

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN POTENSI PARAWISATA DI BUKIT CIP (COTTOK INNOVATION PARK) KABUPATEN SITUBONDO

Yudha Praja¹, Muhammad Iqbal Anshory²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo, Emails : yudha_praja@unars.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo, Emails : iqbal_anshory@unars.ac.id

*Corresponding Author : Muhammad Iqbal Anshory

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo, Emails : iqbal_anshory@unars.ac.id

ARTICLE INFO

Article History :

Receive :
December 24, 2025

Accepted :
January 27, 2026

Available Online :
February 03, 2026

Keywords:

Tourism Development,
Destination Strategy,
SWOT Analysis,
Marketing Strategy, Bukit
CIP Situbondo.



Copyright © 2025 by
Author. Published by
Universitas Abdurachman
Saleh Situbondo

A B S T R A C T

Tourism development plays an important role in supporting regional growth and improving community welfare. This study aims to identify the potential of Bukit CIP Tourism (Cottok Innovation Park) in Situbondo Regency and to formulate appropriate development strategies using a SWOT analysis approach. A qualitative descriptive method was employed, with data collected through field observations, in-depth interviews with tourism managers and local communities, and documentation. Data were analyzed by identifying internal and external factors and formulating them into a SWOT matrix using IFAS and EFAS analyses. The findings show that Bukit CIP Tourism has strong potential to be developed as a nature- and culture-based tourism destination, supported by its strategic location, ecotourism potential, local cultural uniqueness, and available recreational facilities. However, challenges remain, including limited promotion, inadequate infrastructure, weak tourism management, and limited transportation access. Opportunities arise from infrastructure development, tourism product diversification, and collaboration with external stakeholders, while threats include competition among tourist destinations, climate change risks, economic uncertainty, and changes in government policies. The study concludes that sustainable and well-planned management is essential for Bukit CIP Tourism to contribute positively to the local economy and environmental sustainability.

I. PENDAHULUAN

Pengembangan pariwisata merupakan kegiatan strategis yang diarahkan untuk meningkatkan daya tarik destinasi sekaligus memaksimalkan kontribusinya

terhadap pembangunan daerah. Pengembangan ini tidak hanya berkaitan dengan aspek fisik kawasan wisata, tetapi juga mencakup dimensi sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat di



sekitarnya. Dalam kajian pariwisata, pengembangan destinasi dipahami sebagai suatu proses terintegrasi yang menuntut koordinasi antarberbagai komponen agar mampu memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi kesejahteraan masyarakat (Anwar, 2024).

Faktor geografis seperti iklim, topografi, vegetasi, dan kondisi tanah memiliki peran penting dalam membentuk karakteristik suatu destinasi wisata. Faktor-faktor tersebut tidak hanya memengaruhi daya tarik alam, tetapi juga berpengaruh terhadap pola interaksi sosial dan budaya masyarakat setempat. Penelitian terkini menegaskan bahwa pemahaman terhadap kondisi geografis merupakan bagian dari *critical success factors* yang menentukan keberhasilan pengelolaan destinasi wisata (Sutrisno, 2024). Keunikan kondisi geografis tersebut membuka peluang pengembangan destinasi yang beragam dan berorientasi pada keberlanjutan.

Selain aspek geografis, sektor pariwisata juga berperan sebagai penggerak pembangunan ekonomi wilayah. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pariwisata dapat berfungsi sebagai sektor unggulan (*leading industry*) yang mampu mendorong investasi, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan pendapatan masyarakat lokal (Ernawati, 2019). Dengan demikian, pengembangan objek wisata yang memiliki daya tarik tinggi berpotensi menjadi pusat

pertumbuhan ekonomi yang memicu berkembangnya sektor-sektor ekonomi lainnya di wilayah sekitar.

Lebih lanjut, pariwisata juga memiliki potensi dalam mendukung pembangunan ekonomi berkualitas tinggi (*high-quality economic development*), khususnya apabila didukung oleh infrastruktur yang memadai dan pemanfaatan teknologi. Penelitian terbaru mengungkapkan bahwa perkembangan pariwisata tidak hanya memberikan dampak ekonomi secara langsung, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas infrastruktur serta digitalisasi yang menopang pertumbuhan ekonomi lokal (Li et al., 2025).

