

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN DENGAN
MENGUNAKAN METODE *STRENGTHS*
WEAKNESSES OPPORTUNITIES THREATS DAN
MARKETING MIX PADA OBJEK WISATA**

(Studi Kasus *Oziel Amazing Garden* Kota Pagar Alam)



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana
Program Strata-1 Pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Palembang**

Oleh

**Syahdilla
152022003**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
2026**

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SYAHDILLA

NIM : 152022003

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Dengan Menggunakan Metode
Strengths Weaknesses Opportunities Threats dan *Marketing Mix*
Pada Objek Wisata (Studi Kasus *Oziel Amazing Garden* Kota
Pagar Alam)

Dengan ini saya memberikan izin kepada pembimbing dan Universitas Muhammadiyah Palembang untuk mempublikasikan hasil penelitian saya untuk kepentingan akademik, dalam kasus ini saya setuju untuk menempatkan pembimbing sebagai penulis korespondensi (*Corresponding Author*).

Palembang, 31 Agustus 2026



Syahdilla
152022003

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN DENGAN MENGGUNAKAN
METODE *STRENGTHS WEAKNESSES OPPORTUNITIES THREATS* DAN
MARKETING MIX PADA OBJEK WISATA
(Studi Kasus *Oziel Amazing Garden Kota Pagar Alam*)**

Dipersembahkan Dan Disusun Oleh:

**Syahdilla
152022003**

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Pada Tanggal 22 Agustus 2026

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

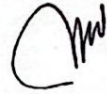
Pembimbing Utama



Ir. Nidya Wisudawati, S.T.,M.T.,M.Eng

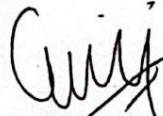
Dewan Penguji

Ketua Penguji



Ir. Rurry Patradhiani, S.T.,M.T

Anggota Penguji



Ir. Anindita Rahmalia Putri, S.T.,M.T

**Laporan Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik (S.T.)**

Palembang, 31 Agustus 2026
Ketua Program Studi Teknik Industri

Ir. Merisha Hastarina, S.T., M.Eng
NBM/NID : 1240553/0230058401



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS TEKNIK
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

Jl. Jendral A. Yani 13 Ulu Palembang 30263. Telp (0711) 518764

Website: teknikindustri.um-palembang.ac.id

Bismillahirrahmanirrahim

Nama : Syahdilla
NRP : 152022003
Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN DENGAN
MENGUNAKAN METODE *STRENGTHS*
WEAKNESSES OPPORTUNITIES THREATS DAN
MARKETING MIX PADA OBJEK WISATA
(Studi Kasus *Oziel Amazing Garden Kota Pagar Alam*)

Telah Mengikuti Ujian Sidang Sarjana Program Studi Teknik Industri Periode
Ke-17 Tanggal Dua Puluh Dua Agustus Tahun Dua Ribu Dua Puluh Enam.

Palembang, 31 Agustus 2026

Menyetujui,
Pembimbing Utama

Ir. Nidya Wisudawati, S.T., M.T., M.Eng
NBM/NIDN:1240723/0205088903

Pembimbing Pendamping

Ir. Bayu Wahyudi, S.T., M.T.
NBM/NIDN:1424515/0209059601

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Teknik

Ir. A. Junaidi, M.T.
NBM/NIDN:763050/0202026502

Ketua Program Studi
Teknik Industri

Ir. Merisha Hastarina, S.T., M.Eng
NBM/NIDN:1240553/0230058401

MOTTO

*“Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka
jelajahilah di segala penjurunya.”*

[QS. Al-Mulk : 15]

*“Ketika kamu ikhlas menerima semua kekecewaan hidup, maka Allah SWT akan
membayar tuntas kekecewaan dengan beribu-ribu kebaikan”*

[Ali Bin Abi Thalib]

“Kini apapun yang terjadi, badaipun sudah aku lalui”

[Bila – Raisa]

HALAMAN PERSEMBAHAN

Di antara seluruh halaman dalam skripsi ini, lembar persembahan merupakan halaman yang paling bermakna bagi penulis, karena di sinilah penulis menitipkan rasa terima kasih yang tidak bisa penulis ucapkan dengan kata-kata.

