

ABSTRAK

Bukit Cinta Rawa Pening merupakan salah satu objek wisata yang terletak di Kecamatan Ambarawa Kabupaten Semarang yang mempunyai potensi tinggi untuk dikembangkan menjadi objek wisata yang berkelas nasional bahkan dunia apabila dikelola secara profesional. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis kondisi internal dan eksternal yang dihadapi oleh objek wisata Bukit Cinta Rawa Pening, dan memformulasikan strategi pengembangan yang perlu dilakukan pengelola objek wisata Bukit Cinta Rawa Pening dalam mengembangkan potensinya.

Penelitian ini menggunakan metode SWOT. Metode ini digunakan untuk menganalisis potensi yang ada di Objek Wisata Bukit Cinta Rawa Pening dari faktor Eksternal yaitu peluang dan ancaman serta Internal yaitu kekuatan dan kelemahan. Seluruh aspek tersebut dianalisis berdasarkan dua jenis responden yang berbeda, yaitu *Key Person* dan Pengunjung. Responden *Key Person* sebanyak 5 responden yang terdiri dari pihak pemerintah dan pengelola atau petugas Objek Wisata dan pengunjung terdiri dari pengunjung yang telah berkunjung atau sedang berkunjung di objek wisata tersebut, serta masyarakat sekitar yang berada di sekitar objek wisata. Sedangkan untuk pengunjung objek wisata Bukit Cinta Rawa Pening sebanyak 95 responden.

Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa faktor internal yang paling urgensi dalam mengembangkan objek wisata bukit cinta rawa pening pada indikator kekuatan adalah paket wisata air mengelilingi danau rawa pening dengan bobot 17,8%. Sedangkan untuk indikator kelemahan adalah Fasilitas wisata air kurang variatif khususnya untuk anak-anak sebesar 20%. Adapun untuk faktor eksternal, pada indikator peluang adalah Kesan positif pengunjung membantu memperkenalkan potensi objek wisata sebesar 20%, dan pada indikator ancaman adalah pendangkalan dan pertumbuhan enceng gondok yang tinggi sebesar 15,6% yang menghasilkan evaluasi keterkaitan faktor internal dan eksternal yaitu peta kekuatan organisasi pada posisi IV yaitu mendukung strategi diversifikasi. Dan SWOT merekomendasikan untuk S-O strategi adalah memanfaatkan seluruh perahu wisata secara optimal untuk merebut simpati wisatawan; W-O strategi: tingkatkan fasilitas perahu wisata dengan memanfaatkan modal kelompok dan fasilitasi perbankan; S-T strategi: manfaatkan ketrampilan operator perahu wisata untuk mengatasi pertumbuhan enceng gondok yang tinggi; W-T strategi: tingkatkan pelayanan perahu wisata untuk kenyamanan wisatawan dengan menghilangkan tanaman enceng gondok.

Kata Kunci : Penawaran, Analisis SWOT, Strategi Pengembangan Objek Wisata