

Strategi Perencanaan Manajemen Pariwisata Balkondes Borobudur Di Era New Normal

Dian Marlina Verawati¹, Andhatu Achsa², Rian Destiningsih³
¹²³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar, Magelang.
*dianmarlina86@untidar.ac.id¹, andhatu acsha@untidar.ac.id²,
riandestiningsih@untidar.ac.id³*

Abstract

Magelang Regency has twenty Balkondes interesting to visit. One of them is Balkondes first Balkondes Borobudur in Magelang Borobudur Region. Balkondes Borobudur is one of the Balkondes which has its own uniqueness in buildings with classic nuances and beautiful views. After Covid -19 Pandemic, public trust in activities outside the home, especially for traveling, is still very minimal, it also has an impact on the number of tourists visiting Balkondes Borobudur. For this reason, it is very necessary for tourism management planning to make an appropriate strategy for the continuity of Balkondes Borobudur tourism in this new normal era. The purpose is to provide an overview of the results of the analysis of tourism management planning strategies at Balkondes Borobudur in the new normal era. The research method used descriptive qualitative and survey through 7 Respondents Balkondes manager Borobudur. The results showed that Balkondes Borobudur is in quadrant 3 where Balkondes Borobudur must make strategic changes to improve and find the right solution or strategy for the survival of Balkondes Borobudur.

Keywords: *Balkondes, Tourism Management, Swot*

Abstrak

Kabupaten Magelang mempunyai 20 Balkondes yang menarik untuk di kunjungi. Salah satunya yaitu Balkondes Borobudur yang merupakan Balkondes pertama di Kawasan Borobudur Kabupaten Magelang. Balkondes Borobudur adalah salah satu Balkondes yang mempunyai ke unikan tersendiri pada bangunan – bangunan dengan nuansa klasik dan pemandangan yang indah. Pasca Pandemi Covid -19 ini kepercayaan masyarakat untuk berkegiatan di luar rumah terutama untuk berwisata masih sangat minim, hal tersebut juga berimbas pada jumlah wisatawan yang berkunjung pada Balkondes Borobudur. Untuk itu perlu sekali perencanaan manajemen pariwisata untuk membuat suatu strategi yang tepat demi kelangsungan pariwisata Balkondes Borobudur di era new normal ini. Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan gambaran dari hasil analisis strategi perencanaan manajemen pariwisata di Balkondes Borobudur di era new normal. Metode penelitian yang di gunakan deskriptif kualitatif dan survei melalui 7 Responden pengelola Balkondes Borobudur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Balkondes Borobudur berada pada kuadran 3 dimana Balkondes Borobudur mesti melakukan perubahan strategi guna memperbaiki dan mencari solusi atau strategi yang tepat untuk keberlangsungan Balkondes Borobudur.

Kata kunci: *Balkondes, Manajemen Pariwisata, Swot*

Informasi Artikel

Diterima Redaksi: 14 Februari 2021

| Selesai Revisi: 7 April 2021

| Diterbitkan Online: 28 April 2021

PENDAHULUAN

Pandemi covid 19 yang melanda dunia dan juga Indonesia, memberikan pengaruh yang sangat luar biasa pada berbagai sektor, salah satunya pada sektor pariwisata. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang terdampak pandemi covid 19. Hal ini serupa dengan hasil survey yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, yaitu secara nasional pandemi Covid-19 (*corona virus disease*) ini telah mengakibatkan 92% dari 5.242 orang pekerja sektor pariwisata merasakan kehilangan pekerjaannya. Pariwisata merupakan salah satu industri yang paling terpengaruh secara negatif oleh pandemi ini (Zhang, 2021). Pemerintah terus berupaya untuk memutus penyebaran virus covid 19, dengan memberlakukan kebijakan dan himbauan pembatasan aktifitas sosial di luar rumah. Diantaranya kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yaitu melarang wisatawan dari luar Indonesia (Soehardi, 2020).

Pemerintah menyadari dengan adanya pandemi covid 19 ini, keadaan perekonomian semakin melemah, sehingga pembatasan tidak dapat dilakukan secara terus menerus untuk menjadikan roda perekonomian tetap berputar. Berdasarkan pedoman dari WHO (2020) mengenai transisi menuju the new normal atau kehidupan baru, pertanggal 29 Mei 2020 secara resmi Indonesia mengumumkan pemberlakuan masa New Normal dan ditandai dengan pelonggaran aktivitas sosial yang ada di daerah-daerah dan tetap menekankan penerapan *physical distancing*. Namun dengan masih tingginya angka kasus pasien terpapar Virus Covid-19, kebijakan ini diluruskan sebagai “Adaptasi Kebiasaan Baru” ditengah pandemi Covid-19 yang penyebarannya begitu kompleks dengan ketidakpastian kapan berakhirnya (Kemenkes RI, 2020).