Bismillahirrahmanirrahimi, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT, karena dengan karunia dan kehendak-Nya telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
2. Teruntuk kedua orang tua Penulis, Ibunda Elfi Fitria dan Ayah Hekmawan Bakti, yang tiada hentinya melangitkan doa baiknya serta memberikan dukungan kepada anak sulungnya ini dalam memperjuangkan masa depan. Terima kasih atas segala bentuk kasih sayang, kesabaran, dan keikhlasan yang telah diberikan. Karya ini merupakan wujud sederhana dari upaya penulis dalam membalas kepercayaan dan harapan yang selalu disertakan dalam setiap langkah.
3. Dosen pembimbing skripsi yakni, Ibu Ir. Nidya Wisudawati, S.T., M.T., M.Eng. dan Bapak Ir. Bayu Wahyudi, S.T., M.T. Terima kasih atas bimbingan, arahan, masukan serta kesabaran yang telah diberikan selama proses pengerjaan skripsi.
4. Kepada Dira, Kirana, Reza serta keluarga besar Mukmin, dan keluarga besar Sumadi. Terima kasih atas doa dan dukungan yang diberikan kepada penulis selama proses perkuliahan hingga sampai saat ini.

5. Telly Marcell, sosok yang menjadi sandaran penulis untuk berbagi cerita dan berkeluh kesah. Di tengah waktu dan kesempatan yang tidak selalu banyak, dukungan, perhatian, dan kesediaan untuk tetap hadir menemani penulis menjadi salah satu kekuatan.
6. Sahabat-sahabat seperjuangan Angkatan 22 serta Angkatan 21 dan 23 Teknik Industri Um-Palembang. Khususnya teman seperjuangan penulis sejak semester awal hingga akhirnya bisa lulus bersama-sama yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu penulis ucapkan terima kasih atas dukungan, bantuan, dan motivasi. Semoga kita selalu ingat cerita-cerita kita selama empat tahun perkuliahan ini.
7. Alda, Daman, dan Alta, yang selalu menemani di keseharian penulis dan memberikan cerita baru diluar perkuliahan. Kata-kata yang selalu disampaikan dan waktu yang telah diluangkan demi mendukung penulis akan menjadi memori yang tidak pernah terlupakan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadiran Allah SWT, berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir skripsi ini yang berjudul **“Analisis Strategi Pengembangan Dengan Menggunakan Metode *Strengths Weaknesses Opportunities Threats* dan *Marketing Mix* Pada Objek Wisata (Studi Kasus *Oziel Amazing Garden Kota Pagar Alam*)”**. Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Ir. A Junaidi, M.T. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Ir. Merisha Hastarina, S.T., M.Eng. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Ir. Nidya Wisudawati, S.T., M.T., M.Eng. selaku Sekretaris Program Studi sekaligus Dosen Pembimbing Utama.
5. Bapak Ir. Bayu Wahyudi, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing Pendamping.

6. Bapak/Ibu dosen Program Studi Teknik Industri yang telah memberikan wawasan dalam hal teori dan semua pihak yang membantu dalam kegiatan menyangkut penyusunan skripsi.
7. Kepada pihak *Oziel Amazing Garden* Kota Pagar Alam yang telah memberikan izin, bantuan, serta kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Demi kesempurnaan proposal skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat dimanfaatkan.

Palembang, 22 Agustus 2026

Penulis

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU) No 20 tahun 20-03, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70.

Palembang, 31 Agustus 2026

Mahasiswa



Nama : Syahdilla

Nim : 15202203

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE *STRENGTHS WEAKNESSES OPPORTUNITIES THREATS* DAN *MARKETING MIX* PADA OBJEK WISATA

(Studi Kasus *Oziel Amazing Garden* Kota Pagar Alam)

Syahdilla

Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Palembang

syahdilla.jpg@gmail.com

Oziel Amazing Garden merupakan objek wisata di Kota Pagar Alam yang mengalami penurunan jumlah pengunjung sehingga diperlukan strategi pengembangan untuk meningkatkan daya saing. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, menganalisis penerapan *marketing mix*, serta menentukan strategi pengembangan yang tepat. Metode yang digunakan adalah analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) dan *Marketing Mix* (4P). Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada 276 responden dengan teknik *purposive sampling*. Analisis dilakukan menggunakan matriks IFAS, EFAS, diagram SWOT, dan *marketing mix*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Oziel Amazing Garden* berada pada Kuadran I, sehingga strategi yang tepat adalah Strategi SO dengan memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang. Hasil *marketing mix* menunjukkan variabel *place* memiliki pengaruh terbesar (26,8%), diikuti *price* (25,6%), *promotion* (24,4%), dan *product* (23,2%). Strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT dan *marketing mix* menjadi rekomendasi untuk meningkatkan daya saing dan jumlah pengunjung *Oziel Amazing Garden*.

