

Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Perspektif Islam Menggunakan Metode Analisis SWOT Halal Tourism (Studi Pada Destinasi Bromo Tengger Tosari Pasuruan)

Lailatul Azizah

Universitas Islam Zainul Hasan Probolinggo

lailatulazizah.febiuinsa@gmail.com

Abstrak

Obyek wisata Bromo Tengger memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Namun potensi yang tinggi kurang didukung oleh kemudahan akses untuk mencapai lokasi tersebut. Pada kenyataannya jumlah kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara masih sangat rendah bila dibandingkan dengan obyek wisata lain yang ada di Kabupaten Pasuruan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan Mixed Method (kuantitatif dan kualitatif). Peneliti akan menggambarkan tentang keadaan lapangan dengan tujuan untuk menemukan formulasi strategi pengembangan pariwisata dengan menggunakan analisis SWOT yang meliputi : Strength , Weakness , Opportunity dan Threat yang dapat dianalisis secara komprehensif. Dari hasil analisis IFAS (Internal Factors Analysis Summary) dan EFAS (External Factors Analysis Summary) diperoleh gambaran bahwa “ Destinasi Bromo Tengger dipandang memiliki daya kompetitif yang rendah untuk menghadapi ancaman dari destinasi wisata lainnya. Oleh karena itu strategi yang bisa diterapkan adalah melakukan strategi defensif yang memfokuskan pada pasar wisata. Langkah yang perlu diambil diantaranya adalah lebih meningkatkan promosi dan informasi tentang kawasan Bromo Tengger sebagai kawasan destinasi 10 pengembang prioritas (Tourism Branding Wonderful Indonesian). dan mengusulkan dalam agenda program wisata tahunan , memperbaiki sarana dan prasarana infrastruktur (aksesibilitas) dan transportasi (amenitas) , serta mengenalkan atraksi budaya.

Kata kunci : Analisis SWOT; pengembangan pariwisata; strategi

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan sebuah negara yang kaya akan adat istiadat dan budaya yang masih kental. Menyimpan sejuta nilai kearifan lokal serta menyimpan begitu banyak sumber daya alam yang terdiri dari : *sea* (lautan), *sun* (matahari), *sand* (pantai), *mainland* (daratan) serta *mountain* (gunung) yang jika dikelola dengan benar dapat memberikan keuntungan besar bagi negara. Sebagai tempat sarana destinasi wisata, keanekaragaman masyarakat dari berbagai suku, agama dan ras yang hidup berdampingan satu sama lain dengan tingkat toleransi yang tinggi menjadi nilai tersendiri, sifat keramahan masyarakat ini yang kemudian menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara tujuan wisata yang begitu diminati. Bagi daerah-daerah yang dianugrahi sumber daya alam yang eksotis tersebut di harapkan mampu memberikan kontribusi atau

sumber devisa bagi daerahnya. Bisnis pariwisata merupakan salah satu pemanfaatan sumber daya alam yang dapat memberikan nilai ekonomi yang tinggi bagi suatu daerah dan mampu menyerap tenaga kerja dan mendorong perkembangan investasi.

Pariwisata menjadi salah satu primadona bagi negara-negara dalam meningkatkan sumber pendapatannya diluar migas dan pajak. Dengan adanya pariwisata ini, maka suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat objek wisata itu berada, akan mendapat pemasukkan atau devisa. Usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata yang menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, karena aktivitas berwisata bagi individu dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan, relaksasi, berbelanja, mengetahui peninggalan sejarah dan budaya suatu etnik tertentu. Dunia pariwisata adalah salah satu dari industri gaya baru yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang begitu cepat dalam hal penyerapan kesempatan kerja serta meningkatkan pendapatan dan taraf hidup masyarakat sekitar.

Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat baik secara ekonomis, sosial dan budaya. Hal ini sesuai dengan perintah Allah surat Al-Mulk ayat 5;

وَلَقَدْ زَيَّنَّا السَّمَاءَ الدُّنْيَا بِمَصَابِيحَ وَجَعَلْنَهَا رُجُومًا لِلشَّيْطَانِ وَأَعْتَدْنَا لَهُمْ عَذَابَ السَّعِيرِ - ٥

Artinya: “Dan sungguh, telah Kami hiasi langit yang dekat, dengan bintang-bintang dan Kami jadikannya (bintang-bintang itu) sebagai alat-alat pelempar setan, dan Kami sediakan bagi mereka azab neraka yang menyala-nyala.

