



## Analisis SWOT Pengembangan Fasilitas dan Aksesibilitas Pariwisata pada Objek Wisata Museum Kereta Api Ambarawa

Sri Rahayu<sup>1</sup>, Nunuk Supraptini<sup>2</sup>, Dian Anggraini<sup>3</sup>, Aditya Fulvian Mahatma<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman Guppi (UNDARIS), Indonesia

Korespondensi penulis: [sri56yayuk@gmail.com](mailto:sri56yayuk@gmail.com)

**Abstract.** Ambarawa Railway Museum is a historical tourist destination that has great potential in the tourism sector. This study aims to analyze the development of museum facilities and accessibility using the SWOT analysis method. The results showed that the museum has main strengths in the form of a unique collection of ancient trains, strategic location, and educational facilities. However, there are several weaknesses such as the limited capacity of the exhibition hall, the lack of cleanliness of public facilities, and inadequate access to public transportation. Development opportunities include increased digital promotion and cooperation with the private sector, while the main threats are competition with other attractions and limited funds. Strategic recommendations include improving facilities, increasing accessibility, and optimizing digital promotions to increase tourist attraction and satisfaction.

**Keywords:** Ambarawa Railway Museum, SWOT Analysis, Tourism Facilities, Accessibility, Tourism Development.

**Abstrak.** Museum Kereta Api Ambarawa merupakan destinasi wisata sejarah yang memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan fasilitas dan aksesibilitas museum menggunakan metode analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa museum memiliki kekuatan utama berupa koleksi kereta api kuno yang unik, lokasi strategis, serta fasilitas edukatif. Namun, terdapat beberapa kelemahan seperti keterbatasan kapasitas ruang pameran, kebersihan fasilitas umum yang kurang terjaga, serta akses transportasi umum yang belum memadai. Peluang pengembangan meliputi peningkatan promosi digital dan kerja sama dengan pihak swasta, sedangkan ancaman utama adalah persaingan dengan objek wisata lain dan keterbatasan dana. Rekomendasi strategi mencakup perbaikan fasilitas, peningkatan aksesibilitas, serta optimalisasi promosi digital guna meningkatkan daya tarik dan kepuasan wisatawan.

**Kata Kunci:** Museum Kereta Api Ambarawa, Analisis SWOT, Fasilitas Wisata, Aksesibilitas, Pengembangan Pariwisata.

### 1. PENDAHULUAN

Industri pariwisata akhir-akhir ini menjadi tujuan sebagian besar masyarakat Indonesia. Perjalanan menciptakan kenikmatan atas segala sesuatu yang dirasakan, seperti keindahan segala sesuatu yang diciptakan oleh alam atau manusia (Enden, 2021). Di Indonesia tersedia banyak sumber-sumber daya potensial yang jika diolah dengan optimal dapat menjadi peluang bisnis yang menguntungkan, salah satu bisnis yang memiliki peluang berkembang besar adalah pariwisata.

Sektor ini diharapkan dapat menjadi sumber utama pemasukan devisa negara, serta mampu menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan investasi (Nurul & Widya, 2022). Salah satu kabupaten yang cukup menonjol dari segi wisata menariknya adalah Kabupaten Semarang yang memiliki banyak tempat wisata menarik untuk dikunjungi saat liburan. Mulai dari

bangunan alam, tempat wisata religi, hingga bangunan bersejarah seperti Museum Kereta Api Ambarawa.

Museum Kereta Api Ambarawa yang terletak di Kecamatan Ambarawa, Jl. Stasiun No. 1 Ambarawa, sekitar 20 km dari Kabupaten Semarang ini dulunya adalah stasiun Kereta Api Willem I. Satu-satunya museum KA peninggalan Belanda di Indonesia yang memiliki koleksi kereta api kuno. Museum ini tidak hanya menawarkan pemandangan indah dan sejarah yang kaya, tetapi juga menjadi saksi bisu perkembangan perkeretaapian di Indonesia. Museum Kereta Api Ambarawa telah menjadi tujuan wisata populer dalam beberapa tahun terakhir. Karena museum terus menarik pengunjung dari wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal.