Salah satu sektor penyokong perekonomian yang terdampak covid-19 yaitu sektor pariwisata. Sektor pariwisata sebagai penyokong devisa negara, hal tersebut salah satunya karena wisata Indonesia memiliki daya tarik dalam hal banyaknya tempat wisata, adat serta budaya dan tradisi yang dimiliki Indonesia (Walakula, 2020). Pemerintah Indonesia telah melakukan mitigasi pada sektor pariwisata diantaranya adanya larangan melakukan perjalanan dengan tujuan berwisata di beberapa tempat wisata, penerbangan domestik dan internasional ditutup oleh beberapa bandara (Ferdiansyah, 2020). Penutupan tersebut dilatarbelakangi alasan bahwa dengan menutup sementara tempat wisata dapat mengurangi atau mencegah penyebaran covid-19 (Wicaksono, 2020). Covid-19 memberikan dampak negatif pada perkembangan sektor pariwisata (Prayudi, 2020). Dikatakan oleh Bellina (2020) bahwa sejak terjadi peyebaran covid-19, jumlah wisatawan di Indonesia mengalami penurunan. Walaupun terdapat dampak akibat covid pada sektor pariwisata, terjadinya pandemi covid-19 mempunyai dampak positif yaitu menurunnya indeks polusi (Darma, 2020). Sektor pariwisata tidak luput dari dampak penyebaran covid-19 ini, hal tersebut juga terjadi di daerah-daerah pariwisata, salah satu daerah wisata yg terdampak yaitu wilayah Kabupaten Magelang.

Kabupaten Magelang mempunyai icon wisata yang sangat populer dan merupakan tujuh keajaiban dunia yaitu wisata Candi Borobudur. Pariwisata Candi Borobudur yang namanya kian melambung tinggi dapat memberikan efek multiplier terhadap lingkungan sekitar, hal tersebut terlihat dari pendirian balai ekonomi desa (Balkondes) di sekitar Kawasan Candi Borobudur lebih dari 20 Balkondes, salah satunya adalah balkondes Borobudur. Balkondes Borobudur merupakan balkondes pertama di Kawasan Candi Borobudur yang mempunyai daya tarik tersendiri dan banyak didatangi oleh wisatawan sebelum adanya pandemi covid 19 ini. Balkondes Borobudur terkenal dengan bangunan-

bangunan yang unik dengan suasana klasik, tempat yang nyaman, pemandangannya indah yang menjadikan tempat ini cocok untuk berfoto dan berkumpul dengan teman dan keluarga.



Gambar 1 : Balkondes Borobudur

Semenjak adanya pandemi covid 19 wisatawan yang berkunjung ke Balkondes Borobudur, baik untuk menikmati suasana restoran maupun yang menginap di penginapan jumlahnya merosot tajam. Hal ini mengakibatkan Balkondes Borobudur mengalami beberapa permasalahan, mulai dari pengurangan omset, modal, tenaga kerja, persaingan, dan biaya operasional. Segala upaya dilakukan pengelola Balkondes Borobudur untuk tetap dapat bertahan di tengah pandemi covid 19, namun belum juga merubah keadaan. Pengunjung yang datang masih tergolong sedikit dibandingkan sebelum pandemi covid-19 sehingga belum mampu mengatasi permasalahan pada Balkondes Borobudur. Hal ini mengharuskan Balkondes Borobudur perlu merancang strategi yang tepat bagi upaya perbaikan kondisi pariwisata Balkondes Borobudur di era new normal yang sejalan dengan upaya peningkatan dan perbaikan perekonomian masyarakat di Kawasan Candi Borobudur mengingat peranan Balkondes Borobudur yang sangat potensial bagi pembangunan disektor ekonomi. Strategi yang dirancang perlu memperhatikan aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki Balkondes Borobudur.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk memperluas teori yang ada menjembatani konteks (Bansal, P., Corley, K., 2012). Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan dan mengolah data yang sifatnya diskriptif (Noor, 2014), seperti wawancara, gambar, foto, catatan lapangan, dan rekaman video (Kuncoro, 2003). Pengambilan data dilakukan menggunakan berbagai cara, pertama observasi yaitu peneliti melakukan pengumpulan data dengan mengamati secara langsung pada objek penelitian (Sugiyono, 2009), kedua wawancara, yaitu peneliti melakukan pengumpulan data melalui komunikasi secara langsung dengan responden pada objek penelitian (Sugiyono, 2009), dan ketiga dokumentasi yaitu peneliti melakukan pengumpulan data melalui buku, arsip, dokumen, gambar yang berupa laporan, dan keterangan yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono, 2009). Objek penelitian yaitu Balkondes Borobudur terletak di Jalan Borobudur Ngadiharjo, Dusun Ngaran 2 Kecamatan Borobudur Kabupaten Magelang.

