

**STRATEGI PEMASARAN DAYA TARIK WISATA CILETUH-  
PELABUHAN RATU UNESCO GLOBAL GEOPARK  
METODE MATRIKS SWOT**

**SKRIPSI**

**INDRI KHOERUNNISA**

**20190080146**



**PROGRAM STUDI MANAJAMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA  
SUKABUMI  
AGUSTUS 2023**

**STRATEGI PEMASARAN DAYA TARIK WISATA CILETUH-  
PELABUHAN RATU UNESCO GLOBAL GEOPARK  
METODE MATRIKS SWOT**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh  
Gelar Sarjana Manajemen*

**INDRI KHOERUNNISA**



**PROGRAM STUDI MANAJAMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA  
SUKABUMI  
AGUSTUS 2023**



## PERNYATAAN PENULIS

JUDUL :STRATEGI PEMSARAN DAYA TARIK WISATA GEOPARK CILETUH  
PELABUHAN RATU UNESCO GLOBAL GEOPARK METODE MATRIKS SWOT

NAMA :INDRI KHOERUNNISA

NIM :20190080146

"saya menyatakan dan bertanggung jawab dengan sebenarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa skripsi ini sebagai karyanya , yang disertai dengan bukti bukti cukup ,maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar sarjana MANAJEMEN saya beserta hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut".

Sukabumi,05 Agustus 2023



INDRI KHOERUNNISA

Penulis

## PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : STRATEGI PEMASARAN DAYA TARIK WISATA CILETUH  
PELABUHAN RATU UNESCO GLOBAL GEOPARK METODE  
MATRIKS SWOT

NAMA : INDRI KHOERUNNISA

NIM : 20190080146

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada  
Sidang Skripsi tanggal 05 Agustus 2023 Menurut pandangan kami, Skripsi ini  
memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Manajemen

Sukabumi, 05 Agustus 2023

Pembimbing I



Prasetyo Hartanto, S.E., M.M.  
NIDN. 0417019401

Pembimbing II



Riyan Mirdan Faris, S.E., M.Si  
NIDN. 0419069402

Ketua Penguji



RR Amanna Dzikrillah LLAH, MBA

NIDN. 0408079005

Ketua Program Studi Manajemen



Agung Maulana, S.E., M.A.  
NIDN. 0412089501

Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora

CSA. Teddy Lesmana, M.H.  
NIDN. 0414058705

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak Februari 2023 judul “STRATEGI PEMSARAN DAYA TARIK WISATA GEOPARK CILETUH PELABUHAN RATU UNESCO GLOBAL GEOPARK METODE MATRIKS SWOT”

Terima kasih penulis ucapkan kepada Skripsi ini penulis dedikasikan kepada kedua orang tua tercinta Ayah dan Ibu, ketulusanya dari hati atas doa yang tak pernah putus, semangat yang tak ternilai, kepada suamiku tercinta Edwin dion juliansyah terimakasih atas doa dan dukungan serta materi yang telah di berikan, Serta kepada para pembimbing, Bapak Bapak Prasetyo Hartanto, S.E., M.M. dan bapak Riyan Mirdan Faris, S.E., Msi, yang telah membimbing dan banyak memberi saran dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikannya. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji ujian skripsi. Ungkapan terima kasih juga saya sampaikan kepada seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.





## **ABSTRACT**

*This research aims to determine the priorities for choosing the right marketing strategy for developing the tourist attraction of the Cilteuh Pelabuhan Ratu UNESCO Global Geopark geopark. This research is a type of MIX method research which consists of quantitative and qualitative descriptive with data collection techniques through direct observation (observation), in-depth interviews, and distributing questionnaires. The data analysis used is by using the EFAS Matrix (External Factor Analysis Summary), IFAS Matrix (Internal Factor Analysis Summary), SWOT Matrix (StrengthWeakness, Opportunity, Threat), IE Matrix (Internal External), Based on EFAS matrix analysis, Matrix IFAS, SWOT Analysis, and IE Matrix, which compose the stage for obtaining several alternative strategies to be selected, namely with the results of the IFAS matrix analysis showing a score above the average of all internal factors. EFAS matrix analysis shows scores above the average for all external factors. Analysis using the SWOT matrix shows the largest score in the Strengths Opportunities (SO) strategy. The results of the analysis using the Internal External (IE) matrix show a position in quadrant IV which indicates a strong position while the external environmental analysis is in a medium position. This position indicates that it is in a growing and building condition. The strategy that can be applied is the Strength Opportunity (SO) strategy by maximizing existing strengths and paying attention to tourism opportunities. This strategy needs to be supported by this position indicating that the Ciletuh Geopark is in a position of growth and development (grow and build). Strategies that can be implemented include the Strengths Opportunities (SO) strategy by maximizing existing strengths and paying attention to all tourism opportunities. This strategy needs to be supported by efforts to increase human resources, develop tourism, and develop product image*

