

**STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA
MONUMEN KAPAL SELAM SEBAGAI OBYEK WISATA
EDUKASI KEBAHARIAN**

DEWI MARIYANAH
Dosen Akademi Pariwisata Majapahit
Email:mariyanahdewi@gmail.com

Abstrak

Monumen Kapal Selam merupakan obyek wisata yang berwawasan bahari dan berlokasi di Jl. Pemuda. Lokasi ini sangat strategis, yakni di tengah kota Surabaya sehingga dapat dengan mudah dijangkau oleh pengunjung. Selain itu pengelola Monkasel menyediakan hiburan dan fasilitas pendukung lainnya untuk dapat dinikmati pengunjung di area Monkasel, (1) Dari data yang dikemukakan, penulis merinci dan menjelaskan mengenai beberapa kelebihan dan kekurangan Monumen Kapal Selam sebagai daya tarik wisata edukasi yang dapat memberikan wawasan mengenai kebaharian di kota Surabaya, (2) Monumen Kapal Selam cukup diminati masyarakat, baik dari dalam kota Surabaya maupun luar kota Surabaya. Selain itu kelengkapan benda-benda peraga di Monkasel turut mendukung fungsi Monkasel sebagai daya tarik wisata edukasi kebaharian di Surabaya.

Kata kunci: strategi, pengembangan, Monkasel

PENDAHULUAN

Indonesia mempunyai banyak monumen, yang didirikan untuk mengenang peristiwa bersejarah yang telah dilalui oleh bangsa Indonesia dan dijadikan sebagai obyek wisata sejarah agar masyarakat dapat mengetahui peristiwa bersejarah yang terjadi dan memahami nilai-nilai sejarah yang diabadikan melalui monument itu.

Monumen Kapal Selam (Monkasel) yang berada di Bantaran Kalimas Jl. Pemuda Suarabaya dibangun atas prakarsa Pemimpin TNI AL, Gubernur Jawa Timur dan para sesepuh Kapal Selam, dimaksudkan untuk, menambah obyek wisata bernuansa bahari di Jawa Timur, khususnya Surabaya, sebagai sarana pewarisan nilai sejarah yang merupakan cermin kebesaran bangsa Indonesia sebagai bangsa bahari, ebagai sarana pelestarian nilai-nilai luhur perjuangan bangsa Indonesia dalam merintis, menegakkan dan mengisi kemerdekaan, sebagai penghormatan kepada pejuang dan pahlawan laut, sekaligus sebagai bukti sejarah pengabdian korps Hiu Kencana kepada bangsa dan Negara.dan memberI motivasi agar masyarakat lebih mengenal dan mencintai laut.

Monumen mulai dibangun pada 1 Juli 1995 dan dibuka untuk umum pada 15 Juli 1998 ini merupakan bukti kebanggaan warga kota Surabaya akan sebutan Surabaya sebagai Kota Pahlawan dan Kota Angkatan Laut, sebagai 1 di antara 2 museum kapal selam di seluruh dunia. Monkasel menjadi salah satu andalan pariwisata Surabaya. Museum kapal selam ini merupakan obyek wisata edukasi berwawasan bahari karena terdapat sejarah-sejarah mengenai kapal selam itu beserta seluruh isinya.

Pengembangan pariwisata, (Pearce, 1981) diartikan sebagai usaha meningkatkan daya tarik, melengkapi atau meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan masyarakat. Sejalan dengan hal tersebut pengembangan pariwisata harus didasarkan pada karakteristik daya tarik wisata suatu obyek dan harus simbiosis antara tujuan pengembangan obyek dengan kebutuhan wisatawan, untuk semaksimal mungkin memberikan kepuasan kepada wisatawan.

Kepuasan wisatawan terhadap destinasi wisata berkaitan dengan pengalaman perjalanan, sangat erat kaitannya dengan kualitas produk pariwisata yang diterimanya, terutama daya tarik dan keragaman aktivitas wisata. Produk wisata di suatu destinasi wisata memainkan peranan penting untuk memuaskan pengunjungnya. Jika kinerja produk wisata destinasi lebih tinggi dari harapan wisatawan, maka penilaian positif dapat direalisasikan. Jika kinerja produk wisata destinasi di bawah harapan wisatawan, maka penilaian negatif terjadi. Ketika ada penilaian positif, wisatawan akan mengevaluasi pengalaman dengan cara yang positif, dan ketika ada penilaian negatif, wisatawan akan mengevaluasi pengalaman dalam cara negatif. Kepuasan wisatawan ditunjukkan dengan ingin kembalinya wisatawan tersebut ke destinasi yang dikunjungnya.