Surat An-Nisa ayat 100:

وَمَنْ يَهَاجِرْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يَحِدْ فِي الْأَرْضِ مُرْغَمًا كَثِيرًا وَسَعَةً وَمَنْ يَخْرُجْ مِنْ بَيْتِهِ مُهَاجِرًا إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ يُدْرِكُهُ الْمَوْتُ فَقَدْ وَقَعَ أَجْرُهُ

عَلَى اللَّهِ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا ﴿١٠٠﴾

“Barangsiapa berhijrah di jalan Allah, niscaya mereka mendapati di muka bumi ini tempat hijrah yang luas dan rezeki yang banyak. Barang siapa keluar dari rumahnya dengan maksud berhijrah kepada Allah dan RasulNya, kemudian kematian menimpanya (sebelum sampai ke tempat yang dituju), maka sungguh telah tetap pahalanya di sisi Allah. Dan adalah Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyanyang.”

Namun jika pengembangannya tidak dipersiapkan dan dikelola dengan baik yang melibatkan semua pihak, mulai dari pengelola wisata, pemerintah, dan masyarakat setempat akan menimbulkan permasalahan yang menyulitkan atau bahkan merugikan masyarakat. Globalisasi yang ditandai dengan

perubahan teknologi di bidang komunikasi, informasi, yang begitu cepat. Kondisi ini memberikan kontribusi yang signifikan bagi perkembangan pariwisata. Perkembangan sektor pariwisata khususnya wisata halal merupakan sebuah keniscayaan di tengah dinamika perkembangan sektor pariwisata. Terminologi wisata dalam konteks Islam diperbolehkan sepanjang tidak keluar dari aturan yang ditetapkan oleh Allah Subhanahu Wa Ta'ala.

Potensi-potensi di atas memiliki keunggulan (kompetitif) sebagai *out come* atau nilai tambah untuk menarik minat para wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Namun potensi yang tinggi tersebut kurang didukung oleh kemudahan akses untuk mencapai lokasi tersebut. Pada kenyataannya jumlah kunjungan wisatawan baik lokal maupun mancanegara masih sangat rendah bila dibandingkan dengan objek-objek wisata lain yang ada di Kabupaten Pasuruan.

Berdasarkan kondisi di atas Bromo Tengger sebagai kawasan destinasi 10 pengembangan prioritas (*Tourism Branding Wonderful Indonesia*) harus memiliki strategi untuk mengembangkan kualitas dan kuantitas destinasi pariwisata di daerah tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini ditulis dengan tujuan untuk memberikan formulasi strategi pengembangan pariwisata dalam perspektif Islam dengan menggunakan metode analisis SWOT : halal *tourism* di Kawasan Destinasi Bromo Tengger, Kecamatan Tosari Kabupaten Pasuruan - Jawa Timur.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Wisata halal mulai berkembang dengan pesat seiring dengan pertumbuhan ekonomi Islam dunia. Aspek yang paling penting dalam suatu perjalanan bagi wisatawan muslim adalah ketersediaan hidangan halal (Dinar Standard, 2012), Makanan dan minuman yang mereka konsumsi dijamin kehalalan baik terkait bahannya, pengolahannya, maupun penyajiannya (Jaelani, 2017). Destinasi wisata halal harus menyediakan makanan dan minuman (kuliner), disamping itu juga menyediakan akses yang mudah untuk beribadah (musola), dan akomodasi (*homestay*) serta layanan yang berstandar syari'ah. Halal artinya " *lawful* " atau diizinkan, halal merupakan konsep yang berasal dari bahasa Arab yang berarti sesuatu yang diizinkan atau tidak terikat, Pada perkembangannya kehalalan tersebut bukan hanya lagi mengenai budaya atau agama akan tetapi sudah menjadi bagian dari pasar global untuk memperluas segmentasi pasar *consumer*.

Untuk menjamin supaya pariwisata dapat berkembang secara baik dan berkelanjutan (*sustainable*) serta mendatangkan manfaat secara ekonomi, sosial dan budaya, dan meminimalisasi dampak negatif yang mungkin timbul. Maka diperlukan suatu strategi pengembangan pariwisata untuk meningkatkan jumlah pengunjung atau wisatawan baik lokal maupun mancanegara.

Di Kabupaten Pasuruan, sektor pariwisata juga tidak luput dari perhatian pemerintah. Memperkuat *positioning* Kabupaten Pasuruan sebagai kawasan destinasi wisata yang layak diperhitungkan, maka pemerintah menerapkan beberapa langkah atau skenario. Diantaranya melalui peningkatan strategi pemasaran, baik dari segi-segi pemasaran maupun kecukupan fasilitas objek wisata dalam menghadapi tantangan dan peluang pengembangan pariwisata yang semakin kompleks (Trijono Isdijanto, 2020). Perencanaan pengembangan pariwisata di Kabupaten Pasuruan dituangkan dalam Rancangan Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) tahun 2018-2023. Untuk mewujudkan program tersebut dibutuhkan dukungan inovasi ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) agar strategi program pembangunan daerah yang sudah diterapkan dalam RPJMD dapat berjalan sesuai harapan. Dokumen Kebijakan Strategi Daerah (Jakstrada) merupakan dokumen yang memberikan landasan serta dukungan IPTEK terhadap pencapaian pelaksanaan program-program pembangunan daerah sesuai RPJMD.