Kata kunci : SWOT, *Marketing Mix*, Strategi Pengembangan, Objek Wisata, *Oziel Amazing Garden*.

ABSTRACT

ANALYSIS OF DEVELOPMENT STRATEGIES USING THE STRENGTHS WEAKNESSES OPPORTUNITIES THREATS METHOD AND THE MARKETING MIX AT A TOURIST ATTRACTION

(A Case Study Of Oziel Amazing Garden, Pagar Alam City)

Syahdilla

Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Palembang

syahdilla.jpg@gmail.com

Oziel Amazing Garden is a tourist destination in Pagar Alam City that has experienced a decline in the number of visitors, making an appropriate development strategy necessary to improve its competitiveness. This study aims to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats, analyze the implementation of the marketing mix, and determine the most appropriate development strategy. The research employed the Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) analysis and the Marketing Mix (4P) approach. Data were collected through observations, interviews, and questionnaires distributed to 276 respondents selected using a purposive sampling technique. The data were analyzed using the IFAS matrix, EFAS matrix, SWOT diagram, and marketing mix analysis. The results indicate that Oziel Amazing Garden is positioned in Quadrant I, suggesting that the appropriate strategy is the SO (Strength–Opportunity) Strategy by utilizing strengths to maximize opportunities. The marketing mix analysis shows that place has the greatest influence (26.8%), followed by price (25.6%), promotion (24.4%), and product (23.2%). The strategies formulated based on the SWOT analysis and marketing mix are recommended to improve the competitiveness and increase visitor numbers at Oziel Amazing Garden.

Keywords: *SWOT, Marketing Mix, Development Strategy, Tourist Attraction, Oziel Amazing Garden.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Pariwisata	7
2.1.1 Konsep Pariwisata	8
2.1.2 Objek Wisata	8
2.1.3 Strategi dan Pengembangan Pariwisata	9
2.2 <i>Oziel Amazing Garden</i>	10
2.3 Analisis <i>Strengths Weaknesses Opportunities Threats</i> (SWOT)	11
2.6.1 Faktor-Faktor Analisis SWOT	12
2.6.2 Matriks IFAS & EFAS	13

2.6.3 Kuadran Analisis SWOT	14
2.6.4 Matriks Analisis SWOT.....	15
2.4 Analisis <i>Marketing Mix</i> (4P).....	16
2.7.1 Elemen-Elemen Pada <i>Marketing Mix</i>	18
2.5 Penelitian Terdahulu.....	19
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	21
3.2 Sumber Data.....	22
3.3 Metode Pengumpulan Data	23
3.4 Metode Pengolahan Data	24
3.4.1 Langkah-Langkah Analisis SWOT.....	24
3.4.2 Langkah-Langkah Analisis <i>Marketing Mix</i>	29
3.5 Implementasi	31
3.6 Diagram Alir Penelitian.....	32
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Hasil Penelitian	33
4.1.1 Pengumpulan Data.....	33
4.1.2 Penentuan Populasi dan Sampel Data.....	33
4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	35
4.1.4 Hasil Kuesioner dan Pemberian <i>Rating</i>	37
4.1.5 Perhitungan Bobot	38
4.1.6 Matriks IFAS dan EFAS	40
4.1.7 Diagram Analisis SWOT	41
4.1.8 Matriks Analisis SWOT.....	42
4.2 <i>Marketing Mix</i>	43
4.2.1 Total <i>Rating</i> dan Bobot.....	43
4.2.2 Total Nilai dan Persentase (%).....	44
4.2.3 Pengaruh	44
4.3 Pembahasan.....	45
4.3.1 Faktor Internal dan Eksternal.....	46
4.3.2 Penerapan <i>Marketing Mix</i>	47

