

**STRATEGY FOR DEVELOPING CULINARY TOURISM THROUGH THE IFAS  
AND EFAS MATRIX APPROACH IN THE ALUN-ALUN TRUNOJOYO AREA  
SAMPANG DISTRICT**

**STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KULINER MELALUI  
PENDEKATAN MATRIK IFAS DAN EFAS DI KAWASAN  
ALUN -ALUN TRUNOJOYO KABUPATEN SAMPANG**

**Hatta Dwi Danang Sejati<sup>1</sup>, S Anugrahini Irawati<sup>2</sup>**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura<sup>1,2</sup>  
[210211100097@student.trunojoyo.ac.id](mailto:210211100097@student.trunojoyo.ac.id)<sup>1</sup>, [anugrahini.irawati@trunojoyo.ac.id](mailto:anugrahini.irawati@trunojoyo.ac.id)<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*This research aims to formulate a strategy for developing culinary tourism in the Trunojoyo Square area, Sampang Regency, using the IFAS and EFAS matrix approach. This approach was taken to analyze the internal and external factors that influence the development of culinary tourism in the area. This research uses a qualitative descriptive method, the determination of the IFAS and EFAS matrix variables was obtained through observation, documentation and interviews with informants. The SWOT analysis diagram is used in determining development strategies. The results showed that the total IFAS Matrix score was 3.17 and the total EFAS Matrix score was 3.29. Based on the results of the SWOT diagram, the position of the Trunojoyo Square culinary tourism area is in quadrant one, which supports the implementation of growth strategies (growth strategy). This strategy is directed at utilizing existing strengths and opportunities to optimize the development of culinary tourism areas.*

**Keywords:** Culinary Tourism, SWOT Analysis, IFAS Matrix, EFAS Matrix, Alun-Alun Trunojoyo

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan wisata kuliner di kawasan Alun-Alun Trunojoyo, Kabupaten Sampang, dengan menggunakan pendekatan matrik IFAS dan EFAS. Pendekatan ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan wisata kuliner di daerah tersebut. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, penentuan variabel matrik IFAS dan EFAS diperoleh melalui hasil observasi, dokumentasi dan wawancara dengan para informan. Diagram analisis SWOT digunakan dalam penentuan strategi pengembangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa total skor Matrik IFAS adalah 3,17 dan total skor Matrik EFAS adalah 3,29. Berdasarkan hasil diagram SWOT, posisi kawasan wisata kuliner Alun-Alun Trunojoyo berada di kuadran satu, yang mendukung penerapan strategi pertumbuhan (*growth strategy*). Strategi ini diarahkan untuk memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dan peluang yang ada guna mengoptimalkan pengembangan kawasan wisata kuliner.

**Kata Kunci:** Wisata Kuliner, Analisis SWOT, Matrik IFAS, Matrik EFAS, Alun-Alun Trunojoyo

**PENDAHULUAN**

Pariwisata kuliner merupakan sektor penting dalam industri pariwisata global, dengan makanan dan minuman lokal menjadi daya tarik utama bagi wisatawan domestik dan internasional. Di Indonesia, wisata kuliner memiliki potensi besar karena keberagaman kuliner yang dimiliki setiap daerah. Oleh karena itu, pengembangan wisata kuliner menjadi sangat relevan dan strategis untuk meningkatkan daya saing daerah dalam menarik wisatawan.

Kabupaten Sampang di Pulau Madura, Jawa Timur, memiliki potensi kuliner yang khas dan unik serta dikenal dengan banyaknya Usaha Kecil dan Menengah (UKM) (Badrussoleh & Irawati, 2024). Menurut Faraby dkk. (dalam Khotijah & Irawati, (2023). Pada tahun 2020, Kabupaten Sampang mencatat 30.830 UMKM, terdiri dari 30.618 usaha mikro, 178 usaha kecil, dan 34 usaha menengah. UMKM di sektor kuliner berperan langsung dalam wisata kuliner dan sering disebut sebagai ekonomi kerakyatan karena produknya

memenuhi kebutuhan harian masyarakat (Aryatama & Irawati, 2024). Diharapkan, perkembangan wisata kuliner dapat berdampak positif pada perekonomian lokal.