*Keywords : Marketing Strategy, Strengths, Threats, Opportunities, Weaknesses*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan prioritas pemilihan strategi pemasaran yang tepat untuk Pengembangan daya tarik wisata geopark Cilteuh pelabuhan ratu unesco global geopark . Penelitian ini merupakan jenis penelitian MIX method yang terdiri dari kuantitatif dan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung (observasi), wawancara mendalam, menyebarkan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis Matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*), Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*), , Matriks SWOT (*StrenghtWeakness, Opportunity, Threath*), Matriks IE (*Internal External*) ,Berdasarkan analisis matriks EFAS, Matriks IFAS, Analisis SWOT , dan Matriks IE, yang menyusun tahap didapatkan beberapa alternatif strategi yang akan dipilih yaitu dengan Hasil analisis IFAS matrik menunjukkan skor nilai diatas rata-rata dari keseluruhan faktor internalnya. Analisis EFAS matrik menunjukkan skor nilai diatas rata-rata dari keseluruhan faktor eksternalnya. Analisis dengan menggunakan SWOT matrik menunjukkan skor nilai terbesar pada strategi *Strenghts Opportunities* (SO). Hasil analisis dengan Internal Eksternal (IE) matrik menunjukkan posisi pada kuadran IV yang menunjukkan pada posisi kuat sedangkan analisis lingkungan eksternal pada posisi sedang. Posisi ini mengindikasikan dalam kondisi tumbuh dan membangun (*grow and built*). Strategi yang bisa diterapkan yaitu dengan strategi *Strenght Opportunity* (SO) dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki dan memperhatikan peluang parawisata. Strategi ini perlu ditunjang dengan Posisi ini mengindikasikan geopark ciletuh dalam posisi pertumbuhan dan membangun (*grow and built*). Strategi yang bisa diterapkan antara lain strategi *Strenghts Opportunities* (SO) dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki dan memperhatikan semua peluang parawisata. Strategi ini perlu ditunjang dengan upaya peningkatan sumber daya manusia, pengembangan parawisata, dan pengembangan Citra produk produk

*Kata kunci: Strategi Pemasaran, Strengths, Threats, Opportunities, Weakneses*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ***“STRATEGI PEMASARAN DAYA TARIK WISATA CILETUH-PELABUHAN RATU UNESCO GLOBAL GEOPARK METODE MATRIKS SWOT”***. Tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh gelar Sarjana S1 Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi. Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada

1. Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi Bapak Dr. Kurniawan, M.Si.,M.M. yang telah memberikan ijin dan fasilitas untuk penyusunan skripsi ini.
2. Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Putra Sukabumi Bapak Anggy Pradiftha Junfithrana, M.T. yang telah memberikan ijin dan kemudahan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Kepala Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi Bapak Agung Maulana, S.E., M.A. yang telah memberikan ijin dan kemudahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dosen Pembimbing I Universitas Nusa Putra Sukabumi Bapak Prasetyo Hartanto, S.E., M.M. yang telah memberikan masukan, motivasi,dan pengarahan guna penyempurnaan penulisan skripsi ini.
5. Dosen Pembimbing II Universitas Nusa Putra Sukabumi Bapak Riyan Mirdan Faris, S.E., Msi. Yang telah memberikan nasehat-nasehat, arahan, motivasi, serta bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulis dengan penuh kesabaran.
6. Dosen Penguji yang telah memberikan masukan untuk penyempurnaan penulisan skripsi ini.
7. Para Dosen Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi yang telah memberikan ilmu dan arahan untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
8. Suamiku Edwin Dion julianyah terimakasih atas doa,dukungan materi,dan semangat yang telah di berikan.
9. Orang Tua dan Keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya.
10. Teman-teman Manajemen kelas MN19C yang telah berjuang bersama dari awal masuk Universitas Nusa Putra sampai selesai.



11. Kepada Sahabat dan teman dekat yang selalu memberikan dukungan yang sangat tulus untuk mengerjakan skripsi ini.
12. Pihak terkait yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Khususnya rekan-rekan yang telah memberikan bantuan dan motivasi kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat kami harapkan demi perbaikan. Amin Yaa Rabbal 'Alamiin.

Sukabumi, Agustus 2023

Penulis





**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Nusa Putra, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indri Khoerunnisa  
Nim : 20190080146  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, dengan ini saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**"STRATEGI PEMSARAN DAYA TARIK WISATA GEOPARK CILETUH PELABUHAN RATU UNESCO GLOBAL GEOPARK METODE MATRIKS SWOT"**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti *Non-Eksklusif* ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalih media/format, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi  
Pada tanggal : 05 Agustus 2023

Yang Menyatakan



Indri Khoerunnisa

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN PENULIS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
<b>BAB II</b> .....	<b>4</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>4</b>
2.1 Pengertian wisata ,parawisata, keparawisataan, dan Destinasi parawisata .....	4
2.1.1 Kegiatan wisata (Tour).....	4
2.1.2 Parawisata .....	5
2.1.3 Destinasi parawisata.....	5
2.1.4 Strategi pemasaran .....	6
2.2 Matriks SWOT .....	7
2.3 Matriks IFAS (Internal Factor Assesment Strategy) dan EFAS (Eksternal Factor Assesment Strategy).....	7
2.4 Matriks IE (Internal=Eksternal).....	8
2.5 Penelitian Terdahulu .....	8
<b>BAB III</b> .....	<b>13</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>13</b>
3.1 Lokasi penelitian .....	13