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling aksidental (Sugiyono, 2009) yaitu penentuan responden secara kebetulan bertemu pada saat melakukan pengambilan data pada Balkondes Borobudur. Alasan pemilihan responden yaitu pengelola Balkondes Borobudur dilatarbelakangi oleh kecakapan dalam pemahaman, pengetahuan, pengelolaan, manajemen Balkondes Borobudur. Responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak tujuh responden yang terdiri dari supervisor, marketing, administrasi, pengelola penginapan, pengelola dapur, pengelola taman, dan pengelola kebersihan.

Teknik analisis data menggunakan analisis SWOT menurut (David, 2010) yang merupakan alat analisis untuk menganalisis lingkungan strategis, yaitu lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (kesempatan dan ancaman). Menurut (Fajar, 2020), pendekatan analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) dan juga dapat untuk meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Hasil dari analisis SWOT dapat membantu dalam perencanaan strategi. Kegunaan dari analisis SWOT menurut (Fajar, 2020) ini adalah pertama, membantu melihat suatu permasalahan dari empat sisi yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman; kedua memberikan hasil yang cukup tepat untuk tindak lanjut mempertahankan kekuatan dengan menambah peluang dan mengurangi kekurangan dengan mencegah ancaman, ketiga dapat menjadi dasar proses identifikasi dan menemukan sesuatu hal yang belum ditemukan, ke empat dapat menjadi instrumen yang cukup baik dalam melakukan analisis strategi, ke lima untuk meminimalkan kelemahan dan mengoptimalkan kekuatan. Dalam penelitian ini analisis SWOT untuk proses perbaikan perencanaan manajemen pada Balkondes Borobudur.

Adapun alternatif strateginya menjadi strategi *strengths-opportunities* (SO), strategi *weakness-opportunities* (WO), strategi *strength-threats* (ST). Periode penelitian dilaksanakan pada bulan Juni sampai Juli tahun 2020. Strategi perencanaan manajemen Balkondes Borobudur dilihat dari aspek internal dan aspek eksternal yang meliputi penjelasan dari, tugas pokok pekerjaan, sumber daya baik sumberdaya manusia maupun fisik, kerjasama, hasil industri, promosi, dan persiapan era kebiasaan baru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen merupakan pencapaian tujuan suatu organisasi dengan cara efektif dan efisien melalui perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan sumberdaya organisasi (Robbins, 2016). Salah satu unsur terpenting dalam proses manajemen yaitu perencanaan (GR Terry, 2016). Perencanaan manajemen pada sector pariwisata merupakan hal yang penting untuk mengelola pariwisata (Nida Mumtia, 2020). Perencanaan akan memudahkan untuk mencapai tujuan umum. Kurangnya perhatian proses perencanaan, pengembangan pariwisata dan pembahasan mengenai sumber daya manusia (Rony, 2016) membuat manajemen pariwisata memerlukan dukungan untuk perbaikan. Pada masa pandemi covid 19 ini, penerapan era kebiasaan baru perlu mendapatkan perhatian (Bagus, 2020) guna membangun kepercayaan masyarakat dalam melakukan kegiatan wisata. Dalam rangka perbaikan Balkondes Borobudur mesti mempunyai beberapa alternatif strategi supaya tetap bisa bertahan pada keadaan saat ini dimana pandemi covid 19 masih melanda di Indonesia.

