

Pendampingan Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Wisata Kota di Mojokerto

Dayu Rahman Dias ¹, Annisa Budhiyani Tribhuwaneswari ²

^{1, 2} Universitas PGRI ADI Buana Surabaya

* dayurahmandias007@gmail.com

Abstract

Pengembangan wisata kota menjadi salah satu strategi penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, namun masih menghadapi berbagai kendala dalam aspek pengelolaan dan perumusan strategi. Kota Mojokerto memiliki potensi wisata yang beragam, tetapi belum sepenuhnya didukung oleh pengelolaan yang terstruktur dan berbasis analisis. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengelola objek wisata dalam mengidentifikasi potensi dan permasalahan, serta menyusun strategi pengembangan wisata kota berbasis analisis SWOT. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan pendampingan partisipatif yang terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu identifikasi potensi dan permasalahan wisata, pendampingan analisis SWOT dalam penyusunan strategi pengembangan, serta penguatan promosi wisata berbasis digital. Kegiatan melibatkan 24 pengelola objek wisata yang tersebar di beberapa kecamatan di Kota Mojokerto sebagai mitra sasaran. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra mampu mengidentifikasi potensi wisata yang dimiliki serta memahami permasalahan utama yang dihadapi dalam pengelolaan destinasi. Analisis SWOT yang dilakukan menghasilkan strategi pengembangan wisata yang meliputi penguatan identitas destinasi, peningkatan kualitas fasilitas, serta optimalisasi promosi digital. Mitra juga menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap pentingnya pemanfaatan media digital dalam meningkatkan daya tarik wisata. Manfaat kegiatan ini terlihat dari meningkatnya kemampuan mitra dalam menyusun strategi pengembangan wisata yang lebih terarah dan berbasis kondisi lokal. Kegiatan ini menghasilkan pendekatan pendampingan berbasis analisis SWOT yang efektif dalam meningkatkan kapasitas pengelola wisata serta menghasilkan strategi pengembangan yang aplikatif. Keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahapan kegiatan menjadi faktor penting dalam menghasilkan rekomendasi yang sesuai dengan kebutuhan lapangan.

Keywords: *Analisis SWOT, Strategi Pengembangan, Wisata Kota*

Pendahuluan

Pengembangan sektor pariwisata perkotaan menjadi salah satu strategi penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas rekreasi, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan yang mampu meningkatkan pendapatan daerah, membuka lapangan kerja, serta menggerakkan sektor ekonomi lainnya (Kurniawan et al., 2024; Puspitasari & Matfuqin, 2024). Selain itu, sektor pariwisata terbukti memiliki kontribusi signifikan terhadap peningkatan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dan pendapatan daerah melalui belanja wisatawan dan penyediaan fasilitas akomodasi (Simatupang, 2023; Fatimah & Mukarramah, 2023). Karakteristik wisata kota yang menggabungkan unsur budaya, sejarah, kuliner, dan rekreasi menjadikannya memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan serta mampu

menciptakan peluang usaha dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal (Ali & Listyorini, 2025).

Keberagaman atraksi tersebut memungkinkan terjadinya diversifikasi produk wisata yang dapat menjangkau berbagai segmen pasar, sehingga mampu meningkatkan lama tinggal wisatawan dan pengeluaran selama berkunjung (Sutrisno & Syukur, 2023; Nuurlaily et al., 2020). Selain itu, pengembangan pariwisata perkotaan juga berperan dalam mendorong pertumbuhan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya pada bidang kuliner, kerajinan, dan jasa pendukung wisata lainnya. Pengelolaan pariwisata yang terencana dan berkelanjutan akan memberikan dampak positif terhadap daya saing daerah serta kesejahteraan masyarakat, terutama apabila didukung oleh sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat lokal (Stylidis et al., 2017; Mariani et al., 2018). Pengembangan pariwisata berbasis potensi lokal terbukti mampu meningkatkan perekonomian masyarakat secara signifikan, terutama melalui penciptaan peluang usaha dan peningkatan aktivitas ekonomi masyarakat (Firmansyah, 2021; Fatimah & Mukarramah, 2023). Dampak tersebut juga tercermin pada peningkatan kesejahteraan masyarakat yang ditunjukkan melalui bertambahnya lapangan kerja dan peningkatan pendapatan daerah (Maryani & Zaenuri, 2021).

Kota Mojokerto merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Timur yang memiliki potensi wisata kota yang cukup beragam, meliputi wisata sejarah, budaya, religi, edukasi, dan rekreasi yang tersebar pada beberapa kawasan strategis pariwisata. Keberagaman potensi tersebut menjadi modal dasar dalam pengembangan pariwisata berbasis kota. Data kunjungan wisatawan ke Kota Mojokerto menunjukkan tren peningkatan yang cukup signifikan dalam lima tahun terakhir. Jumlah wisatawan tercatat meningkat dari 824.331 orang pada tahun 2020 menjadi 2.503.204 orang pada tahun 2024 (BPS Provinsi Jawa Timur, 2025). Kenaikan ini mengindikasikan bahwa sektor pariwisata memiliki potensi yang besar sebagai penggerak ekonomi daerah, khususnya dalam mendorong aktivitas ekonomi lokal dan peningkatan pendapatan masyarakat. Peran tersebut semakin terlihat dari kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) yang menunjukkan kecenderungan meningkat dengan rata-rata kontribusi sebesar 7,3% dalam lima tahun terakhir.

