

Strategi Pengembangan Ekonomi Kawasan Wisata Borobudur Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT Dan QSPM

Budi Hartono¹, Hanung Eka Atmaja², Axel Giovanni³, Clarisa Alfa Lionora⁴, Alief Rizaldi⁵, Aldo Arul Hermawan⁶, Yoga Aji Kusuma⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar

Abstrak: Pengembangan kawasan wisata Borobudur, yang diakui sebagai Situs Warisan Dunia UNESCO, memiliki potensi besar untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, kawasan ini menghadapi berbagai tantangan, termasuk infrastruktur yang kurang memadai, kebijakan yang terfragmentasi, dan rendahnya kesadaran pengunjung terhadap pelestarian situs. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan yang komprehensif dengan mempertimbangkan aspek sosial dan ekonomi, sekaligus meningkatkan kolaborasi antara pemerintah, pengelola wisata, dan masyarakat lokal. Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk memahami secara mendalam fenomena yang terjadi di kawasan Borobudur. Data primer dikumpulkan melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur dan publikasi terkait. Analisis dilakukan menggunakan matriks Internal-Eksternal (IE), analisis SWOT, dan Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM) untuk mengidentifikasi strategi yang paling sesuai bagi usaha kecil dan menengah (UKM) di sekitar Candi Borobudur. Analisis SWOT mengungkapkan beberapa kekuatan Candi Borobudur, seperti kualitas produk yang tinggi, keberagaman pedagang makanan, serta antusiasme pelaku UKM dalam mengikuti program pelatihan. Namun, terdapat kelemahan signifikan, termasuk rendahnya kesadaran pengunjung terhadap pelestarian candi, kebersihan yang buruk, dan infrastruktur yang tidak memadai. Peluang yang ada meliputi meningkatnya minat pengunjung terhadap wisata budaya, dukungan dari pemerintah dan UNESCO, serta potensi pengembangan UKM di kawasan tersebut. Sebaliknya, ancaman yang dihadapi mencakup aksi vandalisme oleh wisatawan, dampak negatif terhadap nilai sosial dan budaya masyarakat lokal, serta persaingan dari destinasi wisata lain. Melalui QSPM, strategi Strength-Opportunity (S-O) diidentifikasi sebagai prioritas utama dengan Total Attractiveness Score (TAS) sebesar 4,10114. Strategi ini menekankan pemanfaatan kekuatan internal untuk meraih peluang eksternal, seperti menjalin kolaborasi antara UKM dan agen perjalanan, serta mengoptimalkan pendanaan dari sumber nasional maupun internasional. Meskipun penelitian ini memberikan wawasan yang berharga, terdapat keterbatasan berupa potensi bias data dan fokus yang sempit pada kawasan Candi Borobudur. Penelitian di masa depan disarankan untuk mengintegrasikan data kuantitatif dan kualitatif, melakukan studi longitudinal, serta memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan pengalaman pengunjung dan mempromosikan produk lokal. Dengan pendekatan yang lebih holistik dan berfokus pada pelestarian ekosistem, Borobudur dapat berkembang menjadi destinasi unggulan yang mendukung konservasi warisan budaya dan memberdayakan ekonomi lokal.

Kata kunci: Strategi Ekonomi, UMKM, QSPM, Keberlanjutan, SWOT

DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v6i1.2187>

*Correspondence: Budi

Hartono

Email:

hartono.budi@untidar.ac.id

Received: 09-11-2024

Accepted: 23-12-2024

Published: 11-01-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: The development of the Borobudur tourism area, recognized as a UNESCO World Heritage Site, holds significant potential to support local economic growth. However, the region faces various challenges, including inadequate infrastructure, fragmented policies, and low visitor awareness of site preservation. This study aims to formulate a comprehensive development strategy that considers social and economic aspects while enhancing collaboration among government entities, tourism managers, and local communities. A qualitative descriptive approach was employed in this research to gain an in-depth understanding of the phenomena occurring in the Borobudur area. Primary data were collected through observation, semi-structured interviews, and questionnaires, while secondary data were obtained from literature and related publications. Analysis was conducted using the Internal-External (IE) matrix, SWOT analysis, and the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) to identify the most suitable strategies for small and medium-sized enterprises (SMEs) around Borobudur Temple. The SWOT analysis revealed several strengths of Borobudur Temple, such as high product quality, diversity among food vendors, and the enthusiasm of SME actors to participate in training programs. Nevertheless, significant weaknesses include low visitor awareness of temple preservation, poor cleanliness, and inadequate infrastructure. Opportunities include growing visitor interest in cultural tourism, support from the government and UNESCO, and the potential for SME development in the area. Conversely, threats include acts of vandalism by tourists, negative impacts on the social and cultural values of local communities, and competition from other tourist destinations. Using the QSPM, a Strength-Opportunity (S-O) strategy was identified as the top priority, with a Total Attractiveness Score (TAS) of 4.10114. This strategy emphasizes leveraging internal strengths to seize external opportunities, such as fostering collaboration between SMEs and travel agencies and optimizing funding from national and international sources. While this research provides valuable insights, it has limitations in terms of potential data bias and a narrow focus on the Borobudur Temple area. Future research is recommended to integrate quantitative and qualitative data, conduct longitudinal studies, and utilize digital technologies to enhance visitor experiences and promote local products. With a more holistic approach and a focus on ecosystem preservation, Borobudur can evolve into a leading destination that supports cultural heritage conservation and empowers the local economy.

Keywords: Economic Strategy, MSME, QSPM, Sustainability, SWOT

Pendahuluan

Pengembangan pariwisata di Indonesia memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian dan sosial budaya, yang berkorelasi dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat (Herlianti & Sanjaya, 2022). Pariwisata di Indonesia memiliki potensi besar berkat kekayaan alam dan budaya yang dapat menarik wisatawan, baik nasional maupun internasional. Berbagai destinasi unggulan terus dikembangkan untuk meningkatkan jumlah wisatawan, termasuk wisata alam, budaya, dan sejarah (Novalia et al., 2024). Salah satu tujuan dari program pengembangan pariwisata di Indonesia adalah memperkuat perekonomian lokal dengan melibatkan masyarakat setempat dalam pengelolaan dan pelestarian wilayah wisata. Contoh nyata dari pendekatan ini adalah pengembangan pariwisata berbasis masyarakat atau Community-Based Tourism (CBT), yang melibatkan peran aktif masyarakat dalam pengelolaan destinasi wisata secara berkelanjutan (Rohimah et al., 2019; Sofianto, 2018).