A. Berdasarkan aspek internal dan eksternal pada Balkondes Borobudur diperoleh penjelasan sebagai berikut :

1. **Penjelasan Mengenai Tugas Pokok Pekerjaan Balkondes Borobudur**
Balkondes Borobudur sudah memiliki struktur organisasi dengan tupoksi yang jelas, seperti supervisor yang memiliki tugas sebagai pengendali dari semua pekerjaan dan kegiatan pada Balkondes Borobudur. Marketing memiliki tugas untuk melakukan promosi dan kerjasama untuk event-event. Administrasi memiliki tugas untuk melakukan pencatatan dan pengarsipan dokumen-dokumen serta surat menyurat. Pengelola penginapan bertanggung jawab dalam pengelolaan fasilitas penginapan. Pengelola dapur bertanggung jawab atas menu masakan yang akan disajikan dan juga melakukan inovasi terhadap menu masakannya. Pengelola taman bertanggung jawab atas kebersihan taman dan keindahan taman. Pengelola kebersihan bertanggung jawab atas kebersihan seluruh Balkondes Borobudur.
2. **Penjelasan Mengenai sumberdaya baik sumber daya manusia dan Fisik Bangunan**
Secara umum pendidikan tenaga kerja pada balkondes borobudur adalah SMP atau SMA/SMK. Keterampilan yang dimiliki sumber daya manusia pada Balkondes Borobudur masih sangat membutuhkan pelatihan dan pengembangan yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja dan pelayanan terhadap wisatawan. Pelatihan yang dibutuhkan tentang pengelolaan administrasi, pelayanan hotel, resto dan pelatihan bahasa asing. Pelatihan biasanya diselenggarakan oleh PT. Manajemen CBT Nusantara selaku manajemen yang mengelola Balkondes di Kawasan Candi orobudur. Dilain sisi sumber daya manusia Balkondes Borobudur kompak dan solid dalam bekerja dengan menjunjung prinsip kekeluargaan. Untuk kondisi bangunan Balkondes Borobudur cenderung baik. Namun, beberapa perlu direnovasi karena dasar bangunan yang digunakan terbuat dari kayu sehingga memerlukan perawatan rutin supaya tidak mudah rapuh. Informasi dari pengelola juga menyatakan bahwa Balkondes memerlukan inovasi terkait bangunan untuk dapat menjadi spot baru atau ciri khas dari balkondes karena jika di bandingkan dengan balkondes lainnya view Balkondes Borobudur ini masih kalah dikarenakan tempatnya yang tidak terlalu tinggi. Inovasi juga diperlukan dalam rangka penyediaan ruang public yang lebih luas untuk mempersiapkan era new normal dalam berwisata dengan adanya jaga jarak antar wisatawan.
3. **Penjelasan Mengenai Kerjasama**
Balkondes Borobudur mempunyai beberapa strategi dalam melakukan promosi dengan bekerjasama dengan pihak-pihak biro jasa atau tour travel seperti VW Tour Borobudur, dan biro tour arum jeram. Kedua promosi dilakukan dengan bekerjasama dengan pihak-pihak desa dengan tujuan membawa tamu lokal dan asing berwisata di sungai progo agar diarahkan untuk makan dan menginap di balkondes, Ketiga promosi dilakukan dengan bekerja sama dalam e-commerce seperti traveloka dan booking.com. Ke empat promosi dilakukan dengan komonitas-komunitas hobi seperti sepeda yang berada di sekitar wilayah magelang dan sekitarnya.
4. **Penjelasan Mengenai Hasil Industri**
Balkondes Borobudur mempunyai hasil industry rumah tangga yaitu kopi yang menjadi ciri khas dan andalan produk. Kopi yang di hasilkan mempunyai berbagai manfaat untuk kesehatan, seperti anti oksidan, menurunkan tingkat stress, dan juga mencegah berbagai penyakit berat. Kopi ini bisa di nikmati saat berada di resto Balkondes Borobudur. Selain itu Balkondes Borobudur juga terkenal dengan

kuliner prasmanannya, yang menyediakan berbagai menu khas Magelang yang mempunyai cita rasa yang enak.

5. Penjelasan Mengenai Promosi

Promosi yang dilakukan Balkondes Borobudur yaitu melalui media sosial seperti whatsapp, instagram, dan facebook, kemudian melalui website, *e-commerce* seperti traveloka dan booking.com, dan brosur serta banner yang di pasang di tempat-tempat yang strategis. Balkondes juga melakukan promosi dengan bekerja sama dengan pihak luar seperti desa, komunitas ataupun pelaku wisata lainnya. Bahkan, Balkondes juga melakukan layanan jemput bola ke instansi-instansi tertentu untuk menawarkan produknya. Pameran juga dapat menjadi salah satu alat promosi yang dilakukan oleh Balkondes, sehingga masyarakat dapat melihat keunggulan-keunggulan setiap Balkondes secara langsung. Hal ini akan berdampak pada terciptanya promosi dari mulut ke mulut. Selain itu, promosi produk-produk Balkondes juga dibantu dari pihak Taman Wisata Candi Borobudur (TWCB).

