STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA LINJUANG MELALUI PENDEKATAN ANALISIS SWOT

Endarwita
SekolahTinggi Ilmu Ekonomi Pasaman
E-mail:endarwati@gmail.com

Abstract : *This study aims to analyze external and internal factors in the form of strengths, weaknesses, opportunities and threats in the development of Linjuang tourism objects in Lubuk Sikaping, Pasaman Regency, West Sumatra. After the analysis is carried out, a development strategy is formulated by minimizing weaknesses and threats and then maximizing the existing strengths and opportunities. This study uses a descriptive qualitative research method using SWOT analysis tools (Strengths, Weaknes, Opportunities, Threats). Data collection techniques through literature study, observation and interviews with owners, communities and visitors of Linjuang tourism objects. Based on the results of the study, it is concluded that the strategy for developing Linjuang tourism objects, among others, is by completing facilities and markets such as toilets, prayer rooms and parking locations as well as maintenance of tourist attraction areas, then promoting tourism objects through online and print media and involving the government, private sector and the community in management. tourist attraction.*

Keywords: *Development Strategy, SWOT Analysis, Tourism*

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi yang sangat bagus di bidang pariwisata. Indonesia memiliki keindahan alam yang sangat luar biasa yang sangat bagus seperti keindahan pantai, air terjun serta pemandangan di dataran tinggi yang tak kalah menakjubkan. Sektor pariwisata ini sangat berpeluang untuk meningkatkan pertumbuhan perekonomian masyarakat dalam mendapatkan kesempatan kerja, pendapatat masyarakat, taraf hidup dan sektor perekonomian lainnya. (Rahmasari & Pudjowati, 2017)

Sektor pariwisata saat ini sudah menjadi trend dan kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat. (Adinugraha et al., 2018)Kegiatan ini dapat membuat seseorang menghilangkan kejenuhan dan menyegarkan fikiran agar dalammengahadapi setiap rutinitas lebih bersemangat lagi. Kabupaten Lubuk Sikaping merupakan daerah yang banyak perbukitan dan ini dimanfaatkan untuk sektor pariwisata yang terletak di provinsi sumatera Barat.(Purnama & Badri, 2020) Salah satunya objek wisata yang ada di lubuk sikaping yaitu linjuang. Objek Wisata linjung merupakan tempat wisata yang berada di daerah perbukitan yang dengan pesona alamnya yang sangat indah dengan pemandangan kebun bunga yang warna warni yang menyejukkan mata memandang dan tempat untuk berfoto bagi pengunjung yang ingin mengabadikan wisatanya (Endarwita, 2020).

Gambar 1. Taman bunga wisata Linjuang

Kawasan wisata Linjuang sangat asri selain taman bunga tempat wisata ini juga ditumbuhi pohon-pohon yang menambah indahnya suasana dan menambah sejuk udara disekitar yang dapt membuat pengnjung betah berlama-lama di taman bunga

Gambar 2. Taman bunga wisata Linjuang

Wisata linjuang juga menyediakan tempat penginapan bagi pengunjung yang ingin lebih lama menikmati keindahan alam disekitar kawasan objek wisata. Pada kawasan wisata Linjuang dialiri oleh sungai-sungai kecil dengan air yang bersih diantara taman-taman bunga yang indah.

Gambar 3. Taman bunga dan penginapan wisata Linjuang

Wisata Linjuang ini akhir-akhir ini menjadi tujuan untuk berwisata oleh masyarakat, namun tempat wisata ini masih perlu perhatian dalam pengembangannya. Jika objek wisata ini mendapatkan perhatian lebih maka akan sangat bagus dalam menunjang perekonomian masyarakat. Maka dalam pengembangannya diperlukan manajemen strategi yang baik dan tepat. Menurut (Melayu, 2016) manajemen merupakan ilmu dan seni dalam mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan menurut (Fred, 2011) dalam (Sudrajat & Widiatmi, 2020) strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Untuk mencapai tujuannya pihak pengelola wisata harus menjalankan manajemen strategik yang baik