Meskipun pariwisata Indonesia mengalami pertumbuhan yang positif, terdapat berbagai tantangan yang masih menghadang. Tantangan tersebut mencakup perlunya peningkatan infrastruktur pendukung, pengelolaan destinasi yang lebih baik, serta pelatihan bagi masyarakat lokal agar dapat mengelola pariwisata secara profesional (Budiningtyas & Sirod, 2021). Selain itu, perhatian yang lebih besar diperlukan untuk menjaga kelestarian alam dan budaya di setiap destinasi wisata, agar dampak positif dari pariwisata dapat dinikmati oleh generasi mendatang. Walaupun demikian, kerjasama yang

sinergis antara pemerintah, pihak swasta, dan komunitas lokal di sekitar objek wisata sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang kondusif dan menarik bagi para wisatawan (Wijaya et al., 2023). Langkah-langkah ini diharapkan dapat memperkuat identitas budaya lokal serta industri kreatif, sehingga memperluas peluang usaha bagi masyarakat di sekitarnya. Dukungan pemerintah dalam industri kreatif ini diharapkan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat serta penerimaan pendapatan daerah (Yuslin, 2021).

Candi Borobudur, yang terletak di Magelang, Jawa Tengah, telah diakui oleh UNESCO sejak tahun 1991 sebagai monumen sejarah yang memiliki keunikan arsitektur berupa susunan stupa dan relief yang mencerminkan nilai-nilai ajaran Buddha (Purwanto et al., 2022). Candi Borobudur merupakan salah satu Destinasi Pariwisata Nasional yang memiliki peranan strategis dalam pengembangan pariwisata Indonesia (Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 88 Tahun 2024, 2024). Candi Borobudur menjadi kawasan strategis yang diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 58 Tahun 2014 tentang Rencana Tata Ruang Kawasan Borobudur, sejalan dengan pembangunan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) dan pembentukan Badan Otorita Borobudur (Sofianto, 2018).

Borobudur terus melakukan pengembangan setiap tahunnya untuk melestarikan serta meningkatkan daya tariknya sebagai destinasi wisata. Berbagai upaya pelestarian dilakukan, termasuk pengelolaan jumlah pengunjung dan perbaikan infrastruktur untuk mengurangi dampak kerusakan pada bangunan. Namun, kompleksitas antara pelestarian dan pemanfaatan ekonomi menciptakan tantangan yang tinggi, sehingga pengelolaan Kawasan Candi Borobudur dilakukan secara multi-manajemen, melibatkan Balai Konservasi Borobudur, PT. Taman Wisata Candi Borobudur-Prambanan-Ratu Boko, Badan Otorita Borobudur, serta Kementerian PUPR (Darmawan, 2023). Dalam hal pelestarian Candi Borobudur, rekomendasi diterbitkan oleh Balai Konservasi Borobudur, dan kebijakan dilaksanakan oleh PT. Taman Wisata Candi (Elmira & Wahyudi, 2020). Melalui analisis SWOT, diketahui bahwa kekuatan utama Borobudur terletak pada nilai sejarah dan dukungan pemerintah serta komunitas internasional yang kuat, terutama dari UNESCO (Darmawan, 2022).

Pengembangan kawasan wisata Borobudur memerlukan strategi yang komprehensif dengan mempertimbangkan aspek sosial dan ekonomi. Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) menjadi pendekatan yang efektif dalam perencanaan strategi yang melibatkan seluruh potensi dan tantangan yang ada dalam kawasan Candi Borobudur. Analisis SWOT, yang dikembangkan oleh Albert Humphrey dari Stanford Research Institute pada tahun 1960-an, merupakan alat penting dalam perencanaan strategis. Konsep ini dirancang untuk mengidentifikasi penyebab utama kegagalan perencanaan korporasi yang berulang (Nur & Tupan, 2017). Dalam dunia usaha, SWOT telah menjadi salah satu metode paling efektif bagi pelaku bisnis untuk memahami posisi mereka dalam persaingan pasar (Wardana et al., 2022). Matriks SWOT membantu organisasi mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam lingkungan bisnis mereka. Dengan matriks ini, organisasi dapat merancang berbagai strategi alternatif yang memadukan elemen-elemen tersebut, seperti

kekuatan dengan peluang, kekuatan dengan ancaman, kelemahan dengan peluang, serta kelemahan dengan ancaman (Harisudin et al., 2022; Mallick et al., 2020; Pazouki et al., 2017). Strategi-strategi ini memberikan landasan yang kuat untuk pengembangan bisnis dan pengambilan keputusan yang lebih baik.

Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) adalah metode analisis yang digunakan untuk menilai dan menentukan strategi alternatif berdasarkan faktor-faktor kesuksesan kritis, baik dari sisi internal maupun eksternal (Mallick et al., 2020; Pazouki et al., 2017; Wardana et al., 2022). Matriks ini melengkapi hasil evaluasi sebelumnya, seperti analisis Internal Factor Evaluation (IFE), External Factor Evaluation (EFE), dan SWOT (Jatmiko et al., 2021; Wang et al., 2024). Dalam pengembangan ekonomi kawasan Borobudur, integrasi analisis SWOT dengan QSPM memainkan peran penting dalam mengidentifikasi strategi yang paling optimal. Pendekatan ini memungkinkan evaluasi mendalam terhadap berbagai strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT, sehingga dapat dipilih strategi terbaik untuk mencapai tujuan pengembangan kawasan secara efektif. Adanya analisis sumber daya yang tersimpan mampu menjadi potensi dukungan (Priatmoko et al., 2023). Potensi ini dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan sektor-sektor ekonomi yang memiliki hubungan langsung dengan pariwisata, perdagangan lokal, dan lainnya. Di sisi lain, keberagaman dalam ragam pariwisata yang ada di Borobudur mampu mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar (Ancuta & Jucu, 2023).

Namun, walaupun strategi ini menjanjikan, pelaksanaannya memerlukan kolaborasi antara banyak pihak terkait. Dukungan dari pemerintah pusat dan daerah, masyarakat, serta komunitas lokal sangat penting untuk mengoptimalkan pengembangan strategi ini (Yubdina et al., 2024). Penelitian ini berfokus pada pendekatan matriks Internal-External (IE) dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) untuk merumuskan strategi yang lebih terarah dalam pengembangan Borobudur. Hal ini didasarkan pada posisi Borobudur dalam kuadran pertumbuhan, yang menunjukkan bahwa strategi yang disarankan adalah integrasi horizontal melalui kolaborasi dengan destinasi wisata lokal lainnya. Melalui analisis SWOT dan QSPM, strategi prioritas dapat dikembangkan dengan bobot skor yang menunjukkan bahwa fokus utama harus diberikan pada peningkatan fasilitas pendukung wisata.