3.2	Subjek dan objek penelitian .....	13
3.3	Jenis penelitian .....	13
3.4	Teknik pengumpulan data .....	14
3.5	Pengolahan data.....	14
3.6	Analisis SWOT .....	14
3.6.1	Pengertian SWOT.....	14
3.6.2	Faktor Analisis SWOT.....	14
3.6.3	IFAS DAN EFAS.....	15
3.6.4	Analisis strenght,Weakhness,opportunities,Threats (SWOT).....	18
3.6.5	Analisa Internal Eksternal (IE) Matrix.....	19
<b>BAB IV</b>	<b>.....</b>	<b>21</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>.....</b>	<b>21</b>
4.1	Gambaran umum dan objek penelitian.....	21
4.2	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	22
4.2.1	Analisis faktor internal.....	22
4.2.2	Analisis Faktor Evalution (EFE).....	24
4.3	Analisis SWOT .....	27
4.4	Analisis Strategi .....	28
4.5	Analisa Internal Eksternal (IE) Matrix.....	28
4.6	Matriks SWOT .....	30
<b>BAB V</b>	<b>.....</b>	<b>32</b>
<b>KESIMPULAN</b>	<b>.....</b>	<b>32</b>
5.1	KESIMPULAN .....	34
<b>KETERBATASAN PENELITIAN</b>	<b>.....</b>	<b>35</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>.....</b>	<b>36</b>
<b>FOTO KEGIATAN</b>	<b>.....</b>	<b>38</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>39</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah kunjungan parawisata Geopark Ciletuh.....	2
Gambar 4. 1 Peta Destinasi Geopark Ciletuh.....	22





## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Jawaban .....	17
Tabel 3. 2 <i>Matrik internal factor evaluation (IFE)</i> .....	18
Tabel 3. 3 Skala internal factor evaluation (EFE) .....	18
Tabel 3. 4 <i>Matrik internal factor evaluation (IFE)</i> .....	18
Tabel 3. 5 <i>Rumusan kombinasi strategi Matriks swot</i> .....	20
Tabel 3. 6 <i>Matrik IE</i> .....	21
Tabel 4. 1 Analisis faktor internal .....	23
Tabel 4. 2 Analisis Faktor Evaluation (EFE) .....	25
Tabel 4. 3 Analisis SWOT .....	27
Tabel 4. 4 Analisis Strategi .....	29
Tabel 4. 5 Internal eksternal (IE) .....	30
Tabel 4. 6 Matriks SWOT .....	31





## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

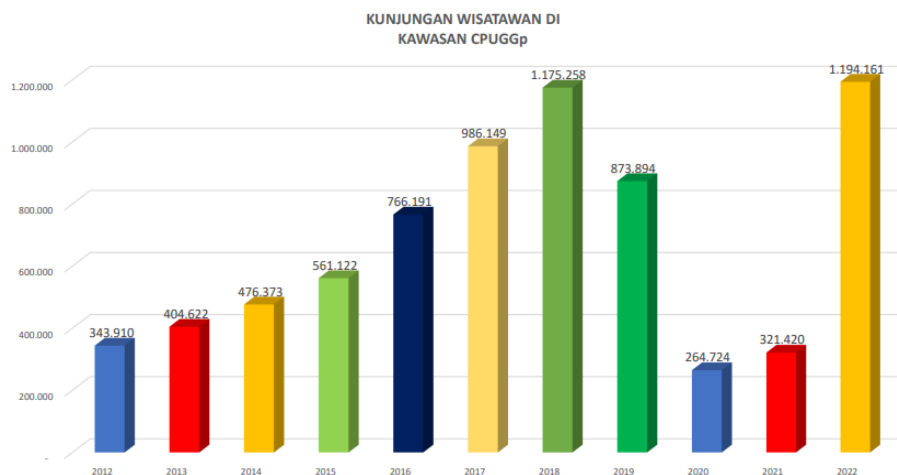
Sebagai negara yang kaya Indonesia memiliki keberagaman budaya dan sumber daya alam yang beranekaragam seperti perairan dan kepulauan yang begitu sangat luas, keanekaragaman budaya serta alamnya yang kaya dari pegunungan, pantai, lembah, hingga ke air terjun menjadikan tujuan wisata yang populer, melalui berbagai kekayaan tersebut salah satunya ada pada daerah Jawa Barat. Dengan luasan wilayah daerah ini dapat menawarkan pengunjung alternatif berbagai macam pilihan wisata yang dapat dikunjungi, dari curug, gunung, danau, dan banyak lagi. Kepariwisata menjadi suatu sektor yang dapat memberikan dongkrakan devisa kepada negara. Hal tersebut dikarenakan sumber daya yang ada diperlukan untuk memberikan sebuah pengembangan kepada wisata dalam negeri.