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan belum sepenuhnya diimbangi dengan kualitas pengelolaan destinasi wisata. Hasil analisis situasi menunjukkan bahwa pengelola objek wisata di Kota Mojokerto masih menghadapi berbagai permasalahan mendasar, seperti belum optimalnya identifikasi potensi wisata, keterbatasan dalam penyediaan fasilitas pendukung, serta rendahnya pemanfaatan teknologi dalam promosi wisata. Sebagian besar pengelola masih menggunakan pendekatan konvensional dalam pengelolaan destinasi, sehingga strategi pengembangan yang dilakukan belum berbasis pada analisis yang komprehensif. Kondisi tersebut berdampak pada belum optimalnya daya saing destinasi wisata di tingkat regional, meskipun memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan.

Pengelolaan destinasi wisata yang efektif membutuhkan perencanaan yang terstruktur dan berbasis pada analisis kondisi internal dan eksternal. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah analisis SWOT yang mampu mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman secara sistematis. Pendekatan ini memberikan gambaran yang jelas mengenai posisi strategis suatu destinasi sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan yang tepat. Penerapan analisis SWOT dalam sektor pariwisata terbukti mampu menghasilkan

strategi yang lebih terarah dan sesuai dengan kondisi lokal (Astika et al., 2025; Phadermrod et al., 2019). Penggunaan analisis SWOT juga memberikan kemudahan bagi pengelola dalam menentukan prioritas pengembangan serta merumuskan kebijakan yang adaptif terhadap perubahan lingkungan eksternal (Pasaribu & Sinulingga, 2024).

Pengembangan pariwisata juga tidak terlepas dari peran teknologi digital dalam mendukung promosi destinasi. Perubahan perilaku wisatawan dalam mencari informasi dan menentukan destinasi mendorong pentingnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Media sosial dan platform digital menjadi kanal utama dalam membangun citra destinasi dan menarik minat wisatawan. Pemanfaatan digital marketing terbukti mampu meningkatkan visibilitas destinasi serta memperluas jangkauan pasar wisata (Hays et al., 2017; Mariani et al., 2018). Penggunaan media digital dalam promosi juga memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan minat kunjungan wisatawan, terutama pada kelompok usia produktif yang cenderung aktif menggunakan teknologi dalam aktivitas sehari-hari (Hidayatullah et al., 2018).

Pengembangan sektor pariwisata perkotaan menjadi salah satu strategi penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas rekreasi, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan yang mampu meningkatkan pendapatan daerah, membuka lapangan kerja, serta menggerakkan sektor ekonomi lainnya. Karakteristik wisata kota yang menggabungkan unsur budaya, sejarah, kuliner, dan rekreasi menjadikannya memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji pengembangan pariwisata menggunakan pendekatan analisis SWOT, namun masih memiliki keterbatasan. Penelitian mengenai strategi pengembangan kawasan wisata berbasis industri kreatif di Kota Mojokerto menunjukkan bahwa analisis SWOT efektif untuk perencanaan strategis, tetapi masih berfokus pada aspek kebijakan dan belum menyentuh pendampingan langsung kepada pelaku wisata (Perwirasari, 2021). Studi lain yang meneliti peningkatan kunjungan wisata melalui strategi manajemen berbasis SWOT pada objek wisata di Mojokerto menemukan bahwa pendekatan ini mampu meningkatkan daya tarik wisata, namun terbatas pada satu objek wisata dan belum mengintegrasikan partisipasi masyarakat secara luas (Sari et al., 2023). Selain itu, penelitian berbasis pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa analisis SWOT dapat mengidentifikasi potensi dan permasalahan wisata desa, tetapi belum mencakup pendampingan berkelanjutan dalam implementasi strategi yang dihasilkan (Sulistiyani & Alfaretha, 2024).

Berdasarkan perbandingan tersebut, terdapat kesenjangan penelitian berupa belum optimalnya integrasi antara analisis SWOT dengan pendekatan pendampingan secara langsung kepada pemangku kepentingan lokal dalam konteks wisata perkotaan. Oleh karena itu, kebaruan penelitian ini terletak pada penerapan analisis SWOT yang dikombinasikan dengan kegiatan pendampingan partisipatif kepada pelaku wisata kota di Mojokerto. Pendekatan ini diharapkan mampu menghasilkan strategi yang lebih implementatif, kontekstual, dan berkelanjutan karena melibatkan aktor lokal secara aktif dalam proses perencanaan hingga evaluasi.