seperti yang dijelaskan oleh (Fred, 2011) manajemen strategi merupakan seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memapukan sebuah organisasi mencapainya. Manajemen strategi ini bertujuan untuk mengeksploitasi serta menciptakan berbagai peluang baru danberbeda untuk perencanaan jangka panjang dan beusaha untuk mengoptimalkan tren-tren saat ini untuk masa yang akan datang(Irianina, 2017). Dengan diterapkanya manjemen strategi ini menurut (Fred, 2011) akan memberikan manfaat dalam membantu organisasi merumuskan strategi-strategi yang lebih baik melalui penggunaan pendekatan terhadap pilihan strategi yang lebih sistematis. Dengan menerapkan strategi yang tepat dan dan memanfaatkanpeluang yang ada(Fitriana, 2018) (Rizkianto & Topowijono, 2018) maka sebuah usaha akan dapat dipertahankan dan dikembangkan lebih baik lagi, hal ini tentunya menjadi sangat penting dan memiliki arti dalam mempertahankan usaha dan menghasilkan kinerja yang baik (Yuliza & Basri, 2018)

Untuk itu perlu dilakukan analisis mengenai potensi dan pengembangan strategi objek wisata ini. Maka dilakukan kajian tentang kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dikenal dengan anlisis SWOT untuk merumuskan strategi yang akan dikembangkan. Menurut (Kristanto et al., 2017) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengts*) dan peluang (*oportunities*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan *(weakness)* dan ancaman *(threats).* (Saputra & Rodhiyah, 2016). Keputusan strategis perusahaan perlu dipertimbangkan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. (Hermawan, 2017).

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan pada objek wisata Linjuang di Kabupaten Pasaman, Lubuk Sikaping.

Jenis dan Sumber Data

1) Data Primer
   Data primer adalah data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original, (Kuncoro, 2004) dalam (Kasam & Astuti Permatasari, 2017). Data primer di peroleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan dengan dinas terkait, tokoh masyarakat dan pengunjung.
2) Data Skunder
   Menurut Kuncoro (2004) Data sekunder adalah data yang biasanya telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data (Hariansyah, n.d.). Data sekunder diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain, atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip yang dipublikasikan atau tidak. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa studi kepustakaan baik berupa buku, jurnal-jurnal dan dokumen lainnya yang terdapat kaitannya dengan materi kajian

Metode Analisis Data

Metode analisa data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menggunkaan analisis SWOT. Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) atau dikenal pula dengan nama K3A (kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman) merupakan suatu metoda untuk merumuskan dan menerapkan strategi objek wisata linjuang untuk mencapai misi dan

tujuannya. Analisis SWOT dilakukan karena suatu organisasi terlibat dalam berbagai keadaan lingkungan yang dinamis sehingga pengaruh lingkungan terhadap keberhasilan objek wisata linjuang sangat dominan.

Analisis SWOT dilakukan dengan cara mengidentifikasi berbagai lingkungan, baik lingkungan internal yang berupa kekuatan dan kelemahan objek wisata linjuang dalam melakukan persaingan maupun lingkungan eksternal yang berupa peluang dan ancaman.

Analisis Kekuatan dan Kelemahan

Analisis ini menitik beratkan pada bagian internal objek wisata Linjuang. Pengidentifikasian terhadap kekuatan dan kelemahan yang terdapat dalam objek wisata linjuang harus dilakukan, karena dengan mengetahui setiap kekuatan dan kelemahan tersebut maka tingkat kekuatan persaingan objek wisata linjuang dapat diketahui.

Kekuatan merupakan dasar bagi pelaksanaan kegiatan objek wisata Linjuang, sedangkan kelemahan muncul sebagai faktor yang membatasi serta mencegah manajemen untuk merealisasikan potensi yang sesungguhnya. Kelemahan ini kadang-kadang tidak disadari keberadaannya. Oleh karena itu kelemahan bukan saja harus diidentifikasi tetapi harus diikuti oleh kesiapan pihak manajemen untuk menerima kenyataan bahwa objek wisata linjuang memiliki kelemahan. Dalam hal ini suasana yang terbuka dalam mengidentifikasi kelemahan objek wisata linjuang akan sangat membantu sekali.