Alun-alun Trunojoyo adalah salah satu daya tarik wisatawan untuk berkunjung di kabupaten sampang. Alun-Alun yang baru diresmikan pada tahun 2022 ini sekarang menjadi salah satu ikon Kabupaten Sampang. Kawasanya yang terletak di pusat Kota Sampang, membuat Alun-Alun Trunojoyo memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Alun-Alun ini tidak hanya menjadi pusat aktivitas masyarakat, tetapi juga menyimpan ragam kuliner mulai dari kuliner tradisional sampai kuliner

Dengan wisata kuliner akan memberikan dampak peluang usaha yang menjajikan, serta dapat dimulai dengan modal kecil (Irawati & Tahir, 2023). Meskipun memiliki potensi besar, pengembangan wisata kuliner di Kabupaten Sampang masih menghadapi berbagai tantangan. Permasalahan pada sektor kuliner jika dilihat dari tantangan yang dihadapi oleh masing-masing wisata kuliner harus dilakukan strategi untuk mengantisipasi permasalahan yang dihadapinya (Irawati & Kuswinarno, 2023). Oleh karena itu, dibutuhkan strategi pengembangan yang komprehensif untuk mengoptimalkan potensi wisata kuliner di Kabupaten Sampang.

Untuk merumuskan strategi pengembangan wisata kuliner yang efektif, diperlukan analisis yang komprehensif terhadap faktor internal dan eksternal memengaruhi sektor ini. Analisis menggunakan Matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS) dan External Factor Analysis Summary (EFAS) dapat membantu mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) dalam

mengembangkan wisata kuliner di kawasan Alun-Alun Trunojoyo, Kabupaten Sampang. Pendekatan ini memungkinkan penyusunan strategi yang lebih terarah dan sesuai dengan kondisi lapangan.

Penggunaan pendekatan matrik IFAS dan EFAS tidak hanya membantu dalam menganalisis kondisi internal dan eksternal, tetapi juga dalam merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi riil di lapangan. Dengan analisis yang tepat, wisata kuliner di kawasan Alun-Alun Trunojoyo Kabupaten Sampang dapat lebih fokus dalam meningkatkan aspek-aspek yang menjadi Dengan memahami kekuatan dan memperbaiki kelemahan yang ada, pelaku usaha dapat memanfaatkan peluang pasar serta mengantisipasi potensi ancaman. Hal ini memungkinkan pengembangan wisata kuliner di kawasan Alun-Alun Trunojoyo, Kabupaten Sampang, berlangsung lebih terarah dan berkelanjutan.

Dengan demikian berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan wisata kuliner melalui pendekatan matrik IFAS dan EFAS guna meningkatkan potensi wisata kuliner di kawasan Alun-Alun Trunojoyo Kabupaten Sampang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi wisatawan yang akan berkunjung di kawasan wisata kuliner di sekitar Alun-Alun Trunojoyo dan dapat menjadi acuan bagi pemerintah daerah, pelaku UMKM kuliner, dan pemangku kepentingan lainnya dalam mengembangkan sektor wisata kuliner yang lebih berdaya saing dan berkelanjutan.

## **KAJIAN TEORI**

### **Wisata Kuliner**

Kemeneterian pariwisata dalam hal ini melaukan pengelompokan pada

produk wisata yaitu ada wisata warisan budaya dan sejarah, wisata kuliner dan belanja dan juga wisata desa dan kota, pada saat ini wisata kuliner berkembang dan memberikan dampak yang positif dari sekadar kebutuhan dasar wisatawan menjadi pembeda destinasi yang menciptakan pengalaman berkesan. Ini kemudian menjadi identitas dari destinasi tersebut (Palupi & Abdillah, 2019:16).

Palupi & Abdillah (2019:28) Wisata kuliner adalah suatu kegiatan yang wisata yang bertujuan untuk menikmati hidangan serta membayar makanan, dari sistem produksinya serta menjadikan aktivitas utama dalam pariwisata nya.