Secara geografis, Kota Situbondo terletak di bagian timur Provinsi Jawa Timur dan memiliki karakter sosial budaya yang kuat. Posisinya yang berada di jalur Pantai Utara Jawa menjadikan wilayah ini sebagai penghubung strategis antara Kabupaten Banyuwangi dan Kabupaten Probolinggo, sekaligus sebagai jalur utama mobilitas kendaraan angkutan barang. Kondisi ini berpengaruh terhadap dinamika aktivitas ekonomi dan mobilitas masyarakat di wilayah Situbondo.

Namun demikian, Kabupaten Situbondo masih menghadapi berbagai tantangan pembangunan yang kompleks, mencakup aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan. Dalam perspektif pembangunan wilayah, ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai



menjadi faktor penting agar manfaat pariwisata dapat dirasakan secara luas oleh masyarakat. Infrastruktur yang baik diyakini mampu mempercepat penyebaran manfaat ekonomi dari pusat-pusat wisata ke wilayah sekitarnya.

Sebagai salah satu daerah yang terus mendorong pengembangan sektor pariwisata, Kabupaten Situbondo memiliki potensi destinasi wisata yang tumbuh dari inisiatif lokal. Salah satu contohnya adalah Wisata Bukit Cip yang terletak di Desa Curah Cottok, Kecamatan Kapongan. Destinasi ini menawarkan berbagai fasilitas, seperti pemandian alami, penyewaan motor ATV, serta wahana berkuda, yang ditujukan untuk meningkatkan daya tarik wisata sekaligus mendorong partisipasi masyarakat dalam aktivitas pariwisata.

Dalam konteks pengembangan Wisata Bukit Cip, penerapan strategi pemasaran yang tepat menjadi faktor kunci untuk meningkatkan daya saing destinasi. Analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat strategis untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi destinasi wisata. Penelitian Muhammad Iqbal Anshory mengenai strategi pemasaran dengan teknik analisis SWOT pada usaha rengginang di Desa Tenggir Barat, Kecamatan Panji, Kabupaten Situbondo menunjukkan bahwa pemanfaatan kekuatan internal dan peluang eksternal secara tepat mampu meningkatkan kinerja usaha lokal

dan memperluas jangkauan pasar (Anshory, 2023). Pendekatan ini relevan untuk diterapkan dalam pengembangan pariwisata berbasis potensi lokal seperti Wisata Bukit Cip.

Sejalan dengan hal tersebut, penelitian Yudha Praja tentang penggunaan analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan pengembangan UMKM kuliner bakso menegaskan bahwa perumusan strategi berbasis SWOT mampu membantu pelaku usaha dalam menentukan arah pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan (Praja, 2022). Penerapan analisis SWOT dalam pengelolaan dan pemasaran Wisata Bukit Cip diharapkan dapat membantu pengelola dalam merumuskan strategi promosi, pengembangan produk wisata, serta peningkatan kualitas layanan, sehingga mampu meningkatkan kunjungan wisatawan dan mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar.

2. KERANGKA TEORITIS

Konsep Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok ke suatu tempat di luar lingkungan tempat tinggalnya untuk tujuan rekreasi, pengembangan diri, atau tujuan lain dalam jangka waktu sementara. Pariwisata tidak hanya berkaitan dengan aktivitas perjalanan, tetapi juga mencakup interaksi antara wisatawan,



masyarakat lokal, pemerintah, serta pelaku usaha pariwisata (UNWTO, 2022).

Menurut Yoeti (2008), pariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha terkait lainnya. Dengan demikian, pariwisata merupakan sektor multidimensional yang melibatkan berbagai aspek, baik ekonomi, sosial, budaya, maupun lingkungan.

Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata adalah suatu proses perencanaan dan pengelolaan destinasi wisata yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik, kualitas layanan, serta manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat setempat. Inskeep (1991) menyatakan bahwa pengembangan pariwisata harus dilakukan secara terencana, terpadu, dan berkelanjutan agar tidak menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan dan sosial budaya masyarakat.

Lebih lanjut, Anwar (2024) menegaskan bahwa pengembangan pariwisata memerlukan koordinasi antara berbagai komponen, seperti sumber daya alam, sumber daya manusia, infrastruktur, dan kelembagaan, agar mampu memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh.

Faktor Geografis dalam Pengembangan Pariwisata

Faktor geografis memiliki peranan penting dalam menentukan karakteristik dan daya saing suatu destinasi wisata. Unsur geografis seperti iklim, topografi, vegetasi, kondisi tanah, dan hidrologi berpengaruh terhadap daya tarik alam serta pola aktivitas wisata yang dapat dikembangkan (Gunn & Var, 2002).

Penelitian kontemporer menunjukkan bahwa pemahaman terhadap kondisi geografis merupakan bagian dari *critical success factors* dalam pengelolaan destinasi wisata. Faktor geografis yang unik dapat menciptakan diferensiasi destinasi dan membuka peluang pengembangan wisata berbasis alam dan lingkungan (Sutrisno, 2024).

Pariwisata sebagai Sektor Penggerak Pembangunan Ekonomi

Pariwisata sering dipandang sebagai sektor unggulan (*leading industry*) yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah. Menurut Ernawati (2019), pariwisata dapat meningkatkan pendapatan daerah, menciptakan lapangan kerja, serta merangsang perkembangan sektor ekonomi lainnya, seperti perdagangan, transportasi, dan jasa.

Dalam perspektif pembangunan ekonomi modern, pariwisata juga berperan dalam mendukung pembangunan ekonomi berkualitas tinggi (*high-quality*

economic development), terutama apabila didukung oleh infrastruktur yang memadai dan pemanfaatan teknologi digital. Li et al. (2025) menyatakan bahwa pengembangan pariwisata yang terintegrasi dengan infrastruktur dan teknologi dapat meningkatkan efisiensi ekonomi dan daya saing daerah.

Infrastruktur Pariwisata

Infrastruktur pariwisata merupakan salah satu komponen utama yang menentukan keberhasilan pengembangan destinasi wisata. Infrastruktur mencakup aksesibilitas, transportasi, fasilitas umum, utilitas, serta sarana pendukung lainnya yang menunjang kenyamanan wisatawan (Hesna et al., 2023).

Hesna et al. (2023) menegaskan bahwa ketersediaan infrastruktur yang memadai tidak hanya berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, tetapi juga terhadap keberlanjutan pengembangan pariwisata dan daya saing destinasi. Oleh karena itu, pembangunan infrastruktur perlu dilakukan secara terencana dan berorientasi pada keberlanjutan.

Strategi Pemasaran Pariwisata

Strategi pemasaran pariwisata merupakan upaya sistematis untuk mengenalkan destinasi wisata kepada calon wisatawan serta membangun citra positif destinasi. Kotler et al. (2022) menyatakan bahwa pemasaran pariwisata bertujuan untuk menciptakan nilai

dan kepuasan bagi wisatawan melalui penyampaian informasi yang tepat, menarik, dan berkelanjutan.

Seiring dengan perkembangan teknologi, pemasaran digital dan media sosial menjadi instrumen penting dalam promosi pariwisata. Tuten dan Solomon (2023) menegaskan bahwa media sosial mampu meningkatkan jangkauan promosi dan membangun keterlibatan wisatawan secara lebih efektif.

Analisis SWOT dalam Pengembangan Pariwisata

Analisis SWOT merupakan alat analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi suatu organisasi atau destinasi wisata. Rangkuti (2021) menyatakan bahwa analisis SWOT membantu perumusan strategi pengembangan dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Penelitian Anshory (2025) menunjukkan bahwa penerapan analisis SWOT dalam strategi pemasaran mampu meningkatkan kinerja usaha lokal melalui perumusan strategi yang lebih terarah. Sejalan dengan itu, Praja et al. (2024) menegaskan bahwa analisis SWOT efektif digunakan dalam menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan



penjualan dan mengembangkan usaha, termasuk dalam konteks pariwisata dan UMKM.