Salah satu indikator yang digunakan oleh pemerintah Kabupaten Pasuruan dalam menilai keberhasilan pengembangan sektor wisatanya sebagai daya ungkit penggerak ekonomi kreatif yang dinilai memiliki *multiplier effect* yang tinggi sebagai penyokong produk domestik *regional bruto* dengan melihat atau menganalisis data perbandingan jumlah kunjungan wisatawan baik lokal maupun mancanegara ke Kabupaten Pasuruan. Dalam RPJMD 2018-2023 diketahui bahwa pencapaian nilai perbandingan jumlah kunjungan wisatawan berdasarkan objek wisata yang dikunjungi sepanjang tahun 2015-2019 mengalami pasang surut. Pada tahun 2015 sebesar 864.958 orang, tahun 2016 jumlahnya mencapai 670.824 orang, tahun 2017 sebanyak 880.934 orang, tahun 2018 sebanyak 960.831 orang dan tahun 2019 menurun menjadi 853.016 orang (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintah Kabupaten Pasuruan, 2020).

Tabel 1.
JUMLAH PENGUNJUNG KAWASAN DESTINASI BROMO TENGGER
TOSARI – PASURUAN

Tahun	Jumlah Pengunjung
2015	864.958 orang
2016	670.824 orang
2017	880.934 orang
2018	960.831 orang
2019	853.016 orang

Sumber: Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga

Tabel 2.
HARGA TIKET MASUK DESTINASI BROMO TENGGER
TOSARI - PASURUAN
PER 1 JUNI 2019

Keterangan	Harga	
	Hari Biasa (<i>Weekday</i>)	Hari Libur (<i>Weekend</i>)
Domestik	Rp. 29.000	Rp. 34.000
Mancanegara	Rp. 220.000	Rp. 320.000

Sumber: Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga

Hal inilah yang mengidentifikasi bahwa daya tarik objek-objek wisata yang ada di Kabupaten Pasuruan memiliki potensi besar untuk menarik minat wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Upaya yang harus dilakukan pemerintah terkait untuk mempertahankan supaya wisatawan bisa datang kembali berkunjung adalah dengan melakukan pengembangan destinasi dan pemasaran pariwisata yang efektif dan menarik (Trijono Isdijanto, 2020).

Dalam RPJMD disebutkan isu strategis prioritas Pemerintah Kabupaten Pasuruan salah satunya adalah melestarikan budaya lokal untuk mencegah pengaruh budaya yang negatif melalui pelestarian budaya lokal.

Salah satu kawasan 10 pengembangan perioritas (*Tourism Branding Wonderful Indonesia*) adalah “Destinasi Bromo Tengger” sebagai iconnya Jawa Timur. Gunung Bromo merupakan gunung berapi aktif yang berada di ketinggian 2.392 mdpl memberikan keelokan tersendiri baik dari sisi sejarah budaya dan pesona alamnya.

Objek wisata Bromo Tengger yang berada dikawasan Tosari Kabupaten Pasuruan, Provinsi Jawa Timur memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Para wisatawan dapat menikmati keindahan Gunung Bromo, menyaksikan keindahan *Sun Rise* dari puncak bukit: Pananjakan, Seruni *Point*, Bukit Cinta, Bukit Kingkong dan Puncak B 29 Bromo, selain itu kita dapat mengunjungi kawah Gunung Bromo, yang memiliki garis diameter 800 meter dengan jalan kaki atau naik kuda, yang dihiasi pemandangan pegunungan Tengger dan Gunung Batok membentuk garis-garis yang terjal dengan anak tangga berjumlah 250. Tempat lainya adalah hamparan pasir yang terbentang luas membentuk lukisan garis-garis yang elok (lautan pasir). Dan yang tak kalah eloknya adalah Padang Savana sebuah hamparan rumput yang sangat luas sekitar 10 km persegi yang lebih dikenal dengan Bukit *Teletubbles*. Serta atraksi budaya Kasodo dan Pura Luhur Poten tempat orang Tengger melakukan upacara sesembahan berupa persembahan sesajen kepada sang Hyang Widhi

dalam manifestasinya sebagai Batara Brahma yang dilakukan setiap bulan Kasada hari 14 dalam penanggalan Jawa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode pendekatan *Mixed Method* (Kuantitatif dan kualitatif) jenis data penelitian adalah data primer dan instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuesioner, survei lapangan dan wawancara yang dilakukan selama 2 bulan mulai tanggal 28 Desember 2019 sampai tanggal 29 februari 2020. Di sini peneliti akan menggambarkan tentang keadaan lapangan dengan tujuan untuk menemukan formulasi strategi pengembangan destinasi wisata Bromo Tengger dengan menggunakan analisis SWOT yang meliputi *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang) dan *threat* (ancaman).

