

ABSTRAK

Keraton Ratu Boko ditetapkan Pemerintah Indonesia sebagai cagar budaya nasional yang dikelola oleh Injourney Destination Management (IDM). IDM merupakan korporasi BUMN yang diberikan amanah oleh Injourney berperan dalam pengelolaan warisan sejarah dan budaya Indonesia yang berkelas dunia. Sejak tahun 2022 hingga akhir tahun 2024, angka kunjungan wisatawan di Keraton Ratu Boko terus menurun. Berdasarkan tren minat wisatawan terhadap *cultural immersion* yang semakin meningkat, perlu dilakukan analisis strategi pengembangan bisnis di Keraton Ratu Boko agar dapat meningkatkan angka kunjungan wisatawan serta mengoptimalkan performa bisnisnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal serta merumuskan strategi pengembangan bisnis yang dapat diterapkan pengelola Keraton Ratu Boko. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, diskusi, observasi, dan *desk research* kemudian dianalisis dengan pendekatan *Strategy Formulation Framework*. Hasil menunjukkan bahwa faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan Keraton Ratu Boko yaitu narasi Keraton Ratu Boko sebagai cagar budaya, bangunan yang *iconic*, suasana dan pemandangan yang indah, citra Ratu Boko *sunset* yang melekat kuat, pengelolaan terintegrasi dalam ekosistem Injourney serta sistem internal pengelolaan bisnis yang memadai. Adapun faktor internal yang menjadi kelemahan Keraton Ratu Boko, yaitu aksesibilitas kurang memadai, beberapa fasilitas tidak berfungsi optimal, keterbatasan lahan pengembangan, tidak seluruh lahan atau area destinasi milik pengelola serta keterbatasan media dan strategi promosi. Faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang Keraton Ratu Boko, yaitu adanya program pengembangan infrastruktur jalan *exit* tol Boko, dukungan *stakeholder* terkait pengelolaan sangat baik, tidak ada isu sosial yang dikhawatirkan menghambat serta meningkatnya tren pariwisata dengan fokus pengalaman budaya yang mendalam (*cultural immersion*). Sedangkan faktor-faktor eksternal yang dapat mengancam keberlangsungan bisnis Keraton Ratu Boko, yaitu adanya batasan pada regulasi destinasi cagar budaya, munculnya pesaing destinasi baru disekitar Keraton Ratu Boko, adanya kebijakan efisiensi anggaran Kementerian/Lembaga serta potensi angin kencang dan curah hujan tinggi. Berdasarkan hasil analisis matriks IE Keraton Ratu Boko saat ini yang berada pada kuadran V yaitu *hold and maintain* (dipertahankan dan dipelihara), maka strategi yang tepat yaitu strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Kata kunci : *Strategy Formulation Framework*, Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, Matriks QSPM, Industri Pariwisata

ABSTRACT

Keraton Ratu Boko was designated by the Government of Indonesia as a national cultural heritage which is managed by Injourney Destination Management (IDM). IDM is a state-owned enterprise entrusted by Injourney to present Indonesia's heritage and culture to the world through a world-class experience. From 2022 to the end of 2024, the number of Keraton Ratu Boko's visitor continued to decline. Based on the increasing trend of tourists attraction in cultural immersion, it is necessary to analyze business development strategies at the Ratu Boko Palace to increase tourist visits and optimize business performance. This research aims to analyze internal and external factors and formulate business development strategies that can be implemented by management of the Ratu Boko Palace. This research is a descriptive qualitative research. Data collection was arranged through interviews, discussions, observations, and desk research then analyzed using the Strategy Formulation Framework approach. The results show that internal factors which become the strength of Keraton Ratu are the story of the Keraton Ratu Boko as a cultural heritage, its iconic buildings, beautiful atmosphere and scenery, the strong impression of the Ratu Boko sunset, integrated management with Injourney's ecosystem, and adequate internal business management systems. Internal factors that become weaknesses are inadequate accessibility, some facilities not functioning optimally, limited development land, not all land or destination areas are owned by management, and limited media and promotion strategies. External factors that gives an opportunity for Keraton Ratu Boko are the development infrastructure program of the Boko toll road exit, very good support from stakeholders related to management, no social issues, and the increasing trend of tourism focusing on deep cultural experiences (cultural immersion). External factors that can threaten the business sustainability of Keraton Ratu Boko are highly regulated on cultural heritage destination, the emergence of new competitor destinations around Keraton Ratu Boko, budget efficiency policies of Government/ Institutions, and the potential for strong winds and high rainfall. Based on the IE matrix analysis, Keraton Ratu Boko is currently in quadrant V, it means hold and maintain, so the alternative strategies which can be implemented are market penetration and product development.

Keywords : Strategy Formulation Framework, Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix, External Factor Evaluation (EFE) Matrix, Internal-External (IE) Matrix, Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM), Tourism Industry