4.3.3 Strategi Peningkatan Jumlah Pengunjung	48
4.4 Implementasi	48
4.4.1 Pembuatan Konten Promosi	49
4.4.2 Peningkatan <i>Rating Google Maps</i>	50
BAB 5 PENUTUP.....	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Pengunjung.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Tabel Skor.....	27
Tabel 4.1 Pertanyaan Kuesioner.....	35
Tabel 4.2 Uji Validitas Faktor Internal	36
Tabel 4.3 Uji Validitas Faktor Eksternal	36
Tabel 4.4 Uji Reabilitas Faktor Internal	37
Tabel 4.5 Uji Reabilitas Faktor Eksternal	37
Tabel 4.6 <i>Rating</i> Faktor Internal	37
Tabel 4.7 <i>Rating</i> Faktor Eksternal.....	38
Tabel 4.8 Perhitungan Bobot Faktor Internal	39
Tabel 4.9 Perhitungan Bobot Faktor Eksternal	39
Tabel 4.10 Matriks Faktor Internal.....	40
Tabel 4.11 Matriks Faktor Eksternal	41
Tabel 4.12 Matriks Analisis SWOT	43
Tabel 4.13 Total <i>Rating</i> dan Bobot.....	44
Tabel 4.14 Total Nilai dan Persentase (%)	44
Tabel 4.15 Pengaruh.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo <i>Oziel Amazing Garden</i>	10
Gambar 2.2 Area <i>Oziel Amazing Garden</i>	11
Gambar 2.3 Kuadran Analisis SWOT	14
Gambar 2.4 Matriks Analisis SWOT	16
Gambar 2.5 <i>Marketing Mix</i>	17
Gambar 3.1 Lokasi Penelitian	21
Gambar 3.2 Matriks SWOT	28
Gambar 3.3 Diagram Alir Penelitian.....	32
Gambar 4.1 Diagram Analisis SWOT.....	42
Gambar 4.2 Pembuatan Konten Promosi	49
Gambar 4.3 Peningkatan <i>Rating Google Maps</i>	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Pemilik	60
Lampiran 2 Kuesioner Pengunjung.....	63
Lampiran 3 Kode QR Kuesioner Pengunjung	65
Lampiran 4 Data Faktor Internal.....	66
Lampiran 5 Lampiran Rekapitulasi Data Responden Google Forms	73
Lampiran 6 Data Faktor Eksternal	77
Lampiran 7 Uji Validitas dan Uji Reabilitas SPSS Faktor Internal	78
Lampiran 8 Uji Validitas dan Uji Reabilitas SPSS Faktor Eksternal	79
Lampiran 9 Dokumtasi.....	80
Lampiran 10 Lembar Bimbingan	81
Lampiran 11 Hasil Turnitin	84

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata memiliki potensi untuk bisa dikembangkan menjadi sektor global dan menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi. Sektor pariwisata akan memberikan banyak sekali manfaat bagi daerah-daerah yang memahami potensinya dalam industri pariwisata (Laila, et al., 2024). Provinsi Sumatera Selatan memiliki berbagai destinasi objek wisata yang menarik dan potensial untuk dikembangkan (Praditha, 2026). Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sumatera Selatan telah menetapkan tiga wilayah sebagai prioritas dalam pengembangan sektor pariwisata di provinsi tersebut. Adapun daerah yang diproyeksikan menjadi pusat daya tarik wisata di Sumatera Selatan meliputi Palembang, Ogan Komering Ulu Selatan, dan Pagar Alam (Erfizal, 2024).

Pagar Alam memiliki beragam jenis pariwisata yang meliputi wisata alam, sejarah, dan agrowisata. Potensi tersebut perlu didukung dengan upaya pengenalan dan promosi objek wisata yang dilakukan oleh pihak pemerintah daerah maupun masyarakat. Salah satu destinasi objek wisata di Kota Pagar Alam adalah *Oziel Amazing Garden*. *Oziel Amazing Garden* yang berlokasi di Jalan Pratu A. Rohi, Reba Tinggi, Kota Pagar Alam dan menawarkan berbagai produk wisata seperti spot foto, taman bunga, mini zoo, persawahan, restoran *café* dan tempat bersantai dengan fasilitas yang lengkap serta harga yang terjangkau. Dari banyaknya

kelebihan yang ditawarkan jumlah kunjungan di *Oziel Amazing Garden* mengalami penurunan, akibat tingginya persaingan antar objek wisata.