Menurut Rahmawati & Irawati (2024), UMKM kuliner merupakan kegiatan perdagangan makanan serta minuman antara suatu individu atau dalam kelompok yang tujuannya adalah mendapatkan keuntungan dari hasil produksi jualan tersebut serta dapat memenuhi kebutuhan di dalam masyarakat menurut Irawati (2023:52) UMKM kuliner memiliki potensi besar untuk pertumbuhan ekonomi lokal dan dapat menjadi sumber inovasi dalam menciptakan hidangan dan produk makanan baru.

Menurut Harsana (2008:27), wisata kuliner merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menikmati makan serta minuman untuk memuaskan hasrat dalam diri serta mencapai apa yang diinginkan pada diri.

Dari beberapa definisi di atas terdapat kesimpulan dimana wisata kuliner merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan kenikmatan dalam makan dan minuman yang khas yang hanya tersedia di daerah atau kota tersebut.

## **Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah akronim dari empat kata: Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats. Metode ini digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu spekulasi bisnis. Kekuatan dan kelemahan termasuk dalam faktor lingkungan internal, sedangkan peluang dan ancaman tergolong dalam faktor lingkungan eksternal.

Menurut Rangkuti (2013:19), Analisis SWOT adalah metode yang menggunakan logika untuk memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunity), sekaligus meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats).

Menurut Prasetya (2023:107), dalam penjabarannya melihat analisis SWOT adalah cara untuk memfokuskan kepada empat aspek yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Menurut Mujito (2023:43), analisis SWOT merupakan metode yang bertujuan untuk melihat faktor serta mengidentifikasi faktor internal dan juga faktor eksternal sehingga dapat mempengaruhi kesuksesan sebuah perusahaan.

Dari berbagai definisi tersebut, kita dapat memberikan gambaran bahwa pada analisis SWOT merupakan metode yang dirancang untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang akan di hadapi oleh sebuah perusahaan agar kedepannya mereka dapat memahami faktor apa saja yang dapat dicapai kemudian harinya.

## **Matrik IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*)**

Menurut Mujito (2023:55), matrik IFAS adalah alat analisis yang digunakan untuk menilai faktor-faktor internal perusahaan dan membantu dalam pengambilan keputusan strategis. Matriks IFAS mengevaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan dengan

menggabungkan berbagai faktor internal, seperti sumber daya, manajemen, produk dan layanan, serta sistem operasi. Menurut Nur'aini (2020:28), IFAS adalah ringkasan faktor-faktor strategis internal yang mencakup kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses).

Matriks IFAS adalah alat untuk mengidentifikasi dan merangkum kekuatan serta kelemahan internal perusahaan. IFAS membantu perusahaan menganalisis sumber daya yang dimiliki dan faktor-faktor yang memengaruhi kinerja dari dalam.

Hasil dari matrik IFAS dapat digunakan untuk memperkuat kekuatan internal dan memperbaiki kelemahan. Ini dapat membantu perusahaan dalam memperkuat posisi kompetitif dan memastikan pertumbuhan yang stabil dalam lingkungan bisnis yang sulit.

#### **Matrik EFAS (*External Factors Analysis Summary*)**

Menurut Mujito (2023:60), matrik EFAS adalah alat analisis lingkungan eksternal yang digunakan Matriks EFAS digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal yang memengaruhi kesuksesan perusahaan, menilai peluang dan ancaman dari berbagai aspek, seperti teknologi, peraturan, ekonomi, sosial budaya, dan politik. Menurut Nur'aini (2020:28), EFAS adalah ringkasan faktor-faktor strategis eksternal yang mencakup kesempatan (opportunities) dan ancaman (threats).

EFAS adalah alat analisis yang merangkum faktor-faktor eksternal yang memengaruhi perusahaan, termasuk peluang dan ancaman yang berasal dari kondisi pasar, pesaing, dan regulasi pemerintah. Hasil dari matrik EFAS yang didapatkan dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar perusahaan dalam merespon dan memanfaatkan berbagai macam peluang yang ada. Selain itu hasil dari matrik EFAS juga

mengetahui bagaimana perusahaan merespon berbagai macam ancaman.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang menggambarkan keadaan berdasarkan fakta yang ada. Menurut Satori dan Komariah (2017), penelitian kualitatif mengungkap situasi sosial dengan mendeskripsikan kenyataan secara akurat melalui teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan dari situasi alami.

