

## ABSTRACT

PIHT Jogja Fish Market was established as a central marketing fish hygienic largest in Special Territory of Yogyakarta. The development concept of piht jogja fish market supported by indoor and outdoor infrastructure as associated tourism activities. PIHT Jogja Fish Market provide supermarkets fish equipped with restaurants facilities and a means to educate all about fish to the community. In addition, PIHT Jogja Fish Market becomes a means of supporting transit tours and organizing various events such as competition, community cultural activities, exhibitions, weddings, and MICE. Potential tourism attraction owned by PIHT Jogja Fish Market is capable of being all about fish tourism attraction. However, during of development is considered have not been able to maximize the potential. Therefore, required the formulation of development strategy PIHT Jogja Fish Market. The purpose of this research is formulating an effective strategy development to developing PIHT Jogja Fish Market as all of fish tourism attraction.

In this research, research methodology that is used is descriptive qualitative. Data was collected by observation directly, in-depth interviews, and collection source of documents primary and secondary. Data that has been obtained analyzed by SWOT analysis technique to identify factors of strength, weakness, opportunities and threats which became the main base in formulating a strategy. Result of formulating strategy then evaluated by using Litmus test to find strategic levels. The most strategic is that have a score of 31-39.

Based on the evaluation of strategy, has been gained 8 of effective strategy to develop PIHT Jogja Fish Market as all about fish tourism attraction. The strategy which is: 1) Quality service improvement PIHT Jogja Fish Market (score 34). 2) Improve education consumption of fish to the community (score 34). 3) Establish communication among PIHT Jogja Fish Market with traders and distributor (score 33). 4) Strengthen marketing strategies to approach to the community (score 32). 5) Absorb local and national fisheries product (score 31). 6) Cooperation with investors to strengthen the management of PIHT Jogja Fish Market (score 31). 7) Amplify potential of PIHT Jogja Fish Market as tourism attraction department fish (score 31). 8) Strengthening the role of local government to support the development of PIHT Jogja Fish Market (score 31).

**Keywords:** *Tourism Attraction, SWOT analysis, Development Strategy.*

## INTISARI

PIHT Jogja Fish Market didirikan sebagai pusat pemasaran ikan higienis terbesar di DIY. Konsep pembangunan PIHT Jogja Fish Market didukung dengan sarana dan prasarana *indoor* maupun *outdoor* sebagai penunjang kegiatan kepariwisataan. PIHT Jogja Fish Market menyediakan supermarket ikan yang dilengkapi dengan fasilitas restoran dan sarana edukasi serba ikan kepada masyarakat. Selain itu, PIHT Jogja Fish Market turut menjadi sarana pendukung transit wisata dan penyelenggaraan berbagai *event* seperti kegiatan lomba, kegiatan budaya masyarakat, pameran, pernikahan, serta MICE. Potensi daya tarik wisata yang dimiliki oleh PIHT Jogja Fish Market dinilai mampu menjadi daya tarik wisata serba ikan. Akan tetapi, arah pengembangan selama ini dinilai belum mampu memaksimalkan potensi tersebut. Oleh karena itu, diperlukan perumusan strategi pengembangan PIHT Jogja Fish Market. Tujuan penelitian ini adalah merumuskan strategi pengembangan yang tepat dalam mengembangkan PIHT Jogja Fish Market sebagai daya tarik wisata serba ikan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Proses pengumpulan data dilakukan dengan observasi secara langsung, wawancara mendalam, serta pengumpulan sumber dokumen primer maupun sekunder. Data yang telah didapatkan dianalisis dengan teknik analisa SWOT untuk mengidentifikasi faktor kekuatan dan kelemahan dan peluang serta ancaman yang kemudian menjadi dasar utama dalam perumusan strategi. Hasil perumusan strategi kemudian dievaluasi dengan menggunakan tes Litmus untuk menemukan tingkat strategis. Strategi yang mempunyai nilai paling strategis adalah yang memiliki skor 31-39.

Berdasarkan hasil evaluasi strategi didapatkan 8 strategi untuk mengembangkan PIHT Jogja Fish Market sebagai daya tarik wisata serba ikan. Strategi tersebut yaitu: 1) Peningkatan kualitas pelayanan PIHT Jogja Fish Market (skor 34). 2) Meningkatkan pendidikan pentingnya konsumsi ikan kepada masyarakat (skor 34). 3) Menjalinkan komunikasi antara PIHT Jogja Fish Market dengan pedagang dan distributor (skor 33). 4) Memperkuat strategi pemasaran sebagai langkah pendekatan kepada masyarakat (skor 32). 5) Penyerapan produk perikanan lokal maupun nasional (skor 31). 6) Bekerja sama dengan investor untuk memperkuat manajemen pengelolaan PIHT Jogja Fish Market (skor 31). 7) Memperkuat potensi PIHT Jogja Fish Market sebagai daya tarik wisata serba ikan (skor 31). 8) Memperkuat peran pemerintah daerah dalam mendukung pengembangan PIHT Jogja Fish Market (skor 31).

**Kata Kunci :** *Daya Tarik Wisata, Analisis SWOT, Strategi Pengembangan.*