Pariwisata Berkelanjutan

Pariwisata berkelanjutan merupakan konsep pengembangan pariwisata yang menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. UNWTO (2023) mendefinisikan pariwisata berkelanjutan sebagai pembangunan pariwisata yang memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhannya sendiri.

Dalam konteks destinasi wisata berbasis alam seperti Bukit CIP, penerapan prinsip pariwisata berkelanjutan menjadi sangat penting untuk menjaga kelestarian lingkungan, melindungi budaya lokal, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada upaya memahami secara mendalam potensi Wisata Bukit CIP sebagai destinasi wisata di Kabupaten Situbondo, sekaligus mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi proses pengembangan pariwisata di wilayah tersebut. Penelitian kualitatif dinilai tepat untuk menggali fenomena sosial, persepsi masyarakat, serta dinamika

pengelolaan wisata yang tidak dapat diukur secara kuantitatif (Creswell & Poth, 2018).

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui survei lapangan dan wawancara mendalam dengan masyarakat setempat serta pengelola Wisata Bukit CIP. Metode survei lapangan digunakan untuk memperoleh gambaran langsung mengenai kondisi fisik, fasilitas, dan lingkungan wisata, sedangkan wawancara bertujuan untuk menggali pandangan, pengalaman, serta tingkat partisipasi masyarakat dalam pengembangan destinasi wisata. Teknik ini sejalan dengan prinsip penelitian deskriptif kualitatif yang menekankan pemahaman kontekstual terhadap objek penelitian (Sugiyono, 2023).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Wisata Bukit CIP memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Kabupaten Situbondo. Potensi tersebut didukung oleh kesadaran dan partisipasi masyarakat lokal yang mulai berkembang menuju konsep desa mandiri berbasis pariwisata. Selain itu, keberadaan potensi alam dan kondisi topografi yang khas menjadi daya tarik utama bagi pengembangan wisata alam. Namun demikian, pengembangan Wisata Bukit CIP juga dihadapkan pada berbagai dinamika dan tantangan dalam proses pengelolaannya, termasuk aspek koordinasi, pengelolaan fasilitas,



serta keberlanjutan lingkungan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa keberhasilan pengembangan destinasi wisata sangat dipengaruhi oleh keterlibatan masyarakat, potensi alam, dan kemampuan pengelolaan destinasi secara berkelanjutan (UNWTO, 2022; Nurhadi et al., 2021).

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Promosi Wisata Bukit Cip

Perkembangan sektor pariwisata sangat dipengaruhi oleh efektivitas kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengelola destinasi wisata. Promosi berperan penting dalam menyampaikan informasi kepada calon wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, mengenai keberadaan, daya tarik, serta fasilitas yang ditawarkan oleh suatu destinasi wisata. Tanpa promosi yang memadai, potensi wisata yang dimiliki suatu daerah sulit dikenal secara luas (Kotler et al., 2022; UNWTO, 2023).

Berdasarkan hasil penelitian lapangan, pengelola Wisata Bukit Cip telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi utama. Penggunaan media sosial dinilai sebagai langkah yang relevan dengan perkembangan teknologi informasi saat ini karena mampu menjangkau khalayak yang lebih luas dengan biaya relatif rendah (Tuten & Solomon, 2023). Namun demikian, hasil wawancara dengan pengunjung menunjukkan bahwa

strategi promosi yang dilakukan masih belum optimal. Beberapa responden menyatakan bahwa informasi mengenai Wisata Bukit Cip belum tersebar secara merata di kalangan masyarakat, sehingga masih banyak calon wisatawan yang belum mengetahui keberadaan maupun lokasi destinasi tersebut.