Penelitian dilaksanakan pada bulan September 2024 di kawasan wisata kuliner sekitar Alun-Alun Trunojoyo, Kabupaten Sampang, Madura, Jawa Timur. Lokasi dipilih secara sengaja (purposive) karena kawasan ini merupakan salah satu objek wisata terkenal di Kabupaten Sampang.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara untuk memperoleh faktor internal dan eksternal analisis SWOT. Wawancara menjadi metode utama, dengan sebagian besar data diperoleh dari sini (Herdiansyah, 2010).

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, yang menurut Sugiyono (2013:85) adalah penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Informan dibagi menjadi tiga kelompok, dengan kelompok pertama berasal dari Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata (Disporabudpar) Kabupaten Sampang. Kelompok informan yang kedua adalah para pelaku usaha kuliner (penjual) di kawasan wisata kuliner di sekitar Alun-Alun Trunojoyo. Kelompok informan ketiga adalah pengunjung atau wisatawan yang berkunjung di kawasan wisata kuliner di sekitar Alun-Alun Trunojoyo.

Permasalahan dalam penelitian ini akan dianalisis secara deskriptif kualitatif menggunakan analisis SWOT, serta matriks IFAS dan EFAS yang diperoleh dari wawancara dengan informan. Penentuan bobot, rating dan skor pada matrik IFAS dan EFAS menggunakan skala *likert* dengan membagikan kuesioner kepada para informan. Untuk merumuskan strategi pengembangannya digunakan diagram analisis SWOT untuk memvisualisasikan hasil analisis faktor internal dan eksternal. Diagram ini membantu dalam menentukan strategi yang tepat berdasarkan posisi suatu objek dalam empat kuadran.

**HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN**  
**Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal**

Dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi di kawasan wisata kuliner sekitar Alun-Alun Trunojoyo, penulis mendapatkan analisis faktor lingkungan internal berupa kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), serta faktor lingkungan eksternal berupa peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*). Hasil analisis tersebut disajikan dalam Tabel 1.

**Tabel 1. Analisis Faktor Internal & Eksternal**

Faktor Internal	
Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Kawasan wisata kuliner di sekitar Alun-Alun Trunojoyo memiliki daya tarik unggulan (S1)	Banyak produk kuliner dengan varian menu yang sama (W1)
Sering diadakannya beragam <i>event-event</i> seperti festival seni, budaya dan hiburan (S2)	Sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan pariwisata masih kurang (W2)
Kawasan wisata kuliner yang mudah diakses (S3)	Promosi kawasan wisata kuliner masih kurang (W3)
Kawasan wisata kuliner yang aman, nyaman, bersih dan harga relatif terjangkau (S4)	Adanya pajak sampah bagi para pelaku UMKM yang berjualan (W4)
Fasilitas umum bagi wisatawan cukup lengkap (S5)	Keterbatasan lahan parkir (W5)
Kawasan wisata kuliner di sekitar Alun-Alun Trunojoyo menawarkan kuliner tradisional dan modern (S6)	

Faktor Eksternal	
Peluang (O)	Ancaman (T)
Alun-Alun Trunojoyo diharapkan menjadi ikon Pulau Madura (O1)	Adanya destinasi wisata kuliner lain yang baru atau lebih menarik (T1)
Kawasan Alun-Alun Trunojoyo di kelilingi oleh beberapa bangunan penting (O2)	Kurang tertibnya para pelaku UMKM kuliner dalam berjualan (T2)
Pengembangan sarana dan prasarana di kawasan wisata kuliner di sekitar Alun-Alun Trunojoyo masih terus dilakukan (O3)	Para pelaku UMKM kuliner tidak mengikuti perubahan tren kuliner (T3)
Alun-Alun Trunojoyo akan menjadi sentra UMKM di Kabupaten Sampang (O4)	Kurangnya kesadaran para pelaku UMKM untuk menjaga objek wisata kuliner (T4)
Peningkatan inovasi produk kuliner (O5)	Kurangnya kesadaran para wisatawan dalam menjaga kebersihan di kawasan wisata kuliner (T5)
Penggunaan teknologi informasi dalam meningkatkan promosi wisata kuliner (O6)	

Sumber: Data Diolah, 2024

Tabel 1 adalah bentuk dari hasil analisis faktor lingkungan internal serta faktor lingkungan eksternal di kawasan wisata kuliner di sekitar Alun-Alun Trunojoyo. Dari hasil analisis faktor lingkungan internal diperoleh total 11 variabel dengan komposisi dari aspek kekuatan memiliki enam variabel dan aspek kelemahan memiliki lima variabel. Dari hasil analisis faktor lingkungan eksternal diperoleh total 11 variabel dengan komposisi dari aspek peluang memiliki enam variabel dan aspek ancaman memiliki lima variabel.

