

Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Banyuwangi (Studi Kasus: Kawah Ijen)

Strategy for Developing Tourism Potential of Banyuwangi District (Case Study: Ijen Crater)

Yusuf Agus Setiawan¹

¹ Fakultas FISHIP Prodi Sosiologi, Universitas Terbuka Tangerang Selatan, Indonesia

Correspondence E-mail: yusufagussetiawan2@gmail.com

Article history

Submitted: 2025/02/15; Revised: 2025/04/10; Accepted: 2025/06/19

Abstract

Ijen Crater is a tourist spot in Banyuwangi Regency that has a tourist attraction so that it can become a popular tourist destination for domestic and foreign tourists. Ijen Crater Tourism is one of the mountain tours that is in great demand because of the charm of the beauty at the peak such as blue fire. This study aims to determine alternative strategies for developing Ijen Crater Tourism. This research method is a qualitative descriptive method, and analyzes internal and external factors of Ijen crater tourism through the IFAS and EFAS matrices and the SWOT Analysis Table. The results of the study indicate that based on the research conducted, it can be seen that the health facilities in the Ijen area are still too far away and transportation is still limited and some roads are still rocky and damaged. The results of the SWOT analysis obtained nine alternatives that can be used for Ijen crater tourism.

Keywords

Sustainable Development Strategy, SWOT Analysis, Tourism.



© 2025 by the authors. This is an open-access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan sebuah negara yang kaya akan adat istiadat dan budayanya masih kental sekali. Menyimpan sejuta nilai kearifan lokal serta menyimpan begitu banyak sumber daya alam yang terdiri dari *sea* (lautan), *sun* (matahari), *sand* (pantai), *maindland* (daratan) serta *mountain* (gunung) yang jika dikelola dengan baik akan memberikan keuntungan besar bagi negara. Salah satu yang menarik dimata pengunjung yaitu pegunungan, karena pengunjung merasa tertantang untuk melakukan pendakian dan berpetualang dan berjelajah (kolbuszewski,2016 dan matthieu,2022). Namun seiring dengan berkembangnya sistem transportasi dan infrastruktur wisata pegunungan berubah menjadi bentuk kegiatan rekreasi. Yang lebih mudah diakses, menarik lebih banyak pengunjung yang mencari pengalaman. Berbasis alam sehingga menyebabkan pariwisata pegunungan yang saat ini menempati 15-20% dari pasar global (umiastowska dan. Kisiel, 2019. Dan Ng,2022). (Chakraborty & Ghosal, 2024)

Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, yakni secara ekonomis, sosial dan budaya. Namun, jika pengembangannya tidak di persiapkan dan dikelola dengan baik, justru akan menimbulkan berbagai permasalahan yang menyulitkan atau bahkan merugikan masyarakat. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur menunjukkan bahwa kabupaten banyuwangi memiliki berbagai kekayaan alam dan budaya yang sangat istimewa sehingga menarik untuk dikunjungi oleh masyarakat (Putra et al., 2019)

Jumlah kunjungan wisatawan domestik yang datang ke Kabupaten Banyuwangi pada tahun 2024 pada bulan Mei 2024 sebanyak 32.902 orang yang terdiri dari 88,39% tamu domestik dan 11,61% tamu mancanegara (BPS Banyuwangi).

Tabel 1. Data Jumlah wisatawan domestik dan mancanegara 2022- 2023 wisata Banyuwangi

Ket.	2022	2023
Wisatawan domestik	309,453	74,330
Wisatawan mancanegara	14,642	49,351

Dikabupaten banyuwangi. Sektor pariwisata yang tidak luput dari perhatian pemerintah Memperkuat *positioning* kabupaten banyuwangi sebagai Kawasan destinasi wisata yang layak di perhitungkan diantaranya melalui peningkatan strategi pemasaran yang baik dari segi - segi pemasaran maupun kecapan fasilitas objek wisata dalam menghadapi tantangan dan peluang pengembangan wisata kompleks (trijono isdijanto,2020). Seperti yang tertuang pada perencanaan pengembangan pariwisata yang dituangkan dalam rannngan pembangunan jangka menengah daerah (RPJMD) tahun 2021-2026 yang pada misi poin pertama Meningkatkan Pertumbuhan dan Ketahanan Ekonomi Lokal Berbasis Pertanian, Perikanan, UMKM, dan Pariwisata Fokus pada Keberdayaan Keluarga untuk Membuka Lapangan Kerja dan Mengurangi Kemiskinan, untuk mewujudkan progam tersebut dibutuhkan dukungan inovasi ilmu pengetahuan dan teknologi IPTEK agar strategi progam pembangunan daerah Yang diterapkan sesuai harapan.(Madafuri & Suryawan, 2013)

Salah satu sektor pariwisata pegunungan yang dimiliki oleh Indonesia ini berada di ujung Pulau Jawa yaitu Kabupaten Banyuwangi. Banyuwangi memiliki wisata mendunia, dan wisata tersebut yaitu kawah Ijen, kawah Ijen ini termasuk pegunungan dengan keindahan *blue fire* yang memunyai daya Tarik luar biasa terhadap pengunjung, pengunjungnya tidak hanya dari indonesia saja bahkan sampai mancanegara.