Selain permasalahan promosi, pengunjung juga mengeluhkan kualitas pelayanan dan kondisi fasilitas yang tersedia. Salah satu responden menyampaikan bahwa meskipun Wisata Bukit Cip memiliki daya tarik yang cukup baik, namun pelayanan yang diberikan belum memuaskan dan beberapa fasilitas dinilai kurang layak. Temuan ini menunjukkan bahwa promosi yang efektif perlu diimbangi dengan peningkatan kualitas pelayanan dan sarana prasarana agar citra destinasi wisata dapat terjaga secara berkelanjutan (Hesna et al., 2023).

Analisis Lingkungan Internal Wisata Bukit Cip

Analisis lingkungan internal dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Wisata Bukit Cip sebagai destinasi wisata. Analisis ini penting sebagai dasar perumusan strategi pengembangan wisata yang tepat dan berkelanjutan (Rangkuti, 2021).

a. Strengths (Kekuatan)

Kekuatan utama Wisata Bukit Cip terletak pada lokasi yang strategis, potensi ekowisata yang

masih alami, serta keunikan budaya lokal yang menjadi ciri khas daerah tersebut. Selain itu, ketersediaan fasilitas rekreasi seperti area pemandian, wahana ATV, dan berkuda menjadi nilai tambah dalam meningkatkan daya tarik wisata. Potensi ini sejalan dengan konsep pengembangan wisata berbasis potensi lokal yang menekankan pemanfaatan sumber daya alam dan budaya sebagai daya saing destinasi (Nurhadi et al., 2021).

b. Weaknesses (Kelemahan)

Di sisi lain, Wisata Bukit Cip masih menghadapi sejumlah kelemahan, antara lain kurangnya kegiatan promosi yang intensif, keterbatasan infrastruktur pendukung, lemahnya sistem pengelolaan wisata, serta keterbatasan akses transportasi menuju lokasi. Kelemahan ini dapat menghambat peningkatan jumlah kunjungan wisatawan jika tidak segera ditangani secara sistematis (Hesna et al., 2023).

c. Opportunities (Peluang)

Peluang pengembangan Wisata Bukit Cip cukup besar,

terutama melalui pengembangan infrastruktur, penyusunan paket wisata terpadu, kolaborasi dengan pihak eksternal seperti pemerintah daerah dan pelaku usaha, serta diversifikasi fasilitas wisata. Peluang ini sejalan dengan kebijakan pengembangan pariwisata berbasis kolaborasi dan kemitraan yang saat ini banyak diterapkan dalam pembangunan destinasi wisata (UNWTO, 2022).

d. Threats (Ancaman)

Ancaman yang dihadapi meliputi meningkatnya persaingan antar destinasi wisata, dampak perubahan iklim dan potensi bencana alam, ketidakpastian kondisi ekonomi, serta perubahan kebijakan pemerintah yang dapat mempengaruhi arah pengembangan pariwisata. Faktor-faktor ini perlu diantisipasi melalui perencanaan strategis yang adaptif dan berkelanjutan (Todaro & Smith, 2020).

Analisis Swot

a. Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

AA	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
	Peluang:			
1	Pengembangan Infrastruktur	0,1111	2,8	0,3111
2	Pengembangan Paket Wisata	0,119	3	0,3571



3	Kolaborasi dengan Pihak Eksternal	0,1085	2,7333	0,2965
4	Diversifikasi Fasilitas	0,1032	2,6	0,2683
Jumlah		0,4418		1,233
	Ancaman:			
1	Persaingan Destinasi Wisata	0,952	2,4	0,2286
2	Perubahan Iklim dan Bencana Alam	0,0847	2,1333	0,1806
3	Ketidakpastian Ekonomi	0,0847	2,1333	0,1806
4	Perubahan Kebijakan Pemerintah	0,0847	2,1333	0,1806
Jumlah		0,3492		0,7704

Berdasarkan hasil analisis EFAS, total skor peluang sebesar **1,233**, sedangkan total skor ancaman sebesar **0,7704**. Hal ini menunjukkan bahwa Wisata Bukit Cip memiliki peluang eksternal yang relatif lebih besar dibandingkan ancaman yang

dihadapi. Peluang terbesar berasal dari pengembangan paket wisata dan infrastruktur, yang berpotensi meningkatkan daya tarik dan daya saing destinasi wisata.

b. Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)

Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)

No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
	Kekuatan:			
1	Lokasi Strategis	0,1213	3	0,3639
2	Potensi Ekowisata	0,1186	2,9333	0,3479
3	Keunikan Budaya Lokal	0,124	3,0667	0,3802
4	Ketersediaan Fasilitas Rekreasi	0,1105	2,7333	0,3021
Jumlah		0,4744		1,3941
	Kelemahan:			
1	Kurangnya Promosi	0,0809	2	0,1617
2	Kurangnya Infrastruktur	0,0889	2,22	0,1957



3	Kurangnya Pengelolaan Wisata	0,0863	2,1333	0,184
4	Kurangnya Pengelolaan Wisata	0,0755	1,8667	0,1409
Jumlah		0,3315		0,6823

Hasil analisis IFAS menunjukkan bahwa total skor kekuatan sebesar **1,3941**, sedangkan total skor kelemahan sebesar **0,6823**. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa kekuatan internal Wisata Bukit Cip lebih dominan dibandingkan kelemahannya. Keunikan budaya lokal dan lokasi strategis menjadi faktor kekuatan utama yang dapat dimanfaatkan dalam perumusan strategi pengembangan wisata.

c. Implikasi Strategis

Berdasarkan hasil analisis SWOT, Wisata Bukit Cip berada

pada posisi yang cukup strategis untuk dikembangkan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki, sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman. Strategi pengembangan yang dapat diterapkan antara lain peningkatan kualitas promosi digital, perbaikan infrastruktur dan fasilitas wisata, penguatan kapasitas pengelola, serta peningkatan partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi wisata secara berkelanjutan (Rangkuti, 2021; UNWTO, 2023).

**Tabel Strategi Pengembangan Wisata Bukit CIP
(Matriks SO-ST-WO-WT)**

Strategi	Rumusan Strategi
Strategi SO (Strength–Opportunities) (Memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang)	<ol style="list-style-type: none">1. Memanfaatkan lokasi strategis dan potensi ekowisata untuk mengembangkan paket wisata terpadu berbasis alam dan budaya local.2. Mengoptimalkan keunikan budaya lokal dan fasilitas rekreasi sebagai daya tarik utama dalam promosi digital dan kerja sama dengan pihak eksternal.3. Mengembangkan destinasi wisata berbasis ekowisata berkelanjutan dengan dukungan pengembangan infrastruktur yang ramah lingkungan.
Strategi ST (Strength–Threats) (Memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman)	<ol style="list-style-type: none">1. Memperkuat ciri khas budaya lokal dan ekowisata sebagai pembeda utama untuk menghadapi persaingan dengan destinasi wisata lain.2. Mengembangkan konsep wisata alam berkelanjutan untuk meminimalkan



	<p>dampak perubahan iklim dan bencana alam.</p> <p>3. Menjaga kualitas fasilitas dan layanan wisata agar tetap kompetitif meskipun terjadi ketidakpastian ekonomi.</p>
Strategi WO (Weakness– Opportunities) (Memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan)	<p>1. Meningkatkan promosi digital dan branding destinasi melalui media sosial dengan memanfaatkan peluang kolaborasi bersama pihak eksternal.</p> <p>2. Mengembangkan dan memperbaiki infrastruktur wisata dan akses transportasi guna meningkatkan kenyamanan wisatawan.</p> <p>3. Meningkatkan kapasitas pengelolaan wisata melalui pelatihan SDM dan pendampingan pengelolaan destinasi.</p>
Strategi WT (Weakness– Threats) (Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman)	<p>1. Menyusun rencana pengelolaan wisata berkelanjutan untuk mengantisipasi persaingan destinasi dan perubahan kebijakan pemerintah.</p> <p>2. Melakukan peningkatan bertahap pada fasilitas dan pelayanan wisata untuk mengurangi risiko penurunan minat wisatawan.</p> <p>3. Meningkatkan koordinasi dengan pemerintah daerah untuk memperkuat regulasi dan dukungan kebijakan dalam pengembangan wisata.</p>