Meskipun banyak penelitian sebelumnya telah membahas pengembangan pariwisata di Indonesia, masih terdapat kekurangan dalam hal integrasi antara analisis SWOT dan QSPM dalam konteks spesifik Candi Borobudur. Penelitian terdahulu cenderung terfokus pada aspek-aspek tertentu dari pengembangan pariwisata, seperti dampak ekonomi atau pelestarian budaya, tetapi kurang menekankan pada kolaborasi multi-pihak dan strategi terintegrasi yang melibatkan semua pemangku kepentingan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan memberikan pendekatan yang lebih holistik dan terarah dalam pengembangan pariwisata di kawasan Borobudur, khususnya strategi peningkatan nilai ekonominya.

Metode

Penelitian ini mengadopsi pendekatan deskriptif kualitatif, yang sering disebut sebagai metode etnografik, fenomenologis, atau impresionistik (Amirul et al., 2005). Pendekatan kualitatif ini menekankan pemahaman yang mendalam terhadap fenomena yang diteliti, dibandingkan dengan pendekatan yang lebih generalis (Yusuf et al., 2023). Menurut Rusandi dan Rusli (2021), penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena dengan menggunakan data kualitatif, yang berupa kata-kata dan narasi, bukan angka.

Dalam penelitian ini, data primer dan sekunder digunakan sebagai sumber informasi. Data primer diperoleh melalui berbagai teknik pengumpulan data, termasuk observasi, dokumentasi, kuesioner, dan wawancara semi-terstruktur dengan para ahli dan stakeholder yang terlibat dalam topik yang diamati. Teknik observasi memungkinkan peneliti untuk mengamati dan mencatat informasi secara langsung mengenai objek penelitian, memberikan wawasan yang kuat tentang konteks dan dinamika yang ada. Teknik dokumentasi melibatkan pengumpulan dokumen tertulis, gambar, dan hasil karya yang relevan, sedangkan kuesioner digunakan untuk mengumpulkan opini dari responden melalui survei yang dilakukan secara langsung atau melalui media elektronik.

Wawancara semi-terstruktur merupakan proses interaksi langsung antara peneliti dan narasumber, yang terdiri dari pimpinan PT. Taman Wisata Candi, kepala Balai Konservasi Borobudur, pimpinan wisata, pemandu wisata, pengunjung, serta masyarakat lokal di sekitar objek penelitian. Proses ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi yang lebih dalam dan mendapatkan perspektif yang beragam mengenai topik yang diteliti. Data sekunder dalam penelitian ini mencakup literatur dan publikasi internal yang disediakan oleh partisipan, serta data terpublikasi yang relevan, yang membantu memperkaya analisis dan pemahaman terhadap konteks penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Faktor Internal

Lingkungan internal ini membahas mengenai kekuatan dan kelemahan yang berada di Candi Borobudur. Faktor-faktor internal yang dianalisis serta digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada keadaan Candi Borobudur yang meliputi pelaku UMKM, produk yang ditawarkan, dan objek Candi Borobudur. Variabel kekuatan dan kelemahan pada masing-masing faktor dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Faktor Internal

Faktor Internal	Kekuatan	Kelemahan
Pelaku UMKM	Antusiasme pelaku UMKM untuk mengikuti pelatihan dan pengembangan keterampilan sangat tinggi.	Keterbatasan modal untuk pengembangan usaha dan inovasi produk.
	Variasi penjual makanan yang menarik dan mencerminkan kuliner lokal.	Kualitas produk yang tidak konsisten di antara pelaku UMKM.

Faktor Internal	Kekuatan	Kelemahan
Produk yang ditawarkan	Adanya kerjasama antara pelaku UMKM dan pengelola wisata untuk promosi bersama.	Kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital dan strategi pemasaran yang efektif.
	Barang yang dijual memiliki kualitas yang baik dan unik, mencerminkan budaya lokal.	Terbatasnya variasi produk yang ditawarkan, sehingga kurang menarik bagi wisatawan.
	Harga jual yang terjangkau untuk wisatawan domestik dan mancanegara.	Kurangnya inovasi dalam produk, sehingga tidak menarik bagi pengunjung yang kembali.
Objek Candi Borobudur	Letak objek wisata yang strategis dan mudah diakses oleh pengunjung.	Kurangnya kesadaran pengunjung untuk menjaga kelestarian candi, seperti melanggar pagar pembatas.
	Candi Borobudur sudah sangat terkenal di tingkat nasional dan internasional.	Beberapa sudut lokasi dan toilet umum yang kurang terjaga kebersihannya.
	Terdapat fasilitas yang menunjang dan pelengkap yang memadai, seperti lahan parkir, toilet, dan mushola.	Integritas kebijakan yang masih rendah antara pemerintah dan pengelola candi.
		Kurangnya infrastruktur utama, seperti fasilitas kesehatan dan aksesibilitas untuk penyandang disabilitas.
		Koneksi internet yang kurang baik di area wisata.
		Tidak adanya pembatasan untuk pedagang asongan yang dapat mengganggu kenyamanan pengunjung.
		Masih minimnya petunjuk dan rambu lalu di lokasi candi, yang dapat membingungkan pengunjung.

Sumber: Data wawancara diolah (2022)

Analisis Faktor Eksternal

Lingkungan eksternal tertuju pada peluang dan ancaman. Peluang merupakan kemungkinan positif yang terjadi di Candi Borobudur, sedangkan ancaman merupakan tindakan yang dapat merugikan. Faktor eksternal yang dianalisis serta digunakan dalam penelitian ini meliputi pengunjung, agen perjalanan, kebijakan UNESCO dan pemerintah

daerah. Variabel peluang dan ancaman pada masing-masing faktor dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. Faktor Eksternal

Faktor Eksternal		Peluang	Ancaman
Pengunjung Borobudur	Candi	Meningkatnya minat wisatawan domestik dan mancanegara untuk mengunjungi situs warisan dunia.	Penurunan jumlah pengunjung akibat faktor eksternal seperti pandemi, bencana alam, atau isu keamanan.
		Membantu perekonomian masyarakat sekitar melalui aktivitas pariwisata, seperti membuka rumah makan, penginapan, dan industri kerajinan.	Persaingan dari destinasi wisata lain yang menawarkan pengalaman serupa atau lebih menarik.
Pelanggan UMKM		Meningkatnya kesadaran masyarakat untuk mendukung produk lokal dan keberlanjutan.	Beralihnya pelanggan pada pesaing UMKM yang sejenis, baik lokal maupun dari luar daerah.
		Potensi kolaborasi dengan platform e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas.	Ketidakpastian ekonomi yang dapat mempengaruhi daya beli wisatawan.
Agen Perjalanan		Terdapat beberapa agen perjalanan yang menawarkan paket wisata menarik untuk Candi Borobudur, meningkatkan aksesibilitas bagi wisatawan.	Ketergantungan pada agen perjalanan yang dapat mengurangi kontrol terhadap pengalaman wisatawan.
		Peluang untuk mengembangkan paket wisata yang terintegrasi dengan destinasi lain di sekitar Borobudur.	Perubahan kebijakan perjalanan internasional yang dapat mempengaruhi jumlah wisatawan.
Pemerintah Daerah		Ketersediaan dana yang baik untuk aktivitas pariwisata Candi Borobudur dari pemerintah dan anggaran negara.	Kebijakan pemerintah yang tidak konsisten dapat menghambat pengembangan pariwisata.