Dalam pengembangan pariwisata tidak hanya pemerintah yang melakukan sendiri tetapi pihak-pihak lain juga ikut andil dalam pembangunan infrastruktur pendamping, ini guna meningkatkan pendapatan dari sektor ekonominya. Menurut Charles Kaiser Jr. Dan larry E. Helber dalam bukunya menjelaskan tingkat-tingkat perencanaan pariwisata itu dimulai dari pengembangan pariwisata daerah yang mencakup pembangunan fisik objek dan atraksi wisata. Setelah itulah dilakukan, kita akan dapat melihat bagaimana perkembangan dari jumlah berkunjung wisatawan apabila ternyata mencapai target yang telah ditetapkan selanjutnya akan memikirkan sistem prioritas. Untuk pengembangan ini perlu dilakukan pendekatan-pendekatan dengan organisasi pariwisata yang ada (pemerintah dan swasta) dan pihak-pihak terkait yang diharapkan dapat mendukung kelanjutan pembangunan pariwisata daerah tersebut.

Strategi pengembangan pariwisata ini dilakukan dengan Analisa SWOT terhadap 4 (empat) yaitu *attraction*, *amenity*, *accessibility* dan *ancillary* menurut peneliti sebelumnya menjelaskan bahwa *attraction* adalah suatu komponen pariwisata untuk menarik dan memotivasi wisatawan dalam melakukan perjalanan pariwisata, *amenities* merupakan fasilitas yang disediakan untuk wisatawan diobjek wisata seperti restorsan dan akomodasi. Fasilitas merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh daya Tarik wisatawan yang akan tinggal lebih. Lama. *Acceibilities* (akses) kemudahan wisatan. Domestik maupun mancanegara dapat mencapai tempat wisata tersebut (Saputra & Rodhiyah, 2016)

Analisa SWOT sendiri adalah sebuah metode atau alat yang digunakan untuk mengukur kekuatan (*strengths*) merupakan elemen internal objek wisata, kelemahan (*weaknes*) peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) merupakan komponen eksternal.

Saat ini kunjungan wisatawan ke Kawah Ijen sesuai harapan tetapi untuk fasilitas Kesehatan terlalu jauh dari kawasan kawah Ijen sehingga pengunjung kesulitan Ketika dibutuhkan mendesak seperti terjadi kecelakaan atau sakit, karena pelayanan kesehatan termasuk hal yang penting sehingga jika terjadi sesuatu hal cepat ditangani dan cepat teratasi. Dan peningkatan fasilitas kendaraan masih terbatas karena pengunjung juga sebagian besar menginginkan fasilitas yang lebih ekonomis. Kawah Ijen telah menarik wisatawan untuk berkunjung. Dalam rencana pengembangan dibutuhkan identifikasi potensi yang bisa dikembangkan serta bagaimana strategi pengembangannya. Dengan terlalu jauhnya fasilitas Kesehatan di kawah Ijen tersebut. maka peneliti merasa perlu melakukan penelitian untuk pengembangan potensi di Kawah Ijen dengan analisis SWOT yang berjudul “Strategi pengembangan potensi pariwisata kabupaten banyuwangi (Kawah Ijen)”.

METODE

Menurut teori butler rumusan strategi pengembangan wisata kawah Ijen menggunakan tahapan – tahapan Dalam penelitian sebagai berikut: 1) Identifikasi komponen 4A (*attraction, amenity, accesibility, dan acciilary*) dikawasan wisata kawah Ijen Metode penelitian. Ini yaitu deskriptif dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif, metode ini digunakan untuk mengidentifikasi potensi wisata, kelengkapan fasilitas wisata, kondisi akses dan situasi kelembagaan terbaru. jenis data penelitian data primer dan instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuisioner survei lapangan dan wawancara juli – September 2024. Teknik penentuan sampel penelitian adalah *porposive sampling* yaitu cara mengambil sampel yang tidak memberi peluang yang sama kepada setiap anggotanya untuk terambil sebagai sampel atau *non random sampling*. 2) Disini peneliti akan menggambarkan tentang keadaan lapangan dengan tujuan untuk menemukan formulasi strategi pengembangan wisata kawah Ijen dengan menggunakan analisis SWOT yang meliputi *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *oppurnity* (peluang) dan *threat* (ancaman) (Rini et al., 2022). Strategi SO merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memperoleh peluang dari luar, strategi WO adalah strategi dengan meminimalkan kelemahan internal agar dapat menjadi sebuah peluang, strategi ST yaitu startegi yang digunakan untuk memperkecil dampak atau menghindari dampak ancaman dari luar, dan strategi WT adalah strategi bertahan dengan cara mengurangi dan meminimalisir kelemahan internal dan menghindari seluruh ancaman (Nugroho, 2024).