6. Penjelasan Mengenai Mempersiapkan Era Kebiasaan Baru

Semenjak pandemi covid 19 wisatawan yang berkunjung ke Balkondes Borobudur mengalami penurunan. Pengelola bahkan sempat memperlakukan system *shift* kerja untuk mengurangi biaya operasional. Dengan adanya pemberlakuan era new normal ini pengelola Balkondes Borobudur mempersiapkan Balkondes dengan baik supaya masyarakat nyaman berwisata dengan menyediakan sarana cuci tangan, hands sanitaiser dan juga pengukur suhu untuk kenyamanan wisata yang berkunjung. Pengelola juga selalu menjaga kebersihan baik di area taman, area parkir, toilet, restoran dan juga penginapan. Namun walaupun sudah disiapkan jumlah pengunjung yang datang masih tergolong sedikit dibandingkan sebelum datangnya pandemi covid 19 ini.

B. Strategi Perencanaan Manajemen Pariwisata Balkondes Borobudur Di Era New Normal

Dalam membuat strategi perencanaan manajemen pariwisata di Balkondes Borobudur di era new normal menggunakan pendekatan SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats). Analisis ini digunakan untuk memunculkan kekuatan dan mengetahui kelemahan serta ancaman untuk selanjutnya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun dan membuat strategi perencanaan manajemen pariwisata di Balkondes Borobudur di era new normal. Era new normal pada sektor pariwisata dapat diartikan bahwa sektor pariwisata memiliki kebiasaan dengan cara baru dalam keterbatasan ruang gerak (Maharani, 2020). Cara tersebut antara lain dengan menjaga kebersihan melalui prasarana cuci tangan, ketersediaan hand sanitizer, tersedianya thermo gun, dan adanya ruang isolasi apabila ada pengunjung yang memiliki gejala terkena covid-19 (Wicaksono, 2020).

Data SWOT kualitatif dapat dikembangkan secara kuantitatif melalui perhitungan analisis SWOT berdasarkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang dikembangkan oleh (Pearce & Robinson, 2005), dalam tabel 1 dan tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 1 Rekapitulasi Faktor Internal Balkondes Borobudur

No	Kekuatan	Bobot	Skor	Bobot x Skor
1.	Memiliki struktur organisasi yang jelas	0,06	3	0,18
2.	Memiliki kerjasama dengan banyak pihak	0,058	4	0,232
3.	Memiliki produk industry unggulan	0,056	3	0,168
4.	Memiliki SDM yang kompak dan solid	0,061	3	0,183
5.	Kebersihan balkondes dan penginapan	0,046	3	0,138
6.	Tarif resto dan penginapan sangat terjangkau	0,047	4	0,188
7.	Memiliki inovasi di bidang pemasaran	0,041	2	0,082
8.	Beragam menu kuliner yang di sajikan	0,055	2	0,11
9.	Memiliki media social sebagai sarana promosi	0,04	2	0,08
10.	Memiliki sarana cuci tangan untuk pencegahan penyebaran virus covid 19	0,058	2	0,116
Sub Total Kekuatan		0,522		1,477
No	Kelemahan	Bobot	Skor	Bobot x Skor
1.	Kurangnya spot-spot view hanya pada bangunan	0,074	4	0,296
2.	Area parkir kurang begitu luas	0,069	3	0,207
3.	Kurangnya pelatihan untuk karyawan berdampak pada belum optimalnya kinerja SDM pada Balkondes Borobudur	0,07	3	0,21
4.	Area public terbatas untuk penerapan <i>physical distancing</i>	0,078	4	0,312
5.	Kondisi keuangan yang terbatas untuk biaya operasional	0,07	4	0,28
6.	Kurang optimalnya perencanaan jangka panjang	0,069	3	0,207
7.	Rendahnya insentif yang diterima karyawan	0,048	2	0,096
Sub Total Kelemahan		0,478		1,608
Selisih Total Faktor Internal		1		-,0131

