

## **Strategi Pengembangan Danau Tanah Mas Berbasis Analisis SWOT**

### ***Tanah Mas Lake Development Strategy Based On SWOT Analysis***

**Rabi'ah Oktaviany<sup>(1)</sup>, A. Jalaludin Sayuti<sup>(2)</sup>, Heri Setiawan<sup>(3)</sup>**

Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

[rabiahoktaviany28@gmail.com](mailto:rabiahoktaviany28@gmail.com)

---

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi kondisi lingkungan internal dan eksternal, serta menemukan strategi pengembangan objek wisata Danau Tanah Mas di Kabupaten Banyuasin. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi wawancara dan kuesioner. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan 30 responden. Teknik analisis data penelitian menggunakan analisis SWOT. 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. Strataegi 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.

**Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Danau Tanah Mas, Analisis SWOT.**

#### **Abstract**

*This research is designed to identify the conditions of the internal environment and external environment, as well as the development strategy of Tanah Mas lake. This research uses qualitative descriptive research methods. The data sources in this study are primary and secondary data sources, this study uses data collection techniques in the form of interview observations and questionnaires. The study used purposive sampling with 30 respondents. Research data analysis techniques using SWOT analysis. SWOT analysis results, is obtained from 16 alternative strategies for developing Tanah Mas Lake, namely S-O strategy: making special packages for events, making special packages for schools, adding officers to make calls for cleanliness, making places to eat in the middle of the lake. W-O Strataegi: Improving facilities and vehicles, making fishing competition activities at least once a month, making souvenir / souvenir facilities, providing secure parking facilities. S-T Strategy: Lake Tanah Mas implements new normal hygiene, health and safety protocols, makes family vacation packages at economical prices, establishes cooperation with travel agents, promotions. W-T Strategy: Lake Tanah Mas makes activities / events once a month, investors, create new vehicles and provide computer facilities for Lake Tanah Mas employees.*

**Keywords: Development Strategy, Lake Tanah Mas, SWOT Analysis.**

---

## **PENDAHULUAN**

Banyuasin memiliki 15 objek wisata yang cukup potensial untuk dikembangkan antara lain: Perkampungan Nelayan Sungsang, Hutan Hutang Gemampo, Bom Berlian Pangkalan Balai, PT. Sawit Mas Sejahtera Desa Langkan, PT. Melania, Hutan Lindung Lebong Hitam, Pulau Pejaye, Tugu Sejarah Silk Air, Front Langkan, PT. Pertamina Sungai Gerong, Balai Penelitian Sembawa, Desa Wisata Lalang Sembawa, Taman Kota Pangkalan Balai dan Danau Tanah Mas (*RKPD Kabupaten Banyuasin 2020*).

Namun, kenyataannya objek wisata di Kabupaten Banyuasin memiliki permasalahan pada bidang aksesibilitas, atraksi dan amenitas, seperti sulitnya akses jalan menuju ke lokasi wisata, tidak ada aktivitas atau kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan, sulitnya mencari penginapan didekat objek wisata dan kurangnya promosi objek wisata. Sehingga objek wisata di Kabupaten Banyuasin sulit untuk dijadikan sebagai daya tarik wisata dan menarik minat kunjungan wisatawan. Oleh sebab itu, destinasi wisata di Kabupaten Banyuasin membutuhkan pengembangan khususnya pada bidang atraksi, aksesibilitas dan amenitas.

Objek wisata di Kabupaten Banyuasin yang memerlukan pengembangan salah satunya adalah objek wisata Danau Tanah Mas. Danau Tanah Mas adalah objek wisata buatan yang menawarkan wahana *waterpark* di Kabupaten Banyuasin, tepatnya terletak di jalan Palembang-Betung KM. 14 Tanah Mas, didirikan pada tahun 2008. Selain wahana *waterpark* objek wisata ini juga memiliki danau yang di dalamnya terdapat banyak jenis ikan sehingga wisatawan yang berkunjung dapat melihat dan memberi makan ikan. Danau Tanah Mas dengan lahan seluas 3 hektar juga menyewakan lokasi untuk berbagai kegiatan dan event. Hal ini menyebabkan destinasi ini menjadi tujuan yang cukup banyak diminati sebagai tujuan wisata oleh masyarakat khususnya di Kabupaten Banyuasin.