Penelitian ini juga menggunakan teknik analisis data dengan model interaktif dari Miles dan Huberman, alur atau proses analisis data model interaktif ini terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data yang dilakukan secara bertahap, kemudian melakukan pengujian pada faktor internal dan eksternal yakni melalui penggunaan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Strategic*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Strategic*). Langkah selanjutnya data dicocokkan dengan diagram Analisis SWOT, serta membuat tabel Analisis SWOT untuk menentukan alternatif strategi pada objek Kawah Ijen. Pembobotan pada Analisis SWOT terdiri dari 10 responden yaitu Ketua dan Sekretaris LMDH Lincing yang sekaligus menjadi pengelola, 1 karyawan dan 7 wisatawan yang berkunjung ke kawah Ijen terakhir yaitu dengan menarik kesimpulan setelah semua proses analisis yang telah dilakukan sebelumnya (Irianto, 2022). Dalam industri wisata jumlah populasi wisatawan bersifat *flutuatif* atau suatu kondisi yang menggambarkan naik atau turun kunjungan wisatawan yang dipengaruhi faktor-faktor yang tidak terkendali, seperti kondisi sosial – ekonomi bencana alam, jumlah obyek wisata, assesibilitas atau

kemudahan untuk mencapai obyek wisata, *site attraction* atau hal-hal yang dimiliki suatu obyek wisata sejak obyek wisata tersebut ada (Risfandini & Sani, 2024).

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Identifikasi 4A pada Daya Tarik wisata kawah Ijen Geopark

Attraction (atraksi)

Kawah Ijen merupakan salah satu destinasi wisata pegunungan yang diminati pengunjung yang berada diujung timur jawa yaitu kabupaten banyuwangi. Kawah Ijen Geopark terdiri dari beberapa wisata, salah satu terkenal dengan keindahan blue fire (Gambar 1) yang dapat dinikmati di atas puncak gunung Ijen jarak sekitar 3.4 KM dan durasi pendakian 2-2.5 jam perjalanan. Disana juga bisa menikmati sunset dengan melihat belerang dari atas puncak (Gambar 2). Selain itu sebagian belerang diambil sebagaimana masyarakat sekitar untuk dijual maupun dikelola belerang merupakan belerang yang dimanfaatkan untuk campuran obat dan kosmetik yang dikelola suatu PT (Gambar 3). Kawah wurung juga menjadi salah satu yang ada dilingkungan Kawah Ijen bisa juga dinikmati bagi pengunjung yang masih pemula tidak perlu mendaki jauh dan bisa dijangkau, pengunjung juga dapat camping dan menikmati sunrise tentunya dengan tiket masuk terjangkau (Gambar 4). Selain itu Banyuwangi mempunyai desa yang kental sekali dengan adatnya dibanyuwangi letaknya di desa osing kemiren didesa osing tersebut terdapat berbagai kegiatan secara tradisional (Gambar 5).



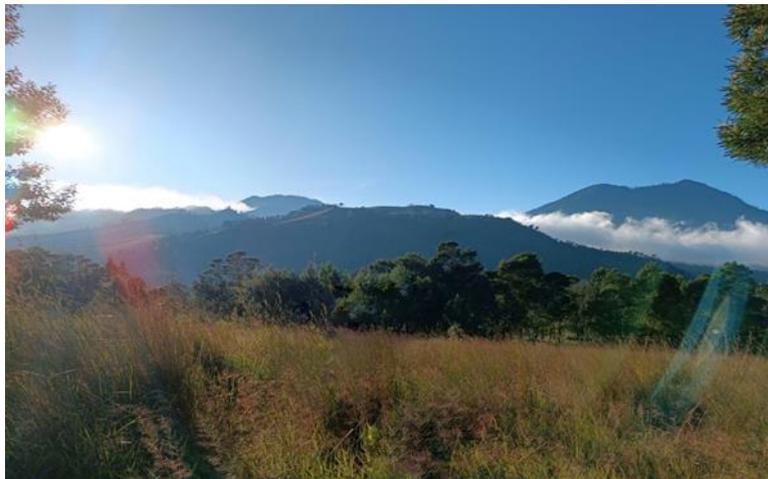
Gambar 1. Salah satu wisata terkenal dengan keindahan blue fire



Gambar 2. Belerang dilihat dari atas puncak



Gambar 3. Belerang yang dijadikan campuran obat dan kosmetik



Gambar 4. Pemandangan dengan camping dan sunrise



Gambar 5. Desa Osing Kemiren dengan berbagai kegiatan tradisional

Amenities (fasilitas)

Aminities mengarah ke fasilitas pelayanan atau manfaat yang di berikan untuk memenuhi kebutuhan atau meningkatkan kemudahan, kenyamanan dan kepuasan. Wisawatan. *Aminities* mencakup beberapa hal. Salah satu contoh umum *aminities* yaitu fasilitas umum, fasilitas akomodasi, pelayanan tambahan, fasilitas keamanan serta. Fasilitas kesehatan.