**Matrik IFAS Kawasan Wisata Kuliner di Sekitar Alun-Alun Trunojoyo**

Berdasarkan identifikasi faktor strategis internal, diperoleh sejumlah kekuatan dan kelemahan. Setelah informan mengisi kuesioner yang mencakup faktor-faktor tersebut, diperoleh bobot, rating, dan skor yang disajikan dalam tabel 2.

**Tabel 2. Matriks IFAS Kawasan Wisata Kuliner Alun-Alun Trunojoyo**

Faktor Internal				
No.	Kekuatan (S)	Bobot	Rating	Skor
1.	Kawasan wisata kuliner di sekitar Alun-Alun Trunojoyo memiliki daya tarik unggulan (S1)	0,10	4,00	0,40
2.	Sering diadakannya beragam <i>event-event</i> seperti festival seni, budaya dan hiburan (S2)	0,10	4,00	0,40
3.	Kawasan wisata kuliner yang mudah diakses (S3)	0,11	4,00	0,44
4.	Kawasan wisata kuliner yang aman, nyaman, bersih dan harga relatif terjangkau (S4)	0,09	3,00	0,27
5.	Fasilitas umum bagi wisatawan cukup lengkap seperti tempat duduk yang sejuk, tempat sampah dan toilet umum (S5)	0,08	3,00	0,24
6.	Kawasan wisata kuliner di sekitar Alun-Alun Trunojoyo menawarkan kuliner tradisional dan modern (S6)	0,09	3,00	0,27
<b>Total Kekuatan</b>		<b>0,58</b>		<b>2,02</b>
Faktor Eksternal				
No.	Kelemahan (W)	Bobot	Rating	Skor
1.	Banyak produk kuliner dengan varian menu yang sama (W1)	0,08	3,00	0,24
2.	Sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan pariwisata masih kurang (W2)	0,08	2,00	0,16
3.	Promosi kawasan wisata kuliner masih kurang (W3)	0,08	3,00	0,24
4.	Adanya pajak sampah bagi para pelaku UMKM yang berjualan (W4)	0,08	3,00	0,24
5.	Keterbatasan lahan parkir (W5)	0,09	3,00	0,27
<b>Total Kelemahan</b>		<b>0,42</b>		<b>1,15</b>
<b>Total Faktor Internal</b>		<b>1,00</b>		<b>3,17</b>

Sumber: Data Diolah, 2024

Dari hasil pembobotan terlihat bahwa variabel kekuatan yang memiliki nilai tertinggi adalah variabel kekuatan nomor tiga (S3). Hal ini menandakan bahwa kawasan wisata kuliner di sekitar Alun-Alun Trunojoyo mudah diakses karena memang lokasinya yang berada

di pusat kota Sampang. Hal ini menjadi kekuatan yang agar kawasan wisata kuliner di sekitar Alun-Alun Trunojoyo tetap bisa menarik lebih banyak pengunjung.

Sedangkan untuk variabel kelemahan yang memiliki nilai tertinggi terdapat pada variabel kelemahan nomor lima (W5). Pada kawasan Alun-Alun Trunojoyo masih memiliki masalah keterbatasan lahan parkir yang jika tidak segera ditemukan solusinya akan menjadi masalah yang merugikan.

Berdasarkan Tabel 2, total skor kekuatan adalah 2,02 dan total skor kelemahan 1,15, sehingga total skor IFAS menjadi 3,17, hasil penjumlahan keduanya. Total skor kekuatan yang lebih besar daripada total skor kelemahan menunjukkan bahwa kawasan wisata kuliner di sekitar Alun-Alun Trunojoyo memiliki kekuatan yang signifikan untuk pengembangan pariwisata. Dengan memanfaatkan kekuatan tersebut, diharapkan dapat meminimalkan kelemahan yang ada.