Dalam industri pariwisata jumlah populasi wisatawan sifatnya fluktuatif atau suatu kondisi yang menggambarkan naik atau turun kunjungan wisatawan yang dipengaruhi faktor-faktor yang tidak pasti atau tidak terkendali, seperti kondisi sosial – ekonomi, bencana alam, jumlah obyek wisata, aksesibilitas atau kemudahan untuk mencapai obyek wisata, *site attraction* atau hal-hal yang dimiliki suatu obyek wisata sejak obyek wisata tersebut ada (Louangrath & Rewtrakunphaiboon, 2013) oleh karena itu, jumlah populasi dalam penelitian dibidang pariwisata seringkali tidak dapat diketahui secara pasti (*infinite population*) oleh karena anggota populasinya tidak diketahui secara pasti siapa saja dan beberapa banyak, maka tidak mungkin mengambil sampel dari populasi secara adil, memberi peluang yang sama kepada setiap anggota untuk terambil menjadi sampel (*probability sampling*).

Dalam metode MNP memberikan cara yang efisien untuk menentukan ukuran sampel minimum yaitu 30 ($n > 30$) berdasarkan teori tersebut. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 47 sampel.

Teknik penentuan sampel penelitian adalah *purposive sampling* yaitu cara mengambil sampel yang tidak memberi peluang yang sama kepada setiap anggotanya untuk terambil sebagai sampel atau *non random sampling*.

Adapun variabel yang menjadi indikator yang digunakan dalam penelitian ini merupakan elemen-elemen yang menjadi faktor internal dan eksternal dari destinasi wisata. seperti yang tampak dalam tabel 3.

Tabel 3.
FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL DESTINASI WISATA BROMO TENGGER

Site Attraction/ Aset pariwisata	Atraksi budaya (buatan manusia); historis dan kontemporer; serta atraksi alam.
Amenitas	Akomodasi; kuliner; tersedianya fasilitas penunjang di objek wisata.
Pasar wisata (Promosi dan Informasi)	Tanggung jawab pemerintah yang didukung oleh partisipasi sektor swasta (<i>stakeholders</i>) pemangku kepentingan terkait.
<i>Tourist organization</i> (Penciptaan dan komersialisasi produk pariwisata)	Tanggung jawab sektor swasta yang didukung oleh partisipasi pemerintah.
Asesibilitas (Kemudahan untuk mencapai objek wisata)	Jaminan sarana transportasi dan infrastruktur
Sikap masyarakat lokal terhadap wisatawan	Keramahan; keterbukaan kepada tamu; pengetahuan; bahasa asing; kewirausahaan (<i>entrepreneurship</i>)
Dukungan pemerintah	Kebijakan atau regulasi ekonomi (dorongan untuk investasi pariwisata); jaminan keamanan; perlindungan kawasan <i>heritage</i> (bangunan yang memiliki corak khas atau tradisi suatu budaya yang digunakan secara terus menerus dan dijadikan ciri khas).

Sumber : data diolah (2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN ANALISIS SWOT

Sebelum melakukan formulasi strategi, terlebih dahulu harus melakukan pengamatan lingkungan, baik lingkungan eksternal maupun lingkungan internal. Pengamatan lingkungan internal untuk mengidentifikasi apa yang menjadi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) sedangkan pengamatan eksternal dilakukan untuk mengidentifikasi apa yang menjadi peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang dihadapi. (Jauch dan Glueck, 1999) Sedangkan analisis lingkungan adalah suatu proses yang digunakan untuk memantau sektor lingkungan dalam menentukan peluang atau ancaman terhadap sektor industri wisata dan lingkungan memainkan peranan penting dalam menentukan nasib suatu industri (Miller dan Dess, 1996).

Mengamati lingkungan merupakan kegiatan memonitor, mengevaluasi dan menyebarkan informasi kepada orang-orang penting (*stakeholders*) atau pemangku kepentingan dengan tujuan untuk menghindari tindakan-tindakan yang mendadak, berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dan wawancara, maka dapat dilihat pada tabel 4 untuk menganalisis SWOT, pemetaan apa yang menjadi indikator dari kekuatan (*strength*) kelemahan (*weakness*) peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*).