Berdasarkan obervasi yang dilakukan oleh peneliti, dapat ditemukan, fasilitas untuk menunjang kesegiatan pariwisata sudah cukup tetapi masih ada yang kurang. Fasilitas kesehatan

yang belum tersedia dan adapun tetapi terlalu. Jauh. dijangkau disekitar destinasi wisata karena salah satu fasilitas yang sangat penting untuk kenyamanan pengunjung. Untuk fasilitas umum seperti. Fasilitas toilet juga terbatas untuk kios makanan dan minuman terbatas untuk perbankan atau gerai ATM jaraknya terlalu jauh.

Accesibility (akses)

Akses merupakan sarana dan prasarana transportasi, kenyamanan, jarak tempuh untuk menuju objek wisata. Hal ini. Sangat penting untuk diperhatikan semakin tinggi aksesibilitas. Maka semakin mudah wisatawan menjangkanya. Aksesibilitas menuju kawah Ijen sudah cukup baik hal ini terlihat jalur utama destinasi wisata sangat bagus. Kondisi jalan aspal halus dan bisa dijangkau beberapa kendaraan roda. Dua maupun roda empat. Transportasi umum tersedia yaitu bus Damri tetapi terbatas jam tertentu.

Acciilary. (fasilitas pendukung)

Ancaillary atau fasilitas pendukung mencakup pelayanan untuk naik puncak. Kawah Ijen yaitu gerobak dorong yang di sediakan oleh masyarakat sekitar dan untuk budgetnya lumayan harus mendorong gerobak dari bawah keatas. Puncak kawah Ijen.

Menurut (Kurmidianata et al., 2022) Tabel SWOT ini berupa rumusan yang dibuat untuk alternatif strategi perkembangan wisata kawah Ijen yaitu pengelompokan berdasarkan strategi kekuatan – kesempatan (SO), kekuatan-Ancaman (ST), kelemahan – kesempatan (WO) dan Kelemahan – Ancaman (WT). hasil table matriks dari wisata Kawah Ijen didapati beberapa alternatif perkembangan wisata kawah Ijen

Menurut (Putri et al., 2018) Strategi SO yaitu sebuah strategi dengan memaksimalkan sisi kekuatan untuk mengambil keuntungan dari kesempatan berikut di bawah ini strategi wisata Kawah Ijen: Meningkatkan pengawasan terhadap Tindakan yang dapat merusak kelestarian alam dan mempertimbangkan bahwa area dari objek wisata kawah Ijen yang berada perhutani di Kawasan wisata kabupaten banyuwangi; Berbagai aktivitas yang dilakukan berkunjung di wisata Kawah Ijen seperti hiking bagi wisatawan yang mempunyai hobi hiking untuk bisa menikmati pemandangan yang sangat indah diatas puncak kawah Ijen seperti seperti kawah belerang dan *blue fire*, pengunjung juga bisa melakukan camping disekitar wisata dan juga disediakan tempat camping khusus dan jangan lupa harus membawa peralatan lengkap untuk camping demi nyaman pengunjung; Meningkatkan pengelolaan objek wisata melalui optimalisasi pengelolaan wisata seperti Melakukan kerja sama antar wisata, Meningkatkan fasilitas toilet yang memadai Mengembangkan kerajinan yang ada disekitar untuk souvenir khas dari kawah Ijen seperti gantungan kunci atau kaos untuk oleh-oleh atau buah tangan untuk pengunjung.

Strategi (WO) adalah strategi yang meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan kesempatan yang ada berikut strategi dari wisata kawah Ijen: Meningkatkan penggunaan teknologi dan media promosi seperti melakukan pemberdayaan masyarakat untuk membuat cinderamata atau souvenir dengan pembuatan souvenir tersebut nantinya akan dapat dijadikan tambahan pendapatan di masyarakat sekitar. Selain itu merupakan salah satu cara untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dan masyarakat juga lebih mandiri dan memiliki daya saing ((Devi & Samanhudi, 2021); Meningkatkan sarana dan prasarana di bidang Kesehatan guna untuk kenyamanan pengunjung, sarana dan prasarana di bidang Kesehatan masih terbatas masih terlalu jauh jangkuan nya sehingga diupayakan untuk disediakan fasilitas Kesehatan untuk kenyamanan pengunjung; Meningkatkan beberapa wisata yang belum dikelola dengan baik.