Pengelolaan destinasi wisata yang optimal juga memerlukan penguatan kapasitas sumber daya manusia, khususnya pengelola objek wisata sebagai aktor utama dalam pengembangan destinasi. Kemampuan dalam mengidentifikasi potensi, menyusun strategi, serta mengelola promosi secara efektif menjadi faktor penting dalam meningkatkan keberhasilan pengembangan pariwisata. Pengelolaan yang berbasis potensi lokal dan dilakukan secara terstruktur terbukti mampu meningkatkan kualitas

destinasi serta kepuasan wisatawan (Rusata, 2019). Upaya peningkatan kapasitas tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan pendampingan yang bersifat partisipatif dan aplikatif sehingga mampu memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kemampuan mitra.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang sebagai upaya untuk menjawab permasalahan yang dihadapi oleh pengelola objek wisata di Kota Mojokerto. Program yang dilaksanakan meliputi identifikasi potensi dan permasalahan wisata kota, pendampingan analisis SWOT dalam penyusunan strategi pengembangan, serta pelatihan promosi wisata berbasis digital. Kegiatan ini juga diarahkan untuk meningkatkan keberdayaan mitra dalam mengelola destinasi wisata secara mandiri dan berkelanjutan. Pendekatan pendampingan dipilih karena mampu mendorong keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahapan kegiatan sehingga hasil yang diperoleh lebih sesuai dengan kebutuhan lapangan (Fitriaty et al., 2024).

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kapasitas pengelola objek wisata dalam mengidentifikasi potensi dan permasalahan, menyusun strategi pengembangan berbasis analisis SWOT, serta mengoptimalkan promosi wisata melalui pemanfaatan teknologi digital. Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini meliputi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, peningkatan kontribusi sektor pariwisata terhadap PDRB daerah, serta penguatan kemampuan mitra dalam mengelola destinasi wisata secara profesional dan berkelanjutan.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di wilayah Kota Mojokerto, Provinsi Jawa Timur, yang mencakup beberapa kecamatan dengan sebaran objek wisata kota. Lokasi kegiatan meliputi 24 objek wisata yang terdiri atas wisata sejarah, budaya, religi, edukasi, dan rekreasi yang dikelola oleh mitra. Kegiatan dilaksanakan secara bertahap yang mencakup tahap persiapan, pelaksanaan pendampingan, hingga evaluasi kegiatan.

Khalayak Sasaran/Mitra Kegiatan

Khalayak sasaran dalam kegiatan ini adalah pengelola objek wisata yang berada di Kota Mojokerto dengan jumlah total 24 objek wisata yang tersebar di beberapa kecamatan. Mitra terdiri atas pengelola wisata yang memiliki peran dalam pengelolaan operasional destinasi, penyediaan fasilitas, serta promosi wisata. Sebagian besar mitra memiliki latar belakang pengelolaan wisata berbasis komunitas maupun individu dengan pengalaman yang beragam. Kondisi ini menyebabkan adanya perbedaan tingkat pemahaman dalam perencanaan strategis dan pengelolaan destinasi wisata. Mitra umumnya belum memiliki kemampuan yang memadai dalam melakukan analisis potensi wisata secara sistematis, menyusun strategi pengembangan berbasis data, serta memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi. Keterlibatan mitra dalam kegiatan bersifat aktif dan partisipatif, di mana mitra tidak hanya menerima materi, tetapi juga terlibat langsung dalam proses identifikasi potensi, analisis SWOT, serta penyusunan strategi pengembangan wisata. Partisipasi aktif ini menjadi kunci dalam memastikan bahwa hasil kegiatan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi lapangan.

Metode Pengabdian

Metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan pendekatan pendampingan partisipatif yang dikombinasikan dengan pelatihan dan praktik langsung. Kegiatan dirancang dalam tiga aspek utama yang saling terintegrasi, yaitu:

Identifikasi Potensi dan Permasalahan Pengembangan Wisata Kota

Aspek ini difokuskan pada kegiatan identifikasi kondisi eksisting objek wisata yang dikelola oleh mitra. Kegiatan meliputi pengumpulan data mengenai potensi wisata, fasilitas pendukung, aksesibilitas, serta kondisi pengelolaan destinasi. Proses identifikasi dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara dengan pengelola, serta diskusi kelompok. Mitra didampingi dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal objek wisata, serta permasalahan yang dihadapi dalam pengelolaan. Selain itu, mitra juga diarahkan untuk mengenali faktor eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan wisata, seperti peluang pasar dan tantangan yang dihadapi. Pendampingan dilakukan secara bertahap dengan pendekatan diskusi interaktif sehingga mitra dapat memahami kondisi objek wisata secara menyeluruh.

