi (khususnya blog, website dan media sosial). (TAS : 3,2265895).

Kata kunci : *External Factor Evaluation*, *Internal Factor Evaluation*, *SWOT* dan *QSPM*