Ada beberapa wisata yang belum dikelola dengan baik yang harusnya di maksimalkan karena kesempatannya sangat besar, karena sudah ada lahan bahkan sudah tercipta wisata tapi tidak terawat sehingga sepi pengunjungnya.

Tabel 2. Hasil analisis matriks internal dan eksternal

Internal	Strength/kekuatan	Weaknesses/Kelemahan
	1. Memiliki dukungan masyarakat local terhadap pengembangan pariwisata .	1. Masih terdapat potensi wisata yang belum intensif dikembangkan.
	2. Memiliki ragam wisata berpotensi alam	2. Kurangnya sarana prasarana Wisata dibidang Kesehatan
	3. Memiliki ragam budaya seperti kesenian tradisi Banyuwangi (Gandrung, Damarwulan, dan Kuntulan) serta ritual (Seblang dan Kebo-keboan) berdiri dan bertahan dengan nilai-nilai lokal yang diusungnya.	3. Lampu pene-rangan yang sangat minim terutama malam hari
	4. Memliki wisata kawah Ijen	4. Kurangnya Fasilitas umum seperti tempat ibadah dan toilet menuju kawasan destinasi wisata.
	5. Memiliki wisata kawah wurung	5. Tidak ada tempat penjualan sou-venir atau cindrama
	6. Adanya wisata desa osing kemiren	Strategi W-O
	7. Peran serta masyarakat lokal sangattinggi dalam pengembangan pariwisata	1. Meningkatkan penggunaan teknologi dan media promosi.
Eksternal	Strategi S-O	2. Meningkatkan sarana dan prasarana di bidang Kesehatan guna untuk kenyamanan pengunjung.
Opportunities/kesempatan	1. Melakukan kerja sama antar wisata	3. Meningkatkan beberapa wisata yang belum dikelola dengan baik.
1. Adanya hotel atau penginapan (homestay)	2. Meningkatkan fasilitas toilet yang memadai	Strategi W-T
2. Tersedianya wisata kuliner (makanan dan minuman) yang halal.	3. Mengembangkan kerajinan yang ada disekitar untuk souvenir khas dari kawah Ijen seperti gantungan kunci atau kaos untuk oleh-oleh.	1. Meningkatkan Kerjasama antar media,akademisi
3. Banyaknya wisatawan baik asing maupun lokal yang berminat.		
4. Harga tiket masuk wisata kawah Ijen geopark baik domestik maupun mancanegara terjangkau.		
5. Hasil alam (komoditas) Terdapat aliran air yang mengandung berlerang yang konon katanya bisa untuk pengobatan dan untuk kosmetik.		
6. Berkembangnya teknologi informasi sebagai media promosi		
7. Berkembangnya Pariwisata Kabupaten Banyuwangi melalui adanya BEC		
8. Terdapat wisata kawah wurung		
	Strategi ST	

9. Adanya Desa osing di kemiren yang kental akan budaya khasnya.	1. Membuat even dihari tertentu	serta praktisi yang berhubungaan dengan wisata sekitar
10. Penyerapan tenaga kerja di bidang pariwisata	2. Meningkatkan jasa transportasi umum dengan memanfaatkan kendaraan milik masyarakat local seperti sewa motor atau sewa mobil,bisa juga kerja sama dengan agen travel.	2. Melakukan kerja sama dengan pemerintahan kabupaten banyuwangi tentang kurangnya sarana dan prasarana serta dana yang dberikan.
Threat/Ancaman	3. Melakukan perawatan pada fasilitas dan sarana objek wisata	
1. Ada transportasi umum tetapi terbatas dan ada jam pemberangkatan dan pulangny.		
2. Kurangnya kerja sama pemerintah dengan tenaga Kesehatan sekitar karena masih kurangnya sarana prasarana dibidang Kesehatan.		
3. Medan/ jalur menuju Kawasan destinasi wisata cukup curam terjal dan ada juga yang berbatu.		
4. Kesehatan fisik atau jasmani yang kuat karena antisipasi udara dingin		
5. Perlengkapan yang harus dibawa sangat banyak seperti: jaket, sarung tangan, sepatu, lampu senter, masker, kacamata, sunblock cream, dan lain-lain.		