Faktor Eksternal	Peluang	Ancaman
	Dukungan dari UNESCO dalam pelestarian dan promosi Candi Borobudur sebagai warisan dunia.	Ancaman dari pengembangan infrastruktur yang tidak ramah lingkungan dan dapat merusak ekosistem sekitar.
	Potensi investasi dari sektor swasta untuk pengembangan fasilitas dan infrastruktur pariwisata.	Isu sosial dan lingkungan yang dapat muncul akibat peningkatan jumlah pengunjung.

Sumber: Data wawancara diolah (2022)

Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

Analisis lingkungan internal dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal yang mempengaruhi Candi Borobudur. Proses ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang relevan mengenai kekuatan dan kelemahan yang ada di kawasan tersebut. Dalam analisis ini, dilakukan pembobotan dan pemberian rating pada setiap variabel yang teridentifikasi. Berdasarkan hasil pembobotan dan rating yang diperoleh, total skor matriks IFE adalah 3.0184, yang menunjukkan bahwa posisi Candi Borobudur tergolong kuat. Tabel hasil matriks IFE dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. Matriks IFE

Matriks IFE	Nilai Signifikan	Bobot	Nilai	Skor
KEKUATAN				
Barang yang dijual mempunyai kualitas yang baik	9	0,085714	4	0,3428571
Penjual makanan yang bervariasi	7	0,066667	2	0,1333333
Antusiasme pelaku UMKM untuk mengikuti pelatihan sangat tinggi	8	0,07619	4	0,3047619
Harga jual yang ditetapkan terjangkau untuk wisatawan	6	0,057143	1	0,0571429
Objek Borobudur sudah sangat terkenal	8	0,07619	4	0,3047619

Matriks IFE	Nilai Signifikan	Bobot	Nilai	Skor
Letak objek wisata mudah ditemukan	7	0,066667	3	0,2
Terdapat fasilitas yang menunjang dan pelengkap yang memadai, seperti lahan parkir, toilet, dan mushola	7	0,066667	3	0,2
KELEMAHAN				
Kurangnya kesadaran pengunjung untuk menjaga kelestarian candi, seperti melanggar pagar pembatas dan menduduki candi	9	0,085714	4	0,3428571
Beberapa sudut lokasi dan toilet umum yang kurang terjaga kebersihannya	8	0,07619	3	0,2285714
Integrasi kebijakan yang masih rendah antara pemerintah dan pengelola candi	7	0,066667	3	0,2
Kurangnya infrastruktur utama, seperti fasilitas kesehatan	8	0,07619	4	0,3047619
Koneksi internet yang kurang baik	7	0,066667	1	0,0666667
Tidak adanya pembatasan untuk pedagang asongan	7	0,066667	4	0,2666667

Matriks IFE	Nilai Signifikan	Bobot	Nilai	Skor
Masih minimnya petunjuk dan rambu lalu lintas di lokasi candi	7	0,066038	1	0,0660377
Total	105	0,999371		3,0184187

Sumber: Data Diolah

Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

Matriks EFE merupakan alat yang efektif untuk merangkum dan mengevaluasi perencanaan strategi dengan mempertimbangkan berbagai informasi yang berkaitan dengan aspek ekonomi, sosial budaya, lingkungan, politik, hukum, teknologi, serta persaingan. Matriks ini dapat digunakan oleh manajer untuk membantu mengorganisir faktor-faktor strategis eksternal ke dalam kategori yang umum diterima, yaitu peluang dan ancaman. Untuk menghitung nilai skor EFE, dilakukan pengalian antara nilai bobot dengan nilai rating yang telah diperoleh sebelumnya. Hasil perhitungan nilai skor EFE dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. Hasil Matriks EFE

Matriks EFE	Nilai Signifikan	Bobot	Nilai	Skor
PELUANG				
Pengunjung peduli akan budaya Candi Borobudur	7	0,067961	3	0,2038835
Aktivitas pariwisata memberikan dampak positif bagi masyarakat dengan membuka peluang penghasilan, seperti makanan, homestay, pengasongan, dan industri kerajinan	7	0,067961	4	0,2718447
Terdapat beberapa agen perjalanan yang menawarkan paket wisata menarik	7	0,067961	4	0,2718447
Ketersediaan pendanaan, baik dari sumber nasional maupun internasional	7	0,067961	4	0,2718447

Matriks EFE	Nilai Signifika n	Bobot	Nilai	Skor
Terdapat dukungan monitoring dan bantuan dari UNESCO	7	0,067961	4	0,2718447
UMKM di kawasan Candi Borobudur memiliki potensi untuk dikembangkan	8	0,07767	4	0,3106796
Pemerintah pusat semakin fokus menjadikan kawasan Borobudur sebagai destinasi super prioritas	7	0,067961	4	0,2718447
ANCAMAN				
Masih terdapat vandalisme yang dilakukan oleh wisatawan di sekitar Candi Borobudur, seperti menempelkan permen karet di stupa, memanjat dinding candi, dan pencungkulan relief	9	0,087379	4	0,3495146
Nilai sosial dan budaya masyarakat Borobudur dapat tergerus akibat pengaruh aktivitas wisatawan, terutama wisatawan mancanegara	7	0,067961	2	0,1359223
Pembangunan ekonomi masyarakat didominasi oleh pihak yang bukan warga lokal	8	0,07767	3	0,2330097
Peraturan mengenai investasi di kawasan Borobudur masih belum terintegrasi	7	0,067961	2	0,1359223

Matriks EFE	Nilai Signifika n	Bobot	Nilai	Skor
Belum adanya edukasi mengenai budaya pariwisata dan ekowisata kepada wisatawan yang berkunjung, sehingga mereka kurang mendapatkan makna dan substansi dari aktivitas wisata di Borobudur	8	0,07767	3	0,2330097
Adanya destinasi wisata terkenal lain di daerah Borobudur yang membuat pengunjung tidak ingin berlama-lama di Candi Borobudur	7	0,067961	3	0,2038835
Masih terdapat parkir liar di dalam kawasan candi dan pedagang asongan oleh warga lokal yang membuat pengunjung merasa tidak nyaman	7	0,067961	2	0,1359223
Total	103	1		3,3009709

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil identifikasi terhadap faktor-faktor eksternal yang terdapat dalam lingkungan Candi Borobudur, diperoleh informasi mengenai peluang dan ancaman yang ada. Dari analisis yang dilakukan, total skor *External Factor Evaluation (EFE)* mencapai 3,3, yang menunjukkan bahwa kondisi lingkungan Candi Borobudur berada pada posisi yang baik dalam menangkap dan merespons peluang yang ada, serta mampu menghindari ancaman yang mungkin ditimbulkan oleh kompetitor.