### **Matrik EFAS Kawasan Wisata Kuliner di Sekitar Alun-Alun Trunojoyo**

Berdasarkan identifikasi faktor strategis eksternal, diperoleh sejumlah peluang dan ancaman. Setelah informan mengisi kuesioner yang mencakup faktor-faktor tersebut, didapatkan bobot, rating, dan skor yang disajikan dalam Tabel 3.

#### **Tabel 3. Matriks EFAS Kawasan Wisata Kuliner Alun-Alun Trunojoyo**

Faktor Eksternal				
No.	Peluang (O)	Bobot	Rating	Skor
1.	Alun-Alun Trunojoyo diharapkan menjadi ikon Pulau Madura (O1)	0,09	4,00	0,36
2.	Kawasan Alun-Alun Trunojoyo di kelilingi oleh beberapa bangunan penting (O2)	0,10	4,00	0,40
3.	Pengembangan sarana dan prasarana di kawasan wisata kuliner di sekitar Alun-Alun Trunojoyo masih terus dilakukan (O3)	0,09	3,00	0,27
4.	Alun-Alun Trunojoyo akan menjadi sentra UMKM di Kabupaten Sampang (O4)	0,09	3,00	0,27
5.	Peningkatan inovasi produk kuliner (O5)	0,09	3,00	0,27
6.	Penggunaan teknologi informasi dalam meningkatkan promosi wisata kuliner (O6)	0,09	3,00	0,27
<b>Total Peluang</b>		<b>0,55</b>		<b>1,84</b>
No.	Ancaman (T)	Bobot	Rating	Skor
1.	Adanya destinasi wisata kuliner lain yang baru atau lebih menarik (T1)	0,10	4,00	0,40
2.	Kurang tertibnya para pelaku UMKM kuliner dalam berjualan (T2)	0,09	3,00	0,27
3.	Para pelaku UMKM kuliner tidak mengikuti perubahan tren kuliner (T3)	0,08	3,00	0,24
4.	Kurangnya kesadaran para pelaku UMKM untuk menjaga objek wisata kuliner (T4)	0,09	3,00	0,27
5.	Kurangnya kesadaran para wisatawan dalam menjaga kebersihan di kawasan wisata kuliner (T5)	0,09	3,00	0,27
<b>Total Ancaman</b>		<b>0,45</b>		<b>1,45</b>
<b>Total Faktor Eksternal</b>		<b>1,00</b>		<b>3,29</b>

Sumber: Data Diolah, 2024

Dari hasil pembobotan, variabel peluang dengan nilai tertinggi adalah variabel peluang nomor dua (O2). Ini menunjukkan bahwa kawasan wisata kuliner di sekitar Alun-Alun Trunojoyo memiliki potensi yang kuat dalam aspek tersebut. Alun-Alun Trunojoyo dikelilingi oleh beberapa bangunan penting seperti rumah dinas Bupati Kabupaten Sampang, kantor DPRD Kabupaten Sampang, Koramil, dan sekolah. Hal ini menjadi peluang yang strategis agar kawasan wisata kuliner di sekitar Alun-Alun Trunojoyo tetap terus ramai pengunjung.

Sedangkan untuk variabel ancaman yang memiliki nilai tertinggi terdapat pada variabel ancaman nomor satu (T1). Hal ini menandakan bahwa dengan adanya destinasi wisata kuliner lain yang baru atau lebih menarik di takutkan akan mengurangi jumlah wisatawan atau pengunjung karena lebih tertarik pada destinasi wisata kuliner lain.