Di wilayah selatan Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat, terdapat kawasan wisata alam bernama Geopark Ciletuh, yang merupakan kesatuan kawasan geografis dengan warisan geologi dan lanskap melalui fenomena geologi tertentu (pada tingkat tertentu). Nilai penting didorong oleh konsep holistik, meliputi aspek konservasi alam, pendidikan dan pembangunan lanjutan (UNESCO 2016), Geopark Ciletuh juga kaya (pegunungan, hutan, laut, pantai dan sungai). Luas kawasan Geopark ini sekitar 126.100 hektar yang meliputi 8 kecamatan serta 74 desa. Pada tahun 2018, UNESCO secara resmi mengakui Geopark Ciletuh sebagai Situs Warisan Dunia yang harus dirawat dan dilestarikan. Sebagai Situs Warisan Dunia, Geopark Ciletuh menawarkan tempat wisata yang menarik. Ada banyak air terjun dan beberapa pantai. Puncak Darma menjadi suatu dataran tertinggi di Geopark Ciletuh. Dataran tinggi ini terletak 230 mdpl di Desa Girimukti, Kab.Sukabumi. Bukit Panenjoan berada pada Desa Tamanjaya, Kec. Ciemas. Air terjun yang dihitung oleh penulis meliputi berbagai Air Terjun bernama Cimarunjung, Cikaso, Luhur, Sodong, Awang, Tengah, Larangan, Karet, Puncak Maniku, Puncak Jeruk dan Cikanteh serta beberapa pantai di kawasan Ciletuh (Smoothing & Ciletuh, 2023).

Catatan Dinas Parawisata kabupaten sukabumi untuk kunjungan wisatawan ke kawasan CPUGGP dari tahun 2012-2022 yang sudah tercantum di bawah ini.







Gambar 1. 1 Jumlah kunjungan parawisata Geopark Ciletuh

Jumlah wisatawan yang melakukan kunjungan menuju Geopark Ciletuh bervariasi setiap tahun, sesuai dengan data kunjungan pada Diagram di atas. Tahun dengan kunjungan terbanyak adalah 2018, karena keterbatasan sosial meluas pertama kali menurun pada tahun 2019 sebelum mengalami penurunan tajam pada tahun 2020-2021 di berlakukannya (PSBB) sehingga beberapa wisata tutup sementara.

Perencanaan strategi pemasaran sangat penting dalam proses pengembangan sebuah unit usaha. Pada penyusunan strategi pemasaran di Geopark Ciletuh, diketahui bahwa faktor-faktor yang terdapat pada lingkungan internal dan eksternal dapat dijadikan dasar penyusunan strateginya. Dimana lingkungan internal terdiri atas kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh yang meliputi aspek pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, operasional, dan sarana prasarana. Sedangkan lingkungan eksternal terdiri atas peluang dan ancaman yang dihadapi oleh Geopark Ciletuh yang meliputi aspek demografi, pemerintah, teknologi, dan kekuatan bersaing. Tujuan penelitian ini adalah, (1) Untuk mengetahui faktor eksternal dan internal yang terdapat pada Geopark Ciletuh; (2) Untuk merancang alternatif strategi yang dapat dijadikan dasar perencanaan strategik oleh pihak pengelola Geopark Ciletuh; (3) Untuk membuat keputusan strategi yang digunakan untuk pengembangan Geopark Ciletuh.

Manajemen strategis pemasaran pariwisata adalah semua kegiatan suatu destinasi wisata dalam pemilihan pasar, memperoleh, mempertahankan dan menumbuhkan pelanggan terpilih, membentuk, menyampaikan serta mengkomunikasikan semua penawaran yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan bahkan lebih baik dari

pesaing-pesaingnya kegiatan yang mesti dilaksanakan oleh tujuan pemasaran adalah memilih pasar sasaran, pasar tidak hanya pelanggan, tetapi termasuk pesaing (kompetitor) dan/atau kolaborator (mitra) karena keterbatasan sumber daya (resources), tujuan Pariwisata harus fokus pada yang dipilih satu. pasar dengan potensi tertinggi dan yang membawa manfaat.

Berfungsinya industri pariwisata memberikan penjelasan mengenai industri pariwisata perlu dikembangkan dengan tepat melalui strategi pemasaran. Pemasaran pariwisata yang secara dasar mampu menekankan segmen pasar mana yang sebenarnya dikuasai serta cara agar perilakunya dibentuk. Pemasar mampu memberikan fokus akan kegiatannya pada bagaimana melaksanakan pola komunikasi nilai jasa wisata yang ditawarkan menuju masyarakat luas, dengan menonjolkan unggulnya serta perbedaannya dengan destinasi wisata lainnya. Alat iklan tradisional dapat digunakan untuk menarik calon wisatawan, meskipun tidak selalu mampu dilaksanakan pada produk wisata tertentu, sehingga harus dipadukan dengan alat iklan elektronik.