Matriks IE

Matriks IE digunakan dalam membantu mengetahui posisi pada suatu entitas/perusahaan/lembaga/UMKM ke dalam 9 sel. Matriks ini memiliki 2 sudut pandang atau dimensi, meliputi total skor matriks IFE serta total skor matriks EFE, yang dalam konsep matrik ini dikategorikan dalam tiga sel strategi utama yakni: *growth and build* (tumbuh dan kembangkan), *hold and maintain* (pertahankan dan pelihara), *harvest and divest* (panen atau investasi).

Berdasarkan hasil perhitungan dari matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE), selanjutnya dilakukan analisis pada matriks Internal-External (IE) sebagai langkah lanjutan. Dari analisis tersebut, diperoleh nilai rata-rata IFE sebesar 3,01, sedangkan rata-rata nilai dari matriks EFE mencapai 3,50. Perolehan nilai rata-rata IFE dan EFE ini didapatkan melalui penjumlahan skor dari masing-masing faktor, di mana skor tersebut diperoleh dari perkalian antara rata-rata rating dan rata-rata bobot pada setiap faktor yang dianalisis.

Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa posisi Candi Borobudur berada pada kuadran I, yang berarti bahwa strategi yang dibutuhkan dalam lingkungan Candi Borobudur adalah strategi *"grow and build"*. Hasil dari matriks IFE dan EFE ini menunjukkan bahwa Candi Borobudur memerlukan strategi untuk tumbuh lebih baik dan dapat mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di kawasan tersebut menjadi lebih optimal. Matriks IE dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Matriks IE
Total Rata-rata tertimbang IFE

Total Rata-rata Tertimbang IFE	Kuat (3-4)	Rata-rata (2-2,99)	Lemah (1-1,99)
Kuat (3-4)	I	II	III
Menengah (2-2,99)	IV	V	VI
Rendah (1-1,99)	VII	VIII	IX

Sumber: Data diolah

Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat yang sangat berguna dalam menyusun dan mengembangkan strategi. Matriks ini berfungsi sebagai formulasi strategi yang mampu mencocokkan antara faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi UMKM di Borobudur. Faktor-faktor yang digunakan dalam pengembangan strategi ini terdiri dari kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threat). Matriks SWOT juga mengelompokkan strategi ke dalam empat jenis alternatif, yang merupakan kombinasi antara elemen-elemen SWOT, yaitu:

1. Strategi SO (Strength-Opportunity): Memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang.
2. Strategi WO (Weakness-Opportunity): Mengatasi kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
3. Strategi ST (Strength-Threat): Menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.
4. Strategi WT (Weakness-Threat): Mengurangi kelemahan untuk menghindari ancaman.

Adapun strategi yang diperoleh melalui penggunaan matriks SWOT dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Matriks SWOT

INTERNAL EKSTERNAL	STRENGTH	WEAKNESS
	Barang yang dijual mempunyai kualitas yang baik	Kurangnya kesadaran pengunjung untuk menjaga kelestarian candi. Seperti melanggar pagar pembatas, menduduki candi
	Penjual makanan yang bervariasi	Beberapa sudut lokasi dan toilet umum yang terjaga kebersihannya
	Antusiasme pelaku UMKM untuk mengikuti pelatihan sangat tinggi	Integritas kebijakan yang masih rendah antar pemerintah dan pengelola
	Harga jual yang ditetapkan terjangkau untuk wisatawan	Kurangnya infrastruktur utama. Seperti fasilitas kesehatan
	Objek borobudur sudah sangat terkenal	Koneksi internet yang kurang baik
	Letak objek wisata mudah ditemukan	Tidak adanya pembatasan untuk pedagang asongan
	Terdapat fasilitas yang menunjang dan pelengkap yang memadai	Masih minimnya petunjuk dan rambu lalu dilokasi candi
OPPORTUNITY	ANALISIS SO	ANALISIS WO
Pengunjung peduli akan culture budaya candi borobudur	Wisata Borobudur merupakan objek wisata yang sudah tidak asing lagi ditelinga wisatawan, dengan kekuatan borobudur yang sudah terkenal dan mudah ditemukan tersebut membuka peluang bagi masyarakat untuk membuka usaha kerajinan, makanan, homestay, dan lain-lain.	Adanya peluang usaha bagi masyarakat sekitar untuk berjualan di wilayah borobudur akan tetapi peluang tersebut terdapat kekurangan yang dimana tidak ada batasan untuk pedagang asongan yang keberadaannya cukup mengganggu wisatawan
Terdapat beberapa agen perjalanan	Dengan kekuatan barang yang dijual mempunyai kualitas baik dan makanan yang bervariasi di wilayah borobudur pelaku usaha dapat berkolaborasi dengan agen perjalanan untuk mengarahkan	Adanya dukungan dari UNESCO, pemerintah pusat, serta pendanaan dari nasional dan internasional seharusnya ada fasilitas yang mendukung karena fasilitas kesehatan masih kurang
Ketersediaan pendanaan, baik nasional maupun internasional		