RUMUSAN MASALAH

Monumen Kapal Selam tergolong unik, langka, terletak di pusat kota, di lokasi yang strategis, mudah dikunjungi dan namun belum mampu menyedot pengunjung apalagi mmberi pemahaman tentang pngetahuan kebaharian. Sampai saat ini Monkasel baru berfungsi sebagai taman rekreasi, oleh karena itu dibutuhkan strategi pengembangan daya tarik wisata yang dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan sekaligus memberikan pemahaman tentang kebaharian sesuai dengan fungsi Monkasel

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menggali dan mengungkapkan IFAS dan EFAS Monomen Kapal Selam;
2. Untuk merumuskan peembangan Monumen Kapal Selam yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan sekaligus mewujudkan tujuan pembangunan Monumen Kapal Selam.

KAJIAN PUSTAKA

J. Spillane (1982) mengemukakan bahwa pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain. Prof. K.

Kraft dan Prof. Hunziker merumuskan bahwa pariwisata adalah keseluruhan dari gejala-gejala yang ditimbulkan dalam perjalanan dan pendiaman orang-orang asing serta penyediaan tempat tinggal sementara asalkan orang asing itu tidak tinggal menetap dan tidak memperoleh penghasilan dari aktivitas yang dilakukan. Herman V. Schulard (dalam Yoeti, 1996) pariwisata adalah sejumlah kegiatan terutama yang ada kaitannya dengan kegiatan perekonomian yang secara langsung berhubungan dengan masuknya, adanya pendiaman Bergeraknya orang-orang keluar masuk suatu kota atau daerah dan negara.

Salah Wahab (1975) menyatakan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan juga sebagai suatu industri. Pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau di luar negeri (meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain) untuk mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya dimana ia memperoleh pekerjaan tetap. Pariwisata sebagai satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya.

Para pakar pariwisata membuat definisi pariwisata berbeda-beda, pada dasarnya hakekat yang disampaikan sama, bahwa pariwisata merupakan suatu entitas yang terdiri atas komponen-komponen seperti perjalanan (travelling), destinasi (daerah tujuan wisata dan obyek wisata), fasilitas pariwisata, dan aktivitas, baik aktivitas yang dilakukan wisatawan maupun aktivitas usaha yang dilakukan masyarakat berkaitan dengan kegiatan pariwisata tersebut (Wahab, 2003).

Penggunaan istilah industri pariwisata lebih banyak bertujuan untuk memberikan kesatuan ide tentang pariwisata dan meyakinkan bahwa pariwisata memberikan dampak positif dalam perekonomian dari *multiplier effect* yang ditimbulkannya (Robert Christie Mill dan Alastair M. Morrison, dalam Yoeti, 2007).

Pariwisata adalah industry tuan rumah. Pengembangan pariwisata harus didasarkan pada sumber daya yang dimiliki. Pengembangan pariwisata (Pearce, 1981) diartikan sebagai usaha untuk melengkapi atau meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan masyarakat. Sejalan dengan hal tersebut pengembangan pariwisata harus didasarkan pada karakteristik daya tarik wisata suatu obyek dan harus simbiosis antara tujuan pengembangan obyek dengan kepuasan wisatawan

Pengembangan pariwisata memerlukan teknik perencanaan yang baik dan tepat. Teknik perencanaan itu harus menggabungkan beberapa aspek penunjang kesuksesan pariwisata. Aspek-aspek tersebut adalah aspek aksesibilitas (transportasi dan saluran pemasaran), karakteristik infrastruktur pariwisata, tingkat interaksi sosial, keterkaitan/ kompatibilitas dengan sektor lain, daya tahan akan dampak pariwisata, tingkat resistensi komunitas lokal, dan seterusnya (Pitana, 2009).