Pendampingan Analisis SWOT dalam Penyusunan Strategi Pengembangan Wisata

Aspek ini merupakan inti kegiatan yang berfokus pada penerapan analisis SWOT sebagai alat perumusan strategi pengembangan wisata. Kegiatan diawali dengan pemberian materi terkait konsep dasar analisis SWOT, dilanjutkan dengan praktik penyusunan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman). Mitra didampingi dalam menyusun matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*) sebagai dasar analisis strategis. Selanjutnya, hasil analisis tersebut digunakan untuk menyusun matriks SWOT yang menghasilkan alternatif strategi pengembangan wisata. Pendampingan dilakukan secara intensif melalui diskusi kelompok dan bimbingan langsung, sehingga mitra mampu menyusun strategi yang aplikatif dan sesuai dengan kondisi masing-masing objek wisata.

Pelatihan Promosi Wisata Berbasis Digital dan Penguatan Keberdayaan Mitra

Aspek ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam mempromosikan objek wisata melalui media digital. Kegiatan meliputi pelatihan penggunaan media sosial, pembuatan konten promosi, serta pemanfaatan platform digital sebagai sarana pemasaran wisata. Mitra dilatih untuk membuat konten yang menarik dan informatif, serta memahami strategi komunikasi digital yang efektif dalam menjangkau wisatawan. Selain itu, kegiatan ini juga diarahkan pada penguatan keberdayaan mitra dalam mengelola wisata secara mandiri dan berkelanjutan. Pendampingan dilakukan dengan metode praktik langsung sehingga mitra dapat mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh secara langsung.

Indikator Keberhasilan

Keberhasilan kegiatan ini ditandai dengan meningkatnya kemampuan mitra dalam mengidentifikasi potensi dan permasalahan pengembangan wisata secara sistematis. Mitra diharapkan mampu menyusun analisis SWOT secara mandiri serta merumuskan strategi pengembangan wisata yang sesuai dengan kondisi objek wisata yang dikelola. Indikator lainnya adalah meningkatnya kemampuan mitra dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi wisata. Hal ini ditunjukkan melalui kemampuan dalam membuat konten promosi, mengelola media sosial, serta meningkatkan visibilitas objek wisata. Selain itu, keberhasilan kegiatan juga dapat dilihat dari meningkatnya kesadaran mitra dalam mengelola destinasi wisata secara profesional dan berkelanjutan.

Metode Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan secara berkelanjutan selama proses pendampingan berlangsung. Metode evaluasi yang digunakan meliputi observasi langsung terhadap keterlibatan dan kemampuan mitra dalam setiap tahapan kegiatan, serta penilaian terhadap hasil analisis SWOT dan strategi yang disusun oleh mitra. Evaluasi juga dilakukan melalui diskusi dan umpan balik dari mitra terkait pelaksanaan kegiatan. Perubahan pemahaman dan keterampilan mitra dalam pengelolaan wisata menjadi indikator utama dalam proses evaluasi. Selain itu, evaluasi terhadap kemampuan mitra dalam memanfaatkan media digital juga dilakukan melalui penilaian terhadap konten promosi yang dihasilkan. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk memberikan rekomendasi perbaikan serta penguatan kapasitas mitra secara berkelanjutan. Pendekatan evaluasi ini diharapkan mampu memastikan bahwa kegiatan pengabdian memberikan dampak nyata dan berkelanjutan terhadap pengembangan wisata kota di Mojokerto.

Hasil dan Pembahasan

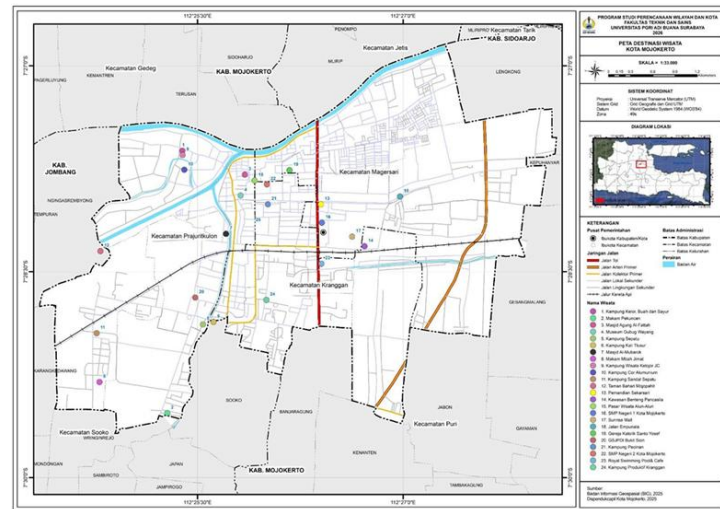
Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan pemetaan kondisi destinasi wisata, analisis strategis berbasis SWOT, serta perumusan strategi pengembangan wisata kota yang lebih terarah. Pendekatan yang digunakan memungkinkan identifikasi kondisi aktual destinasi serta menghasilkan rekomendasi yang aplikatif sesuai dengan potensi lokal. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pengembangan wisata kota di Mojokerto memiliki peluang yang besar apabila didukung oleh pengelolaan yang sistematis dan berbasis strategi.

