

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan terhadap penelitian di Danau Tanah Mas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis faktor internal, kekuatan paling tinggi dimiliki oleh pernyataan Danau Tanah Mas memiliki harga tiket yang ekonomis, dengan skor 0,24, rating 3,50 dan bobot 0,07. Hal ini menunjukkan bahwa harga tiket Danau Tanah Mas yang ekonomis di Danau Tanah Mas berpengaruh besar terhadap kelangsungan usaha. Sedangkan indikator kelemahan dengan skor paling tinggi dimiliki oleh pernyataan tidak adanya fasilitas komputer untuk mendukung dan memudahkan kinerja karyawan di Danau Tanah Mas, dengan skor 0,22, rating 3,50 dan bobot 0,07. Hal ini menunjukkan bahwa Danau Tanah Mas belum siap secara maksimal dalam memenuhi kebutuhan karyawan. Berdasarkan perhitungan analisis faktor internal jumlah kekuatan yang dimiliki oleh Danau Tanah Mas adalah 1,66 dan jumlah kelemahan adalah 1,59 dengan sehingga dapat dilihat bahwa Danau Tanah Mas memiliki kekuatan yang lebih besar daripada kelemahan. Hal ini berarti Danau Tanah Mas mampu menghadapi kelemahan dengan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki.
2. Berdasarkan analisis faktor eksternal, peluang paling tinggi dimiliki oleh pernyataan lahan Danau Tanah Mas yang luas memungkinkan dibangun fasilitas wahana yang baru, dengan skor 0,28, rating 3,57 dan bobot 0,08. Hal tersebut menunjukkan bahwa Danau Tanah Mas mampu menangkap peluang pasar dan didukung dengan dibangunnya fasilitas atau wahana baru. Sedangkan indikator ancaman dengan skor paling tinggi dimiliki oleh pernyataan kurangnya peran masyarakat membuat kerajinan tangan atau souvenir dengan skor 0,29, rating 3,67 dan bobot 0,08. Hal tersebut menunjukkan bahwa Danau Tanah Mas harus mampu memberdayakan

masyarakat untuk ikut berperan agar mampu menghadapi ancaman eksternal. Berdasarkan analisis lingkungan eksternal dapat dilihat bahwa Danau Tanah Mas memiliki ancaman yang lebih besar daripada peluang yang dimilikinya. Artinya Danau Tanah Mas harus memanfaatkan peluang yang dimiliki untuk dapat meminimalisir ancaman.

3. Posisi Danau Tanah Mas berada titik potong (0,07;-0,17), sehingga Danau Tanah Mas terletak pada kuadran II yaitu mendukung strategi diversifikasi. Strategi diversifikasi adalah menciptakan produk dan strategi yang berbeda untuk dapat menangkap peluang pasar, dimana pada situasi tersebut strategi yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang agar dapat meningkatkan pengembangan objek wisata Danau Tanah Mas.
4. Berdasarkan hasil analisis SWOT, diperoleh 16 strategi alternatif pengembangan Danau Tanah Mas yaitu strategi S-O: membuat paket khusus event, membuat paket khusus sekolah, menambah petugas membuat himbauan kebersihan, membuat tempat makan di tengah danau. Strategi W-O: Memperbaiki fasilitas dan wahana, membuat kegiatan lomba memancing paling tidak 1 bulan sekali, membuat fasilitas cinderamata/souvenir, menyediakan fasilitas parkir yang aman. Strategi S-T: Danau Tanah Mas menerapkan protokol kebersihan, kesehatan dan keamanan *new normal*, membuat paket liburan keluarga dengan harga ekonomis, menjalin kerjasama dengan travel agent, promosi. Strategi W-T: Danau Tanah Mas membuat kegiatan/event 1 bulan sekali, investor, membuat wahana baru dan menyediakan fasilitas komputer untuk karyawan Danau Tanah Mas.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Pengelola Danau Tanah Mas segera melakukan strategi S-O: membuat paket khusus event, membuat paket khusus sekolah, menambah petugas membuat himbauan kebersihan dan membuat tempat makan di tengah danau.
2. Kelemahan tidak adanya fasilitas komputer untuk memudahkan kinerja karyawan, maka hal yang dapat dilakukan adalah memberikan fasilitas komputer dan internet untuk karyawan Danau Tanah Mas khususnya bagian tiketing dan admin. Hal ini bertujuan untuk memudahkan proses penjualan, perhitungan tiket dan promosi Danau Tanah Mas.
3. Karena ancaman yang jauh lebih besar dari pada peluang, diharapkan pengelola Danau Tanah Mas juga segera menerapkan strategi W-T yaitu Danau Tanah Mas membuat kegiatan/event 1 bulan sekali, investor, membuat wahana baru dan menyediakan fasilitas komputer untuk karyawan Danau Tanah Mas. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir kelemahan dan menghindari ancaman.
4. Mengadakan event atau kegiatan paling tidak 1 bulan sekali, hal ini bertujuan untuk menambah atraksi wisata. Event atau kegiatan juga baiknya melibatkan masyarakat sekitar, dengan demikian Danau Tanah Mas secara tidak langsung melibatkan masyarakat dalam mengembangkan Danau Tanah Mas dan secara tidak langsung juga menimbulkan rasa peduli serta sadar wisata pada masyarakat sekitar.