Carter dan Fabricus (2007) dalam Sunaryo (2013), salah satu aspek-aspek yang harus diperhatikan dalam perencanaan pengembangan pariwisata paling tidak mencakup aspek-aspek sebagai berikut: (1) Pengembangan Atraksi dan Daya Tarik Wisata Atraksi merupakan daya

tarik yang akan melahirkan motivasi dan keinginan bagi wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata. (2) Pengembangan Amenitas dan Akomodasi Wisata Berbagai fasilitas wisata yang perlu dikembangkan dalam aspek amenities paling tidak terdiri dari akomodasi, rumah makan, pusat informasi wisata, toko cinderamata, pusat kesehatan, pusat layanan perbankan, sarana komunikasi, pos keamanan, Biro Perjalanan Wisata, ketersediaan air bersih, listrik, dan lain sebagainya. (3). Pengembangan Aksesibilitas Aksesibilitas tidak hanya menyangkut kemudahan transportasi bagi wisatawan untuk mencapai sebuah tempat wisata, akan tetapi juga waktu yang dibutuhkan, tanda penunjuk arah menuju lokasi wisata dan perangkat terkait lainnya. (4) Pengembangan Image (*Citra Wisata*) Pencitraan (*image building*) merupakan bagian dari positioning, yaitu kegiatan untuk membangun citra atau image dibenak pasar (wisatawan) melalui desain terpadu antara aspek kualitas produk, komunikasi pemasaran, kebijakan harga, dan saluran pemasaran yang tepat dan konsisten dengan citra atau image yang ingin dibangun serta ekspresi yang tampak dari sebuah produk.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian di Monumen Kapal Selam Surabaya, Jl. Pemuda 39 Surabaya. Tepatnya di sebelah kiri Surabaya Plaza (Delta Plaza), dilakukan selama 2 bulan, yakni bulan Juni dan Juli 2014, pada hari Sabtu dan Minggu. Populasi penelitian ainfinitive, sampel ditetapkan sebesar 100 wisatawan secara accidental sampling, terdiri dari wisatawan yang ditemui selama penelitian berlangsung, baik laki-laki maupun perempuan, dengan ketentuan telah berumur 17, berakal sehat dan bersedia menjadi sampel.

Analisis data menggunakan metode analisis SWOT. yang merupakan penganalisaan terhadap suatu obyek wisata yang diteliti dengan melihat kondisi yang ada pada obyek dan kemudian dilihat melalui kekuatan (*Strength*) obyek, kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*). Yoeti (1996) memaparkan makna paling mendalam dari analisis SWOT adalah apapun cara-cara serta tindakan yang diambil, proses pembuatan keputusan harus mengandung dan mempunyai prinsip-prinsip mengembangkan kekuatan, meminimalkan kelemahan, menangkap kesempatan/ peluang, dan menghilangkan ancaman.

Ada dua hal yang mempengaruhi yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kekuatan yang menjadi potensi dan kelemahan yang menjadi kendala, sedangkan faktor eksternal meliputi peluang yang menjadi kesempatan dan tantangan yang menjadi penghambat. Penggunaan analisis SWOT dalam skenario pengembangan pariwisata adalah sebagai berikut:

- 1) Kekuatan (*Strength*), meliputi kekuatan pariwisata suatu wilayah, maka akan dapat dikembangkan sehingga mampu bertahan dalam pasar dan mampu bersaing untuk pengembangan selanjutnya. Dalam hal ini, kekuatan dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk meraih peluang.
- 2) Kelemahan (*Weakness*) meliputi segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan bagi sektor pariwisata. Pada umumnya, kelemahan-kelemahan yang dapat diidentifikasi

- adalah kurangnya promosi, jeleknya pelayanan, kurang profesionalnya pelaksana pariwisata di lapangan, terbatasnya kendaraan umum ke obyek wisata.
- 3) Kesempatan (*Opportunity*) meliputi semua kesempatan yang ada sebagai akibat kebijakan pemerintah, peraturan yang berlaku atau kondisi perekonomian.
 - 4) Ancaman (*Threats*) dapat berupa hal-hal yang dapat mendatangkan kerugian bagi pariwisata, seperti peraturan yang tidak memberikan kemudahan dalam berusaha, rusaknya lingkungan, dan lain sebagainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor internal meliputi kekuatan yang menjadi potensi dan kelemahan yang menjadi kendala,

Tabel 1

No	Internal Faktor	Rating					Score
		5	4	3	2	1	
1	Keberadaan Monkasel	40	44	12	4	-	420
2	Bentuk Monkasel	36	44	20	-	-	416
3	Prosedur memasuki Monkasel	52	36	12	-	-	440
4	Kelengkapan benda-benda peraga di Monkasel	12	48	32	8	-	364
5	Fasilitas makan & minum	-	24	48	28	-	324
6	Fasilitas toilet	4	4	56	20	16	260
7	Fasilitas parkir	8	24	48	12	8	312
8	Pelayanan guide	-	28	40	28	4	292
Jumlah							2826

Sumber: Data Primer diolah

$$r = \frac{Ns}{Nq} = \frac{2826}{8} = 353,25 = 353$$

Dari hasil nilai total scoring pada tabel dia atas dapat diketahui nilai reliabilitinya adalah 353 sehingga dapat ditentukan factor pendukung dan penghambatnya melalui analisis SWOT, serta diketahui jumlah scorenya adalah 2826.