Sumber : Hasil Wawancara

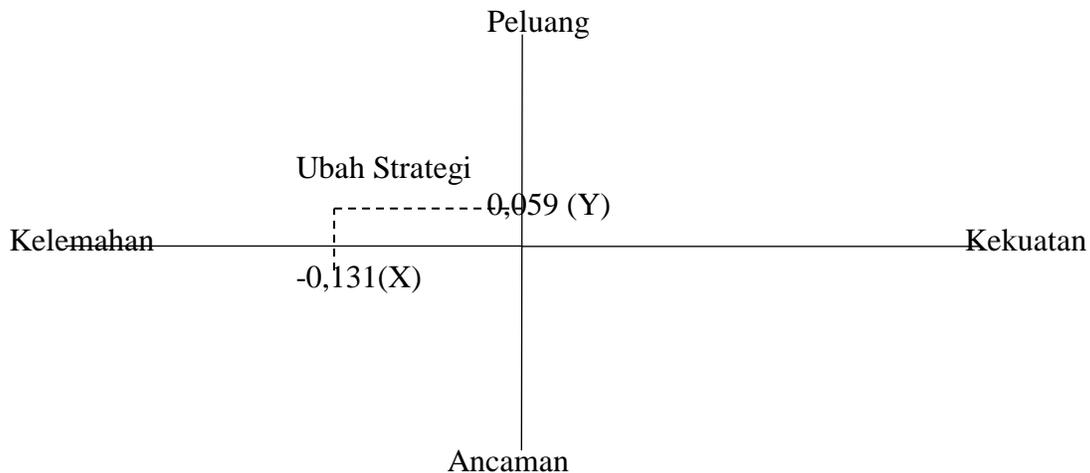
Tabel 2 Rekapitulasi Faktor Ekternal Balkondes Borobudur

No	Peluang	Bobot	Skor	Bobot x Skor
1.	Merupakan balkondes pertama	0,06	3	0,18
2.	Lokasi paling dekat dengan Candi Borobudur	0,061	3	0,183
3.	Informasi terkait event-event yang berada di candi borobudur lebih cepat sampai	0,045	2	0,09
4.	Mendapatkan dukungan dari masyarakat sekitar	0,063	3	0,189
5.	Mendapat dukungan dari pihak manajemen PT. Manajemen CBT Nusantara	0,068	3	0,204

Tabel 2 Lanjutan..

No	Peluang	Bobot	Skor	Bobot x Skor
6.	Kerjasama dengan berbagai pihak seperti travel agent, tour dan komunitas-komunitas hobi	0,074	4	0,296
7.	Promosi budaya wisata yang aman melalui media social	0,054	2	0,108
8.	Teknologi media social sebagai sarana promosi yang murah	0,075	4	0,3
Sub Total Peluang		0,5		1,55
No	Ancaman	Bobot	Skor	Bobot x Skor
1.	Persaingan antar balkondes di Kabupaten Magelang	0,06	3	0,18
2.	Kenyamanan dan keresahan wisatawan dalam berwisata di masa pandemi covid 19	0,078	4	0,312
3.	Keadaan ekonomi yang belum stabil	0,076	4	0,304
4.	Belum ada titik terang berakhirnya pandemic covid 19	0,067	3	0,201
5.	Kurangnya pengetahuan masyarakat terkait wisata di era baru	0,05	2	0,1
6.	Kebijakan PSBB (Pembatasan Sosoal Berskala Besar)	0,055	2	0,11
7.	Kebijakan pemerintah untuk penutupan sementara	0,058	2	0,116
8.	Masih terbatasnya pemberian vaksin	0,056	3	0,168
Sub Total Ancaman		0,5		1,491
Selisih Total Eksternal		1		0,059

Sumber : Hasil Wawancara



Gambar 1: Diagram Matrik SWOT

Berdasarkan hasil pada tabel 1 dan 2, diperoleh total skor faktor internal kekuatan adalah 1,477; total skor faktor internal kelemahan adalah 1,608 dan total faktor eksternal

peluang adalah 1,55; total skor faktor eksternal ancaman 1,491. Kemudian didapatkan selisih total dari faktor internal adalah $-0,131$ (X) dan selisih total dari faktor eksternal adalah 0,059. Hasil tersebut dalam diagram matrik SWOT menunjukkan Balkondes Borobudur berada pada kuadran 3 yaitu melakukan ubah strategi.

SIMPULAN

Hasil perhitungan skor faktor internal dan eksternal Balkondes Borobudur yang ditunjukkan pada diagram matrik SWOT berada pada kuadran 3 yang berarti Balkondes Borobudur menandakan adanya organisasi yang lemah atau mengalami kendala namun juga sangat berpeluang untuk dapat memperbaikinya dengan mencari solusi atau strategi yang tepat. Rekomendasi untuk hasil seperti ini adalah dengan melakukan perubahan strategi, dimana Balkondes Borobudur jika tetap bertahan dengan strategi yang lama dikhawatirkan sulit untuk dapat menangkap peluang yang ada sekaligus dapat memperbaiki kinerjanya. Kondisi pada kuadran 3 ini bukan berarti Balkondes Borobudur mengalami keadaan yang sangat buruk namun tengah berada dalam tahap yang rawan, dimana masih ruang untuk bergerak khususnya dalam meningkatkan kepercayaan wisatawan dan memperbaiki daya tarik.