Dalam beberapa tahun terakhir, industri pariwisata mengalami pertumbuhan pesat, didorong oleh meningkatnya permintaan akan pengalaman unik dan berkesan. Museum Kereta Api Ambarawa berkomitmen untuk memuaskan pengunjung dengan memberikan fasilitas, aksesibilitas dan layanan terbaik kepada pengunjungnya sebagai salah satu wisata rekreasi. Dengan demikian, manajemen akan berusaha meningkatkan kualitas pelayanan dengan merekrut karyawan yang mempunyai *skill* dan kompetensi karena sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat penting dalam operasional suatu objek wisata dalam aspek Kepuasan Wisatawan.

Pengembangan fasilitas pada objek wisata sangat diperlukan karena fasilitas wisata merupakan sarana prasana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan (Nurwulandari et al., 2020). Fasilitas pariwisata terdiri dari ruang pameran, toilet, usaha rekreasi dan hiburan, mushola dan tempat parkir. Pengembangan pariwisata juga sangat berkaitan dengan aksesibilitas, dimana aksesibilitas merupakan sarana yang menghubungkan wisatawan dengan objek wisata baik berupa alat transportasi atau akses informasi dengan indikator, transportasi, kemudahan lokasi, kenyamanan dalam perjalanan, dan kondisi jalan.

Aksesibilitas merupakan salah satu aspek yang mendukung pengembangan lintas sektoral dan lintas wilayah yang saling terkait diantaranya sektor industri, perdagangan, pertanian, kebudayaan, sosial, politik, ekonomi, keamanan, serta lingkungan. Tanpa dihubungkan dengan jaringan transportasi tidak mungkin sesuatu objek wisata mendapatkan kunjungan wisatawan. Objek wisata merupakan akhir perjalanan wisata dan harus memenuhi syarat aksesibilitas, artinya objek wisata harus mudah dicapai dan dengan sendirinya mudah ditemukan (Suwantoro, 2004).

Meskipun aksesibilitas menuju Museum Kereta Api Ambarawa telah mengalami perbaikan, masih ada beberapa masalah yang perlu diperhatikan. Salah satu masalah utama adalah rute transportasi umum yang belum sepenuhnya memadai, terutama bagi wisatawan yang datang dari luar daerah. aksesibilitas bagi pengunjung dengan kebutuhan khusus atau mereka yang menggunakan kendaraan besar seperti bus. Meskipun jalan menuju museum cukup baik, pengunjung dengan kendaraan besar kadang kesulitan menemukan tempat parkir yang memadai dan aman di sekitar area museum.

Penelitian yang dilakukan oleh (Puspitasari & Umar, 2020) dengan judul “Analisis Pengaruh Aksesibilitas dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Wisata Taman Limo Kabupaten Bekasi” menunjukkan bahwa aksesibilitas yang mudah dan fasilitas yang lengkap berdampak positif pada kepuasan wisatawan di Taman Limo Bekasi. Fasilitas yang baik dan optimal akan membuat wisatawan merasa puas sedangkan fasilitas yang kurang optimal akan membuat wisatawan kurang puas karena selain tempat wisatanya fasilitas juga merupakan penunjang tempat pariwisata.

Kegiatan pariwisata tidak hanya didukung oleh potensi yang ada saja, tetapi didukung pula dengan ketersediaan aksesibilitas dan sarana prasarana pendukung yang baik. Aksesibilitas pada Museum Kereta Api Ambarawa belum optimal dan masih perlu dibenahi, selain itu juga perlu adanya fasilitas berupa sarana prasarana yang menunjang untuk memnuhi kebutuhan wisatawan selama berada di objek wisata tersebut. Untuk itu dalam pengembangan pariwisata diperlukan adanya pengembangan fasilitas dan aksesibilitas yang tepat dan optimal. Dalam hal ini diperlukanya kajian pengembangan fasilitas dan aksesibilitas pariwisata pada objek wisata Museum Kereta Api Ambarawa.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kajian Teoritis Pengertian Pariwisata**

Menurut Muljadi (2012), pariwisata muncul didalam masyarakat diperkirakan pada saat abad ke-18, lebih tepatnya pada saat setelah terjadinya revolusi industri di Inggris, pengistilaan tersebut awal mulanya dari adanya suatu kegiatan berwisata atau sebuah kegiatan berpindahnya kediaman secara sementara dari diluar kediaman sehari-harinya dengan adanya alasan tertentu selain kegiatan yang bisa menghasilkan upah. Pariwisata ini merupakan sebuah aktivitas pelayanan dimana aktivitas tersebut mampu menciptakan sebuah kenangan atau pengalaman perjalanan bagi wisatawannya.

