

ABSTRAK

Sumenep memiliki beragam wisata sehingga dijuluki sebagai ikon wisata di Madura. Salah satunya ada Water Park Sumekar (WPS) sebagai wisata buatan dari pusat Kota Sumenep sekitar 500 meter dengan lahan seluas ± 2 hektar dengan beragam wahana diantaranya mini zoo, kereta mini, *water bikes*, *flying fox*, *stage*, mushollah, biang lala, istana kelinci, museum ambarawa, *water boom*, jendela awan, kupu-kupu, kantin, kazebo, kolam renang, aula, mandi bola dan rumah tarzan. Jumlah pengunjung yang tercatat oleh WPS dari awal tahun hingga akhir tahun 2019 hanya 47.58 pengunjung / tahun. Hal tersebut jauh dari target sebesar 109.500 pengunjung / tahun. Tidak terpenuhinya pengunjung disebabkan oleh beberapa faktor antara lain.

Untuk menyelesaikan permasalahan itu dilakukan metode analisis SWOT dan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Tujuan analisis SWOT untuk membantu perusahaan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan serta mengambil keputusan setelah mengetahui positif dan negatif yang dimiliki perusahaan baik dari dalam atau luar perusahaan. Setelah mengetahui kondisi perusahaan kemudian menggunakan metode AHP untuk mengetahui alternatif apa yang terbaik dilakukan untuk meningkatkan jumlah pengunjung di wisata WPS dengan bobot tertinggi. Jenis penelitian yang digunakan menggunakan penelitian kuantitatif dan kualitatif. Pengumpulan data dengan cara observasi lapangan, wawancara dan kuesioner pada responden yang ahli dibidangnya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan alternatif yang paling prioritas atau yang memiliki bobot tertinggi untuk meningkatkan jumlah pengunjung di wisata Water Park Sumekar (WPS) adalah alternatif 1 dengan nilai bobot sebesar 0,441.

Kunci : Water Park Sumekar (WPS), analisis SWOT, *Analytical Hierarchy Process* (AHP)

ABSTRACT

Sumenep has a variety of tours so it is dubbed as a tourist icon in Madura. One of them is Sumekar Water Park (WPS) as an artificial tour from the center of Sumenep City about 500 meters with an area of ± 2 hectares with a variety of rides including mini zoo, mini train, water bikes, flaying fox, stage, mushollah, prickly lala, rabbit palace , the ambarawa museum, water boom, window clouds, butterflies, canteens, kzebos, swimming pools, halls, ball showers and tarzan houses. The number of visitors recorded by WPS from the beginning of the year to the end of 2019 was only 47.58 visitors / year. This is far from the target of 109,500 visitors / year. Non-fulfillment of visitors is caused by several factors, among others.

To solve this problem, SWOT analysis and Analytical Hierarchy Process (AHP) methods are used. The purpose of the SWOT analysis is to help the company know the factors that influence planning and make decisions after knowing the positives and negatives of the company both from inside or outside the company. After knowing the company's condition, then using the AHP method to find out what alternatives are best done to increase the number of visitors on WPS tours with the highest weight. This type of research used quantitative and qualitative research. Data collection by means of field observations, interviews and questionnaires to respondents who are experts in their fields. The results of this study indicate that the alternative Analytical Hierarchy Process that has the highest priority or has the highest weight to increase the number of visitors in the Sumekar Water Park (WPS) tour is alternative 1 with a weight value of 0.441.

Keywords: Sumekar Water Park (WPS), SWOT analysis, Analytical Hierarchy Process (AHP)