Jumlah kunjungan wisatawan ke Danau Tanah Mas mengalami fluktuatif. Tahun 2015 ke tahun 2017 jumlah kunjungan wisatawan mengalami peningkatan yang signifikan yaitu dari 29.717 kunjungan menjadi 35.552 kunjungan. Sedangkan pada tahun 2017 sampai tahun 2019 jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2017 sebanyak 35.552 kunjungan menurun menjadi 34.567 kunjungan di tahun 2019. Penurunan jumlah wisatawan pada Danau Tanah Mas

dapat diakibatkan oleh beberapa faktor baik itu faktor internal maupun faktor eksternal. Sehingga dibutuhkan adanya pengembangan destinasi wisata.

Menurut UU No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, bahwa paling tidak ada 3 unsur yang penting dalam pengembangan suatu destinasi wisata yaitu atraksi, aksesibilitas, dan amenitas. Menurut Yoeti (2002) berpendapat bahwa berhasilnya suatu tempat wisata hingga tercapainya kawasan wisata sangat tergantung pada 3A yaitu atraksi (*attraction*), mudah dicapai (*accessibility*), dan fasilitas (*amenities*). Pengembangan destinasi wisata pada Danau Tanah Mas setidaknya mempertimbangkan 3 hal yaitu atraksi, aksesibilitas dan amenitas. Berdasarkan pada observasi yang telah dilakukan oleh peneliti, bahwa adanya fenomena masalah yang terjadi di objek wisata Danau Tanah Mas yang disebabkan oleh 3 faktor tersebut sehingga membutuhkan pengembangan.

Unsur atraksi (*attraction*) pada wahana waterpark di Danau Tanah Mas memiliki kualitas yang tidak optimal, seperti *sliding* atau seluncuran yang tidak licin (kesat). Unsur aksesibilitas (*accessibility*) pada Danau Tanah Mas sebenarnya cukup baik, di beberapa titik sebelum menuju ke lokasi wisata juga dipasang papan petunjuk arah yang

memudahkan wisatawan menuju ke Danau Tanah Mas. Namun karena lokasi yang harus melewati jalan Palembang-Betung terjadi kemacetan dan menyebabkan pengunjung dari luar Kabupaten malas menuju ke objek wisata ini. Unsur amenitas (*amenities*) Danau Tanah Mas memiliki fasilitas seperti ruang ganti, toilet, mushola, klinik, kantin dan gazebo. Namun fasilitas seperti mushola dan klinik tidak nyaman dan bersih untuk digunakan. Faktor lain adalah tidak disediakannya fasilitas seperti komputer untuk bagian tiketing sehingga karyawan melakukan pembukuan tiketing secara manual.

Berdasarkan pada latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana identifikasi faktor internal Danau Tanah Mas sebagai Daya tarik wisata di Kabupaten Banyuasin ?
2. Bagaimana identifikasi faktor eksternal Danau Tanah Mas sebagai Daya tarik wisata di Kabupaten Banyuasin ?
3. Bagaimana strategi pengembangan Danau Tanah Mas sebagai Daya tarik wisata di Kabupaten Banyuasin ?

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Pengembangan Destinasi Wisata**

Menurut Yoeti (2002) berpendapat bahwa berhasilnya suatu tempat wisata

hingga tercapainya kawasan wisata sangat tergantung pada 3A yaitu atraksi (*attraction*), mudah dicapai (*accessibility*), dan fasilitas (*amenities*). Menurut Sunaryo (2013) menjelaskan bahwa berdasarkan pengertian yang telah diberikan oleh para pakar seperti: Cooper, Fletcher, Gilbert, Sheherd, dan Wanhill, pengembangan destinasi pariwisata paling tidak harus mencakup komponen-komponen utama seperti: objek dan daya tarik wisata (*attractions*), aksesibilitas (*accessibility*), amenities (*amenities*), fasilitas pendukung (*ancillary services*), dan kelembagaan (*institutions*).