Istilah pariwisata dalam bahasa Sansekerta terdiri dari beberapa komponen kata yakni: “pari” yang berarti penuh, lengkap, berkeliling; “wisman” yang berarti rumah, property, kampung, komunitas; dan “ata” berarti pergi terus menerus, mengembara (roaming about) yang bila dirangkai menjadi satu kata pariwisata yang berarti: pergi secara lengkap meninggalkan rumah (kampung) berkeliling terus menerus dan tidak bermaksud untuk menetap ditempat yang menjadi tujuan perjalanan (Pendit, 2002) Menurut Wahid (2015), pariwisata merupakan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun berkelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Sedangkan Sugiama (2013), menyatakan pariwisata merupakan rangkaian aktivitas dan penyediaan layanan baik untuk kebutuhan atraksi wisata, transportasi, akomodasi, dan layanan lain yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan perjalanan seseorang atau sekelompok orang, perjalanan yang dilakukan hanya untuk sementara waktu saja meninggalkan tempat tinggal dengan maksud beristirahat, berbisnis, atau untuk maksud lainnya.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan pariwisata merupakan sebuah perjalanan yang direncanakan untuk berkunjung dari satu tempat ke tempat lainnya yang bersifat sementara dengan tujuan untuk memperoleh hiburan dan kenangan yang dapat memberikan kepuasan bagi wisatawan.

### **Fasilitas Wisata**

Menurut Kotler dalam Safitri (2021:15) Fasilitas adalah semua hal secara sadar yang dipersiapkan oleh perusahaan dengan tujuan agar digunakan pelanggan untuk memberikan rasa kepuasan oleh konsumen yang tinggi. Menurut Kotler (2019:45) Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum layanan dapat diberikan kepada konsumen. Contoh fasilitas antara lain; kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior, dan tingkat kebersihan, terutama yang berkaitan erat dengan apa yang diinginkan, dialami, maupun diterima secara langsung oleh masyarakat.

Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata konsumen. Menurut Yuriansyah (2013:31) fasilitas yang sesuai dengan harapan konsumen akan menarik perhatian konsumen untuk datang dan membuat perusahaan dapat

memenangkan persaingan bisnis. Sedangkan menurut Tjiptono, (2016:16) fasilitas merupakan sumber fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada para konsumen.

### **Aksesibilitas**

Aksesibilitas merupakan ukuran kemudahan lokasi untuk dijangkau dari lokasi lainnya melalui sistem transportasi. Ukuran keterjangkauan atau aksesibilitas meliputi kemudahan waktu, biaya, dan usaha dalam melakukan perpindahan antar tempat-tempat atau kawasan wisata. kukan perjalanan. Menurut Tjiptono (2014), aksesibilitas adalah lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.

Dalam penelitian Kabu (2019) mengatakan “accessibilities of the tourist destination” yaitu semua yang dapat memberi kemudahan kepada wisatawan untuk datang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata. Menurut definisi diatas bahwa aksesibilitas dipersepsikan sebagai sebuah sarana kemudahan wisatwan mencapai tujuan.

### **Pengembangan Pariwisata**

Menurut Paturusi (2001) mendefinisikan bahwa pengembangan adalah suatu strategi yang digunakan untuk memajukan, memperbaiki dan meningkatkan kondisi suatu objek wisata dan daya tarik sehingga dapat dikunjungi oleh para wisatawan dan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar ataupun pemerintah. Dengan adanya pengembangan objek wisata tersebut, diharapkan taraf hidup masyarakat meningkat. Pengembangan suatu tempat wisata melalui penyediaan fasilitas infrastruktur hendaknya memperhatikan berbagai aspek seperti aspek budaya, sejarah dan ekonomi daerah objek wisata. Sedangkan menurut Yoeti (2008) pengembangan adalah usaha atau cara untuk memajukan serta mengembangkan sesuatu yang sudah ada.

1. Aspek pengembangan pariwisata menurut Santoso dalam (Farish, 2022) adalah sebagai berikut:
2. Atraksi wisata, yaitu merupakan daya tarik yang timbul dari keadaan alam (keindahan panorama, flora dan fauna, sifat khas perairan laut, danau, dan lain sebagainya), objek buatan manusia (museum, masjid kuno, dan lain sebagainya), ataupun unsur-unsur budaya (kesenian, adat istiadat, makanan dan lain sebagainya).
3. Transportasi merupakan sesuatu yang berpengaruh atas arus wisatawan dan juga perkembangan akomodasi.