Pendekatan berbasis analisis yang digunakan dalam kegiatan ini juga memperlihatkan bahwa pengembangan pariwisata perkotaan tidak dapat dilakukan secara parsial, melainkan membutuhkan integrasi antara aspek perencanaan, pengelolaan, dan promosi. Integrasi ini menjadi penting karena setiap komponen dalam sistem pariwisata saling berkaitan dan mempengaruhi keberhasilan pengembangan destinasi secara keseluruhan. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menekankan bahwa pengembangan destinasi wisata memerlukan pendekatan sistemik yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan serta penguatan kapasitas pengelola local (Mustari et al., 2025).

Identifikasi Potensi dan Permasalahan Pengembangan Wisata Kota

Tahap identifikasi potensi dilakukan untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi eksisting destinasi wisata di Kota Mojokerto. Pengembangan wisata kota pada dasarnya tidak hanya ditentukan oleh keberadaan objek wisata, tetapi juga oleh keterpaduan antar destinasi, kualitas fasilitas, serta kemampuan pengelolaan. Konsep ini sejalan dengan pandangan bahwa destinasi wisata merupakan suatu sistem yang terdiri atas atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan kelembagaan (Widagdyo, 2017).

Pendekatan sistem dalam pengembangan destinasi wisata menunjukkan bahwa keberhasilan suatu kawasan wisata sangat dipengaruhi oleh keseimbangan antar komponen tersebut. Ketidakseimbangan pada salah satu aspek, seperti keterbatasan amenitas atau rendahnya kualitas kelembagaan, dapat menghambat perkembangan destinasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, identifikasi potensi tidak hanya berfokus pada daya tarik wisata, tetapi juga mencakup aspek pendukung lainnya yang menentukan pengalaman wisatawan.



Gambar 1. Peta Sebaran Destinasi Wisata Kota Mojokerto

Gambar 1 menunjukkan bahwa destinasi wisata tersebar di beberapa kecamatan dengan karakteristik yang beragam. Sebaran ini mencerminkan adanya potensi pengembangan wisata berbasis kawasan (*cluster tourism*), di mana beberapa destinasi dapat dikembangkan dalam satu paket perjalanan wisata. Pendekatan ini dinilai efektif dalam meningkatkan lama tinggal wisatawan serta mendorong pemerataan ekonomi lokal. Pengembangan berbasis kawasan juga memungkinkan terjadinya sinergi antar destinasi, sehingga masing-masing objek wisata tidak berdiri sendiri, tetapi saling melengkapi dalam satu sistem pariwisata. Integrasi ini dapat meningkatkan efisiensi pengelolaan serta memperkuat daya saing destinasi di tingkat regional. Pengembangan wisata berbasis kawasan mampu meningkatkan keterkaitan ekonomi antar sektor serta memberikan dampak yang lebih luas terhadap masyarakat lokal (Sugita et al., 2025).

Potensi utama yang teridentifikasi meliputi wisata sejarah, budaya, religi, dan rekreasi. Keragaman ini menjadi kekuatan strategis karena mampu menjangkau berbagai segmen wisatawan. Wisata berbasis sejarah dan budaya memiliki nilai edukatif yang tinggi, sementara wisata rekreasi cenderung lebih menarik bagi wisatawan keluarga. Keberagaman jenis wisata ini juga membuka peluang untuk pengembangan produk wisata tematik yang lebih inovatif dan berkelanjutan.



Gambar 2. Dokumentasi Destinasi Wisata di Kota Mojokerto

Gambar 2 memperlihatkan kondisi salah satu objek wisata yang memiliki daya tarik visual yang cukup baik. Kondisi ini menunjukkan bahwa secara fisik destinasi memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Namun demikian, hasil identifikasi juga

menunjukkan adanya beberapa permasalahan mendasar, seperti keterbatasan fasilitas, pengelolaan yang belum optimal, serta kurangnya strategi promosi.

Permasalahan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi dan pengelolaan. Kondisi ini sejalan dengan temuan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa banyak destinasi wisata lokal memiliki potensi tinggi, namun belum mampu berkembang secara optimal akibat keterbatasan kapasitas pengelolaan (Firmansyah, 2021). Situasi ini menegaskan pentingnya intervensi dalam bentuk pendampingan strategis agar potensi yang ada dapat dimanfaatkan secara maksimal. Keterbatasan dalam aspek pengelolaan juga berkaitan dengan rendahnya kapasitas sumber daya manusia dalam mengelola destinasi secara profesional. Pengelolaan yang masih bersifat konvensional menjadi salah satu faktor yang menghambat optimalisasi potensi wisata. Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan kapasitas pengelola melalui pelatihan, pendampingan, serta pemanfaatan teknologi sebagai bagian dari strategi pengembangan wisata yang lebih adaptif dan berkelanjutan.