Tabel 1.1 Data Jumlah Pengunjung

No	Bulan	Jumlah Pengunjung (Orang)
1	Maret 2025	1.333
2	April 2025	3.500
3	Mei 2025	1.666
4	Juni 2025	2.085
5	Juli 2025	1.066
6	Agustus 2025	1.200
7	September 2025	1.099
8	Oktober 2025	975
9	November 2025	933
10	Desember 2025	850

(Sumber : *Oziel Amazing Garden*)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung objek wisata *Oziel Amazing Garden* mengalami penurunan, yakni dari angka 3.500 pada bulan April dan terus turun hingga angka 850 pada bulan Desember. Menurunnya jumlah pengunjung menjadi permasalahan yang cukup serius bagi objek wisata *Oziel Amazing Garden*, untuk itu perlu menggunakan strategi pengembangan yang tepat agar objek wisata *Oziel Amazing Garden* bisa bertahan ditengah semakin banyaknya objek wisata yang ada di Kota Pagar Alam. Beberapa penelitian sebelumnya telah membuktikan pemilihan strategi yang sesuai untuk pengembangan usaha, penelitian yang dilakukan oleh Harisudin & Qurtub (2023) dalam penelitiannya menggunakan SWOT dan QSPM untuk memilih strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan oleh pengelola Ekowisata. Pada penelitian yang dilakukan oleh Prawatya, Prima & Kurniawan (2023) dalam penelitiannya menggunakan metode SWOT dan AHP untuk menentukan faktor internal dan eksternal, menentukan posisi kuadran, serta merumuskan strategi terbaik guna meningkatkan jumlah pengunjung di Danau HOCE. Selanjutnya, pada penelitian

oleh Valiana, Hadisantono, & B. Hadisantono (2025) yang merancang strategi promosi melalui analisis SWOT, dilanjutkan STP, serta pemilihan metode dalam *promotion mix*.

Dari beberapa penelitian di atas, terdapat persamaan dan perbedaan dalam strategi pengembangan objek wisata yang digunakan. Persamaannya terletak pada penggunaan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan wisata. Sedangkan perbedaannya, penelitian ini tidak hanya menggunakan SWOT, tetapi juga menambahkan metode *marketing mix* untuk menyusun strategi pengembangan. Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) dan *Marketing Mix* untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Analisis SWOT merupakan suatu pendekatan yang dilakukan secara sistematis untuk mengidentifikasi berbagai faktor serta menentukan strategi yang paling tepat (Khairani & Zati, 2026). Sedangkan Bauran pemasaran atau *Marketing mix* adalah kombinasi dari komponen-komponen yang mencakup *product, price, place*, dan *promotion*, yang disingkat dengan “4P” (Sulistyo, 2023). Dengan kombinasi kedua metode tersebut diharapkan dapat memaksimalkan potensi *strength* dan *opportunity* serta juga menghindari *weakness* dan *threats* pada semua komponen *product, price, place* dan *promotion*. Dengan mengkombinasikan kedua metode tersebut, diharapkan mampu memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman pada seluruh aspek *marketing mix*, yaitu *product, price, place*, dan *promotion*, pada objek wisata *Oziel Amazing Garden*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada objek wisata *Oziel Amazing Garden* ?
2. Bagaimana *marketing mix* yang diterapkan objek wisata *Oziel Amazing Garden* ?
3. Strategi apa yang harus diimplementasikan pada objek wisata *Oziel Amazing Garden* ?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah sangat diperlukan agar penelitian tetap fokus pada tujuan yang ingin dicapai, dan memiliki arah yang jelas. Penelitian ini menggunakan data pada bulan Maret 2025 - Desember 2025 dengan fokus pada pengembangan *Oziel Amazing Garden* yang berlokasi di Jalan Pratu A. Rohi, Reba Tinggi, Kota Pagar Alam, melalui analisis strategi bisnis menggunakan metode SWOT dan *Marketing Mix*.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada objek wisata *Oziel Amazing Garden*.
2. Untuk mengetahui penerapan strategi *marketing mix* di objek wisata *Oziel Amazing Garden*.

3. Untuk menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada *Oziel Amazing Garden*.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Universitas

Penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi mahasiswa sebagai individu, tetapi juga bagi Universitas dalam memperluas wawasan keilmuan, mendukung pengembangan sumber daya manusia, serta mempererat kerja sama dengan masyarakat dan dunia industri.