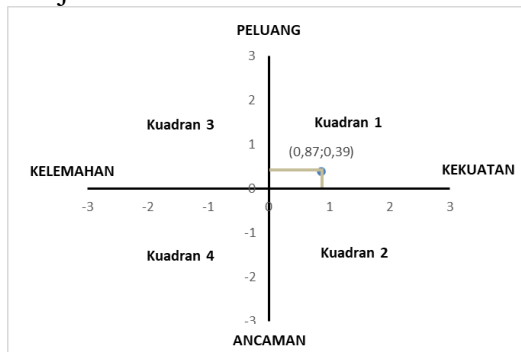
Berdasarkan Tabel 4, total skor peluang adalah 1,84 dan total skor ancaman 1,45, sehingga total skor EFAS menjadi 3,29, hasil penjumlahan keduanya. Total skor peluang yang lebih besar daripada total skor ancaman menunjukkan bahwa kawasan wisata kuliner di sekitar Alun-Alun Trunojoyo

memiliki peluang signifikan untuk pengembangan pariwisata.

### Diagram Analisis SWOT

Dari hasil perhitungan matriks IFAS dan EFAS, dapat digambarkan dalam diagram kartesius analisis SWOT untuk memperoleh alternatif strategi yang tepat. Berdasarkan Tabel 2, total skor kekuatan adalah 2,02 dan total skor kelemahan 1,15. Sumbu X diperoleh dengan mengurangkan total skor kelemahan dari total skor kekuatan, menghasilkan nilai 0,87. Ini menunjukkan posisi koordinat kawasan wisata kuliner di sekitar Alun-Alun Trunojoyo pada sumbu X.

Berdasarkan Tabel 3, total skor peluang adalah 1,84 dan total skor ancaman 1,45. Sumbu Y diperoleh dengan mengurangkan total skor ancaman dari total skor peluang, menghasilkan nilai 0,39. Ini menunjukkan posisi koordinat kawasan wisata kuliner di sekitar Alun-Alun Trunojoyo pada sumbu Y. Diagram kartesius analisis SWOT dari perhitungan matriks IFAS dan EFAS disajikan dalam Gambar 1.



**Gambar 1. Diagram Analisis SWOT**  
Sumber: Data Diolah, 2024

Keterangan:

- Kuadran I : Mendukung strategi kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).
- Kuadran II : Disarankan untuk strategi diversifikasi produk atau diversifikasi pasar, menggunakan

kekuatan untuk menghindari ancaman yang ada.

- Kuadran III: Disarankan untuk strategi *turn around*, sehingga dapat meminimalkan masalah kelemahan internal sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.
- Kuadran IV: Disarankan untuk strategi defensif, sehingga dapat mengatasi masalah kelemahan internal dan meminimalkan berbagai ancaman

Pada diagram kartesius di Gambar 1, titik koordinat X adalah 0,87, menunjukkan bahwa kawasan wisata kuliner di sekitar Alun-Alun Trunojoyo memiliki kekuatan internal yang kuat. Sementara itu, titik koordinat Y adalah 0,39, menandakan bahwa kawasan tersebut juga memiliki peluang eksternal yang kuat.

Hasil dari diagram *certasius* analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi pengembangan dalam Pengembangan kawasan wisata kuliner di sekitar Alun-Alun Trunojoyo berada pada kuadran I, seperti yang disajikan dalam Gambar 1. Posisi ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan kawasan tersebut berada dalam kondisi yang menguntungkan, artinya kawasan ini memiliki kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan potensi wisata. dioptimalkan dan peluang eksternal yang besar untuk dimanfaatkan demi perkembangan yang signifikan.

### PENUTUP Kesimpulan

Posisi strategi pengembangan kawasan wisata kuliner di sekitar Alun-Alun Trunojoyo berada pada kuadran I, mendukung strategi kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth-oriented strategy*). Ini menunjukkan bahwa kawasan tersebut dalam situasi yang sangat menguntungkan, dengan



kekuatan internal yang dapat dimaksimalkan dan peluang eksternal yang besar, memungkinkan terjadinya perkembangan yang signifikan.

Kebijakan strategi pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*) dapat dijabarkan ke dalam beberapa alternatif strategi, sebagai berikut.

[1] Meningkatkan Promosi Kawasan sebagai Ikon Wisata Kuliner.

Manfaatkan daya tarik unggulan dan keunikan kuliner di sekitar Alun-Alun Trunojoyo untuk mempromosikan kawasan ini sebagai ikon wisata kuliner Pulau Madura, dengan mengadakan kampanye promosi secara luas.

[2] Mengoptimalkan Event sebagai Daya Tarik Wisata.