Penelitian kelemahan dan kekuatan secara objektif akan timbul disebabkan oleh banyaknya kasus kegagalan serta keberhasilan seperti keberhasilan dalam melakukan kebijaksanaan, prosedur, implementasi, strategi dan teknik yang pernah dilakukan oleh objek wisata linjuang. Sementara itu kondisi lingkungan terus berubah sehingga kebijaksanaan yang digunakan pada masa lalu akan menghadapi tantangan yang baru dan berbeda pula.

Banyak kelemahan-kelemahan suatu objek wisata linjuang yang tidak mudah diatasi sehingga memerlukan upaya penanganan yan terencana dan terus-menerus. Beberapa kelemahan mungkin dapat diperbaiki dengan mudah, tetapi kelemahan-kelemahan lain yang mungkin perlu penanganan yang terencana dan terus-menerus. Beberapa kelemahan mungkin dapat diperbaiki dengan mudah, tetapi kelemahan-kelemahan lainnya mungkin perlu penanganan yang lebih lama.

Analisis Peluang dan Ancaman

Peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor yang datang dari lingkungan eksternal objek wisata linjuang. Dalam kenyataannya kita akan mengalami kesukaran untuk membedakan kekuatan dari peluang dan kelemahan dari ancaman. Peluang menunjukan kondisi lingkungan yang kita harapkan mempunyai dampak yang menguntungkan bagi objek wisata linjuang, sedangkan ancaman menunjukan kekuatan yang datang dari lingkungan eksternal yang menimbulkan kerugian bagi objek wisata linjuang seperti kerugian dalam pelaksanaan program kerja, mencegah pencapaian sasaran atau merusak strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.Adapun Langkah-langkah untuk melakukan analisis SWOT adalah sebagai berikut:

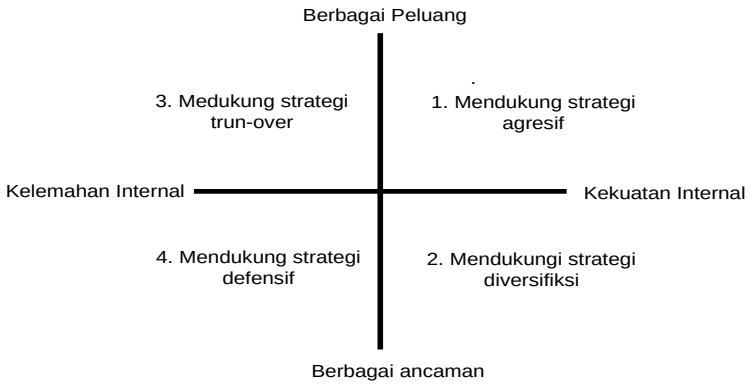
- Identifikasi karakteristik perusahaan
- Identifikasi kekuatan dan kelemahan
- Identifikasi peluang dan ancaman
- Menentukan faktor-faktor kunci kesuksesan

- Identifikasi besarnya hubungan antara lingkungan internal dan eksternal
- Merencanakan strategi yang akan dilakukan

SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportinuties* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan faktor eksternal peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dengan faktor internal kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*).

Tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Identifikasi aspek-aspek yang akan dinilai dalam suatu organisasi.
2. Susun instrumen untuk melakukan assessment/pembobotan.
3. Lakukan pembobotan berdasarkan kondisi seobjektif mungkin.
4. Hitung bobot keseluruhan, tarik kesimpulan dan susun langkah berdasarkan hasil analisis



Gambar 4 Analisis SWOT

Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat mengutungkan perusahaan tersebut dalam memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kodisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth rietd strategy*).

Kuadran 2 : Perusahaan mengalami peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak ia menghadapi beberapa kendala / kelemahan internal fokus. Strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 3 : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal

Kuadran 4 : Meskipun menghadapi beragai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk / pasar).

