

ABSTRAK

Pariwisata merupakan salah satu penyumbang devisa terbesar di Indonesia. Daya Tarik Wisata adalah perusahaan berbasis jasa, dimana kualitas pelayanan dan fasilitas menjadi faktor penentu dalam pencapaian target. *Output* yang diharapkan dari penelitian ini untuk Memilih alternatif apa yang paling prioritas atau yang memiliki bobot tertinggi untuk meningkatkan jumlah wisatawan di wisata Pulau Gili Labak. Adapun metode yang digunakan adalah analisis SWOT yaitudengan mengidentifikasi beberapa faktor dari perusahaan dalam memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman bersamaan dan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) adalah metode yang digunakan untuk analisis pengambilan keputusan pada masalah yang terdapat banyak kriteria, perencanaan, penentuan prioritas dari strategi-strategi yang dimiliki pada situasi konflik dengan cara memahami kondisi sistem dan membantu melakukan prediksi pada saat mengambil sebuah keputusan. Pada hasil perhitungan metode SWOT didapatkan empat alternative, alternatif 1 yaitu membuat kartu keanggotaan untuk pengunjung sehingga harga tiket masuk lebih murah sehingga membuat pengunjung tertarik, alternatif 2 yaitu memperbanyak petunjuk arah menuju tempat untuk mempermudah dan memperkenalkan wisata gili labak, alternatif 3 yaitu memaksimalkan promosi dengan memanfaatkan pelatihan kepada pihak masyarakat dan dunas pariwisata dengan menjalin baik pihak hote, biro travel, dll, dan alternatif 4 yaitu dinas pariwisata membatu melakukan pemasaran dan pengembangan wisata gili labak dengan memberikan infoemasi seputar wisata untuk lebih dikenal oleh masyarakat maupun nusantara. Berdasarkan metode AHP alternatif yang paling prioritas atau yang memiliki bobot tertinggi untuk meningkatkan jumlah pengunjung di wisata pulau gili labak adalah alternatif 4 dengan nilai bobot sebesar 0,291. Sedangkan prioritas kedua yaitu alternatif 1 dengan nilai bobot sebesar 0,285 dan prioritas ketiga yaitu alternatif 3 dengan nilai bobot sebesar 0,240 dan prioritas ke empat yaitu alternatif 2 dengan nilai bobot sebesar 0,136.

Kata Kunci : Kepuasan Pengunjung, Analisis Swot, Analytical Hierarchy Process (AHP)

ABSTRACT

Tourism is one of the largest foreign exchange earners in Indonesia. Tourist Attractions is a service-based company, where the quality of service and facilities is a determining factor in achieving targets. The output expected from this study is to choose what alternatives are the most priority or have the highest weight to increase the number of tourists on Gili Labak Island tourism. The method used is a SWOT analysis, which identifies several factors from the company in maximizing strengths and opportunities and minimizing weaknesses and threats simultaneously and the Analytical Hierarchy Process (AHP) method is a method used for analysis of decision making on problems with many criteria, planning, determination the priority of the strategies that are owned in conflict situations by understanding the condition of the system and helping make predictions when making a decision. In the calculation results of the SWOT method, four alternatives are obtained, alternative 1 is making membership cards for visitors so that the entrance ticket price is cheaper so that visitors are interested, alternative 2 is increasing directions to the place to make it easier and introducing Gili Labak tourism, alternative 3 is maximizing promotion by take advantage of training to the community and the tourism dumas by establishing good relations with the hotel, travel agency, etc., and alternative 4, namely the tourism office helping to do marketing and development of Gili Labak tourism by providing information about tourism to be better known by the public and the archipelago. Based on the AHP method the most priority alternative or the one that has the highest weight to increase the number of visitors on the island tour of Gili Labak is alternative 4 with a weight value of 0.291. While the second priority is alternative 1 with a weight value of 0.285 and the third priority is alternative 3 with a weight value of 0.240 and the fourth priority is alternative 2 with a weight value of 0.136.

Keywords: Visitor Satisfaction, Swot Analysis, Analytical Hierarchy Process (AHP)