Terhadap score di atas nilai r dikategorikan sebagai faktor *Strength*, sedangkan score di bawah r dikategorikan sebagai *Weakness*. Peneraan score untuk faktor *Strength* dan *Weakness* didasarkan atas derajat score.

Tabel 2
Faktor – faktor kekuatan internal menurut derajat scoring

No	Strength	Score	Derajat
1.	Prosedur memasuki Monkasel	440	1
2.	Keberadaan Monkasel	420	2
3.	Bentuk Monkasel	416	3
4.	Kelengkapan benda-benda peraga di Monkasel	360	4

Sumber: Data Primer Diolah

Tabel 3
Faktor-faktor kelemahan internal menurut derajat scoring

No	Weakness	Score	Derajat
1.	Fasilitas toilet	260	1
2.	Pelayanan guide	292	2
3.	Fasilitas parkir	312	3
4.	Fasilitas makan & minum	324	4

Sumber: Data Primer Diolah

Tabel 4
Tabel scoring persepsi wisatawan eksternal

No	Faktor Eksternal	Rating					Score
		5	4	3	2	1	
1	Penataan estetika lingkungan	12	36	44	8	-	352
2	Museum/monumen untuk menambah pengetahuan	32	52	16	-	-	416
3	Keinginan untuk kembali berkunjung	4	72	4	20	-	360
Jumlah							1128

Sumber: Data Primer diolah

$$r = \frac{Ns}{Nq} = \frac{1128}{3} = 376$$

Tabel 5
Faktor – faktor peluang eksternal menurut derajat scoring

No	Opportunity	Score	Derajat
1.	Museum atau monumen sangat menarik dikunjungi untuk menambah pengetahuan dan pengalaman bagi pengunjung	416	1

Sumber: Data Primer Diolah

Tabel 6
Faktor – faktor peluang eksternal menurut derajat scoring

No	Threats	Score	Derajat
1.	Penataan estetika lingkungan	352	1
2.	Keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung	360	2

Sumber: Data Primer Diolah

ANALISIS SWOT

Setelah menentukan variable yang merupakan faktor-faktor pendorong dan penghambat, maka penulis dapat menarik kesimpulan dalam analisis SWOT yaitu *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Analisis SWOT akan penulis jabarkan dalam tabel berikut :

Tabel 7
Tabel Analisa SWOT pada Monkasel

INTERNAL	<p>Strength (Kekuatan)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Kemudahan prosedur untuk memasuki Monkasel. b. Keberadaan Monkasel c. Bentuk Monkasel d. Kelengkapan benda-benda peraga di dalam monumen. 	<p>Weakness (Kelemahan)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Fasilitas yang tersedia di Monkasel kurang memadai. b. Pelayanan guide yang kurang memuaskan
EKSTERNAL	<p>Strength + Opportunities (Kekuatan - Peluang)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Mempertahankan kemudahan prosedur memasuki Monkasel untuk menarik pengunjung b. Mempertahankan eksistensi & bentuk Monkasel untuk menarik minat pengunjung c. Mempertahankan kelengkapan benda-benda peraga & tambahan dokumentasi untuk melengkapi pengetahuan pengunjung 	<p>Kelemahan - Peluang (Weakness - Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Peningkatan pelayanan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan pengunjung b. Peningkatan kualitas pelayanan & kemampuan guide agar dapat memberikan informasi yang dibutuhkan pengunjung secara maksimal
<p>Threats (Ancaman)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Penataan estetika lingkungan di luar Monkasel kurang tertib. b. Kurangnya minat pengunjung untuk kembali mengunjungi Monkasel 	<p>Kekuatan - Ancaman (Strength – Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Melakukan koordinasi lintas sector dengan Pemkot mengenai penataan estetika lingkungan b. Meningkatkan frekuensi & memperluas penyebaran informasi & promosi di kalangan tertentu 	<p>Kelemahan - Ancaman (Weakness – Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Peningkatan pelayanan fasilitas & pengkoordinasian penataan lingkungan untuk mendukung eksistensi Monkasel b. Peningkatan kualitas pelayanan & kemampuan guide untuk menarik minat pengunjung