Matriks SWOT

*Strengths-Weaknesses-Opportinitie*s-*Threats* (SWOT) Matrix merupakan alat pembanding yang penting untuk membantu para manager mengembangkan empat strategi. (Lesmana & Hasbiyah, 2019)Keempat tipe strategi yang dimaksud adalah :

- SO Strategis (SO = *Strength-Opportunity*)
- WO Strategis (WO = *Weaknesses-Opportunity*)
- ST Strategis (ST = *Strength-Threats*)
- WT Strategis (WT = *Weaknesses-Threats*)

Memperhatikan faktor-faktor eksternal dan internl yang utama merupakan bagian yang paling sulit dalam SWOT Matrix selain itu juga membutuhkan keputusan yang baik, sementara tidak ada satupun alat pembanding yang paling baik. Delapan tahap dalam membentuk SWOT Matrix:

1) Buat daftar peluang kunci eksternal perusahaan
2) Buat daftar ancaman kunci eksternal perusahaan
3) Buat daftar kekuatan kunci internal perusahaan
4) Buat daftar kelemahan kunci internal perusahaan
5) Cocokkan kekuatan-kekuatan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasil dalam sel **SO** Strategies
6) Cocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasil dalam sel **WO** Strategies
7) Cocokkan kekuatan-kekuatan internal dan ancaman eksternal dan catat hasil akhirnya disel **ST** Stratregies
8) Cocokan kelemahan-kelemahan internal dan ancaman eksternal dan catat hasilnya di sel **WT** Strategies.

Tabel 1. Matrik SWOT

Internal / Eksternal	STRENGHT-**S** Catatan kekuatan-kekuatan internal perusahaan	WEAKNESES-**W** Catatlah kelemahan-kelemahan internal perusahaan
OPPORTUNITIES-**O** Catatlah peluang-peluang eksternal perusahaan	**SO** strategis Ciptakan strategiyang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	**WO** strategis Ciptakan strategiyang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
TRHEATS-**T** Catatlah ancaman-ancaman eksternal perusahaan	**ST** strategis Ciptakan strategiyang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	**WT** strategis Strategiyangmeminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Keterangan dari matriks SWOT diatas :

1) Strategi SO (*Strength and Threat)*.

   Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2) Strategi ST (Strength and Threats).

   Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

3) Strategi WO (Weakness and Opportunity).

   Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4) Strategi WT (Weakness and Threats).

   Strategi ini berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan merupakan strategi yang dikembangkan untuk objek wisata linjuang dengan menganalisis faktor-faktor yang ada. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran pada objek wisata Linjuang.Analisis ini didasarkan padalogika yang dapa tmemaksimalkan Kekuatan/ *Strength*dan Peluang/ *Opportunities, namun* secara bersamaan dapat meminimalkan Kelemahan/ *Weakness*dan Ancaman/*Threat.* Berdasarkan analisis deskriptif identifikasi kondisiinternaldan eksternalobjek wisata linjuangyang diperoleh berikut ini:

Tabel 2. Faktor Internal objek wisata linjuang

Faktor Internal	
Kekuatan	Kelemahan
- Keindahan objek wisata	- Masih minim toilet dan musholla
- Kondisi jalan yang bagus	- Belum tersedia transportasi khusus
- Situasi yang amandan nyaman	- Kurang terawatnya linkungan objek wisata
- Udara yang sejuk dan asri	- Belum ada peta penunjuk arah
- Tersedia taman bermain untuk anak-anak	- Tempat parkir yang masih minim
- Terdapat penginapan	- Kurangnya promosi wisata

Tabel 3. Faktor Eksternal objek wisata linjuang

Faktor Ekernal	
Peluang	Ancaman
- Lokasi strategis	- Adanya objek wisata lain
- Tersedianya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar	- Rusaknya lingkungan akibat pengembangan yang kurang memperhatikan lingkugan
- Tinginya minat wisata dari masyarakat	- Bencana alam seperti longsor
- Tiket masuk	- Kondisi cuaca yang tidak menentu

