

ABSTRAK

Dunia pariwisata saat ini sedang mengalami kenaikan seiring mulai menurunnya wabah Covid-19. Masyarakat sudah cenderung bosan berada dirumah dalam jangka waktu yang cukup lama. Wisata Adventure Land Romokalisari Surabaya merupakan sebuah objek wisata baru yang bertemakan wisata keluarga dan edukasi alam. Sebuah pariwisata mempunyai peranan yang cukup penting dalam pertumbuhan dan peningkatan ekonomi bagi warga sekitar. Untuk meraih sebuah kesuksesan terhadap sebuah pengembangan wisata dibutuhkan perencanaan analisis strategi dan pada penelitian ini menggunakan dua metode analisis yaitu SWOT dan QSPM. Tahapan awal dimulai dengan melakukan analisis SWOT terhadap faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang ada pada objek wisata. Hasil dari analisis SWOT ini diperoleh strategi SO (*Strength, Opportunities*) dengan diagram *matrix space* berada pada kuadran I yang bernilai x,y (0.378,0.147). Selanjutnya dilakukan perhitungan menggunakan metode QSPM untuk menilai dan menentukan prioritas strategi yang paling efektif. Hasil perhitungan QSPM diperoleh strategi 4 sebagai urutan pertama yaitu Memberikan pelatihan bagi warga sekitar untuk peningkatan keahlian yang berdampak terhadap pengembangan objek wisata dengan nilai TAS sebesar 13,24. Pemberian pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan keahlian serta bermanfaat bagi warga sekitar.

Kata kunci : Strategi pengembangan, Wisata, SWOT, QSPM

ABTRACT

The tourism industry is currently experiencing an increase as the Covid-19 pandemic begins to subside. People have grown tired of staying at home for an extended period. Adventure Land Romokalisari Surabaya, a new tourist attraction, offers a family-themed and nature education-based experience. Tourism plays a significant role in the growth and economic improvement of the surrounding community. To achieve success in tourism development, strategic planning and analysis are crucial. This research utilizes two analysis methods, namely SWOT and QSPM. The initial step involves conducting a SWOT analysis to assess the internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) of the tourist attraction. The SWOT analysis resulted in an SO (Strengths, Opportunities) strategy, with the matrix space diagram placed in quadrant I, with values of x, y (0.378, 0.147). Subsequently, the QSPM method is employed to evaluate and determine the priority of the most effective strategies. The QSPM calculation revealed that Strategy 4 was ranked first, which involves providing training to the local community to enhance skills that would positively impact the development of the tourist attraction, with a TAS value of 13.24. Offering training is expected to elevate the skills of the locals and bring benefits to the surrounding community.

Keywords: Development strategy, Tourism, SWOT, QSPM