### **Daya tarik wisata**

Menurut Suwena dan Widyatmaja (2017) daya tarik wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Menurut UU No. 10 Tahun 2009 daya tarik wisata bisa dijelaskan sebagai segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan, dan nilai yang berwujud keanekaragaman, kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan para wisatawan. Menurut Maryani dalam Utama (2017) daya tarik wisata akan mampu menarik wisatawan jika memenuhi syarat-syarat untuk

pengembangan daerahnya. Syarat-syarat tersebut sebagai diantaranya: daya tarik yang dapat disaksikan (*what to see*), aktivitas wisata yang dapat dilakukan (*what to do*), sesuatu yang dapat dibeli (*what to buy*), alat transportasi (*what to arrived*), penginapan (*where to stay*)

### **Strategi Pengembangan**

Menurut Mulyantari (2016) menyatakan bahwa strategi pengembangan merupakan suatu rangkaian aktivitas pengambilan keputusan untuk upaya kemajuan ke arah yang lebih baik secara bertahap, terencana, teratur dan berkelanjutan, yang menjurus ke sasaran yang dikehendaki. Menurut Firsty dan Suryasih (2019) strategi pengembangan ialah analisis dari aspek pengembangan pariwisata dan mengkategorisasi *weakness* (kelemahan), *strength* (kekuatan), *opportunity* (peluang) dan *threat* (ancaman).

### **Analisis SWOT**

Menurut Rangkuti (2016) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*) namun secara

bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Menurut Rangkuti (2016) matriks SWOT dapat menghasilkan empat set strategi, yaitu: strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O, strategi W-T.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

### **Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer berupa pertanyaan yang diajukan kepada pihak pengelola Danau Tanah Mas, serta dokumentasi yang berupa foto atau gambar objek penelitian. Sedangkan Sumber data sekunder dari penelitian ini berupa jurnal-jurnal penelitian terdahulu.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara semi terstruktur menurut sugiyono (2019) wawancara ini termasuk dalam kategori *in-dept interview*, observasi atau pengamatan langsung di lokasi penelitian, dokumentasi dan kuesioner.

### **Teknik Penentuan Informan**

Peneliti memberikan kuesioner kepada responden berdasarkan teknik

*nonprobability sampling*. Jumlah sampel yang akan diteliti dalam penelitian ini berjumlah 30 orang. Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2019) memberikan saran bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

### **Teknik Analisis Data**

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT yang terdiri dari analisis matriks IFAS, EFAS dan analisis SWOT.

## **HASIL**

### **Matriks IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary)**

Berdasarkan tabel 1 indikator kekuatan paling tinggi dimiliki oleh pernyataan nomor 2 yaitu Danau Tanah Mas memiliki harga tiket yang ekonomis, dengan skor 0,24, rating 3,50 dan bobot 0,07. Hal ini memiliki arti bahwa harga tiket Danau Tanah Mas yang ekonomis berpengaruh besar terhadap kelangsungan usaha. Sedangkan indikator kelemahan dengan skor paling tinggi dimiliki oleh pernyataan nomor 8 yaitu 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 tabel tersebut dapat dilihat bahwa jumlah kekuatan yang dimiliki oleh Danau Tanah Mas adalah 1,66 dan jumlah kelemahan adalah 1,59 dengan total keseluruhan adalah 3,25. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dilihat bahwa Danau Tanah Mas memiliki kekuatan yang lebih besar daripada kelemahan. Total skor kekuatan dan kelemahan Danau Tanah Mas 3,25 menunjukkan bahwa Danau Tanah Mas memiliki lingkungan internal yang kuat. Hal ini berarti Danau Tanah Mas mampu menghadapi kelemahan dengan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki.

#### **Matriks EFAS ( *Eksternal Strategic Analysis Summary* )**

Berdasarkan tabel 2, indikator peluang paling tinggi dimiliki oleh pernyataan nomor 7 yaitu 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 nomor 7 yaitu kurangnya peran masyarakat dalam 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 tabel tersebut dapat dilihat bahwa jumlah peluang yang dimiliki oleh Danau Tanah Mas adalah 1,58 dan jumlah ancaman adalah 1,75 dengan total keseluruhan adalah 3,33. Berdasarkan perhitungan tersebut 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.