## 1.2 Rumusan masalah

Dari latar belakang sebelumnya beberapa masalah yang akan dilaksanakan pembahasan dan dijadikan bahan penelitian dalam penulisan ini di antaranya menentukan strategi pemasaran Daya tarik wisata CILETUH-PELABUHAN RATU UNESCO GLOBAL GEOPARK melalui teknik dirumuskannya strategi yang berpadu menjadi sebuah kerangka kerja dibuatnya putusan tiga tahap, dengan langkah

- 1) perumusan dari Matriks EFAS, Matriks IFAS.
- 2) pencocokan, memfokuskan pada didapatkannya strategi alternative mampu memberikan paduan faktor internal dan eksternal dengan SWOT. Analisa tersebut berdasar pada penguatan kekuatan dan peluang, kemudian meminimalisir kelemahan dan ancaman yang ada.
- 3) tahap pencocokan *Matriks Internal-Eksternal*

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, rumusan masalah di susun sebagai berikut:

- 1) Bagaimana kekuatan,kelemahan strategi pemasaran daya tarik wisata ?
- 2) Bagaimana peluang dan ancaman strategi pemasaran daya tarik wisata ?
- 3) Bagaimana alternatif strategi Analisis SWOT ?

### 1.1.1 IFAS DAN EFAS

#### a. IFE (Internal Factor Evaluation)

Internal Factor Evaluation (IFE) Matriks IFE diterapkan guna analisa strengths, dan weaknesses pada Geopark Ciletuh

Adapun langkah digunakannya tabel IFE ialah:

1. Kolom 1 : Faktor internal-tuliskan adanya kekuatan dan kelemahan
2. Kolom 2 : skor dimulai dengan 0,0 (kurang penting) – 1,0 (paling penting)
3. Kolom 3 : Rating-rating setiap faktor dimulai 1,00 (paling rendah) – 4,00 (paling tinggi), dengan urutan sebagai berikut :

No	Opsi Jawaban	Skala
1	Rendah	1
2	Dibawah rata-rata	2
3	Rata-rata	3
4	Paling tinggi	4

Tabel 3. 1 Skala Jawaban

4. Kolom 4 ; weigth score- perkalian antara kolom kedua dan ketiga guna memperoleh bobot di tiap faktor



Faktor faktor internal	<i>Bobot</i>	<i>Rating</i>	<i>score</i>
<i>Peluang</i>			
<i>Ancaman</i>			
<i>Total</i>	<i>1.0</i>		

Tabel 3. 2 Matrik internal factor evaluation (IFE)

## b. EFE (Eksternal factor Evaluation)

Matriks EFE diterapkan pada analisa bagian opportunities, dan threats pada geopark

Adapun langkah dalam pemanfaatan tabel EFE ialah:

1. Kolom 1: Faktor eksternal- menulis peluang dan ancaman yang di anggap penting
2. Kolom 2: skor kepentingan dimulaikan 0,0 (kurang penting)- 0,1 (paling penting)
3. Kolom 3 : Rating setiap faktor mulai dari 1,00 - 4,00 dengan urutan sebagai berikut

No	Opsi Jawaban	Skala
1	Rendah	1
2	Dibawah rata-rata	2
3	Rata-rata	3
4	Paling tinggi	4

Tabel 3. 3 Skala internal factor evaluation (EFE)

4. Kolom 4 :weighted score – perkaliang kolom 2 dan 3 guna memperoleh skor tertimbang pada tiap bagian.

Faktor faktor eksternal	<i>Bobot</i>	<i>Rating</i>	<i>score</i>
<i>Kekuatan</i>			
<i>Kelemahan</i>			
<i>Total</i>	<i>1.0</i>		

Tabel 3. 4 Matrik internal factor evaluation (IFE)

Adapun penilaian bobot dapat di formasikan sebagai berikut

$$\text{Bobot} = \frac{\text{Penilaian}}{\text{Total penilaian}}$$

### 1.1.2 Analisis strenght,Weakhness,opportunities,Threats (SWOT)

Konsep dasar pada SWOT terlihat sederhana, namun pengolah dapat memperoleh informasi mengenai:

1. kekuatan (strength) serta kelemahan (weakness) serta memunculkan (opportunity) dari luar dan ancaman (threat) pada organisasi. Mengenai matriks ini berjalan melalui strategi
2. Strategi S.O, pemanfaatan peluang dan keunggulan.
3. Strategi S.T, mobilisasi keunggulan guna memperoleh capaian.
4. Strategi W.O, pemilihan faktor pemicu dan penunda.
5. Strategi W.T, meningkatkan kewaspadaan pencapaian sasaran.

IFAS EFAS	Strenghts (S) Penentuan 5-10 Faktor Kekuatan Internal	Weaknesses (W) ditentukan 5-10 Faktor Kelemahan Internal
Opportunitis (O) melalui 5-10 peluang eksternal	Strategi SO Ciptakan strategi melalui pemanfaatan kekuatan peluang	Strategi WO pengadaan strategi dengan minimalisir kelemahan
Treaths (T) Tentukan 5-10 Faktor- Faktor Ancaman Eksternal	Strategi ST Adanya strategi melalui kekuatan yang digunakan pada ancaman yang ada	Strategi WT Strategi minimalisir kelemahan dengan menjauhi adanya ancaman

Sumber : Fredy Rangkuti (2005 : 31)

EFAS IFAS	OPPORTUNITIES (O)	THREATS (T)
	STRATEGI (SO)	STRATEGI (ST)
STRENGTH (S)		
WEAKNESS (W)	STRATEGI (WO)	STRATEGI (WT)

Tabel 3. 5 Rumusan kombinasi strategi Matriks swot

### 1.1.3 Analisa Internal Eksternal (IE) Matrix

Tahap Pencocokan (*The Matching Stage*) Matriks ini berguna guna menempatkan perusahaan pada matriks 9 sel. Matriks IE terbentuk melalui 2 dimensi melalui jumlah total sumbu X dan Y. Pengelompokan matriks ini dapat dibagi dalam:

1. *Grow and Build* pada sel I, II atau IV. Kecocokan strategi intensif dengan pengembangan produk atau pasar, ataupun dengan integrasi.
2. *Hold and Maintain* pada sel III, V, atau sel VII. Kebanyakan langkah yang diambil melalui penetrasi alan pasar dan produk
3. *Harvest and Devest* pada sel VI, VIII, atau IX. Kebanyakan strategi yang ada dengan diversifikasi konglomerat serta likuidasi.