Strategi (ST) adalah strategi yang menggunakan faktor kekuatan mengatasi ancaman, berikut strategi dari wisata kawah Ijen: Membuat event atau acara di hari tertentu, mengadakan event seperti hari libur seperti yang diharapkan pengunjung lebih banyak, selain itu karena kondisi kawah Ijen yang dalam beberapa waktu lalu dalam waspada; Melakukan perawatan pada fasilitas dan sarana di wisata kawah Ijen seperti gazebo serta spot foto yang ada sebelum terjadi kerusakan sehingga melalui perawatan tersebut membuat pengunjung nyaman. Dalam sector pariwisata pelayanan yang baik merupakan salah satu nya tersedianya fasilitas dengan tersedianya fasilitas dapat memuaskan pengunjung serta mendukung perjalanan wisatawan (Grilli et al., 2021).

Alternatif startegi pengembangan objek wisata kawah Ijen

Menurut (Azizah, 2021) bahwa analisis SWOT adalah instrumen yang berguna bagi perusahaan dalam merumuskan sebuah strategi, pendekatan ini didasari dengan logika untuk memaksimalkan pada sisi kekuatan kesempatan sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman. Perumusan strategi dengan analisis SWOT melalui beberapa tahapan yaitu Menyusun matriks IFAS dan EFAS yang didalamnya dilakukan penghitungan pada skor bobot dan rating pada setiap variabel internal serta eksternal. Setelah itu dilakukan penghitungan pada setiap variabel dengan mengalikan skor bobot dan rating sehingga didapat kan nilai atau skor akhir yang dapat menentukan variabel utama di setiap faktor

internal dan eksternal. Berikut dibawah ini hasil penghitungan faktor internal dan eksternal pada wisata kawah Ijen.

Internal actor Analysis Strategic (IFAS)

Matriks IFAS berguna untuk mengetahui peran faktor internal wisata Kawah Ijen, pada matriks IFAS dibawah ini dapat diketahui ada 8 faktor kekuatan dan empat faktor kelemahan dari wisata Kawah Ijen.

Tabel 3. Matriks analisis IFAS (Internal Factor Analisis Summary)

Faktor Internal	Bobot (b)	Rating (r)	Skor (b _{xr})
Kekuatan / Strength			
Memiliki dukungan masyarakat lokal terhadap pengembangan pariwisata	0.087719298	4	0.350877193
Memiliki ragam wisata berpotensi alam yang sangat indah	0.105263158	4	0.421052632
Harga tiket yang terjangkau	0.087719298	3	0.263157895
Memiliki ragam budaya seperti kesenian tradisi Banyuwangi (Gandrung, Damarwulan, dan Kuntulan) serta ritual (Seblang dan Kebo-keboan) berdiri dan bertahan dengan nilai-nilai lokal yang diusungnya	0.052631579	3	0.157894737
Memiliki wisata kawah Ijen	0.105263158	4	0.421052632
Memiliki wisata kawah wurung	0.087719298	4	0.350877193
Adanya wisata desa osing kemiren	0.052631579	3	0.157894737
Peran serta masyarakat lokal sangat tinggi dalam pengembangan pariwisata	0.070175439	3	0.210526316
Total Kekuatan			2.122807018
Kelemahan / Weaknesses			
Masih terdapat potensi wisata yang belum intensif dikembangkan.	0.105263158	2	0.210526316
Lampu pene-rangan yang sangat minim terutama malam hari	0.105263158	2	0.210526316
Kurangnya Fasilitas umum seperti tempat ibadah dan toilet menuju kawasan destinasi wisata.	0.070175439	2.5	0.175438596
Tidak ada tempat pen-jualan souvenir atau cindramata	0.070175439	2	0.140350877
Total kelemahan			0.736842
Total Keseluruhan	1		3.070175439

Berdasarkan penghitungan pada table matriks IFAS diatas dapat diketahui kekuatan yang dimiliki nilai terbesar dari wisata kawah Ijen kabupaten banyuwangi yaitu pada 1 poin. Memiliki ragam wisata berpotensi alam yang sangat indah dengan poin 0.421052632 kemudain dari faktor

kelemahan Masih terdapat potensi wisata yang belum intensif dikembangkan 0.210526316 selanjutnya nilai total keseluruhan yaitu 3.07017543.

Tabel 4. Matriks analisis EFAS (Eksternal Factor Analisis Summary)