2. Bagi Mahasiswa

Melalui penelitian ini, mahasiswa diharapkan dapat memperluas serta memperdalam pemahaman terkait topik yang dikaji, khususnya analisis SWOT dan *marketing mix*. Selain itu, proses penelitian memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengkaji kedua metode tersebut secara lebih mendalam sehingga memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak pengelola objek wisata dalam mengenali kekuatan dan kelemahan yang berasal dari faktor internal, serta peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai posisinya di pasar, objek wisata dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing, sehingga turut mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab 1 ini menjelaskan secara singkat mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab 2 ini membuat kajian literatur deduktif dan induktif yang dapat membuktikan bahwa topik skripsi yang diangkat memenuhi syarat dan kriteria yang telah dijelaskan diatas.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Pada bab 3 ini menguraikan mengenai metode dan cara dalam melakukan penelitian ini, mulai dari pendahuluan, idenfikasi masalah, studi pustaka, pengumpulan data, pengolahan data hingga pada penarikan kesimpulan dan pemberian saran.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab 4 ini berisi tentang data-data yang dikumpulkan dalam penelitian dan pengolahan data yang digunakan sebagai dasar pada pembahasan masalah dan mengemukakan analisis hasil pengolahan data dan pemecahan masalah.

BAB 5 PENUTUP

Bab 5 ini mengemukakan kesimpulan dan saran mengenai penelitian yang penulis sampaikan sebagai hasil pemikiran yang mungkin berguna bagi penulis, perusahaan, dan pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandy, S. (2022). Implementasi Analisis Swot(Strength, Weakness, Opportunity, Threat)Pada Organisasi Dakwah. *Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, 183-198.
- Afifah, N., & Formen, A. (2023). Penggunaan Matrik Ifas Dan Efas Untuk Analisis Swot Sarana Dan Prasarana Di Satuan Paud. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora (Isora)*, 47-60.
- Afrizalni, I., & Hanoselina, Y. (2026). Proses Kolaborasi Pengembangan Ekowisata Berbasis Pengurangan Risiko Bencana Di Desa Wisata Amping Parak. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 01-11.
- Al Bayhaqy, I. (2024). Analisis Pemasaran Menggunakan Metode Swot Dan Marketing Mix Untuk Meningkatkan Penjualan Produk(Studi Kasus : Pt. Ibrahim Bin Manrapi). *Justi (Jurnal Sistem Dan Teknik Industri)*, 85-93.
- Arrohman, O., & Sutabri, T. (2024). Aplikasi Android Lbs Menggunakan Metode Haversine Formula Pada Lokasi Wisata Kota Pagar Alam. *Formula Pada Lokasi Wisata*, 202-212.
- As-Siisi, A., Rahayu, A., & Dirgantari, P. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Mie Ayam Cabe Hejo Menggunakan Matriks Swot Dan Qspm. *Jurnal Ilmu Manajemen (Jim)*, 84-96.
- Budiatiningsih, M., & Suyamto. (2025). *Manajemen Objek Dan Atraksi Wisata*. Padang: Cv. Getpress Indonesia.
- Diani, & Raharjo, J. (2025). Analisis Strategi Marketing Product, Price, Place, Dan Promotion (4p) Dalam Pengembangan Bisnis Start-Up Gojek Berbasis Aplikasi Mobile. *Journalof Business,Economics,Andfinance*, 2586-2597.
- Erfizal, R. (2024, September 28). *Disbudpar Sumsel Petakan Tiga Daerah Potensial Jadi Magnet Wisata*. Retrieved From Idn Times :

<https://sumsel.idntimes.com/news/sumatera-selatan/disbudpar-sumsel-petakan-tiga-daerah-potensial-jadi-magnet-wisata-00-pbgds-cb5wrg>