Menyelenggarakan festival kuliner yang terintegrasi dengan event seni, budaya, dan hiburan untuk menarik pengunjung, dengan memanfaatkan lokasi strategis.

[3] Memanfaatkan Kemudahan Akses dan Fasilitas untuk Pengembangan UMKM.

Mendorong UMKM kuliner lokal untuk memanfaatkan lokasi yang mudah diakses dan fasilitas yang lengkap guna memperluas jangkauan pelanggan dan memperkuat posisi Alun-Alun Trunojoyo sebagai pusat UMKM.

[4] Mengoptimalkan Kualitas Lingkungan sebagai Daya Saing

Terus mengembangkan infrastruktur dan jaga kenyamanan serta kebersihan lingkungan untuk mendukung pengembangan sarana dan prasarana, sehingga meningkatkan daya saing kawasan wisata kuliner.

[5] Mendorong Diversifikasi dan Inovasi Kuliner

Memperluas variasi menu dengan kombinasi kuliner tradisional dan modern, serta dorong inovasi produk kuliner untuk menambah daya tarik

pengunjung dan menyesuaikan dengan tren konsumen.

[6] Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Promosi dan Layanan

Menggunakan teknologi informasi untuk promosi dan mempermudah akses informasi seperti, memuat daftar kuliner, lokasi, dan agenda acara di Alun-Alun Trunojoyo. Ini akan mempermudah wisatawan untuk mengunjungi dan menikmati berbagai kuliner di kawasan tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

Aryatama, A. & Irawati, A. (2024). Pengaruh Cita Rasa, Pelayanan Konsumen, dan Lokasi yang Strategis Terhadap Daya Saing UMKM Kuliner di Sampang. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1), 1-15.

Badrussoleh. & Irawati, A. (2024). Strategi Pengembangan UMKM Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Sampang. *Jurnal Sistem Informasi & Manajemen*, 10(3), 474-484.

Harsana, M. (2008). *Wisata Kuliner di Yogyakarta: Studi Kasus Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Produk dan Penyajian Makanan di Taman Kuliner Condongcatur dan Sentra Gudeg Wijilan Yogyakarta*. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.

Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Salemba Humanika.

Irawati, S. A. (2023). *Ekonomi Kreatif Dan UMKM Kuliner Pendongkrak Ekonomi Rakyat*. Media Nusa Creative.

Irawati, S. A. & Arfy, W. R. (2024). *Pengantar Administrasi Bisnis di Era Digital* (1<sup>st</sup> Ed.). UTM Press.

Irawati, S. A. & Kuswinarno, M. (2023). *Strategy for developing Culinary MSMEs Based on Creative*



- Economy in Sampang City. *International Conference on Economy, Management, and Business (IC-EMBus)*, 1, 2098-2115.
- Irawati, S. & Tahir, M. (2023). Strategy for Competitive Advantage of Traditional Madura Food: Perspective from Small and Medium Enterprise in Sampang. *International Journal of Social Sciene And Human Research*, 6(10), 6518-6525.
- Khotijah, S. & Irawati, A. (2023). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Kegiatan Usaha Kuliner UMKM Di Kota Sampang. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*. 14(6).
- Mujito. (2023). *Manajemen Strategik Dengan Pendekatan Analisis SWOT*. Wawasan Ilmu.
- Nur'aini, F. D. F. (2020). *Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien serta Cara mengelola Kekuatan & Ancaman*. Anak Hebat Indonesia.
- Palupi, S. & Abdillah, F. (2019). *Pedoman Pengembangan Wisata Kuliner*. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.
- Prasetya, D. A. (2023). *Teknik Analisis SWOT Panduan Praktis Mengubah Tantangan Menjadi Peluang Untuk Strategi Bisnis Anda*. Anak Hebat Indonesia.
- Rahmawati, H. R. & Irawati, A. (2024). Pendekatan Manajemen Strategi Berbasis Perspektif terhadap Pengebangan Jiwa Wirausaha Bagi Pelaku UMKM dalam Mengelola Potensi Usaha Kuliner di Kabupaten Sampang. *El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4), 2539-2547.
- Rangkuti, F. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Gramedia Pustaka Utama.
- Satori, D. & Komariah, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.