Faktor Eksternal	Bobot (b)	Rating (r)	Skor (b_xr)
Kesempatan (Opportunities)			
Adanya hotel atau penginapan (homestay)	0.082191781	4	0.328767123
Tersedianya wisata kuliner (makanan dan minuman)	0.082191781	3	0.246575342
Banyaknya wisatawan baik asing maupun lokal yang berminat.	0.082191781	4	0.328767123
Harga tiket masuk wisata kawah Ijen baik domestik maupun mancanegara terjangkau.	0.054794521	3	0.164383562
Hasil alam (komoditas) Terdapat aliran air yang mengandung berlerang yang konon katanya bisa untuk pengobatan dan untuk kosmetik	0.054794521	3	0.164383562
Berkembangnya teknologi informasi sebagai media promosi	0.068493151	3	0.205479452
Berkembangnya Pariwisata Kabupaten Banyuwangi melalui adanya BEC	0.054794521	3	0.164383562
Terdapat wisata kawah wurung	0.054794521	3	0.164383562
Adanya Desa osing di kemiren yang kental akan budaya khasnya.	0.054794521	3	0.164383562
Penyerapan tenaga kerja di bidang pariwisata	0.082191781	4	0.328767123
Total Kesempatan			2.260273973
Ancaman / Threat			
Ada transportasi umum tetapi terbatas dan ada jam pemberangkatan dan pulangny.	0.054794521	2	0.109589041
Kurangnya kerja sama pemerintah dengan tenaga Kesehatan sekitar karena masih kurangnya sarana prasarana dibidang Kesehatan	0.068493151	2.5	0.171232877
Sebagian Medan/ jalur menuju Kawasan destinasi wisata cukup curam terjal dan ada juga yang berbatu.	0.068493151	2.5	0.171232877
Kesehatan fisik atau jasmani yang kuat karenaantisipasi udara dingin	0.068493151	2	0.136986301
Perlengkapan yang harus dibawa sangat banyak seperti: jaket, sarung tangan, sepatu, lampu senter, masker, kacamata, sunblock cream, dan lain-lain	0.068493151	2.5	0.171232877

Total Ancaman		0.109589041
Total	1	3.020547945

Berdasarkan penghitungan pada tabel matriks EFAS diatas dapat diketahui kekuatan yang dimilikinilai terbesar dari wisata kawah Ijen kabupaten banyuwangi yaitu pada 2 poin Adanya hotel atau penginapan (*homestay*) dan Banyaknya wisatawan baik asing maupun lokal yang berminat dengan poin 0.328767123 kemudian dari faktor ancaman ada 2 poin Kurangnya kerja sama pemerintah dengan tenaga Kesehatan sekitar karena masih kurangnya sarana prasarana dibidang Kesehatan dan Sebagian Medan/ jalur menuju Kawasan destinasi wisata cukup curam terjal dan ada juga yang berbatu dengan jumlah skor 0.171232877 selanjutnya nilai total keseluruhan yaitu 3.020547945.

Menurut (Adityaji, 2018) Mengacu pada pada hasil analisis IFAS – EFAS, maka selanjutnya dibuat kuadran seperti yang tertera di tabel 3 dan 4 masing masing memiliki kuadran rumusan strategi sebagai strategi utama. Untuk menentukan posisi pengembangan pariwisata kawah Ijen dalam kuadran IFAS -EFAS maka harus dhitung terlebih dahulu nilai faktor X dan Y nilai X merupakan Faktor Internal garis horizontal dan didapat hasil, dari hasil pengurangan dari total skor pengurangan dari total skor pengurangan dari total skor kekuatan dan total skor kelemahan. Sedangkan nilai Y merupakan nilai faktor eksternal yang membentuk garis vertical dan didapat dari hasil pengurangan total skor kesempatan dan total skor ancaman seperti persamaan perhatikan gambar 6 di bawah ini:

$$X = \text{Kekuatan} - \text{Kelemahan}$$

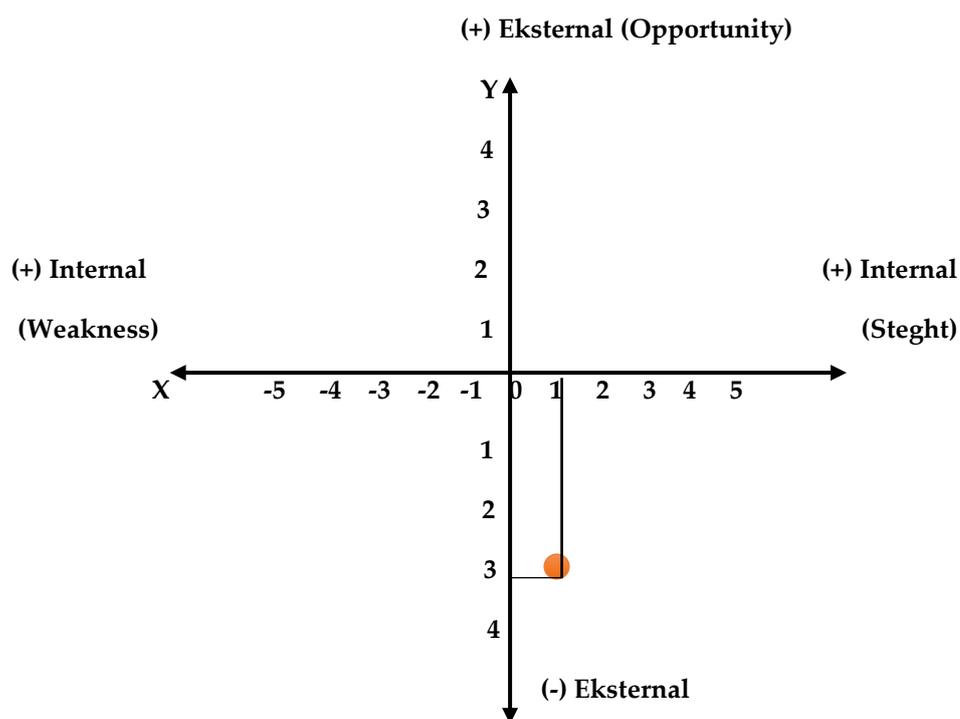
$$= 2.122807018 - 0.736842$$

$$= 1.385965018$$

$$Y = \text{Kesempatan} - \text{Ancaman}$$

$$= 2.260273973 - 0.109589041$$

$$= 2.150684932$$



Gambar 6. Analisis SWOT baik Internal dan Eksternal

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan identifikasi dalam menjawab rumusan masalah pada kawah Ijen terdapat permasalahan mendasar. Berupa pelayanan sarana dan prasarana yang belum maksimal terutama di pelayanan kesehatan. Selain itu peran masyarakat sekitar dalam pengembangan kawah Ijen dilihat dilihat dari ketertukaanya dalam menerima wisatawan. Adapun strategi pengembangannya bertujuan mendukung kegiatan pariwisata yaitu peningkatan sarana dan prasarana menjaga dan melestarikan potensi wisata tersebut. Agar strategi berjalan baik maka pemerintah dan masyarakat serta pihak lain yang ikut terlibat dapat lebih bekerja sama lagi dalam meningkatkan potensi kawah Ijen.

REFERENSI

- Adityaji, R. (2018). Formulasi strategi pengembangan destinasi pariwisata dengan menggunakan metode analisis swot: studi kasus kawasan pecinan kapasan surabaya. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(1), 19–32.
- Azizah, L. (2021). Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Perspektif Islam Menggunakan Metode Analisis SWOT Halal Tourism:(Studi Pada Destinasi Bromo Tengger Tosari Pasuruan). *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 4(2), 18–36.
- Chakraborty, P., & Ghosal, S. (2024). An eco-social exploration of tourism area evolution in mountains through stakeholders' perspective. *Environmental Development*, 49, 100963.
- Devi, F. S., & Samanhudi, D. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Produk Detergen Dengan Metode Swot Dan Boston Consulting Group (Bcg) Di Pt. Xyz. *JUMINTEN*, 2(3), 131–142.
- Grilli, G., Tyllianakis, E., Luisetti, T., Ferrini, S., & Turner, R. K. (2021). Prospective tourist preferences for sustainable tourism development in Small Island Developing States. *Tourism Management*, 82, 104178. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104178](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104178)
- Irianto, D. A. (2022). *Strategi pengembangan objek wisata Tlogo Land masa pandemi covid-19*.
- Kurmidianata, M., Suwasono, B., (2022). Analisis Strategi Pengembangan Wisata Lontar Sewu menggunakan Metode SWOT. *Jurnal Jaring SainTek*, 4(1),9–14.
- Madafuri, B., & Suryawan, I. B. (2013). Pengembangan Kawasan Kawah Ijen Sebagai Destinasi Wisata Di Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pariwisata*.
- Nugroho, M. A. (2024). The analysis of tourism development strategies using Tourism Area Life Cycle Theory in Sumberpakem Village, Sumbejambe District. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 9(1), 47–58.
- Putra, A. P., Halil, H., & Pratiwi, N. (2019). Strategi Pengembangan Cenderamata Belerang Wisata Kawah Ijen Banyuwangi. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 4(1), 32–41.
- Putri, R. A. S. I., Sinyor, E. P., & Putri, A. C. (2018). Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Berbasis Analisis Swot Desa Sidomekar Dan Penggunaan Aplikasi Tour Guide Online Kabupaten Jember. *UNEJ E-Proceeding*.
- Rini, R. O. P., Ilham, W., Putera, D. A., & Dermawan, A. A. (2022). Perencanaan Rekonstruksi Sebagai Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 4(2), 61–71.
- Risfandini, A., & Sani, F. E. A. (2024). Developing a strategy for fisheries-based tourism potential on Jolosutro beach, Blitar Regency, East Java Province. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 9(1), 14–25.
- Saputra, M. R., & Rodhiyah, R. (2016). Strategi pengembangan wisata di kawasan Gunung Andong Magelang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 571–586.
- Hilal, A. H., & Alabri, S. S. (2013). Using NVivo for data analysis in qualitative research. *International Interdisciplinary Journal of Education*, 2(2), 181–186
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.