#### **Matriks SWOT ( *Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats* )**

Berdasarkan hasil dari matriks SWOT diatas diperoleh 4 set strategi yang dapat dilihat pada tabel 3. Berikut adalah 4 set strategi hasil analisis SWOT:

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*), strategi ini diantaranya: membuat paket khusus event, membuat paket khusus sekolah, membuat himbauan kebersihan, membuat tempat makan di tengah danau.

2. Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunity*), strategi ini diantaranya: Memperbaiki fasilitas dan wahana, membuat kegiatan lomba memancing paling tidak 1 bulan sekali, membuat fasilitas cinderamata/souvenir, menyediakan fasilitas parkir yang aman.
3. Strategi S-T (*Strenght-Threath*), strategi ini diantaranya: Danau Tanah Mas menerapkan protokol kebersihan, kesehatan dan keamanan *new normal*, membuat paket liburan keluarga dengan harga ekonomis, menjalin kerjasama dengan travel agent, promosi.
4. Strategi W-T (*Weaknesses-Threath*), strategi ini diantaranya: Danau Tanah Mas membuat kegiatan/event 1 bulan sekali, investor, dan menyediakan fasilitas komputer untuk karyawan Danau Tanah Mas.

## SIMPULAN

Berdasarkan analisis faktor internal menunjukkan bahwa Danau Tanah Mas belum siap secara maksimal dalam memenuhi kebutuhan karyawan. Berdasarkan perhitungan anaisis 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. Sedangkan 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. Berdasarkan hasil analisis SWOT menghasilkan 16 strategi alternatif pengembangan Danau Tanah Mas yang diperoleh dari 4 set strategi yaitu stategi S-O, Strataegi W-O, Strategi S-T dan Strategi W-T.

## DAFTAR PUSTAKA

- Firsty, Ophelia danSuryasih, Ida Ayu. 2019. Strategi Pengembangan Candi Muaro Jambi Sebagai Wisata Religi. *Jurnal Destinasi Pariwisata, Vol. 7: No 1.*
- Mulyantari, Enny. 2016. Strategi Pengembangan Situs Manusia Purba Sangiran Sebagai Daya Tarik Wisata Budaya. *Jurnal Media Wisata, Vol. 14: No 1.*
- Rangkuti, Freddy. 2016. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI.* Jakarta: PT. Gramedia
- Sugiyono.2019. *Metode Penelitian dan Pengembangan Reasearch and Development.* Bandung: Alfabeta.

Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.

Suwena I. Ketutdan Widyatmaja, I. Gusti Ngurah. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Pustaka Larasan.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Jakarta: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia

Utama, I. Gusti Bagus Rai. 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Bali: Andi.

Yoeti, A. Oka. 2002. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramitha.