Ubah strategi adalah untuk memperbaiki kondisi Balkondes Borobudur menuju pemulihan dan mencapai tujuan kedepan secara berkelanjutan. Keadaan pandemic covid 19 ini merupakan ancaman dari eksternal yang memang tidak mampu untuk dikendalikan secara internal, namun melalui wisata era baru ini, sangat terbuka untuk Balkondes Borobudur melakukan suatu terobosan yang baik untuk dapat mengeluarkan keadaan wisata pada Balkondes Borobudur dari keterpurukan. Adanya terobosan-terobosan tersebut perlu diwujudkan dalam strategi-strategi baru dalam melakukan perencanaan terkait manajemen pada Balkondes Borobudur untuk menata tujuan ketercapaian Balkondes Borobudur yang mampu menjadikan Balkondes Borobudur tetap dapat bertahan ditengah keadaan pandemi covid 19 ini.

Dalam perhitungan faktor eksternal, peluang terbesar yang ada pada Balkondes Borobudur adalah adanya teknologi media sosial sebagai sarana promosi yang murah dengan skor 0,3. Peluang ini dapat dimanfaatkan sebagai salah satu strategi yang dapat digunakan dalam wisata di era baru. Skor ini merupakan skor tertinggi diantara peluang yang lainnya. Sedangkan ancaman tertinggi adalah kenyamanan dan keresahan wisatawan dalam berwisata di masa pandemi covid 19 dengan skor 0,312. Ancaman ini cukup memberikan dampak yang serius terhadap minat masyarakat untuk berwisata di Balkondes Borobudur.

Penelitian ini mempunyai beberapa implikasi bagi manajemen atau pengelola Balkondes Borobudur. Yang pertama Balkondes Borobudur mesti melihat peluang dan memanfaatkan peluang dengan sebaik mungkin untuk memperbaiki manajemen Balkondes Borobudur terutama di era baru ini. Kedua Balkondes mesti memperhatikan kelemahan-kelemahan internalnya, dengan melakukan perbaikan-perbaikan secara berkelanjutan. Ketiga menjadikan kekuatan-kekuatan sebagai pondasi untuk tetap dapat bertahan dalam keadaan yang sangat sulit dan menjadikan kekuatan sebagai motivasi dalam melakukan perubahan-perubahan strategi. Kekuatan yang dimiliki Balkondes Borobudur berguna untuk meminimalkan ancaman. Keempat tetap mewaspadaai adanya ancaman-ancaman dari luar.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Kurni Astiani dan Rahmawati Riantisari. 2020. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis “Happy Honey Bee” English Learning Centre And Course Menggunakan Swot Analysis. *Jurnal Riset Manajemen*. Vol 7, No 1. Hal 163 – 176. doi.org/10.32477/jrm.v7i2.198
- Bansal, P., Corley, K., 2012. Publishing in AMJ—Part 7: What’s Different About Qualitative Research? American Society of Nephrology Briarcliff Manor, NY.
- Bellina, Sophie, dkk. 2020. *Dampak Karantina Wilayah Terhadap Perekonomian Indonesia*. Jurnal Ilmiah Dunia Hukum. Vol. 5, No. 1, hal 18-30.
- Darma, I Gusti Ketut Indra Pranata dan Ni Made Rai Kristina. 2020. *Pemulihan Fungsi Alam Pariwisata Ditengah Pandemi Covid-19*. Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya. Vol. 11, No. 2, hal 101-108.
- David, F. R. 2010. *Manajemen Strategi: Konsep-Konsep*. Jakarta: Indeks.
- Fajar Nur’ani D. 2020. *Teknik Analisis Swot*. Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia
- Ferdiansyah, Hendry, dkk. *Pengelolaan Mitigasi Krisis Pariwisata Akibat Pandemi Covid-19 Dalam Menghadapi Fase New Normal (Studi Kasus Di Desa Wisata Nglanggeran Yogyakarta)*. Jurnal Bina Wakya, Vol. 15, No.3, hal 4133-4144.
- George R. Terry, 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta : CV Haji Masagung
- Ida Bagus Gede. 2020. *New Normal Bagi Pariwisata Bali Di Masa Pandemi Covid 19*. Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya
- Kemendparekraf. 2020. *Rencana Mitigasi Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dalam Menangani Virus COVID-19*. Diunduh tanggal 20 Februari 2021, https://www.kemendparekraf.go.id/berita/Rencana-Mitigasi-Sektor-Pariwisata-dan-Ekonomi-Kreatif-Dalam-Menangani-Virus-COVID_19
- Kemendparekraf. 2020. *Siaran Pers Kunjungan Wisma Ke Indonesia Akibat Pandemi Covid Sesuai Perkiraan*. Diunduh tanggal 6 Januari 2021, https://Www.Kemendparekraf.Go.Id/P_Ost/Siaran-Pers-Penurunankunjungan-Wisman-Ke-Indonesiaakibat-Pandemi-Covid-19-SesuaiPerkiraan
- Kementerian Kesehatan. 2020. Keputusan Menteri Kesehatan Nohk.01.07/MENKES/382/2020. Diunduh tanggal 6 Januari 2021, http://Hukor.Kemkes.Go.Id/Uploads/PRoduk_Hukum/KMK_No_HK_01_07-MENKES-382-2020_Ttg_Protokol_Kesehatan_Bagi_Ma_Syarakat_Di_Tempat_Dan_Fasilitas_Um_Um_Dalam_Rangka_Pencegahan_COV_ID-19.Pdfs
- Kuncoro, Mudrajat. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Maharani, Ajeng dan Faula Mahalika. 2020. *New Normal Tourism Sebagai Pendukung Ketahanan Ekonomi Nasional Pada Masa Pandemi*. Jurnal kajian LEMHANNAS RI. Vol. 8 No. 2, hal 43-56.
- Mumtia, Nida. 2020. *Konsep Manajemen Pariwisata Dalam Meningkatkan Pengunjung Di Pantai Pasir Putih Lamreh*. Skripsi thesis, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Noor, S. 2014. *Penerapan Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio Di Malang (Studi Kasus Pada PT. Astra International Tbk. – Daihatsu Malang)*. Jurnal INTEKNA, hal 102-209.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. A. (2005). *Strategic Management: Formulation, Implementation, And Control*. McGraw-Hil: Business & Economics.