	pengunjung membeli barang/produk mereka.	di wilayah borobudur, juga koneksi internet kurang baik, kebersihan, dan masih minimnya petunjuk dan rambu di lokasi candi yang hal tersebut menjadi kelemahan.
Terdapat beberapa dukungan monitoring dan dukungan dari UNESCO	Peluang adanya dukungan dari UNESCO dan pemerintah pusat membuat kawasan borobudur sebagai destinasi super prioritas memberikan kekuatan terhadap fasilitas yang menunjang dan memadai karena adanya ketersediaan pendanaan dari nasional dan internasional.	Kurangnya kesadaran pengunjung untuk menjaga kelestarian candi. Seperti melanggar pagar pembatas, menduduki candi dan lain -lain perlu adanya ketegasan dari pihak pengelola karena wilayah candi borobudur memiliki potensi yang dapat dikembangkan tentu saja kelestarian harus tetap dipertahankan agar pengunjung masih tetap ingin mendatangi Borobudur
UMKM di kawasan candi borobudur berpotensi untuk dikembangkan		
Pemerintah pusat semakin fokus menjadikan kawasan borobudur menjadi destinasi super prioritas	Antusiasme dari para pelaku UMKM Candi Borobudur untuk mengikuti pelatihan sangat tinggi membuka peluang untuk UMKM mereka dapat berkembang dan maju	Pemerintah pusat menjadikan candi Borobudur sebagai wisata super prioritas akan tetapi masih terdapat kebijakan yang masih rendah antar pemerintah dan pengelola candi
THREAT	ANALISIS ST	ANALISIS WT
Masih terdapat Vandalisme yang dilakukan oleh wisatawan di sekitar candi borobudur. Misalnya menempel permen karet di stupa, memanjat dinding candi dan pencungkulan relief.	Pemerintah atau pengelola candi Borobudur menciptakan atau mengembangkan roadmap pariwisata desa-desa wisata yang jelas agar pengambilan kebijakan dan pemasaran dapat dilakukan dengan maksimal.	Kurangnya pengawasan petugas dan kesadaran pengunjung untuk menjaga kelestarian candi membuat banyak aksi vandalisme yang terjadi di candi borobudur seperti menempel permen karet di stupa, memanjat dinding candi dan pencungkulan relief. Belum adanya edukasi mengenai culture tourism dan ecotourism kepada wisatawan yang berkunjung sehingga membuat wisatawan yang berkunjung kurang mendapatkan makna dan substansi dari aktivitas wisata ke candi borobudur.
Nilai sosial dan budaya masyarakat borobudur dapat tergerus karena terpengaruh aktivitas wisatawan yang datang. Terutama pengaruh		

wisatawan mancanegara		
Pembangunan ekonomi masyarakat didominasi oleh pihak yang bukan warga lokal	Membentuk adanya badan anggota pengelola terpadu untuk mengintegrasikan UKM kedalam satu kelompok (klaster)	Fasilitas yang masih kurang memadai seperti fasilitas kesehatan yang masih kurang, minimnya petunjuk arah, toilet umum yang kurang terjaga kebersihannya dan koneksi yang kurang baik membuat pengunjung merasa tidak nyaman. Ditambah lagi adanya pedagang asongan dan parkir liar di dalam candi borobudur yang membuat pengunjung merasa terganggu.
Peraturan mengenai investasi di kawasan borobudur masih belum terintegrasi	pengembangan agar terciptanya pemasaran yang mudah dilakukan dan merata.	
Belum adanya edukasi mengenai culture tourism dan ecotourism kepada wisatawan yang berkunjung sehingga membuat wisatawan yang berkunjung kurang mendapatkan makna dan substansi dari aktivitas wisata ke borobudur	Objek Candi Borobudur sudah dikenal banyak orang, banyaknya orang yang berkunjung ke candi borobudur membuat aksi vandalisme di candi terjadi.	Integrasi kebijakan yang masih rendah antar pemerintah dan pengelola candi berpengaruh terhadap peraturan mengenai investasi di kawasan borobudur masih belum terintegrasi dan Pembangunan ekonomi masyarakat didominasi oleh pihak yang bukan warga lokal.
Adanya wisata terkenal lain di daerah Borobudur membuat pengunjung tidak ingin berada lama di Candi Borobudur		
Masih terdapat parkir liar di dalam kawasan candi dan pedagang asongan oleh warga lokal yang membuat pengunjung tidak nyaman	Dengan lokasi candi borobudur yang mudah ditemukan dan lokasi yang strategis membuat wisata-wisata lain bermunculan dan tak kalah menarik membuat pengunjung tidak memaksimalkan waktu berada di dalam candi borobudur dan tidak ingin berada lama-lama di dalam untuk menikmati wisata lain.	Kurangnya kesadaran pengunjung untuk menjaga kelestarian candi borobudur dijadikan salah satu alasan kebijakan bahwa pengunjung dilarang naik ke candi membuat wisatawan kecewa tidak ingin berada lama-lama di dalam candi dan memilih untuk berkunjung ke wisata lain sekitar candi

borobudur yang juga tidak kalah keren.

Sumber: Data diolah

Analisis Strategi

1. Analisis SO (Strength-Opportunity)

Wisata Borobudur merupakan objek wisata yang sudah tidak asing lagi di telinga wisatawan. Dengan kekuatan Borobudur yang sudah terkenal dan mudah ditemukan, hal ini membuka peluang bagi masyarakat untuk membuka usaha kerajinan, makanan, homestay, dan lain-lain. Selain itu, dengan kualitas barang yang dijual dan variasi makanan yang ada, pelaku usaha dapat berkolaborasi dengan agen perjalanan untuk mengarahkan pengunjung membeli produk mereka.

2. Analisis WO (Weakness-Opportunity)

Adanya peluang usaha bagi masyarakat sekitar untuk berjualan di wilayah Borobudur, namun terdapat kekurangan karena tidak ada batasan untuk pedagang asongan yang keberadaannya cukup mengganggu wisatawan. Dukungan dari UNESCO dan pemerintah pusat seharusnya diimbangi dengan peningkatan fasilitas, seperti kesehatan dan koneksi internet, serta perbaikan kebersihan dan petunjuk di lokasi candi.

3. Analisis ST (Strength-Threat)

Pemerintah atau pengelola Candi Borobudur perlu menciptakan atau mengembangkan roadmap pariwisata desa-desa wisata yang jelas agar pengambilan kebijakan dan pemasaran dapat dilakukan dengan maksimal. Dengan memanfaatkan kekuatan yang ada, seperti kualitas barang dan makanan, pengelola dapat mengatasi ancaman vandalisme dan pengaruh negatif dari wisatawan.

4. Analisis WT (Weakness-Threat)

Kurangnya pengawasan petugas dan kesadaran pengunjung untuk menjaga kelestarian candi menyebabkan banyak aksi vandalisme. Oleh karena itu, perlu adanya edukasi mengenai budaya pariwisata dan ekowisata kepada wisatawan yang berkunjung. Selain itu, integrasi kebijakan yang masih rendah antara pemerintah dan pengelola candi harus diperbaiki agar peraturan mengenai investasi di kawasan Borobudur dapat lebih terintegrasi dan pembangunan ekonomi masyarakat tidak didominasi oleh pihak yang bukan warga lokal.

Analisis Matriks QSPM

Matriks QSPM (Quantitative Strategy Planning Matrix) merupakan alat analisis yang digunakan setelah melewati tahap analisis strategi IFE (Internal Factor Evaluation), EFE (External Factor Evaluation), IE (Internal-External), dan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Langkah selanjutnya adalah pengambilan keputusan, yang merupakan tahap pemilihan strategi dan menjadi tahap terakhir dari analisis strategis. Pada tahap ini, strategi yang sesuai dan dapat dijalankan oleh suatu entitas, perusahaan, lembaga, atau UMKM akan ditentukan.