Berdasarkan tabel analisis SWOT tersebut dapat disimpulkan mengenai strategi untuk memperkuat Monkasel sebagai tujuan wisata edukasi kebaharian yang disusun berdasarkan skala prioritas dan harus dilakukan oleh manajemen Monkasel dengan memperhatikan urutan analisis S + O, T - S, W - O, W - T adalah sebagai berikut:

1. Strategi (S/O) adalah suatu strategi yang memanfaatkan kekuatan (S) secara maksimal untuk meraih peluang (O).

Dalam hal ini analisis SWOT menunjukkan bahwa kemudahan prosedur, keberadaan Monkasel, bentuk Monkasel dan kelengkapan benda-benda peraga di Monkasel merupakan *Strength* (kekuatan). Apabila *Strength* (kekuatan) dipadukan dengan *Opportunity* (peluang) maka dapat diambil strategi sebagai berikut:

- a. Kemudahan prosedur memasuki Monkasel dan kelengkapan benda-benda peraga di Monkasel (S) apabila dipadukan dengan persepsi wisatawan yang setuju dengan pernyataan bahwa museum / monumen menarik dikunjungi untuk menambah pengetahuan dan pengalaman pengunjung (O), maka strategi yang diambil adalah dengan mempertahankan kemudahan tersebut serta menjaga dan merawat benda-benda peraga di dalam Monkasel.
 - b. Keberadaan & keunikan bentuk Monkasel (S) apabila dipadukan dengan persepsi wisatawan yang setuju dengan pernyataan bahwa museum / monumen menarik dikunjungi untuk menambah pengetahuan dan pengalaman pengunjung (O), maka strategi yang diambil adalah mempertahankan eksistensi dan keaslian bentuk Monkasel untuk menarik minat pengunjung.
 - c. Kelengkapan benda-benda peraga di Monkasel (S) apabila dipadukan dengan persepsi wisatawan yang setuju dengan pernyataan bahwa museum / monumen menarik dikunjungi untuk menambah pengetahuan dan pengalaman pengunjung (O), maka strategi yang diambil adalah mempertahankan dan menjaga benda-benda peraga tersebut serta member tambahan dokumentasi untuk melengkapi pengetahuan dan pengalaman pengunjung.
2. Strategi (T/S) adalah suatu strategi mengantisipasi ancaman (T) dengan memanfaatkan kekuatan (S) secara maksimal dan berusaha secara maksimal menjadikan ancaman (T) sebagai peluang (O).

Dalam hal ini analisis SWOT menunjukkan bahwa penataan estetika lingkungan dan minat pengunjung sebagai *Threats* (ancaman). Apabila *Strength* (kekuatan) dipadukan dengan *Threats* (ancaman) maka dapat diambil strategi sebagai berikut:

- a. Keberadaan Monkasel (S) apabila dipadukan dengan penataan estetika lingkungan yang kurang tertib (T), maka strategi yang dapat diambil adalah melakukan koordinasi lintas sector dengan Pemkot mengenai penataan estetika lingkungan di luar Monkasel.
- b. Kemudahan prosedur memasuki Monkasel (S) apabila dipadukan dengan minat wisatawan untuk kembali berkunjung (T), maka strategi yang dapat diambil adalah meningkatkan frekuensi & memperluas penyebaran informasi & promosi di kalangan tertentu.

3. Strategi (W/O) adalah suatu strategi dengan meminimalkan kelemahan (W) untuk meraih peluang (O).

Dalam hal ini analisis SWOT menunjukkan bahwa fasilitas yang tersedia dan pelayanan guide merupakan *Weakness* (kelemahan). Apabila *Weakness* dipadukan dengan *Opportunity* (peluang), maka strategi dapat diambil strategi sebagai berikut:

- a. Fasilitas yang kurang memadai di Monkasel (W) apabila dipadukan dengan persepsi wisatawan yang setuju dengan pernyataan bahwa museum / monumen menarik dikunjungi untuk menambah pengetahuan dan pengalaman pengunjung (O), maka strategi yang dapat diambil adalah peningkatan pelayanan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan pengunjung.
 - b. Pelayanan guide yang kurang memuaskan (W) apabila dipadukan dengan persepsi wisatawan yang setuju dengan pernyataan bahwa museum / monumen menarik dikunjungi untuk menambah pengetahuan dan pengalaman pengunjung (O), maka strategi yang dapat diambil adalah peningkatan pelayanan kualitas kemampuan guide agar dapat member informasi dan pengetahuan yang maksimal pada pengunjung.
4. Strategi (W/T) adalah suatu strategi dengan meminimalkan kelemahan (W) sehingga kelemahan dapat dihindari dan tidak menjadi faktor penghambat.

Dalam hal ini analisis SWOT menunjukkan bahwa penataan estetika lingkungan dan minat pengunjung untuk kembali berkunjung merupakan *Threats* (ancaman). Apabila *Weakness* (kelemahan) dipadukan dengan *Threats* (ancaman), maka dapat diambil strategi sebagai berikut:

- a. Fasilitas yang kurang memadai (W) dipadukan dengan penataan estetika lingkungan (T), maka strategi yang dapat diambil adalah Peningkatan pelayanan fasilitas dan pengkoordinasian penataan lingkungan untuk mendukung eksistensi Monkasel.
- b. Pelayanan guide (W) dipadukan dengan minat pengunjung untuk kembali berkunjung (T), maka strategi yang dapat diambil adalah peningkatan kualitas pelayanan dan kemampuan guide untuk meningkatkan minat pengunjung sehingga diharapkan dapat mempertahankan eksistensi Monkasel.

SIMPULAN

Prioritas strategi pengembangan Monumen Kapal Selam sebagai obyek wisata edukasi kebaharian adalah:

1. Strategi (W/O) adalah suatu strategi dengan meminimalkan kelemahan (W) untuk meraih peluang (O).

Dalam hal ini analisis SWOT menunjukkan bahwa fasilitas yang tersedia dan pelayanan guide merupakan *Weakness* (kelemahan). Apabila *Weakness* dipadukan dengan *Opportunity* (peluang), maka strategi dapat diambil strategi sebagai berikut:

- a. Fasilitas yang kurang memadai di Monkasel (W) apabila dipadukan dengan persepsi wisatawan yang setuju dengan pernyataan bahwa museum / monumen menarik dikunjungi untuk menambah pengetahuan dan pengalaman pengunjung (O), maka strategi yang dapat diambil adalah peningkatan pelayanan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan pengunjung.
 - b. Pelayanan guide yang kurang memuaskan (W) apabila dipadukan dengan persepsi wisatawan yang setuju dengan pernyataan bahwa museum / monumen menarik dikunjungi untuk menambah pengetahuan dan pengalaman pengunjung (O), maka strategi yang dapat diambil adalah peningkatan pelayanan kualitas kemampuan guide agar dapat member informasi dan pengetahuan yang maksimal pada pengunjung.
2. Strategi (W/T) adalah suatu strategi dengan meminimalkan kelemahan (W) sehingga kelemahan dapat dihindari dan tidak menjadi faktor penghambat.
- Dalam hal ini analisis SWOT menunjukkan bahwa penataan estetika lingkungan dan minat pengunjung untuk kembali berkunjung merupakan *Threats* (ancaman). Apabila *Weakness* (kelemahan) dipadukan dengan *Threats* (ancaman), maka dapat diambil strategi sebagai berikut:
- a. Fasilitas yang kurang memadai (W) dipadukan dengan penataan estetika lingkungan (T), maka strategi yang dapat diambil adalah Peningkatan pelayanan fasilitas dan pengkoordinasian penataan lingkungan untuk mendukung eksistensi Monkasel.
 - b. Pelayanan guide (W) dipadukan dengan minat pengunjung untuk kembali berkunjung (T), maka strategi yang dapat diambil adalah peningkatan kualitas pelayanan dan kemampuan guide untuk meningkatkan minat pengunjung sehingga diharapkan dapat mempertahankan eksistensi Monkasel.

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto.2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta:Bumi Aksara.
- Fandeli, Chafid, *Perencanaan Pariwisata*. Yogyakarta: Pelajar
- Gartner, W. C.. 1996. *Tourism Development*. New York: International Thomson Publishing Company.
- Kusmayadi, Ir., 2000. *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Marpaung, Happy, Drs., Herman Bahar, 2002. *Pengantar Pariwisata*, Bandung : Alfabeta

- 
- Pendit, Nyoman S. 2003. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. Yogyakarta: Pradnya Paramitha.
- Pitana, I Gde 2005. Pengantar Ilmu Pariwisata. Penerbit: Penerbit Andi.
- Soekadijo, R. G. 2000. Anatomi Pariwisata. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo, Bambang, 2013, Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia, Gava Media, Yogyakarta.
- Suwantoro, Gamal SH.. 1997. Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta : ANDI.
- Wahab, Salah, 1997. Pemasaran Pariwisata. Jakarta : PT. Padnya Paramita
- Yoeti, Oka A, H. Drs. MBA., 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: PT. Angkasa