Tabel 4.
ANALISIS SWOT KAWASAN DESTINASI BROMO TENGGER
TOSARI – PASURUAN

FAKTOR INTERNAL		FAKTOR EKSTERNAL	
<i>Strength</i> (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)	<i>Opportunity</i> (Peluang)	<i>Threat</i> (Ancaman)
• Destinasi wisata yang mengandalkan kekuatan sejarah dan budaya daerah (Budaya Kasodo) • Masyarakat lokal yang ramah • Keindahan <i>sun rise</i> dapat dilihat dari Penanjakan, Seruni Point, Bukit Cinta, Bukit Kingkong, Puncak B29 • Pura Luhur Poten • Kawah Gunung Bromo	• Sarana transportasi umum menuju kawasan destinasi Bromo Tengger kurang menunjang • Kurangnya partisipasi penduduk (baik anak muda maupun tua) dalam pelestarian budaya lokal (Kasodo) • Lampu penerangan yang sangat minim terutama malam hari • Kurangnya pusat	• Adanya hotel atau penginapan (<i>homestay</i>) dengan prinsip syariah. • Penerapan prinsip <i>ijarah</i> (sewa-menyewa) pada transportasi berupa jeep atau kuda. • Tersedianya wisata kuliner (makanan dan minuman) yang halal. • Banyaknya wisatawan baik asing maupun lokal yang berminat	• Kurangnya dukungan pemerintah dalam hal perbaikan sarana infrastruktur • Pengembangan wisata di kawasan Bromo Tengger tidak menarik minat investor • Mulai bermunculan kawasan wisata: pantai, air terjun, cagar budaya, tempat bersejarah, taman bermain air yang menyediakan fasilitas menarik • Medan/ jalur menuju kawasan Bromo Tengger

• Padang Savana (Bukit Teletubbies) • Lautan Pasir (Pasir Berbisik) • Kawasan destinasi 10 pengembangan prioritas (<i>Tourism Branding Wonderful Indonesia</i>)	informasi dan sarana promosi • Kurangnya tempat ibadah menuju kawasan destinasi Bromo Tengger • Tidak tersedianya agenda program wisata yang jelas dari dinas pari-wisata setempat • Tidak ada tempat penjualan souvenir atau cindramata • Amenitas atau tidak tersedianya fasilitas di objek wisata (seperti penjual makanan dan minuman serta perlengkapan wisata)	dengan keunikan sejarah dan budaya (Kasodo) • Harga tiket masuk wisata Bromo Tengger baik domestik maupun mancanegara terjangkau. • Hasil alam (komoditas) pertanian holti-kultura seperti: kentang, bunga kol, brokoli, sawi, gubis dapat menghasilkan pendapatan/ devisa.	berbatu, terjal dan curam. • <i>Budget</i> yang harus dikeluarkan para wisatawan cukup besar untuk sewa jeep, penginapan dan makan. • Kesehatan fisik atau jasmani yang kuat karena antisipasi udara dingin • Perlengkapan yang harus dibawa sangat banyak seperti: jaket, sarung tangan, sepatu, lampu senter, masker, kacamata, <i>sunblock cream</i>, dan lain-lain.
---	--	---	--

Sumber : data diolah (2020).

ANALISIS IFAS – EFAS

Analisis *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS) Dan *Eksternal Factors Analysis Summary* (EFAS) merupakan analisis terhadap berbagai macam faktor yang ada pada lingkungan internal dan eksternal dengan cara memberikan bobot dan *rating* pada setiap faktor strategi tersebut. Faktor-faktor

dominan (faktor strategis) dari apa yang menjadi kekuatan (*strength*) kelemahan (*weakness*) peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dapat memberikan manfaat (Dyson, 2004) analisis lingkungan internal dan eksternal sangat berguna untuk memonitor, mengevaluasi dan menyebarkan informasi masalah-masalah yang dapat mempengaruhi pariwisata di masa mendatang.

Berdasarkan Analisis IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) yang disajikan pada tabel 5 dapat diketahui bahwa total skor untuk kekuatan (*strength*) sebesar 1.988 dan kelemahan (*weakness*) sebesar 2.009, sehingga total skor kelemahan (*weakness*) lebih besar dibandingkan total skor kekuatan (*strength*), oleh karena itu, langkah pertama yang bisa dilakukan dalam menentukan formulasi strategi pengembangan wisata destinasi Bromo Tengger adalah mengidentifikasi setiap indikator permasalahan internal serta mencari solusi agar dapat meminimalisir apa yang menjadi kelemahan (*weakness*).