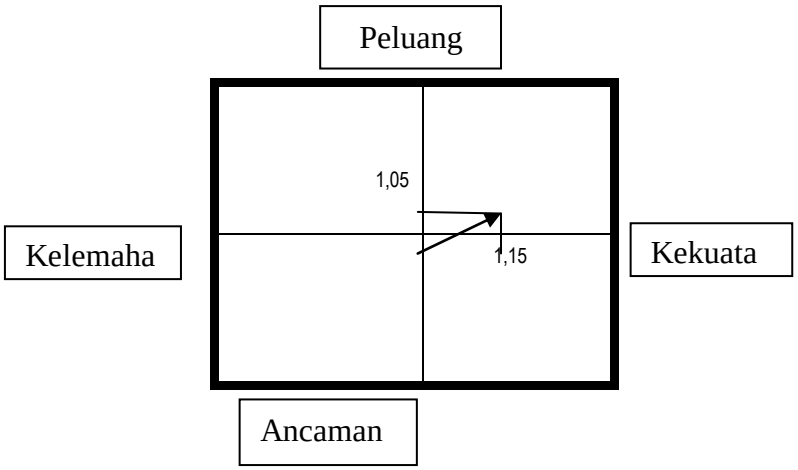
Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa ada beberapa faktor pada lingkungan ekternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan pada objek wisata linjuang, kemuadian juga beberapa faktor pada lingkungan eksteral berupa peluang dan ancaman, kemudian lakukan penyusunan instrumen untuk melakukan assessment/pembobotan sebagai berikut:

Tabel 4. Pemecahan Masalah Dengan Analisis SWOT

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
1. Keindahan objek wisata	0,10	5	0,5
2. Kondisi jalan yang bagus	0,10	3	0,3
3. Situasi yang amandan nyaman	0,10	2	0,2
4. Udara yang sejuk dan asri	0,20	4	0,8
5. Tersedia taman bermain untuk anak-anak	0,05	2	0,1
6. Terdapat penginapan	0,10	3	0,3
Sub Total	0,65		2,2
Kelemahan			
1. Masih minim toilet dan musholla	0,05	2	0,1
2. Belum tersedia transportasi khusus	0,10	3	0,3
3. Kurang terawatnya lingkungan objek wisata	0,10	4	0,4
4. Belum ada peta penunjuk arah	0,05	2	0,1
5. Kurangnya promosi wisata	0,05	3	0,15
Sub Total	0,35		1,05
Total	1,00		1,15

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
1. Lokasi strategis	0,20	5	1
2 Tersedianya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar	0,15	4	0,6
3 Tinginya minat wisata dari masyarakat	0,15	3	0,45
4 Tiket masuk	0,10	2	0,2
Sub Total	0,60		2,25
Ancaman			
1. Adanya objek wisata lain	0,10	3	0,3
2. Rusaknya lingkungan akibat pengembangan yang kurang memperhatikan lingkugan	0,15	4	0,6
3. Bencana alam seperti longsor	0,10	2	0,2
4. Kondisi cuaca yang tidak menentu	0,05	2	0,1
Sub Total	0,40		1,2
Total			1,05

Dari tabel diatas dapat ditentukan posisi objek wisata linjuang sebagai berikut:
S-W = 2,2 – 1,05 = 1,15
O-T = 2,25– 1,2 = 1,05



Gambar 5. Posisi Obek Wisata Linjuang pada Diagram SWOT

Dari diagram diatas dapat mennjukkan bahwa objek wisata Linjuang berada pada kuadran I, ini berarti bahwa objek wisata Linjuang sangat menguntungkan dengan berbagai kekuatan dan peluang yang dimilikinya jika dapat dimanfaatkan dengan maksimal. Pada posisi ini strategi yang tepat diterapkan pada objek wisata Linjuang adalah dengan mendukung kebijakan strategi yang agresif. Objek wisata ini juga memiliki berbagai kelemahan dan acaman,namun jika

kekuatan yang dimiliki dan peluang yang adadimanfaatkan sebaik mungkin maka objek wisata linjuang akan terus berkembang lebih baik lagi.