Pendampingan Analisis SWOT dalam Penyusunan Strategi Pengembangan Wisata

Analisis SWOT digunakan sebagai alat untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal destinasi wisata secara sistematis. Pendekatan ini memberikan kerangka analisis yang komprehensif dalam memahami posisi strategis suatu destinasi. Penggunaan SWOT dalam pengembangan pariwisata dinilai efektif karena mampu mengintegrasikan berbagai faktor yang mempengaruhi keberhasilan pengelolaan wisata (Phadermrod et al., 2019). Pendekatan SWOT dalam konteks pengembangan pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai alat identifikasi, tetapi juga sebagai dasar dalam perumusan strategi yang adaptif terhadap perubahan lingkungan. Analisis ini memungkinkan pengelola wisata untuk memahami hubungan antara faktor internal dan eksternal secara lebih mendalam, sehingga strategi yang dihasilkan bersifat lebih realistis dan implementatif.

Tabel 1. Matriks Analisis SWOT Pengembangan Wisata Kota Mojokerto

	IFAS	Strengths (S)	Weaknesses (W)
EFAS			
Opportunities (O)		1. Pengembangan wisata berbasis budaya dan sejarah 2. Optimalisasi promosi digital berbasis keunikan lokal 3. Pengembangan paket wisata terintegrasi	1. Peningkatan fasilitas dan sarana prasarana 2. Pelatihan pengelolaan wisata 3. Penguatan promosi digital
Threats (T)		1. Penguatan identitas destinasi 2. Peningkatan kualitas layanan untuk bersaing	1. Perbaikan manajemen destinasi 2. Kolaborasi antar pengelola wisata

Tabel 1 menunjukkan hasil analisis SWOT yang menggambarkan kondisi aktual destinasi wisata. Kekuatan utama terletak pada keberagaman potensi wisata dan nilai budaya yang dimiliki. Keunikan lokal menjadi faktor penting dalam menciptakan daya tarik destinasi yang berkelanjutan. Kelemahan yang teridentifikasi meliputi keterbatasan fasilitas, belum optimalnya pengelolaan, serta rendahnya kapasitas promosi. Kondisi ini menunjukkan bahwa aspek manajerial menjadi salah satu faktor kunci yang perlu diperbaiki dalam pengembangan wisata. Peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan antara lain perkembangan teknologi digital, meningkatnya tren wisata lokal, serta dukungan kebijakan pemerintah terhadap sektor pariwisata. Ancaman yang dihadapi meliputi persaingan antar destinasi serta perubahan preferensi wisatawan yang semakin dinamis.

Hasil analisis SWOT ini kemudian digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan wisata. Strategi yang dihasilkan tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga aplikatif karena disusun berdasarkan kondisi nyata di lapangan. Pendekatan ini sesuai dengan penelitian yang menyatakan bahwa analisis SWOT mampu meningkatkan kualitas pengambilan keputusan strategis dalam organisasi (Naufal et al., 2026). Pendalaman terhadap hasil matriks SWOT menunjukkan bahwa strategi yang paling dominan berada pada kuadran SO (*Strength-Opportunities*), yang menekankan pada pemanfaatan kekuatan untuk menangkap peluang yang ada. Kondisi ini mengindikasikan bahwa Kota Mojokerto memiliki modal dasar yang cukup kuat untuk dikembangkan, sehingga strategi yang bersifat agresif dan ekspansif dapat diterapkan. Posisi pada kuadran SO menunjukkan kondisi organisasi yang berada pada fase pertumbuhan, sehingga strategi yang diambil sebaiknya berorientasi pada pengembangan dan inovasi. Implementasi strategi SWOT dalam pengembangan wisata juga menuntut adanya sinergi antar pemangku kepentingan, termasuk pemerintah daerah, pengelola wisata, dan masyarakat. Kolaborasi ini menjadi penting karena pengembangan pariwisata bersifat multidimensi dan melibatkan berbagai sektor pendukung. Keberhasilan strategi pengembangan wisata sangat dipengaruhi oleh tingkat kolaborasi antar aktor dalam ekosistem pariwisata (Syam et al., 2025).

Pelatihan Promosi Wisata Berbasis Digital dan Penguatan Keberdayaan Mitra

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital merupakan salah satu peluang utama dalam pengembangan wisata kota. Transformasi digital dalam sektor pariwisata telah mengubah pola perilaku wisatawan, terutama dalam mencari informasi dan menentukan destinasi. Media digital menjadi sarana utama dalam membangun citra destinasi dan menarik minat wisatawan (Mariani et al., 2018). Strategi promosi digital menjadi relevan untuk diterapkan karena mampu meningkatkan visibilitas destinasi secara signifikan. Penggunaan media sosial, platform berbagi video, serta konten visual menjadi faktor penting dalam menarik perhatian wisatawan. Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan paradigma dalam pemasaran pariwisata, dari yang sebelumnya bersifat konvensional menjadi berbasis digital dan interaktif. Wisatawan saat ini cenderung mengandalkan ulasan, konten visual, serta rekomendasi yang tersedia di media digital sebelum memutuskan untuk berkunjung ke suatu destinasi. Kondisi ini menuntut pengelola wisata untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap kompetitif.