**Tabel 1 Matriks IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary)**

No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan (Strength)</b>				
1	Danau Tanah Mas memiliki danau buatan yang indah, unik dan menyediakan wahana waterpark yang menarik	0,06	3,17	0,19
2	Danau Tanah Mas memiliki harga tiket yang ekonomis	0,07	3,50	0,24
3	Danau Tanah Mas memiliki petugas kebersihan	0,06	3,00	0,17
4	Kondisi jalan Danau Tanah Mas sudah diaspal dan cukup baik	0,07	3,47	0,23
5	Terdapat papan petunjuk arah menuju Danau Tanah Mas	0,07	3,43	0,23
6	Danau Tanah Mas menyediakan fasilitas kamar ganti, sewa ban, sewa loker, toilet, kantin dan mushola	0,06	3,27	0,21
7	Danau Tanah Mas menyediakan lahan parkir yang luas	0,07	3,43	0,23
8	Danau Tanah Mas menyediakan fasilitas kesehatan seperti klinik.	0,06	2,87	0,16
<b>Jumlah Kekuatan</b>				<b>1,66</b>
<b>Kelemahan (Weaknesses)</b>				
1	Wahana Danau Tanah Mas masih kurang beragam	0,06	3,33	0,21
2	Lantai keramik Danau Tanah Mas tidak cukup aman untuk wisatawan	0,06	3,27	0,21
3	Kebersihan di Danau Tanah Mas belum cukup baik	0,06	2,97	0,17
4	Sering terjadi kemacetan di jalan Palembang-Betung untuk menuju ke Danau Tanah Mas	0,06	3,23	0,20
5	Tidak Tersedianya toko cinderamata/souvenir di Danau Tanah Mas	0,06	3,13	0,19
6	Fasilitas parkir belum memenuhi standar keamanan	0,06	3,00	0,17
7	Kondisi fasilitas yang ada seperti gazebo, toilet umum, ruang ganti, sliding/seluncuran membutuhkan perbaikan	0,06	3,33	0,21
8	Tidak ada fasilitas pendukung seperti komputer untuk memudahkan kinerja karyawan di Danau Tanah Mas	0,07	3,40	0,22
<b>Jumlah Kelemahan</b>				<b>1,59</b>
<b>Total Kekuatan dan Kelemahan</b>		<b>1</b>		<b>3,25</b>

Sumber: Data yang diolah, 2020

**Tabel 2 Matriks EFAS (Eksternal Strategic Factors Analysis Summary)**

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang (Opportunities)</b>				
1	Banyak perusahaan/organisasi/instansi yang menyelenggarakan kegiatan event dan perlombaan di Danau Tanah Mas	0,07	3,03	0,20
2	Wahana waterpark Danau Tanah Mas sering dijadikan tempat praktik olahraga renang oleh sekolah-sekolah di Kabupaten Banyuasin	0,08	3,53	0,27
3	Kurangnya objek wisata di Kabupaten Banyuasin menjadikan Danau Tanah Mas sebagai objek yang cukup diminati	0,07	3,33	0,24
4	Lokasi Danau Tanah Mas dekat dengan terminal Alang-Alang Lebar	0,08	3,50	0,26
5	Tersedianya transportasi umum dari terminal menuju ke Tanah Mas	0,06	2,80	0,17
6	Pengelola Danau Tanah Mas menawarkan menu makanan yang beragam	0,06	2,73	0,16
7	Lahan Danau Tanah Mas yang luas memungkinkan dibangun fasilitas dan wahana baru	0,08	3,57	0,28
<b>Jumlah Peluang</b>				<b>1,58</b>
<b>Ancaman (Threats)</b>				
1	Objek Wisata Danau Tanah Mas berdekatan dengan objek wisata lain yang menyebabkan persaingan	0,06	2,97	0,19
2	Wabah virus Corona (COVID-19) menyebabkan wisatawan takut untuk berwisata	0,07	3,37	0,25
3	Terjadi kerusakan jalan Palembang-Betung saat musim hujan	0,07	3,40	0,25
4	Atraksi yang sedikit menyebabkan perubahan selera wisatawan	0,08	3,50	0,26
5	Belum terdapat paket wisata yang menjadikan Danau Tanah Mas sebagai destinasi tujuan wisata	0,07	3,43	0,25
6	Tidak ada fasilitas pusat informasi (TIC) dan kurangnya informasi di Danau Tanah Mas	0,07	3,40	0,25
7	Kurangnya peran masyarakat dalam membuat kerajinan tangan/souvenir	0,08	3,67	0,29
<b>Jumlah Ancaman</b>				<b>1,75</b>
<b>Total Peluang dan Ancaman</b>		<b>1</b>		<b>3,33</b>