Pengambilan keputusan mengenai strategi yang paling tepat untuk UMKM Borobudur dilakukan melalui penggunaan matriks QSPM. Alternatif strategi yang dihasilkan berasal dari analisis matriks SWOT, yang menunjukkan beberapa pilihan strategi berdasarkan pertimbangan faktor internal dan eksternal. Dalam matriks QSPM, nilai TAS (Total Attractiveness Score) diperoleh dengan cara mengalikan rata-rata bobot pada setiap faktor yang diidentifikasi, baik internal maupun eksternal, dengan nilai daya tarik (Attractiveness Score, AS). Hasil perhitungan Matriks QSPM dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 6. Matriks QSPM

INFORMASI	Bobot	Pengembangan n Pasar		Pengembangan n Produk	
		AS	TAS	AS	TAS
KEKUATAN					
Barang yang dijual mempunyai kualitas yang baik	0,08491	4	0,33964	4	0,33964
Penjual makanan yang bervariasi	0,06604	3	0,19812	3	0,19812
Antusiasme pelaku UMKM untuk mengikuti pelatihan sangat tinggi	0,08491	3	0,25473	4	0,33964
Harga jual yang ditetapkan terjangkau untuk wisatawan	0,0566	3	0,1698	4	0,2264
Objek borobudur sudah sangat terkenal	0,07547	2	0,15094	2	0,15094
Letak objek wisata mudah ditemukan	0,06604	2	0,13208	1	0,06604
Terdapat fasilitas yang menunjang dan pelengkap yang memadai. Seperti lahan parkir, toilet dan mushola	0,06604	1	0,06604	0	0
KELEMAHAN					
Kurangnya kesadaran pengunjung untuk menjaga kelestarian candi. Seperti melanggar pagar pembatas, menduduki candi	0,08491	2	0,16982	0	0
Beberapa sudut lokasi dan toilet umum yang kurang terjaga kebersihannya	0,07547	0	0	0	0
Integrasi kebijakan yang masih rendah antar pemerintah dan pengelola candi	0,06604	1	0,06604	1	0,06604
Kurangnya infrastruktur utama. Seperti fasilitas kesehatan	0,07547	0	0	0	0
Koneksi internet yang kurang baik	0,06604	0	0	0	0
Tidak adanya pembatasan untuk pedagang asongan	0,06604	2	0,13208	2	0,13208
Masih minimnya petunjuk dan rambu lalu dilokasi candi	0,06604	1	0,06604	0	0

	1,00002				0
PELUANG					
Pengunjung peduli akan culture budaya candi borobudur	0,05769	2	0,11538	2	0,11538
Aktivitas pariwisata memberikan dampak positif bagi masyarakat dengan membuka penghasilan seperti makanan, homestay, pengasong dan industri kerajinan	0,06731	4	0,26924	4	0,26924
Terdapat beberapa agen perjalanan	0,06731	3	0,20193	2	0,13462
Ketersediaan pendanaan, baik nasional maupun internasional	0,06731	2	0,13462	2	0,13462
Terdapat beberapa dukungan monitoring dan dukungan dari UNESCO	0,06731	3	0,20193	2	0,13462
UMKM di kawasan candi borobudur berpotensi untuk dikembangkan	0,06731	3	0,20193	4	0,26924
Pemerintah pusat semakin fokus menjadikan kawasan borobudur menjadi destinasi super prioritas	0,06731	3	0,20193	2	0,13462
ANCAMAN					
Masih terdapat vandalisme yang dilakukan oleh wisatawan di sekitar candi borobudur. Misalnya menempel permen karet di stupa, memanjat dinding candi dan pencungkulan relief.	0,08654	3	0,25962	2	0,17308
Nilai sosial dan budaya masyarakat borobudur dapat tergerus karena terpengaruh aktivitas wisatawan yang datang. Terutama pengaruh wisatawan mancanegara	0,06731	2	0,13462	1	0,06731
Pembangunan ekonomi masyarakat didominasi oleh pihak yang bukan warga lokal	0,07692	1	0,07692	1	0,07692
Peraturan mengenai investasi di kawasan borobudur masih belum terintegrasi	0,06731	1	0,06731	2	0,13462
Belum adanya edukasi mengenai <i>culture tourism</i> dan <i>ecotourism</i> kepada wisatawan yang berkunjung sehingga membuat wisatawan yang berkunjung kurang mendapatkan makna dan substansi dari aktivitas wisata ke borobudur	0,07692	2	0,15384	2	0,15384

Adanya wisata terkenal lain di daerah Borobudur membuat pengunjung tidak ingin berada lama di Candi Borobudur	0,08654	3	0,25962	2	0,17308
Masih terdapat parkir liar di dalam kawasan candi dan pedagang asongan oleh warga lokal yang membuat pengunjung tidak nyaman	0,07692	1	0,07692	2	0,15384
Total	1,00001		4,10114		3,64393

Sumber: Data diolah, (2022)

Berdasarkan hasil perhitungan Total Attractiveness Score (TAS), alternatif strategi yang paling diprioritaskan untuk diterapkan pada UMKM di sekitar Candi Borobudur adalah strategi S-O (Strength-Opportunity), yang memperoleh skor tertinggi sebesar 4,10114. Prioritas alternatif strategi ini dilakukan oleh perusahaan atau UMKM agar mampu memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki untuk memperoleh keuntungan dari peluang eksternal yang ada. Dengan demikian, strategi ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di kawasan Candi Borobudur.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, Candi Borobudur menunjukkan keunggulan signifikan dalam beberapa aspek, termasuk nilai sejarah yang mendalam, pengakuan sebagai situs warisan dunia oleh UNESCO, serta tingkat antusiasme yang tinggi dari pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal. Keunggulan-keunggulan ini menciptakan peluang besar untuk pengembangan ekonomi lokal, yang dapat memberikan manfaat langsung bagi masyarakat sekitar. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi sejumlah tantangan yang perlu diatasi. Tantangan tersebut meliputi minimnya dukungan infrastruktur yang memadai, kebijakan yang kurang terintegrasi antara berbagai pihak terkait, serta rendahnya kesadaran pengunjung dalam menjaga kelestarian Candi Borobudur. Faktor-faktor ini dapat menghambat potensi pengembangan yang ada dan mengancam keberlanjutan situs bersejarah ini. Untuk mengatasi tantangan tersebut, strategi prioritas yang diusulkan dalam penelitian ini adalah memanfaatkan kekuatan internal Candi Borobudur untuk menangkap peluang eksternal yang tersedia. Strategi ini mencakup beberapa langkah penting, seperti meningkatkan kolaborasi antara UMKM dan biro wisata, mengoptimalkan pendanaan dari sumber nasional dan internasional, serta memperkuat citra Candi Borobudur sebagai destinasi strategis yang memiliki prioritas tinggi dalam pengembangan pariwisata. Meskipun demikian, penelitian ini juga memiliki keterbatasan yang perlu diperhatikan. Keterbatasan tersebut mencakup potensi bias dalam data yang dikumpulkan, fokus yang terbatas hanya pada kawasan Candi Borobudur, serta kurangnya perhatian terhadap aspek lingkungan yang juga penting dalam konteks pengembangan pariwisata berkelanjutan. Untuk memperkuat hasil yang lebih berdampak di masa depan, disarankan agar penelitian selanjutnya mengintegrasikan data kuantitatif dengan data kualitatif, melakukan penelitian longitudinal untuk memahami perubahan dari waktu ke waktu, serta memanfaatkan teknologi digital untuk