<div> <div>EFAS</div> <div>IFAS</div> </div>	<b>Kuat</b> <b>4.00 – 3.00</b>	<b>Sedang</b> <b>2.99- 2.00</b>	<b>Lemah</b> <b>1.99- 1.00</b>
<b>Tinggi</b> <b>4.00 – 3.00</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>
<b>Sedang</b> <b>2.99- 2.00</b>	<b>IV</b>	<b>V</b>	<b>VI</b>
<b>Rendah</b> <b>1.99- 1.00</b>	<b>VII</b>	<b>VIII</b>	<b>IX</b>

Tabel 3. 6 *Matrik IE*

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan analisis SWOT obyek wisata Geopark Ciletuh pelabuhan ratu unesco global geopark , maka dapat disimpulkan bahwa :

Kekuatan (Strenght) yang dimiliki obyek wisata Geopark ciletuh antara lain yaitu mempunyai Daya tarik alam berbasis Geologi Internasional,Memiliki potensi alam keanekaragaman hayati,Daya tarik produk ,Keragaman budaya yang bernilai tinggi,Agrowisata terkenal dengan ciri khasnya dan Adanya dukungan berbagai kebijakan dan program dalam mendorong perkembangan geopark, Selain itu terdapat Kelemahan (Weaknness) yaitu Masih terbatasnya pemahaman dari berbagai pihak tentang geopark ,Masih rendahnya aksesibilitas menuju dan di dalam wilayah geopark,Masih rendahnya kuantitas dan kualitas amenities pariwisata (prasarana umum, fasilitas umum, dan fasilitas pariwisata),Kelembagaan pengelola yang belum berperan secara optimal,Belum terdapat sistem yang jelas hampir seluruh geosait,Masih rendahnya sinergitas kebijakan dan program pengembangan geopark

Adapun Peluang (Opportunity) yang dimiliki obyek wisata geopark ciletuh yaitu Meningkatkan kunjungan wisatawan baik lokal maupun internasional,Ilmu pengetahuan dan penelitian,Edukasi dan pemberdayaan masyarakat,Berkembangnya suatu daerah dan membantu perekonomian masyarakat setempat,Adanya bantuan dari pemerintah untuk pengembangan pariwisata,Adanya peluang dan momentum pengembangan geopark di dunia . Namun semua itu tidak menutup kemungkinan terdapat Ancaman (Threat) yang dimiliki seperti Potensi bencana alam ,Kurangnya peduli masyarakat sekitar tentang pentingnya pelestarian alam,Partisipasi masyarakat masih rendah,Persaingan antar daerah wisata lain,Kondisi perubahan iklim terkait dengan abrasi,Pengaruh bagi kehidupan budaya dan adat dari luar

Pembahasan Hasil analisis SWOT menunjukkan menunjukkan bahwa geopark ciletuh ada di posisi IV . Hal ini menunjukkan geopark ciletuh kondisinya secara internal mempunyai kekuatan yang cukup baik dan secara eksternal pada posisi sedang . Posisi kuadran IV ini juga menunjukkan kondisi geopark ciletuh dalam posisi tumbuh dan membangun (grow and built). Dalam masa pertumbuhan dan membangun maka diperlukan strategi yang tepat untuk menghasilkan kinerja yang lebih baik dalam jangka



panjang.. pada tabel 4.5 menunjukkan nilai 3,657 maka strategi yang tepat yaitu Strengths Opportunities (SO) dengan merumuskan hal berikut

1. Meningkatkan citra produk objek wisata agar dapat dikenal secara luas sehingga menarik wisatawan mengoptimalkan obyek wisata Geopark Ciletuh , pihak pengelola perlu untuk melakukan perbaikan dan pengembangan pada tingkat citra produk, sarana dan prasarana seperti toilet, dan pengadaan toko souvenir khas, hal tersebut akan berdampak pada tingginya minat wisatawan untuk berkunjung ke obyek wisata Geopark Ciletuh . Sehingga obyek wisata Geopark Ciletuh dapat bersaing dengan pesaing wisata lainnya
2. Merealisasikan dukungan pemerintah dengan mengembangkan objek wisata Kebijakan pengembangan pariwisata Geopark ciletuh di lakukan dengan perencanaan yang baik yaitu merupakan kebijakan bersama yang di lakukan oleh masyarakat bersama pemerintah daerah dengan tujuan utamanya adalah untuk mengatasi ketimpangan pembangunan Pariwisata ,
3. .Menjaga dan melestarikan objek wisata Geopark ciletuh agar ciri khasnya tetap terjaga Masyarakat lokal hendaknya dapat ikut berkontribusi dalam pengembangan pariwisata di Geopark ciletuh seperti, memberikan ide atau gagasan, memberikan kritik dan saran, serta ikut berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata yang dalam pengembangannya nanti dapat memberikan manfaat yang positif bagi kesejahteraan perekonomian masyarakat desa.
4. Menyerap tenaga kerja di daerah sekitar lokasi wisata sehingga dapat mengurangi penganggura kemampuan SDM lokal di geopark ciletuh di bidang skill dan kemampuan dan serta wawasan kepariwisataan, memberikan sertifikasi usaha dan sertifikasi kompetensi di bidang Kepariwisataan dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat Geopark secara merata dan menyeluruh