4. Akomodasi, merupakan salah satu sarana untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan yang dilengkapi dengan pelayanan makan dan minum serta jasa lainnya.
5. Fasilitas pelayanan, yaitu penyediaan fasilitas dan pelayanan yang bervariasi sejalandengan perkembangan.
6. Infrastruktur, yaitu untuk mendukung jasa pelayanan dan fasilitas pendukung. Pembangunan infrastruktur secara tidak langsung juga memberi manfaat bagi masyarakat sekitar.

Menurut Yoeti (2008) pengembangan sebuah pariwisata sebaiknya memperhatikan prinsip dasar pengembangan. Idealnya pengembangan suatu pariwisata berlandaskan pada empat prinsip dasar yaitu:

1. Keberlangsungan ekologi, yaitu sebuah pengembangan pariwisata harus mampu menjamin adanya pemeliharaan dan proteksi sumber-sumber.
2. Keberlangsungan kehidupan dan budaya, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus mampu meningkatkan peran masyarakat dalam pengawasan tata kehidupan melalui nilai-nilai yang telah diciptakan dan dianut bersama sebagai identitas dan kemandirian.
3. Keberlangsungan ekonomi, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus menjamin adanya kesempatan bagi semua pihak untuk terlibat dalam kegiatan ekonomi melalui suatu kompetisi yang ketat.

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan cara mengidentifikasi dari berbagai aspek untuk mendapatkan strategi perusahaan yang didasarkan pada logika untuk dapat meningkatkan persentase kekuatan dan peluang sekaligus menurunkan persentase kelemahan dan ancaman (Kurmidianata & Suwasono, 2022). Menurut Rangkuti dalam (Windi, 2021), matriks analisis SWOT dapat digunakan untuk merumuskan pengembangan strategi, dengan melalui empat pilar strategi yaitu:

#### *1) Strengths-Opportunities*

Strategi *strengths-opportunities*, adalah strategi yang diterapkan organisasi untuk memaksimalkan kekuatan internal yang terdapat pada organisasi dan digunakan untuk merebut serta memanfaatkan peluang sebesar-besarnya agar organisasi terus berkembang.

#### *2) Weakness-Opportunities*

Strategi *weakness-opportunities* merupakan strategi yang diterapkan untuk meminimalkan kelemahan pada organisasi dengan cara memanfaatkan peluang yang ada.

### 3) *Strengths-Threats*

Strategi *strengths-threats* yaitu strategi yang dilakukan oleh organisasi dalam menghadapi dan mengatasi ancaman atau tantangan dari luar dengan memanfaatkan kekuatan internal organisasi.

### 4) *Weaknesses-Threats*

Strategi *weaknesses-threats* adalah strategi yang bersifat bertahan. Organisasi harus berupaya meminimalkan kelemahan yang dimiliki dan menghindari ancaman dari para pesaing.

## 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di wisata Museum Kereta Api Ambarawa, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengunjung wisata Museum Kereta Api Ambarawa dan masyarakat sekitar yang terdampak oleh pengembangan wisata tersebut. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik *Probability Sampling* yaitu *simple random sampling* dimana teknik penentuan sampel ini dilakukan secara acak tanpa memperlihatkan strata yang ada dalam populasi itu.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi lapangan, wawancara kepada narasumber dan dokumentasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Analisis SWOT yang digunakan adalah metode analisis deskriptif, Matrik SWOT dan analisis diagram SWOT.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Fasilitas Pada Objek Wisata Museum Kreta Api Ambarawa

Berdasarkan hasil wawancara dan obsevasi yang dilakukan oleh peneliti, peneliti menemukan bahwa dilokasi objek wisata terdapat beberapa fasilitas penunjang seperti loket karcis, tempat istirahat, tempat sampah, area parkir untuk kendaraan roda dua dan roda empat, kamar mandi dan kamar wc yang sekaligus digunakan sebagai tempat ganti pakaian, serta gedung pameran. Secara umum banyak fasilitas yang tidak dapat digunakan seperti ruang ganti yang tidak layak pakai dan rusak, toilet yang tidak terjaga kebersihannya, serta kurangnya tempat sampah. Kapasitas fasilitas yang terbatas pada hari libur atau musim liburan, ruang pameran sering kali terlalu penuh, sehingga pengunjung merasa kurang nyaman untuk menikmati koleksi yang dipamerkan. Selain itu, meskipun simulator kereta api menjadi salah