Konten visual yang menarik memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik destinasi, terutama pada era digital yang sangat mengandalkan informasi berbasis visual. Penguatan keberdayaan mitra tercermin dari meningkatnya pemahaman mengenai pentingnya promosi digital dalam pengelolaan wisata. Mitra diharapkan mampu mengelola konten promosi secara mandiri dan berkelanjutan. Kemampuan ini menjadi bagian penting dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata. Pendampingan dalam promosi digital juga memberikan dampak pada peningkatan kapasitas mitra dalam memanfaatkan teknologi secara produktif. Kemampuan dalam membuat konten, mengelola media sosial, serta memahami perilaku wisatawan digital menjadi keterampilan yang sangat dibutuhkan dalam pengembangan pariwisata modern. Pemanfaatan digital marketing dalam sektor pariwisata terbukti mampu meningkatkan minat kunjungan wisatawan serta memperluas jangkauan pasar. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran berbasis digital memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan dalam memilih destinasi (Hidayatullah et al., 2018).

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kota Mojokerto menghasilkan pemetaan potensi wisata, identifikasi permasalahan, serta perumusan strategi pengembangan wisata kota berbasis analisis SWOT. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa destinasi wisata di Kota Mojokerto memiliki potensi yang cukup besar, terutama pada aspek keberagaman jenis wisata dan nilai budaya yang dimiliki. Permasalahan utama yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi keterbatasan fasilitas, pengelolaan yang belum optimal, serta rendahnya pemanfaatan teknologi dalam promosi wisata. Kebaruan dari kegiatan ini terletak pada penerapan analisis SWOT secara terintegrasi sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan wisata kota yang aplikatif dan berbasis kondisi lokal. Pendekatan ini tidak hanya menghasilkan identifikasi faktor internal dan eksternal, tetapi juga menghasilkan alternatif strategi yang dapat langsung diimplementasikan oleh pengelola destinasi wisata. Manfaat kegiatan ini terlihat dari meningkatnya pemahaman mitra dalam mengidentifikasi potensi dan permasalahan, serta dalam menyusun strategi pengembangan wisata yang lebih terarah. Penguatan kapasitas mitra dalam memahami pentingnya promosi digital juga menjadi bagian penting dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata. Kontribusi teoritik dari kegiatan ini terletak pada penguatan penggunaan analisis SWOT dalam konteks pengembangan wisata kota berbasis pengabdian masyarakat, khususnya dalam mengintegrasikan aspek potensi lokal dan strategi promosi digital.

Saran untuk kegiatan pengabdian selanjutnya adalah perlunya pendampingan lanjutan yang lebih intensif, terutama dalam implementasi strategi yang telah dirumuskan. Kegiatan berikutnya dapat difokuskan pada penguatan kapasitas pengelola dalam pengelolaan digital marketing secara praktis serta pengembangan paket wisata berbasis kawasan. Selain itu, diperlukan kolaborasi yang lebih luas antara pemerintah, pengelola wisata, dan sektor swasta untuk mendukung pengembangan wisata kota yang berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Ali, M., & Listyorini, H. (2025). The Impact of Tourism Development on Sustainable Community Economic Improvement. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 8(3). <https://doi.org/10.31539/costing.v8i3.15113>
- Astika, A., Indriyani, L., Siwi, L. O., Bana, S., Fahidu, W. O. H., Tuwu, E. R., & Gandri, L. (2025). Development Strategy for Natural Tourism Attractions: A SWOT Analysis for Sustainable Growth. *Social, Ecology, Economy for Sustainable Development Goals Journal*, 2(2), 141–157. <https://doi.org/10.61511/seesdgj.v2i2.2025.1315>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. (2025). Statistik Pariwisata Jawa Timur 2025.
- Fatimah, S., & Mukarramah, S. K. (2023). Pendampingan Pengembangan Pemasaran Digital di Desa Wisata Rinding Allo. *Jurnal IPMAS*, 3(3), 165–173. <https://doi.org/10.54065/ipmas.3.3.2023.360>
- Firmansyah, A. (2021). Analisis Deskriptif Potensi Pariwisata di Desa Sekitar Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Likupang. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 5(2), 160-173. <https://doi.org/10.22146/jpt.55822>