Tabel 5.
INTERNAL FACTORS ANALYSIS SUMMARY (IFAS)

Strength	Score (b)	Rate (r)	b x r	Weakness	Score (b)	Rate (r)	b x r
• Destinasi wisata yang mengandalkan kekuatan sejarah dan budaya daerah (Budaya Kasodo)	0.138	3	0.414	• Sarana transportasi umum menuju kawasan destinasi Bromo Tengger kurang menunjang	0.145	3	0.435
• Masyarakat lokal yang ramah	0.085	2	0.17	• Kurangnya partisipasi penduduk (baik anak muda maupun	0.075	2	0.15

Strength	Score (b)	Rate (r)	b x r	Weakness	Score (b)	Rate (r)	b x r
				tua) dalam pelestari an budaya lokal (Kasodo)			
Keindahan <i>sun rise</i> dapat dilihat dari Penanjakan, Seruni Point, Bukit Cinta, Bukit Kingkong, Puncak B29	0.148	3	0.444	Lampu penerangan yang sangat minim terutama malam hari	0.148	3	0.444
Pura Luhur Poten	0.110	3	0.33	Kurangn ya pusat informasi dan sarana promosi	0.60	2	0.12
Kawah Gunung Bromo	0.087	2	0.174	Kurangn ya tempat ibadah (mushol a) menuju kawasan destinasi Bromo Tengger	0.112	3	0.336

Strength	Score (b)	Rate (r)	b x r	Weakness	Score (b)	Rate (r)	b x r
Padang Savana (Bukit Teletubbies)	0.078	2	0.156	Tidak tersedianya agenda program wisata yang jelas dari dinas pariwisata setempat	0.040	2	0.08
Lautan Pasir (Pasir Berbisik)	0.085	2	0.17	Tidak ada tempat penjualan souvenir atau cindramata	0.042	2	0.084
Kawasan destinasi 10 pengembangan prioritas (<i>Tourism Branding Wonderful Indonesia</i>)	0.065	2	0.13	Amenitas atau tidak tersedianya fasilitas di objek wisata (seperti penjual makanan dan minuman serta perlengkapan wisata)	0.120	3	0.36
TOTAL	0.796	19	1.988	TOTAL	1.282	20	2.009

Analisis *Eksternal Factors Analysis Summary* (EFAS) pada tabel 6 menunjukkan bahwa total skor untuk peluang (*opportunity*) atau peluang sebesar 1.755 dan ancaman (*threat*) sebesar 2.128. dari tabel 6 dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa total skor peluang lebih kecil dibandingkan total skor ancaman. Dan hal ini menandakan bahwa ancaman memiliki pengaruh signifikan terhadap strategi pengembangan pariwisata destinasi Bromo Tengger Di Kawasan Tosari Kabupaten Pasuruan. Oleh karena itu harus dapat dicarikan solusi yang tepat agar ancaman tadi tidak menjadi kendala keberlangsungan pariwisata yang berkelanjutan (*Sustainable*) serta mendatangkan manfaat secara ekonomi, sosial dan budaya.

Tabel 6
EKSTERNAL FACTORS ANALYSIS SUMMARY (EFAS)

Opportunity	Score (b)	Rate (r)	b x r	Threat	Score (b)	Rate (r)	b x r
• Adanya hotel atau penginapan (<i>homestay</i>) dengan prinsip syari'ah.	0.130	1	0.130	• Kurangnya dukungan pemerintah dalam hal perbaikan sarana infrastruktur	0.080	2	0.16
• Penerapan prinsip <i>ijarah</i> (sewa-menyewa) pada transportasi berupa jeep atau kuda.	0.145	3	0.435	• Pengembangan wisata di kawasan Bromo Tengger tidak menarik minat investor	0.089	2	0.178
• Tersedianya wisata kuliner (makanan dan	0.135	3	0.405	• Mulai bermunculan kawasan wisata:	0.090	3	0.27

Opportunity	Score (b)	Rate (r)	b x r	Threat	Score (b)	Rate (r)	b x r
minuman) yang halal.				pantai, air terjun, cagar budaya, tempat bersejarah, taman bermain air yang menyediakan fasilitas menarik			
• Banyaknya wisatawan baik asing maupun lokal yang berminat dengan keunikan sejarah dan budaya (Kasodo)	0.130	2	0.26	• Medan/ jalur menuju kawasan Bromo Tengger berbatu, terjal dan curam.	0.085	3	0.255
• Harga tiket masuk wisata Bromo Tengger baik domestik maupun mancanegara terjangkau.	0.075	2	0.15	• <i>Budget</i> yang harus dikeluarkan para wisatawan cukup besar untuk sewa Jeep, penginapan dan makan.	0.195	3	0.585

Opportunity	Score (b)	Rate (r)	b x r	Threat	Score (b)	Rate (r)	b x r
• Hasil alam (komoditas) pertanian hortikultura seperti: kentang, bunga kol, brokoli, sawi, gubis dapat menghasilkan pendapatan/ devisa.	0.125	3	0.375	• Kesehatan fisik atau jasmani yang kuat karenaantisipasi udara dingin	0.180	3	0.54
				• Perlengkapan yang harus dibawa sangat banyak seperti: jaket, sarung tangan, sepatu, lampu senter, masker, kacamata, sunblock cream, dan lain-lain.	0.070	2	0.14
TOTAL	0.74	14	1.755	TOTAL	0.789	17	2.128