Selanjutkan dilakukan pendekatan kalitatif dari matrix SWOT dengan beberapa strategi yang dapat dilakukan dalam pengembangan dan pegelolaan objek wisata Linjuang sebagai berikut :

1) Strategi S-O

Strategi S-O merupakan strategi yang dilakukan dengan memanfaatkan seluruh kekuatanuntuk merebutdanmemanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Berikut strategi yang dapat dilakukan :

a. Menarik Masyarakat untuk menikmati keindahan alam yang masih asri
b. Melakukankerjasama dengan dinas terkait mengenai penyediaan transportasi menuju objek wisata
c. Menawarkan objek wisata Linjuang dalam memfasilitasi berbagai acara atau seminar
d. Memberlakukan tiket masuk bagi setiap pengunjung yang ingin menikmati keindahan alam, dengan menerapkan ini maka akan dapat meningkatkan pendapatan.

2) Strategi S-T

Strategi S-T merupakan strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasiancaman yang ada, strategi yang dapat dilakukan antara lain sebagai berikut:

a. Mengajak dan menghimbau masyarakat sekitar untuk menjaga keindahan alam dan lingkungan
b. Menyediakan tenda tenda kecil untk tempat istirahat penunjung di saat hujan
c. Memperhatikan tanaman / pohon di sekitar objek wisata agar tetap aman dari bencana longsor
d. Bekerjasama dengan jasa pariwisata untuk menetapkan objek wisata linjuang sebagai kawasan tujuan tour atau wisata tujuan

3) Strategi W-O

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Beberapa strategi yang dapat dilakukan antara lain yaitu:

a. Melengkapi sarana dan prasarana untuk kenyamanan pengunjung
b. Melakukan pengelolaan dengan maksimal
c. Menyediakan tempat sampah organik dan an organik untuk menjaga kebersihan objek wisata dan sebaiknya menjalin kerjasama dengan dinas kebersihan agar kawasan objek wisata linjang tetap terjaga keindahan dan kebersihannya.
d. Lebih agresif melakukan promosi dan memberikan penawaran-penawara khusus untuk menarik pengunjung

4) Strategi W-T

Strategi ini diterapkan untuk meminimalisir kelemahan untuk mengantisipasi ancaman yang ada, beberapa strategi yang dilakukan adalah:

a. Melengkapi penunjuk arah di sekitar objek wisata
b. Melakukan promosi melalui media sosial yang ada saat ini
c. Mengajak masyaakat setempat untuk sama-sama menjaga lingkungan

Berdasarkan pendekatan secara kualitatif diatas maka strtaegi yang tepat diterapkan pada objek wisata Linjuang adalah strategi S-O. Strategi ini dilakukan dengan cara memanfaatkan

sebaik berbagai kekuatan yang dimiliki pada objek wisata Linjuang untuk merebut peluang yang tersedia saat ini.

4. KESIMPULAN

Berdasakan hasil dan pembahasan mengenai objek wisata Linjuang yang berada di Lubuk sikaping dengan menggunakan analisis SWOT, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1) Dari diagram diatas dapat menunjukkan bahwa objek wisata Linjuang berada pada kuadran I, ini berarti bahwa objek wisata Linjuang sangat menguntungkan dengan berbagai kekuatan dan peluang yang dimilikinya jika dapat dimanfaatkan dengan maksimal. Pada posisi ini strategi yang tepat diterapkan pada objek wisata Linjuang adalah dengan mendukung kebijakan strategi yang agresif
2) Objek wisata Linjuang memilki potensi yang bagus untuk dikembangkan selanjutnya
3) Objek wisata Linjuang mempunyai beberapa kelemahan yang sebaiknya dapat dikelola lebih baik lagi dan dapat perhatian yang lebih serius.

SARAN

Beberapa saran yang dapat diberikan antara lain:

1) Melengkapi sarana dan prasarana di lokasi wisata untuk memberikan kenyamanan kepada pengunjung.
2) Melakukan promosi yang lebih agresif agar objek wisata Linjuang semakin dikenal
3) Bekerjasama dengan dinas terkait mengenai pengadaan transportasi menuju kawasan objek wisata.

