BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait penentuan prioritas strategi pengembangan pariwisata yaitu menganalisis matriks IFE dan EFE, dilanjutkan dengan tahap penyesuaian dengan menggunakan matriks SWOT, kemudian dilakukan tahap terakhir pengambilan keputusan dengan menggunaka QSPM, setelah semua tahap dilakukan pengumpulan, pengolahan data dan analisis maka dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Berdasarkan hasil pengolahan data faktor internal-eksternal utama perusahaan menggunakan matriks SWOT menunjukkan posisi pada kuadran I, yaitu Growth (konsentrasi melalui integrasi vertikal), maka strategi yang tepat untuk diterapkan adalah untuk memiliki posisi kompetitif mendukung strategi pertumbuhan agresif
2. Berdasarkan posisi yang diusulkan di SWOT, hasil dari usulan strategi yang dibuat berdasarkan analisis matriks SWOT yaitu, yaitu:
   a. Pengembangan prasarana umum, fasilitas umum, dan fasilitas pariwisata serta membangun dan mengadakan aksebilitas wisata
   b. Pengembangan wisata minat khusus, khususnya menawarkan suasana pedesaan dan budaya (paket desa wisata dll)
   c. Meningkatkan kerjasama antara stakeholder dalam mengembangkan potensi wisata
   d. Membangun dan memperbaiki sarana dan pemeliharaan prasarana pariwisat

e. Melaksanakan pemberdayaan masyarakat di bidang pariwisata untuk mendorong serta berpartisipasi untuk SDM yang berkualitas
f. Penyuluhan sadar wisata untuk implementasi sapta pesona kepada pengelola dan masyarakat
g. Mengoptimalkan potensi wisata bahari untuk pengembangan ekowisata berbasis konservasi
h. Menigkatkan promosi dan memperbaiki program pengembangan yang terarah untuk pengembangan obyek wisata
i. Melakukan pengawasan secara berkesinambungan serta pemeliharaan fasilitas yang telah ada di lokasi wisata
j. Pengembangan "early warning system" untuk bencana alam

3. Berdasarkan analisis matriks QSPM dari 10 usulan strategi yang dihasilkan dari matriks SWOT, terpilih 3 strategi terbaik dengan skor TAS tertinggi yaitu; Membangun dan memperbaiki sarana dan pemeliharaan prasarana pariwisata, Pengembangan "early warning system" untuk bencana alam, serta Meningkatkan kerjasama antara stakeholder dalam mengembangkan potensi wisata

5.2 Saran

Berdasarkan kseimpulan pada penelitian ini, maka dapat disarankan sebagai berikut:

1) Diharapkan kepada pemerintah yaitu Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten serta pengelola wisata dapat bekerjasama dengan baik untuk pengembangan Wisata Hiu Paus Botubarani

2) Bagi peneliti selanjutnya perlu melakukan penelitian yang sama dengan objek dan sampel yang berbeda, untuk memperkuat hasil penelitian ini agar lebih akurat
3) Secara berkala mengevaluasi strategi yang diterapkan perusahaan dan memperbaiki strategi-strategi yag sudah tidak relevan

DAFTAR PUSTAKA

Amirin Tatang. (2005). "Model-model Perencanaan Strategik". J*urnal Manajemen Pendidikan*. 1(1):24-36

Andayani, Ni Luh Henny. (2014). *Manajemen Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Penebit Graha Ilmu

Cristina Ratu. (2016). "Strategi Pemasaran Desa Wisata Blimbingsari Kabupaten Jembrana". *Jurnal destinasi Pariwisata*. 4(1):60-67

David Hunger dan Thomas L.Wheelen. (2012). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi

Haryati, H. (2020). "Penerapan Analisis SWOT terhadap Strategi Pemasaran pada BTN Syariah KCP". *Skripsi* Institut Agama Islam Negeri: Parepare

Juwono, O. (2012). "Analisis Manajemen Strategik Perusahaan Waralaba (Franchise) (Studi Kasus di Restoran Cepat Saji McDonald's". *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 1(1):1– 21.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip PEMASARAN Principle of Marketing*. Erlangga: Jakarta

Nawawi, H. (2012). *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan, Dengan Ilustrasi Di Bidang Pendidikan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press

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.

Putri, N. E., Astuti, R., & Putri, S. A. (2014). "Menggunakan Analisis Swot dan Metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matriks) (Studi Kasus Restoran Big Burger Malang) Plan of Restaurant Development Strategy Using Swot Analysis and Qspm (Quantitative Strategic Planning Matrix Methods Case)". Jur*nal Industri*, 3(2):93–106 .

Purba Rido Pujima Eli Chandra dan Kusumadmo. (2015). "Analisis Staregi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode QSPM(Quantitive Strategic Planning Matrix) Di Nimco Indonesia" .*Journal Universitas Atma Jaya*: 2-11

Ratu, C., & Adikampana, I. M. (2016). "Strategi Pemasaran Desa Wisata Blimbingsari Kabupaten Jembrana". Jur*nal Destinasi Pariwisata*, 4(1):60

Shidiq, U., & Choiri, M. (2019). "Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan". In Journal of Chemical Information and Modeling. 53(9)

Siswahto, E. (2019). *Analisis Input Output*: Sektor Pariwisata Provinsi Sulawesi Utara. .

Susanthi, P. R. (2017). "Analisisi Lingkungan Internal dan eksternal dalam Mencapai Tujuan Perusahaan". J*urnal Elektronik*, 1(1): 30–42.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta

Wayan Ray, R. I. (2019). "Perencanaan Manajemen Strategis dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Kasus pada KRL Commuter Line Bogor-Jakarta)". *Business Management Journal*, 14(2): 137–153