Mengacu pada hasil Analisis *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS) yang meliputi variabel kekuatan dan kelemahan sedangkan *Eksternal Factors*

Analysis Summary (EFAS) yang terdiri dari variabel peluang dan ancaman. Untuk menentukan posisi formulasi strategi pengembangan pariwisata destinasi Bromo Tengger Di Kawasan Tosari Kabupaten Pasuruan, maka harus dihitung dahulu nilai faktor x dan y. nilai faktor x didapat dari hasil pengurangan total skor kekuatan (*strength*) dan total skor kelemahan (*weakness*) yang membentuk garis horizontal. Sedangkan nilai y didapatkan dari hasil pengurangan total skor peluang (*opportunity*) dan total skor ancaman (*threat*).

X = Kekuatan – Kelemahan

= 1.988 – 2.009

= - 0,021

Y = Peluang – Ancaman

= 1.755 – 2,128

= - 0,373

Adapun langkah lainnya yang bisa dilakukan dalam menyikapi hasil kuadran IFAS- EFAS adalah mengembangkan alternatif-alternatif strategi yang menggabungkan aspek SWOT (*Strength*, *Weakness*, *Opportunity* dan *Threat*) yang merupakan faktor internal dan eksternal sebagai berikut :

1. Strategi yang menghubungkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*) atau SO, yaitu mengeksplorasi dan menggali *site attraction* warisan sejarah dan budaya serta mewujudkannya dalam bentuk atraksi wisata yang unik dan berbeda dengan atraksi yang sebelumnya: Menggalakkan promosi pada saat pelaksanaan upacara Kasada dengan jalan menjalin kerjasama dengan *stakeholders* (pemangku kepentingan) yang meliputi pemerintah, sektor swasta, masyarakat setempat dalam hal meningkatkan sarana dan prasarana : adanya penginapan (*homestay*) dan hotel dengan prinsip syari'ah. Penerapan prinsip *ijarah* sewa menyewa alat transportasi berupa (jeep dan kuda) serta tersedianya pusat kuliner (makanan dan minuman yang halal)
2. Strategi yang menghubungkan kekuatan (*strength*) dan ancaman (*threat*) atau ST, yaitu melakukan eksplorasi lebih lanjut terhadap destinasi wisata sehingga memiliki keunggulan kompetitif dan mampu menarik minat investor (*create unique product*) artinya konsep wisata yang unik yang membedakan dari pesaingnya. Keunikan inilah yang akan menghadirkan *brand awareness* pada wisatawan, salah satunya dengan jalan memberi perlindungan pada kawasan *heritage* (bangunan yang memiliki corak khas atas tradisi suatu budaya yang digunakan secara terus menerus).
3. Strategi yang menghubungkan kelemahan (*weakness*) dan peluang (*opportunity*) atau WO yaitu melakukan suatu usaha untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas infrastruktur dan fasilitas penunjang dalam arti

melakukan Aksesibilitas (kemudahan untuk mencapai obyek wisata) serta amenities yaitu tersedianya fasilitas penunjang di objek wisata. Kondisi destinasi Bromo Tengger yang berada di kawasan Tosari – Pasuruan, medan atau jalurnya berbatu, terjal dan curam ditambah minimnya lampu penerangan di malam hari, kurangnya tempat ibadah (mushola) menuju kawasan tersebut. Untuk menghadapi situasi tersebut pemerintah sektor swasta, masyarakat setempat berpartisipasi dalam memperbaiki infrastruktur jalan, menambah fasilitas penunjang seperti : mendirikan pusat souvenir, mengagendakan program wisata tahunan dalam acara hari jadi kabupaten pasuruan serta menggalakkan partisipasi penduduk (baik anak muda maupun tua) dalam melestarikan budaya lokal (Kasodo)