DAFTAR PUSTAKA

Adinugraha, H. H., Sartika, M., & Kadarningsih, A. (2018). Desa wisata halal: konsep dan implementasinya di Indonesia. *Human Falah*, *5*(1), 28–48.

Endarwita, E. (2020). PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGUNJUNG OBJEK WISATA LINJUANG DI KOTA LUBUK SIKAPING. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, *8*(3), 500–510.

Fitriana, E. (2018). Strategi pengembangan taman wisata kum kum sebagai wisata edukasi di kota palangkaraya. *Jurnal Pendidikan Geografi. Kajian, Teori, Dan Praktik Dalam Bidang Pendidikan Dan Ilmu Geografi Tahun*, *23*, 94–106.

Hariansyah, A. (n.d.). PERAN PEMERINTAH DALAM MENINGKATKAN POTENSI PARIWISATA GURUN PASIR DESA BUSUNG KABUPATEN BINTAN. *PERAN PEMERINTAH DALAM MENINGKATKAN POTENSI PARIWISATA GURUN PASIR DESA BUSUNG KABUPATEN BINTAN*.

Hermawan, H. (2017). *Pengembangan Destinasi Wisata pada Tingkat Tapak Lahan dengan Pendekatan Analisis SWOT*.

Irianina, B. (2017). *ANALISIS STRATEGI PERSAINGAN TOUR OPERATOR (Studi Pada Ourtrip1st Tour Operator di Malang)*. Universitas Brawijaya.

Kasam, K., & Astuti Permatasari, D. (2017). *MASTERPLAN KAWASAN PUSAT PEREKONOMIAN TERPADU YANG TERINTEGRASI DENGAN MITIGASI BENCANA GUNUNG MERAPI DAN PEMBUATAN DAN PEMASANGAN PAPAN NAMA PUSAT PEREKONOMIAN DI DESA GLAGAHARJO*.

Kristanto, T., Muliawati, E. C., Arief, R., & Hidayat, S. (2017). Strategi peningkatan omset UKM percetakan dengan pendekatan analisis SWOT. *SESINDO 9, 2017*.

Lesmana, R., & Hasbiyah, W. (2019). Model Analisis Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan Lokal Studi Kasus pada Objek Wisata Kepulauan Seribu Jakarta. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, *2*(3).

Melayu, S. P. (2016). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah.* Jakarta: Bumi Aksara.

Purnama, O., & Badri, H. (2020). Strategi pengembangan olahraga rekreasi di objek wisata puncak tonang kecamatan lubuk sikaping kabupaten pasaman. *JURNAL STAMINA*, *3*(12), 841–853.

Rahmasari, A., & Pudjowati, J. (2017). Strategi Pengembangan Desa Inovasi Pariwisata Kota Batu Dengan Local Economic Resources Development (LERD). *DEVELOP Jurnal Program Studi Ekonomi Dan Bisnis FEB UNITOMO Surabaya*, *1*(1), 1.

Rizkianto, N., & Topowijono, T. (2018). Penerapan konsep community based tourism dalam pengelolaan daya tarik wisata berkelanjutan (Studi pada Desa Wisata Bangun, Kecamatan Munjungan, Kabupaten Trenggalek). *Jurnal Administrasi Bisnis*, *58*(1), 20–26.

Saputra, M. R., & Rodhiyah, R. (2016). Strategi pengembangan wisata di kawasan Gunung Andong Magelang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *5*(4), 571–586.

Sudrajat, I. S., & Widiatmi, S. (2020). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BUAH NAGA (Hylocereus undatus) DI UD SABILA FARM KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA. *JURNAL ILMIAH AGRITAS*, *3*(2), 77–86.

Yuliza, M., & Basri, S. (2018, Nopember). Marketing Strategy of Dodol Singkong Malayan.*e-Jurnal Apresiasi Ekonomi, 6*(3), 253-261.