Selain Strategi SO sebagai strategi utama yang harus dilakukan akan tetapi strategi ST, WO dan WT juga tetap diperlukan untuk meningkatkan kunjungan ke Geopark ciletuh Hasil analisis SWOT dan matrik IE bukan merupakan strategi mutlak yang harus dilakukan oleh Geopark ciletuh. Matrik ini hanya menghasilkan rumusan alternatif strategi yang dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh pihak Geopark ciletuh.

## 5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT, maka dapat diambil kesimpulan yang menunjukkan kondisi lingkungan internal dan eksternal Geopark Ciletuh, yang disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis dengan menggunakan IFAS matrik menunjukkan menunjukkan score nilai geopark ciletuh nilainya diatas nilai rata-ratanya dari keseluruhan faktor internalnya. Hal ini juga ditunjukkan dengan hasil nilai strenghts (kekuatan) lebih besar dibandingkan dengan weaknesses (Kelemahan).
2. Hasil analisis dengan menggunakan EFAS matrik menunjukkan score nilai geopark ciletuh diatas nilai rata-ratanya dari keseluruhan faktor internalnya. Hal ini juga ditunjukkan dengan hasil nilai opportunities (peluang) lebih besar dibandingkan dengan threats (ancaman).
3. Hasil analisis dengan menggunakan SWOT matrik menunjukkan skor nilai terbesar pada strategi Strenghts Opportunities (SO), strategi Strengths Threats (ST), strategi Weaknesses Opportunities (WO) dan strategi Weaknesses Threats (WT) sebesar. Hal utama yang harus dilakukan oleh geopark ciletuh adalah dengan mendahulukan menggunakan strategi SO
4. Hasil analisis dengan menggunakan IE matrik menunjukkan posisi Geopark ciletuh berada pada sel IV. Posisi ini mengindikasikan Geopark ciletuh dalam masa pertumbuhan dan membangun (grow and built). Strategi yang bisa diterapkan antara lain strategi Strenghts Opportunities (SO) dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki dan memperhatikan peluang parawisata.

### KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini hanya menggunakan analisis SWOT Untuk mengetahui strenghts (kekuatan) dan weaknesses (Kelemahan), Threast (ancaman) dan Opportunities (peluang). Diharapkan ada peneliti lain yang lebih dalam menggali tentang strategi pemasaran parawisata untuk lebih mengetahui selera pengunjung , perkembangan Citra produk ,daya tarik wisata,pemasaran parawisata.

Penelitian ini diharapkan menjadikan sumber inspirasi dan motivasi untuk mengadakan penelitian lain pada obyek yang berbeda dan alat analisis yang berbeda untuk membantu paemasaran parawisata mengatasi permasalahan-permasalahan yang mereka hadapi. Harapannya apa yang kita lakukan sumbangsih yang bermanfaat untuk perkembangan parawisata geopark ciletuh pelabuhan ratu unesco global .



## LAMPIRAN

## KUESIONER PENELITIAN

STRATEGI PEMASARAN DAYA TARIK WISATA CILETUH-PELABUHAN RATU UNESCO  
GLOBAL GEOPARK

Dengan hormat,

Perkenalkan Nama saya indri khoerunnisa dari program studi manajemen Universitas nusa putra sukabumi ,untuk meminta bapak,ibu,saudara/I untuk berpartisipasi dan menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini ,penelitian ini akan di jadikan input bagi metode SWOT data penelitian skripsi berjudul STRATEGI PEMASARAN DAYA TARIK WISATA CILETUH-PELABUHAN RATU UNESCO GLOBAL GEOPARK

Mohon memberi tanda silang (X) pada pilihan yang tersedia sesuai dengan keadaan yang anda ketahui

1=sangat tidak penting

2=tidak penting

3=penting

4= sangat penting

Kuesioner

A.identitas Responden

1. Nama responden:

2.jenis kelamin:

Daftar pertanyaan

STRENGTH

1. Daya tarik alam berbasis Geologi internasional
2. Memiliki potensi alam keanekaragaman Hayati
3. Memiliki daya tarik produk
4. Keragaman budaya yang bernilai tinggi
5. Agrowisata terkenal dengan ciri khasnya
6. Adanya dukungan berbagai kebijakan dan program dalam mendorong pengembangan geopark