4. Strategi menghubungkan kelemahan (*weaknes*) dan ancaman (*threat*) atau WT yaitu meningkatkan informasi dan promosi tentang pariwisata destinasi bromo tengger sebagai kawasan destinasi 10 pengembangan prioritas (*Tourism Branding Wonderful Indonesia*) dengan jalan meningkatkan Aksesibilitas (kemudahan untuk mencapai objek wisata) misalnya : adanya program pemberian diskon/ tiket masuk, mengatur biaya sewa alat transportasi berupa jeep dan kuda dengan prinsip *ijarah*, sehingga para wisatawan dapat menjangkau biaya kunjungan wisatanya dalam arti tidak perlu mengeluarkan *budget/* anggaran yang cukup besar untuk sewa jeep, penginapan (*homestay*) dan makan, memperbanyak fasilitas di objek wisata (amenitas) contohnya: ada tempat penjualan souvenir atau cindramata, membuka pasar wisata untuk menjual hasil komoditas daerah yang merupakan kawasan penghasil pertanian hortikultura seperti : Kentang, bunga kol, brokoli, sawi, gubis yang dapat menghasilkan pendapatan devisa. Hal ini dilakukan untuk mengurangi ancaman dari munculnya kawasan wisata lain yang ada di pasuruan. Seperti kawasan wisata: peternakan, perkebunan, air terjun, cagar budaya, taman bermain yang menyediakan fasilitas menarik. Destinasi Bromo Tengger harus memiliki keunikan tersendiri yang akan membedakan dengan pesaingnya, keunikan inilah yang akan melahirkan *brand awareness* pada wisatawan dengan konsep halal *tourism*.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk membuat atau menemukan formulasi strategi pengembangan destinasi wisata Bromo Tengger dengan menggunakan analisis SWOT yang meliputi : *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan *Threat* (ancaman). Yang dapat dianalisis secara komprehensif dari hasil analisis tersebut diperoleh gambaran bahwa kawasan destinasi Bromo Tengger dipandang memiliki daya kompetitif yang rendah untuk menghadapi ancaman dari destinasi wisata lainnya. Oleh karena itu

diperlukan suatu strategi defensif yang menfokuskan pada pasar yang paling disukai. Adapun langkah-langkah yang perlu diambil dalam strategi pengembangan destinasi Bromo Tengger dengan cara (1) Mengeksplorasi dan menggali *site attraction* (warisan sejarah dan budaya serta menunjukkan dalam bentuk atraksi wisata yang unik dan berbeda dengan atraksi yang sebelumnya). (2) Melakukan eksplorasi, pelestarian, penjagaan lebih lanjut terhadap obyek wisata yang memiliki keunggulan kompetitif (*create unique product*) yang menjadi *brand awareness* atau ciri khas pembeda dari pesaingnya. Dan salah satunya dengan jalan memberi perlindungan pada kawasan *heritage* yang terdapat di obyek wisata Bromo Tengger. (3) Melakukan suatu usaha untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas infrastruktur dan fasilitas penunjang dalam arti melakukan assesibilitas (kemudahan untuk mencapai obyek wisata) serta amenitas yaitu tersedianya fasilitas penunjang di objek wisata. (4) Meningkatkan informasi dan promosi tentang pariwisata destinasi Bromo Tengger sebagai kawasan destinasi 10 pengembangan prioritas (*Tourism Branding Wonderful Indonesia*) dengan jalan atau program pemberian diskon atau tiket masuk pada moment-moment tertentu, serta membuka pasar wisata untuk menjual hasil komoditas daerah yang merupakan kawasan penghasil pertanian holtikultura.

DAFTAR PUSTAKA

- Adityaji Rizki, Juni 2018. *Formulasi Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Dengan Menggunakan Metode Analisis SWOT : Studi Kasus Kawasan Pecinan Kapasan Surabaya*. Jurnal Pariwisata Pesona. Volume 03, No. 1
- Chang. H & Huang. W. C (2006). *Application Of A Quantification Swot Analytical Method*. *Mathematical And Computer Modelling*. 43 (1-2). 158-169. <https://doi.org/10.1016/j.mcm.2005.08.016>
- Dyson. R. G, (2004). *Strategic Development And SWOT Analysis At The University Of Warwic*, *European Journal Of Operation Research*. 152 (3), 631 – 640. [https://doi.org/10.1016/S0377-2217\(03\)00062-6](https://doi.org/10.1016/S0377-2217(03)00062-6)
- Lovangrath. P & Rewtrakunphaiboon. W (2013). *Determination Of A Minimum Sample Size For Film-Induced Tourism Research* Silpakorn 70 Th Aniversary International Conference 2013 At Bangkok, Thailand, (July), 1-15. <https://doi.org/10.13140/2.1.2090.5605>
- Lovangrath. P (2014). *Sample Size Determination For Non-Finite Population*. *Internasional Conference On Discrete Mathematics And Apptied Sciences At Bangkok, Thailand, (may)*. 1-24. <https://doi.org/10.13140/2.1.4785.7286>

- Nurfadilah Afsari Khairunisa, (2017). *Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Pangandaran (Studi Kasus Di Kabupaten Pangandaran)*. Bandar Lampung: Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Bandar Lampung
- Pemerintah Kabupaten Pasuruan (2017). *Peraturan Daerah Kabupaten Pasuruan No : 25 Tahun 2017 Tentang Rancangan Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Pasuruan Tahun (2018-2023) Pasuruan*. Retrieved From. <https://jdih.pasuruan.go.id/pd/doc/perda-419.pdf>
- Suwantoro, Gamal, 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta : ANDI
- Yoeti, Oka, 2006 : *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa