

Intisari

Tren wisata alam masa kini membuat para pengelola objek wisata mengemas segala keindahan dan keunikan yang ada di lokasi wisata dengan sangat menarik. Salah objek wisata yang sedang digemari masyarakat adalah HeHa Sky View. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal dan menganalisis strategi pengembangan HeHa Sky View.

Desain penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif melalui wawancara dengan berbagai informan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus menggunakan Matrik IFE, Matrik EFE, Matrik IE, Matrik SWOT dan QSPM. Dari hasil penelitian ini adalah Faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan HeHa Sky View yaitu struktur perusahaan yang baik, SDM telah sesuai dengan kualifikasi, sistem keuangan sudah berbasis IT, pemanfaatan *digital marketing*, adanya standarisasi dalam menjalin kemitraan, tingkat *turnover* karyawan tinggi, penginputan bahan baku ke sistem belum dilakukan secara konsisten, dan belum optimalnya standar mutu pelayanan. Sedangkan faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman HeHa Sky View yaitu memiliki hubungan yang baik dengan berbagai *stakeholder*, memberdayakan UMKM dan warga sekitar, memiliki teknologi yang menunjang proses operasional perusahaan, dukungan warga sekitar terhadap perkembangan objek wisata cukup baik, kondisi ekonomi yang tidak stabil, kekurangan persediaan bahan baku akibat ketidakpastian permintaan (mendadak), adanya pesaing baru dengan konsep bisnis yang hampir sama. Kemudian, nilai total IFE sebesar 3,81 dan nilai total EFE sebesar 4,44. Nilai tersebut menunjukkan posisi kuadran I yaitu menunjukkan strategi yang diperlukan untuk perusahaan saat ini adalah *grow and build* strategi. Sedangkan, berdasarkan analisis QSPM, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan daya tarik dan keunikan HeHa Sky View.

Kata Kunci: *Strategi, SWOT, Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, Matriks QSPM*



Abstract

The current trend of natural tourism is very interesting for tour managers to package all the beauty and uniqueness of a tourist location. One of the most popular tourist objects is HeHa Sky View. This study aims to identify internal and external factors, and analyze the development strategy of HeHa Sky View.

This study was designed using descriptive qualitative research methods through interviews with various informants. This study is a descriptive qualitative study using a case study approach using IFE Matrix, EFE Matrix, IE Matrix, SWOT Matrix and QSPM. From the results of this study, the internal factors that become HeHa Sky View strengths and weaknesses are a good company structure, qualified human resources, IT-based financial systems, use of digital marketing, standardization of partnerships, employees. The flow rate is high, the material standards of the system are not uniformly implemented, and the service quality standards are not optimal. Although external factors have become opportunities and threats for HeHa Sky View, it has established good relations with various stakeholders, empowered small, medium and micro enterprises and local residents, possessed technology to support the company's operating processes, and supported local residents to develop tourism projects. Okay, unstable economic conditions, shortage of raw material supply due to demand uncertainty (suddenly), presence of new competitors with almost the same business concept. Then, the total value of IFE is 3.81 and the total value of EFE is 4.44. This value represents the position of the first quadrant, indicating that the strategy that the company needs at this time is a growth and construction strategy. Meanwhile, based on QSPM analysis, the company is expected to increase the attractiveness and uniqueness of HeHa Sky View.

Keywords: Strategy, SWOT, IFE Matrix, EFE Matrix, IE Matrix, QSPM Matrix