- Firmansyah, R., & Humaeriyah, H. (2026). Implementasi Strategi Marketing Mix 4p Dan Konsep technopreneurship pada Produk Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Internal Kampus. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2902-2909.
- Fitriani, Gustini, & Ditasman. (2026). Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Laguna Di Kabupaten Kaur Untuk Meningkatkan Daya Tarik Pengunjung. *Jurnal Stiabengkulu:Committe To Administration For Education Qualit*, 91–102.
- Harisudin, M., & Qurtubi. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Ekowisata Menggunakan Metode Swot Dan Qspm. *Jurnal Disprotek* , 91-98.
- Hendrawan, A., Wachidah, S., & Restuningsih, A. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Kedai Kopi Makosan Dengan Menggunakan Analisis Swot Dan Business Model Canvas (Bmc) . *Jurnal Optimasi Teknik Industri*, 32-37.
- Indraswari, D. (2024, Juli 13). *Ancaman "Overtourism" Dan Dua Sisi Perkembangan Pariwisata Indonesia*. Retrieved From Kompas.Id: <https://www.kompas.id/artikel/ancaman-overtourism-dan-dua-sisi-perkembangan-pariwisata-indonesia>
- Janna, N., & Herianto. (2021). Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan Spss. 1-11.
- Jannah, M. (2024). Pentingnya Analisis Swot Dalam Suatu Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis. *Ijespg Journal*, 9-17.
- Jumiari, S., Budiatiningsih, M., & Hulfa, I. (2025). Strategi Pemasaran Lombok Paradise Tour And Travel. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 1-8.
- Khairani, M., & Zati, M. (2026). Strategi Pengembangan Usaha Rajut Dengan Metode Analisis Swot Pada Toko Rajut Bracelet. *J-Ceki: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 456-465.

- Kristiant, P., Suriani, N., & Kusyanda, M. (2024). Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Agrowisata Linggayoni. *Jurnal Bosaparis: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 90-100.
- Kurniawan, I., Prima, F., & Prawatya, Y. (2023). Usulan Strategi Pengembangan Wisata Danau Hoce Dengan Metode Analisis Swot Dan Analytical Hierarchy Process (Ahp). *Integrate: Industrial Engineering And Management System*, 35-43.
- Kusumaningrum, K. (2025). Analisis Strategi Prioritas Bauran Pemasaran Usaha “Sego Semanggi Mbok Rewel” Di Desa Banjarsari Kabupaten Banyuwangi. *Bromo*, 1-19.
- Laila, S., Rini, D., Maharani, N., Khairiyah, N., Prasetyo, A., & Azzahara, A. (2024). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Potensi: Analisis Swot Desa Wisata Di Sekitar Candi Borobudur. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 142-157.
- Lucky, A. N., Lestari, A. S., Aprilia, D. D., Arum, D. S., Mukti, N. F., & Apriliansyah, W. (2024). Implementasi Swot Dalam Mengoptimalkan Manajemen Strategik Pada Bisnis Modern. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(6), 1-13.
- Masniar, Histiarini, A., & Sucipto, A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Umkm Kripik Singkong Menggunakan Metode Swot (Studi Kasus : Usaha Kripik Singkong Mbak Rini). *Metode Jurnal Teknik Industri*, 1-10.
- Muharani, D., & Herniwanti. (2026). Strategi Peningkatan Mutu Pelayanan Farmasi Rawat Jalan Melalui Analisis Swot Menggunakan Matriks Ifas Dan Efas Di Rxs Kota Pekanbaru. *Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business (Riggs)*, 1427-1436.
- Natalya, K., & Sudarmawan, I. (2024). Analisis Strategi Alternatif Bisnis Berdasarkan Analisa Swot . *Paris (Jurnal Pariwisata Dan Bisnis)* , 779-788.