- Prayudi, M. Agus. 2020. *Dampak Covid -19 Terhadap Pariwisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jurnal Nusantara (Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Perhotelan). Vol.3, No.2, hal 14-20.
- Qanita, Ariza. 2020. Analisis Layanan Belanja “Kriing” Pasar Tradisional Anom Baru Sumenep Di Tengah Pandemi Covid-19 Dengan Metode SWOT Dan QSPM. *Airlangga Journal of Innovation Management*. Vol 1 No 2. Hal 160-174. DOI : 10.20473/ajim.v1i1.21259
- Robbins, P. Stephen & Coutler, Mary. 2016. *Human Resources Management Edisi 16 Jilid 1*. Salemba Empat, Jakarta.
- Setiawan, Rony Ika. 2016. *Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Pariwisata: Perspektif Potensi Wisata Daerah Berkembang*. Jurnal Penelitian Manajemen Terapan. Vol 1, No 1, hal 23-35.
- Soehardi, Arlan Siddha, Hardiyono, Tutik Siswanti, Nurfitri Eka Hardpamungkas. 2020. *Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Wisatawan Mancanegara Dan Nusantara Serta Karyawan Perusahaan Penerbangan Di Indonesia*. Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara. Vol 2, No 2, hal 46-62.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Walakula, Yandri benony. 2020. *Analisis Eksistensi Pariwisata Indonesia di Tengah Situasi Pandemi Corona Virus Disease (Covid19)*. NOUMENA: Jurnal Ilmu Sosial Keagamaan Vol. I, No. 1, hal 47-52.
- WHO. Situation Report-10 updated 3 Juni (2020)
https://www.who.int/docs/defaultsource/searo/indonesia/covid19/who-situation-report10.pdf?sfvrsn=a9ceb157_
- Wicaksono, Ajie. 2020. *New Normal Pariwisata Yogyakarta*. Kepariwisata : Jurnal Ilmiah. Vol. 14, No. 3, hal 139-150.
- Zhang, Hanyuan, Haiyan Song, Long Wen, Chang Liu. 2021. *Forecasting Tourism Recovery Amid Covid-19*. Annals of Tourism Research 87.