- Fitriaty, F., Amin, S. ., Musnaini, M., Elliyaana, D. ., & Saputra, M. H. (2024). Sustainable Strategy toward Community Life Satisfaction in Heritage Tourism. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 18(2), 257–286. <https://doi.org/10.47608/jki.v18i22024.257-286>
- Hays, S., Page, S. J., & Buhalis, D. (2017). Social Media as a Destination Marketing Tool. *Tourism Management*, 58, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.014>
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2), 240–249. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2560>
- Kurniawan, R., Iriani, F., & Minrohayati. (2024). Dampak Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah Marginal di Indonesia. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(2), 345–356. <https://doi.org/10.62794/je3s.v5i2.3499>
- Mariani, M. M., Di Felice, M., & Mura, M. (2018). Facebook as a Destination Marketing Tool. *Tourism Management*, 64, 321–334. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.09.004>
- Maryani, P. D., & Zaenuri, M. . (2021). Dampak Pengembangan Desa wisata Wukirsari Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Lokal Tahun 2017-2018. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 5(2), 115-127. <https://doi.org/10.22146/jpt.58376>
- Mustari, N., Ratna, P. A. D., & Manuhutu, F. (2025). Pendekatan Berkelanjutan dalam Pelestarian Candi Tebing Tegallingga sebagai Warisan Cagar Budaya Bali . *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 4(1), 16–20. <https://doi.org/10.38035/jim.v4i1.815>
- Naufal, M. H., Pambudi, K., & Prabawa, I. B. G. S. (2026). Peran Analisis SWOT dalam Perumusan Strategi: Systematic Literature Review pada Studi Empiris Perusahaan dan Organisasi. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 3(1), 709-724.
- Nuurlaily, S., Widyastuty, A. A. S. A., & Tribhuwaneswari, A. B. (2020). Penguatan Promosi Desa Wisata Berbasis Kearifan di Desa Pujon Kabupaten Malang. *Jurnal Penamas Adi Buana*, 4(1), 5-12. <https://doi.org/10.36456/penamas.vol4.no1.a2426>
- Pasaribu, A. W., & Sinulingga, N. A. B. (2024). Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Desa Wisata Meat Kabupaten Toba Sumatera Utara. *Majalah Ilmiah Warta Dharmawangsa*, 18(1), 313-327. <https://doi.org/10.46576/wdw.v18i1.4304>
- Perwirasari, D. (2021). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Berbasis Industri Kreatif di Kota Mojokerto. *Jurnal Penataan Ruang*. <https://doi.org/10.12962/j2716179X.v15i2.7653>
- Phadermrod, B., Crowder, R., & Wills, G. (2019). Importance-Performance Analysis Based SWOT Analysis. *International Journal of Information Management*, 44, 194–203. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.007>
- Puspitasari, R., & Matfuqin, I. M. (2024). Improving Local Well-Being Through Tourism: A Study of the Economic Impact of Tourism in Malang City, Indonesia. *Journal of Rural Tourism*. <https://doi.org/10.70310/wb2ev845>

- Rangkuti, F. (2020). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rusata, T. (2019). Partisipasi Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Destinasi Wisata Berkelanjutan: Studi Kasus Situs Gunung Padang Cianjur. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 13(2), 79–96. <https://doi.org/10.47608/jki.v13i22019.79-96>
- Sari, D. R., Sukristyanto, A., & Kusbandrijo, B. (2023). Strategic Management to Increase Visitors of Mount Kayoe Putih, Mojokerto District. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2). <https://doi.org/10.33096/jmb.v11i2.826>
- Shofwan, M., Widyastuty, A. A. S. A., Rohmadiani, L. D., Suning, S., Rukmana, S. N., & Tribhuwaneswari, A. B. (2024). Pemberdayaan Masyarakat dalam Penyusunan Peta Persebaran Produk UMKM Desa Buncitan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (ABDIRA)*, 4(1), 46-53. <https://doi.org/10.31004/abdira.v4i1.378>
- Simatupang, P. (2023). Dampak Indikator Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Regional (Studi Panel Provinsi-Provinsi Indonesia). *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(1). <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.1050>
- Stylidis, D., Sit, J., & Biran, A. (2017). Residents' Place Image and Tourism Development. *Tourism Management*, 59, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.07.015>
- Sugita, I. W., Putu Purwita, N., & Nita Loktika, N. (2025). Strategi Pengembangan Wisata Terpadu Berbasis Budaya dan Lingkungan di Candi Tebing Tegallingsah, Gianyar, Bali. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 4(1), 21–30. <https://doi.org/10.38035/jim.v4i1.816>
- Sulistiyani, E. T., & Alfaretha, A. W. (2024). Potensi Wisata Desa Malaringgi ditinjau dari Objek Wisata Alam dan Strategi Pengembangannya Berbasis Analisis SWOT. *Jurnal Pengabdian Parikesit*, 2(2). <https://doi.org/10.22146/parikesit.v2i2.17428>
- Sutrisno, A. B., & Syukur, S. W. (2023). Pengembangan Desa Bantimutung Sebagai Desa Wisata Kreatif melalui Promosi Potensi Berbasis Media Sosial. *Jurnal IPMAS*, 3(2), 75–87. <https://doi.org/10.54065/ipmas.3.2.2023.303>
- Syam, G. R. H., Aditya, I., & Azijah, D. N. (2025). Analisis Jaringan pada Jejaring Aktor dalam Mengembangkan Potensi Wisata di Desa Banjarsari Kecamatan Pangalengan. *Jurnal Dinamika Pemerintahan*, 8(2), 368-385. <https://doi.org/10.36341/jdp.v8i02.6082>
- Widagdyo, K. G. (2017). Pemasaran, Daya Tarik Ekowisata, dan Minat Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Esensi Bisnis dan Manajemen*, 7(2), 261–276. <https://doi.org/10.15408/ess.v7i2.5411>