- Nugroho, B., Salmia, L., & Sumanto. (2024). Analisis Swot Dan Marketing Mix Pada Produk Keripik Talas Mentari-Koe. *Jurnal Valtech (Jurnal Mahasiswa Teknik Industri)*, 203-214.
- Pariwisata Ri, K. (2025, Desember 4). *Indonesia Tourism Outlook: Apa Saja Sih Tren Pariwisata Global Di 2026?* Retrieved From Kementerian Pariwisata Republik Indonesia: <https://kemenpar.go.id/berita/indonesia-tourism-outlook-apa-saja-sih-tren-pariwisata-global-di-2026>
- Praditha, M. (2026, April 3). *Rekomendasi Tempat Wisata Di Sumsel Untuk Mengisi Libur Panjang*. Retrieved From Detiksumbagsel: <https://www.detik.com/sumbagsel/wisata/D-8426708/rekomendasi-tempat-wisata-di-sumsel-untuk-mengisi-libur-panjang>
- Prawatya, Y., Prima, F., & Kurniawan, I. (2023). Usulan Strategi Pengembangan Wisata Danau Hoce Dengan Metode Analisis Swot Dan Analytical Hierarchy Process (Ahp). *Integrate: Industrial Engineering And Management System*, 35-43.
- Prayoga, I., & Qomariyah, S. (2025). Pengaruh Bauran Marketing Mix 4pterhadap Keputusan Pembelian Produk(Studi Pada Ud. Batik Sekar Jati, Desa Jatipelem, Diwek, Jombang, Jawa Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi*, 187-197.
- Putri, M. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks Swot, Matriks Ife, Matriks Efe, Dan Matriks Ie (Studi Kasus Pada Bisnis Banjagim.Id) . *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 224-234.
- Rahma, M., Ulfa, S., Novita, Y., & Fatmawati. (2025). Strategi Pengembangan Pariwisata Alam Di Puncak Lawang Kabupaten Agam. *Jpim: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 2109-2116.
- Rahmawati, & Yuslimi, N. (2024). Strategi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Mengembangkan Objek Wisata Sungaikapur

- Kabupatenkamparprovinsiriau Tahun 2023. *Jurnal Mahasiswa Pemerintahan*, 643-655.
- Rangkuti, F. (1997). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Renita. (2024, Februari 24). *Pengertian Obyek Wisata Menurut Para Ahli Dan Jenis-Jenis Objek Wisata*. Retrieved From Referensisiswa.My.Id: <https://www.referensisiswa.my.id/2021/05/pengertian-obyek-wisata-menurut-para.html>
- Rianto, M., Handayani, M., Sulistyowati, A., Komariah, N., & Sari, R. (2025). *Manajemen Stratejik Dan Implikasi Penelitian Metode Swot*. Jawa Tengah: Pt. Pena Persada Kerta Utama.
- Salim, M., & Siswanto, A. (2019). *Analisis Swot Dengan Metode Kuesioner*. Semarang: Pilar Nusantara.
- Setiawan, Z. (2023). *Buku Ajar Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*. Yogyakarta: Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Setyawan, A., & Kusumawati, E. (2026). Strategi Kebijakan Pengembangan Kepariwisataan: Mewujudkan Pariwisata Berkelanjutan Dan Inklusif Di Indonesia. *Jurnal Pariwisata Tawangmangu*, 76-89.
- Soviyanti, E., & Khairani, Z. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru: Lppm Unilak.
- Suhartapa, & Pelle, E. (2026). Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Melalui Pemberdayaan Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Pampang, Samarinda, Kalimantan Timur. *Juparita: Jurnal Pariwisata Tawangmangu*, 1-12.
- Sulistyo, A., Alwiyuni, A., Juniart, A., & Hidayanti, N. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Swot Dan 4p Pada Keramik (Study Kasus : Pt. Sahabat Keramik Anugerah). *Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 210-218.

- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, Dan Tersier. *Jurnal Edu Researchindonesian Institute For Corporate Learning And Studies (Iicls)*, 110-116.
- Sunarsi, D. (2024). *Swot Teori, Implementasi, Strategy*. Malang: Pt. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Tabroni. (2024). *Bauran Pemasaran Starategi Pemasaran Di Era Digital* . Tangerang: Minhaj Pustaka.
- Triawan, M., & Heriansyah. (2022). Multimedia Interaktif Pengenalan Objek Wisata Kota Pagar Alam. *Jurnal Ilmiah Binary Stmik Bina Nusantara Jaya*, 99-104.
- Valiana, V., Hadisantono, & B. Hanandoko, T. (2025). Perancangan Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Kunjungan Workshop Gerabah. *Jurnal Teknik Industri Dan Manajemen Rekayasa* , 65-79.
- Wahyunawati, S. (2023). Penggunaan Matriks Swot Dan Qspm Dalam Menentukan Strategi Pengembangan Kompetensi Karyawan Pt.Ketapang Subur Lestari. *Jurnal Manajemen*, 44-59.
- Wicaksono, S. (2024). *Analisis Swot Integrasi Pest Dan Ansoff Matrix*. Malang: Cv. Seribu Bintang .
- Wirawan, P., & Semara, I. (2021). *Modul Pengantar Pariwisata*. Bali: Ipb Internasional Press.