Penentuan Strategi Pengembangan Pariwisata

Penentuan strategi pengembangan pariwisata di Bukit CIP (Cottok Innovation Park) perlu mempertimbangkan berbagai faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi melalui analisis SWOT, dengan tetap mengedepankan prinsip pembangunan berkelanjutan. Pembangunan pariwisata yang

mempertimbangkan berbagai faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi melalui analisis SWOT, dengan tetap mengedepankan prinsip pembangunan berkelanjutan. Pembangunan pariwisata yang

menekankan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, pelestarian lingkungan, serta kesejahteraan sosial masyarakat lokal (UNWTO, 2023).

a. Strategi Pengelolaan Lingkungan

Pengelolaan lingkungan merupakan aspek fundamental dalam pengembangan destinasi wisata, khususnya wisata berbasis alam seperti Cottok Innovation Park.



Lingkungan harus ditempatkan sebagai prioritas utama agar aktivitas pariwisata tidak menimbulkan degradasi sumber daya alam. Pengelola dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dan wisatawan terhadap pentingnya pelestarian lingkungan melalui program edukasi, kampanye sadar lingkungan, serta kegiatan partisipatif seperti penghijauan dan pengelolaan sampah terpadu. Kerja sama dengan pemerintah daerah dan organisasi non-pemerintah juga diperlukan untuk mengembangkan program yang berfokus pada konservasi lingkungan, pengelolaan air, serta pengurangan limbah wisata. Strategi ini sejalan dengan konsep pariwisata berkelanjutan yang menekankan perlindungan lingkungan sebagai fondasi utama pengembangan destinasi (Hesna et al., 2023; UNWTO, 2022).

b. Strategi Pengembangan Infrastruktur

Pengembangan infrastruktur merupakan faktor kunci dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata. Infrastruktur yang memadai, seperti akses jalan, transportasi, fasilitas umum, dan sarana pendukung wisata lainnya, dapat meningkatkan kenyamanan dan kemudahan akses bagi wisatawan. Cottok Innovation Park perlu mengupayakan perbaikan dan pengembangan infrastruktur secara bertahap untuk menunjang aktivitas wisata. Penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan infrastruktur

yang baik berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan dan keputusan berkunjung kembali (Hesna et al., 2023; Kotler et al., 2022).

c. Strategi Pengelolaan Sumber Daya

Pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien sangat penting untuk menjamin keberlanjutan pengembangan pariwisata. Cottok Innovation Park dapat menerapkan program pengelolaan sumber daya yang mencakup pengelolaan air, energi, dan sampah secara berkelanjutan. Penggunaan sumber daya yang efisien tidak hanya mendukung kelestarian lingkungan, tetapi juga dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan citra destinasi sebagai wisata ramah lingkungan. Strategi ini sesuai dengan prinsip *responsible tourism* yang mendorong efisiensi sumber daya dan tanggung jawab lingkungan dalam pengelolaan destinasi wisata (UNWTO, 2023).

d. Strategi Pengembangan Pemasaran

Pengembangan pemasaran merupakan strategi penting dalam meningkatkan daya tarik dan visibilitas Cottok Innovation Park. Pengelola perlu mengembangkan strategi pemasaran terpadu melalui media online dan offline, dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi utama. Pemasaran digital dinilai efektif dalam



menjangkau wisatawan secara luas dan membangun citra destinasi wisata secara berkelanjutan. Selain itu, promosi yang konsisten dan informatif perlu didukung oleh kualitas pelayanan dan fasilitas yang memadai agar ekspektasi wisatawan dapat terpenuhi (Tuten & Solomon, 2023; Kotler et al., 2022).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis potensi dan strategi pengembangan pariwisata di Bukit CIP (Cottok Innovation Park) Kabupaten Situbondo, dapat disimpulkan bahwa kawasan ini memiliki potensi yang cukup besar untuk berkembang sebagai destinasi wisata. Pengembangan pariwisata di Bukit CIP perlu didukung oleh strategi pemasaran dan promosi yang efektif, terutama melalui pemanfaatan media sosial, guna meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan. Selain itu, pembangunan infrastruktur, diversifikasi fasilitas wisata, serta kolaborasi dengan pihak eksternal menjadi faktor penting dalam meningkatkan kualitas pengalaman wisata.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata di Bukit CIP berpotensi memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal serta meningkatkan kesadaran lingkungan di kalangan wisatawan dan masyarakat sekitar, apabila dikelola secara berkelanjutan dan terintegrasi.

Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Pengelola dan pemangku kepentingan diharapkan dapat menjaga kelestarian lingkungan dan keanekaragaman hayati di kawasan Bukit CIP agar pengembangan pariwisata tidak menimbulkan kerusakan lingkungan.
- b. Perlu dilakukan peningkatan kualitas infrastruktur, seperti akses jalan, fasilitas umum, serta sistem pengelolaan sampah, guna meningkatkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan.
- c. Pengelola disarankan untuk memperluas dan mengoptimalkan kegiatan promosi, baik secara online maupun offline, agar destinasi wisata Bukit CIP lebih dikenal oleh wisatawan lokal maupun luar daerah.
- d. Pengembangan pengalaman wisata yang berkesan perlu dilakukan dengan menonjolkan keunikan alam, panorama yang menarik, serta keberagaman aktivitas wisata yang ditawarkan, sehingga mampu meningkatkan daya saing destinasi secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshory, M. I. (2025). *Strategi pemasaran dengan teknik analisis SWOT untuk mengembangkan usaha rengginang Ibu Imam Desa Tenggir Barat, Kecamatan Panji, Kabupaten Situbondo*. Growth Journal, 23(1), 237. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v23i1.6550>
- Anwar, M. K. (2024). Systematic Literature Review: Tourism Development. *Indonesia Berdaya*, 5(4), 1245-1260 <https://doi.org/10.47679/ib.2024927>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Ernawati, D. P. (2019). Development of the Tourism Industry as the Motor of Economic Growth in Indonesia. *International Journal of Science and Society*, 1(4), 145-153. <https://doi.org/10.54783/ijsoc.v1i4.300>
- Gunn, C. A., & Var, T. (2002). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. Routledge.
- Hesna, Y., Helmi, Suraji, A., & Lenggogeni, S. (2023). *The role of tourism infrastructure in tourism development: A literature review*. Journal of Infrastructure & Facility Asset Management, 5(1), 1–8. <https://doi.org/10.12962/jifam.v5i1.20526>
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand Reinhold.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2022). *Marketing for Hospitality and Tourism* (8th ed.). Pearson Education.
- Li, M., Fan, Y., Guo, C., & Li, X. (2025). Tourism prosperity and high-quality economic development. *ScienceDirect*, <https://doi.org/10.1016/j.iref.2025.104246>
- Nurhadi, F., Hadi, S., & Prasetyo, A. (2021). Partisipasi masyarakat dalam pengembangan desa wisata berbasis potensi lokal. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 5(2), 85–97.
- Praja, Y., Rofiqi, M., & Qomariah, N. (2024). Using SWOT analysis to determine marketing strategies to increase sales and develop meatball culinary MSME businesses. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 07(06), 3081–3086. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11502493>
- Rangkuti, F. (2021). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian yang Bersifat*

*Eksploratif, Interpretatif,
Interaktif, dan Konstruktif.*
Bandung: Alfabeta.

Sutrisno, W. (2024). Exploring Critical Success Factors that Influence Tourism Success: a Qualitative Study in the Context of Diverse Tourism Destinations. *International Journal of Green Tourism Research and Applications*, 6(1), 33–43.
<https://doi.org/10.31940/ijogtr.a.v6i1.33-43>

Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2020). *Economic Development* (13th ed.). Pearson.

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2023). *Social Media Marketing* (4th ed.). Sage Publications.

United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2022). *Tourism and Community Development*. Madrid: UNWTO.

UNWTO. (2022). *Tourism and Community Development*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.

UNWTO. (2023). *Global Tourism Trends*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.