Sumber: Data yang diolah, 2020

**Tabel 3 Analisis SWOT**

**Matriks SWOT**

	<p><b><u>STRENGTHS (S):</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Danau Tanah Mas memiliki danau buatan yang indah, unik dan menyediakan wahana waterpark yang menarik.</li> <li>2. Harga tiket yang ekonomis.</li> <li>3. Terdapat petugas kebersihan.</li> <li>4. Kondisi jalan sudah diaspal dan cukup baik.</li> <li>5. Terdapat papan petunjuk arah</li> <li>6. Menyediakan fasilitas kamar ganti, sewa ban, sewa loker, toilet, kantin dan mushola</li> <li>7. Menyediakan lahan parkir yang luas</li> <li>8. Terdapat klinik</li> </ol>	<p><b><u>WEAKNESSES (W):</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wanaha kurang beragam</li> <li>2. Lantai kolam tidak cukup aman</li> <li>3. Kebersihan belum cukup baik</li> <li>4. Terjadi kemacetan di jalan Palembang-Betung</li> <li>5. Tidak terdapat toko cinderamata/souvenir</li> <li>6. Fasilitas parkir belum memenuhi standar keamanan</li> <li>7. Fasilitas gazebo, toilet, ruang ganti, slidding/seluncuran membutuhkan perbaikan</li> <li>8. Tidak ada fasilitas pendukung seperti komputer untuk memudahkan karyawan dalam melakukan pelayanan terhadap wisatawan</li> </ol>
<p><b><u>OPPORTUNITIES (O):</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyak organisasi/perusahaan/Instansi yang melakukan kegiatan atau event.</li> <li>2. Tempat praktik renang bagi sekolah di Kabupaten Banyuasin.</li> <li>3. Objek wisata yang cukup diminati di Kabupaten Banyuasin.</li> <li>4. Lokasi dekat dengan terminal Alang-Alang Lebar.</li> <li>5. Tersedia transportasi umum.</li> <li>6. Pengelola menawarkan menu makanan yang beragam.</li> <li>7. Lahan Danau Tanah Mas luas.</li> </ol>	<p><b><u>STRATEGI SO:</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat paket khusus event (S2-01,06)</li> <li>2. Membuat paket khusus sekolah (S2 - 02,06)</li> <li>3. Menambah petugas membuat himbauan kebersihan (S3 - 03)</li> <li>4. Membuat tempat makan di tengah danau (S1 - 06)</li> </ol>	<p><b><u>STRATEGI WO:</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperbaiki fasilitas dan wahana (W2, W7 - 02, 03)</li> <li>2. Membuat kegiatan lomba memancing paling tidak 1 bulan sekali (W1 - 03)</li> <li>3. Membuat fasilitas cinderamata/souvenir (W5 - 07)</li> <li>4. Menyediakan fasilitas parkir yang aman (W6 - 04, 05)</li> </ol>
<p><b><u>THREATS (T):</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya persaingan dengan objek wisata lain.</li> <li>2. Wabah virus Corona (COVID-19) menyebabkan wisatawan takut berkunjung.</li> <li>3. Terjadi kerusakan jalan Palembang-Betung saat musim hujan.</li> <li>4. Atraksi yang sedikit menyebabkan perubahan selera minat wisatawan.</li> <li>5. Belum terdapat biro perjalanan atau travel agent yang menjadikan Danau Tanah Mas sebagai tujuan wisata.</li> <li>6. Tidak ada fasilitas TIC dan kurangnya informasi di Danau Tanah</li> </ol>	<p><b><u>STRATEGI ST:</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Danau Tanah Mas menerapkan protokol kebersihan, kesehatan dan keamanan <i>new normal</i> (S3 - T2)</li> <li>2. Membuat paket liburan keluarga dengan harga ekonomis (S2 - T1)</li> <li>3. Menjalin kerjasama dengan travel agent (S1, S2 - T5)</li> <li>4. Promosi (S1,S2 -T6)</li> </ol>	<p><b><u>STRATEGI WT:</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Danau Tanah Mas membuat kegiatan/event 1 bulan sekali (W1 - T4, T7)</li> <li>2. Investor (W1 - T1)</li> <li>3. Membuat wahana baru (W1 - T4)</li> <li>4. Menyediakan fasilitas komputer untuk karyawan Danau Tanah Mas (W8 - T6)</li> </ol>

Mas 7. Kurang peran dari masyarakat dalam membuat souvenir		
--	--	--

*Sumber: Data yang diolah, 2020*