meningkatkan pengalaman wisatawan dan mempromosikan produk lokal. Dengan pendekatan yang lebih holistik dan perhatian terhadap kelestarian ekosistem, Candi Borobudur dapat berkembang menjadi destinasi unggulan yang tidak hanya mendukung pelestarian budaya, tetapi juga memberdayakan ekonomi masyarakat lokal secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Amirul, H., & Haryono. (2005). *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Cet. III). Bandung: CV Pustaka Setia.
- Ancuța, C., & Jucu, I. S. (2023). Sustainable rural development through local cultural heritage capitalization: Analyzing the cultural tourism potential in rural Romanian areas: A case study of Hărman Commune of Brașov Region in Romania. *Land*, 12(7), 1297. <https://doi.org/10.3390/land12071297>
- Darmawan, F. (2023). Konservasi vs pariwisata massal: Konflik kebijakan dan tantangan Borobudur sebagai warisan budaya dunia UNESCO. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 10(1), Article 3. Available at: <https://scholarhub.ui.ac.id/jvi/vol10/iss1/3>
- Elmira, N. R., & Wahyudi, F. E. (2020). Kelemahan administratif sebagai penyebab rendahnya kepatuhan Indonesia terhadap UNESCO World Heritage Convention dalam pelaksanaan konservasi Borobudur. *Journal of International Relations Diponegoro*, 6(3), 383-393. <https://doi.org/10.14710/jirud.v6i3.27567>
- Harisudin, M., Adi, R. K., & Qonita, R. R. A. (2022). Synergy Grand Strategy Matrix, SWOT, and QSPM as determinants of tempeh product development strategy. *Journal of Sustainability Science and Management*, 17(8), 62–82. <https://doi.org/10.46754/jssm.2022.08.004>
- Herlianti, E., & Sanjaya, R. (2022). Dampak positif pariwisata terhadap budaya, ekonomi, dan lingkungan di Kasepuhan Cipta Mulya. *KRITIS*, 31, 132-149. <https://doi.org/10.24246/kritis.v31i2p132-149>
- Jatmiko, B., Udin, U., Raharti, R., Laras, T., & Ardhi, K. F. (2021). Strategies for MSMEs to achieve sustainable competitive advantage: The SWOT analysis method. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 505–515. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0505>
- Mallick, S. K., Rudra, S., & Samanta, R. (2020). Sustainable ecotourism development using SWOT and QSPM approach: A study on Rameswaram, Tamil Nadu. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 8(3), 185–193. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2020.06.001>
- Nur, A. S. M., & Tupan, J. M. (2017). Analisis pengembangan pariwisata Pantai Lubang Buaya di Desa Morela Kecamatan Leihitu Barat Kabupaten Maluku Tengah. *Arika*, 11(2), 119–134. <https://doi.org/10.30598/arika.2017.11.2.119>

- Pazouki, M., Jozi, S. A., & Ziari, Y. A. (2017). Strategic management in urban environment using SWOT and QSPM model. *Global Journal of Environmental Science and Management*, 3(2), 207–216. <https://doi.org/10.22034/gjesm.2017.03.02.009>
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 88 Tahun 2024. (2024). Rencana Induk Destinasi Pariwisata Nasional Borobudur-Yogyakarta-Prambanan Tahun 2024 - 2044. Jakarta: Kementerian Sekretariat Negara. Diunduh dari <https://jdih.bappenas.go.id/peraturan/detailperaturan/3817/peraturan-presiden-nomor-88-tahun-2024>
- Priatmoko, S., Kabil, M., Akaak, A., Lakner, Z., Gyuricza, C., & Dávid, L. D. (2023). Understanding the complexity of rural tourism business: Scholarly perspective. *Sustainability*, 15(2), 1193. <https://doi.org/10.3390/su15021193>
- Purwanto, A., Cahyadi, H., Ramandha, D., Raharjo, W., & Wismadi, A. (2022). Pusat informasi konservasi dengan fasilitas AR dan VR pada Candi Borobudur dengan metode SWOT. *Aksen: Journal of Design and Creative Industry*, 6(2), 1–15. <https://doi.org/10.37715/aksen.v6i2.2225>
- Rusandi, M., & Muhammad Rusli. (2021). Merancang penelitian kualitatif dasar/deskriptif dan studi kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>
- Sofianto, A. (2018). Strategi pengembangan kawasan pariwisata nasional Borobudur. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 16(1), 28–44. <https://doi.org/10.36762/litbangjateng.v16i1.745>
- Wang, L., Damdinsuren, M., Qin, Y., Gonchigsumlaa, G., Zandan, Y., & Zhang, Z. (2024). Forest wellness tourism development strategies using SWOT, QSPM, and AHP: A case study of Chongqing Tea Mountain and Bamboo Forest in China. *Sustainability*, 16(9). <https://doi.org/10.3390/su16093609>
- Wardana, I. M., Sukaatmadja, I. P. G., & Setini, M. (2022). Formulation of business strategies to improve business performance by SWOT and SQSPM approach in era pandemic: A study on culinary MSMEs. *Quality - Access to Success*, 23(188), 47–55. <https://doi.org/10.47750/QAS/23.188.07>
- Yubdina, S., Rini, D. K., Maharani, N. M. S. D., Khairiyah, N., Prasetyo, A. D., & Azzahara, A. (2024). Strategi pengembangan pariwisata berbasis potensi: Analisis SWOT desa wisata di sekitar Candi Borobudur. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 14(2), 142–157.
- Yuslin, H. (2021). Creative industry development as a local economic development effort. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 7(1), 67–80. <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol7.iss1.art6>
- Yusuf, M., Anum, A., Saleh, K., Ekonomi Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai, F., & Penelitian dan Pengembangan Daerah Kabupaten Lampung Selatan, B. (2023). SWOT analysis

development of Way Belerang tourism Kalianda Lampung Selatan. *Journal of Social and Economics Research*, 5(2), 2068–2079. <https://idm.or.id/JSER/index>