WEAKNESS

1. Masih terbatasnya pemahaman berbagai pihak tentang geopark
2. Masih rendahnya aksesibilitas menuju dan di dalam wilayah geopark
3. Masih rendahnya kuantitas dan kualitas amenities parawisata (prasarana umum,fasilitas umum, dan fasilitas parawisata)
4. Kelembagaan pengelola yang belum berperan secara optimal
5. Belum terdapat sistem yang jelas hampir seluruh geosait
6. Masih rendahnya sinergitas kebijakan dan program pengembangan geopark



## OPPORTUNITIES

1. Meningkatkan kunjungan wisatawan baik lokal maupun nasional.
2. ilmu pengetahuan dan penelitian
3. edukasi dan pemberdayaan masyarakat
4. berkembangnya suatu daerah dan membantu perekonomian masyarakat setempat
5. adanya bantuan dari pemerintah untuk pengembangan pariwisata.
6. Adanya peluang dan momentum pengembangan geopark di dunia

## THTEATS

1. potensi bencana alam
2. kurang pedulinya masyarakat sekitar tentang pentingnya pelestarian alam.
3. partisipasi masyarakat masih rendah
4. Persaingan antar daerah wisata lain
5. Kondisi perubahan iklim terkait dengan abrasi
6. Pengaruh bagi kehidupan budaya dan adat dari luar



## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Inayati, T., Evianah, & Prasetya, H. (2018). Perumusan Strategi dengan Analisis SWOT pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus UMKM Produk Sepatu di Mojokerto, Jawa Timur). *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis Ke-3*, 217–231.
- Kartini, R. A. (2021). Analisis Swot Terhadap Storynomics Tourism Sebagai Strategi Promosi Pariwisata (Studi Kasus Kawasan Wisata Kali Cisadane, Kota Tangerang, Banten, Indonesia). *Dynamic Management Journal*, 5(2), 58. <https://doi.org/10.31000/dmj.v5i2.5639>
- Lestari, L., & Tripalupi, L. E. (2021). Analisis SWOT Potensi dan Daya Tarik Wisata Osing Kemiren Dalam Rangka Pengembangan Desa Adat Osing Kemiren Kecamatan Glagah Kabupaten Banyuwangi Tahun 2021. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(2), 328. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v13i2.35511>
- Mahendrayani, I. G. A. P. S., & Suryawan, I. B. (2018). Strategi Pemasaran Daya Tarik Wisata Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Sangah Kabupaten Badung Provinsi Bali. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 5(2), 240. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2017.v05.i02.p09>
- Novitaningtyas, I., Achsa, A., & Rahardjo, B. (2020). Strategi Pemasaran Desa Brajan Menuju Desa Wisata Mandiri. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(3), 591–601. <https://doi.org/10.17358/jabm.6.3.591>
- Prayudi, D., & Yulistria, R. (2020). Penggunaan Matriks SWOT dan Metode QSPM pada Strategi Pemasaran Jasa Wedding Organizer: Studi Kasus pada UMKM Gosimplywedding Sukabumi. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 225. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.516>
- Rahmawati, Y. D., Rahayu, A., Dirgantari, P. D., & Nandi, N. (2021). Marketing Strategy of Geopark Ciletuh Palabuhanratu Tourist Attraction. *Jurnal Geografi Gea*, 21(1), 26–37. <https://doi.org/10.17509/gea.v21i1.30618>
- Riyanto, D. Y., & Fianto, A. Y. A. (2022). Strategi Analisis Swot Sebagai Pengembangan

- Wisata Ekowisata Clungup Mangrove Conservation Malang. *Jurnal Ilmiah Scroll: Jendela Teknologi Informasi*, 9(2), 103–110.  
<https://doi.org/10.30640/ejournalscroll.v9i2.242>
- Rudiyanto, R., & Hutagalung, S. (2021). Analisis Swot Gua Batu Cermin Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Manggarai Barat. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2).
- Savitri, C. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Ayam Geprek “The Crunch” Di Kabupaten Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 4(1), 163–184.  
<https://doi.org/10.36805/manajemen.v4i1.479>
- Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2016). Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53.  
<https://doi.org/10.21776/ub.industria.2016.005.01.6>
- Smoothing, E., & Ciletuh, G. (2023). *Penelitian deskriptif ialah suatu penelitian yang berusaha menjawab permasalahan yang ada berdasarkan data-data . Proses analisis dalam penelitian deskriptif yaitu ,* 5(1), 165–169.
- Syifa, A. (2023). *Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Daya Tarik Makam Keramat Solear , Kabupaten Tangerang , dalam Meningkatkan Minat Kunjung Wisatawan.* 2, 80–89.
- Yulianto, A., & Hari Putri, E. D. (2021). Strategi Pengembangan Daya Tarik Untuk Mendukung Promosi Desa Wisata Puspoardi Yogyakarta. *Jurnal Pariwisata*, 8(1), 51–62. <https://doi.org/10.31294/par.v8i1.10125>
- Zahrani, N., & Mubarak, A. (2022). Analisis Swot Untuk Strategi Pengembangan Objek Wisata Geopark Silokek Di Nagari Silokek Oleh Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Sijunjung. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 5(1), 387–393.