satu daya tarik utama, sering terjadi antrean panjang karena jumlah simulator yang tersedia belum mencukupi untuk menampung minat pengunjung yang tinggi. Hal ini menyebabkan sebagian wisatawan tidak sempat mencoba fasilitas tersebut, yang dapat menurunkan tingkat kepuasan mereka. Fasilitas seperti perpustakaan dan ruang edukasi juga masih kurang dimanfaatkan secara optimal. Beberapa pengunjung merasa bahwa informasi mengenai aktivitas di ruang edukasi tidak tersampaikan dengan baik, sehingga potensi kegiatan edukatif yang dapat menarik lebih banyak wisatawan belum sepenuhnya tergarap.

### **Aksesibilitas Pada Objek Wisata Museum Kereta Api Ambarawa**

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti pada objek wisata menunjukkan bahwa akses jalan menuju lokasi objek wisata sudah cukup baik karena jalan tersebut sudah diaspal dan cukup lebar sehingga bisa dilewati kendaraan roda dua dan roda empat serta adanya rambu-rambu penunjuk arah yang cukup memadai selain itu lokasi objek wisata juga berada dekat jalan raya. Sedangkan untuk transportasi umum menuju objek wisata sangat jarang ditemui, sehingga banyak wisatawan harus menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan yang disewakan. Sedangkan untuk akses informasi menuju dan mengenai objek wisata bisa diakses melalui internet dan media sosial.

## **Analisis SWOT dalam menentukan Upaya Pengembangan Pada Objek Wisata Museum Kereta Api Ambarawa**

### **Analisis Lingkungan Internal**

#### **1. Strength (kekuatan)**

Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti, kekuatan yang dimiliki oleh objek wisata Museum Kereta Api Ambarawa antara lain:

- a) Museum memiliki koleksi kereta api kuno yang unik dan menjadi pusat edukasi sejarah perkeretaapian di Indonesia.
- b) Terletak di daerah wisata yang mudah dijangkau oleh wisatawan domestik maupun mancanegara.
- c) Terdapat ruang pameran, simulator kereta api, perpustakaan, dan ruang edukasi yang menambah nilai pengalaman wisata.
- d) Akses informasi dan jaringan internet yang baik sehingga memudahkan wisatawan untuk berkunjung dan mengetahui tentang objek wisata.

- e) Lokasi wisata yang mudah dijangkau karena akses jalan yang baik sehingga bisa dilalui kendaraan roda dua dan roda empat, serta jarak objek wisata yang dekat dengan jalan raya.

## 2. Weakness (kelemahan)

Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti, kelemahan yang dimiliki oleh objek wisata Museum Kereta Api Ambarawa antara lain:

- a) Pada musim liburan, ruang pameran dan simulator sering mengalami kepadatan yang mengurangi kenyamanan wisatawan.
- b) Perpustakaan dan ruang edukasi kurang dimanfaatkan secara optimal karena informasi tentang kegiatan edukatif tidak tersampaikan dengan baik.
- c) Beberapa fasilitas umum seperti toile dan tempat istirahat terkadang kurang terjaga kebersihannya saat museum ramai pengunjung.
- d) Kurangnya lahan parkir dan Keterbatasan biaya untuk pengembangan sarana dan prasarana pada objek wisata Museum Kereta Api Ambarawa.
- e) Kurangnya sumber daya manusia dalam pengembangan objek wisata Museum Kereta Api Ambarawa.

## **Analisis Lingkungan Eksternal**

### 1. *Opportunity* (peluang)

Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti, peluang yang dimiliki oleh objek wisata Museum Kereta Api Ambarawa antara lain:

- a) Lokasi objek wisata yang dekat dengan jalan raya dan pasar raya.
- b) Tingginya kunjungan wisatawan dari dalam dan luar negeri untuk mengunjungi objek Museum Kereta Api Ambarawa.
- c) Adanya objek wisata Museum Kereta Api Ambarawa membantu masyarakat untuk membuka lapangan pekerjaan.
- d) Promosi melalui media sosial sosial/online sangat mudah dilakukan karena terdapat jaringan internet.
- e) Letak objek wisata yang strategis memudahkan pengunjung untuk menemukan dan mengunjungi objek wisata.

### 2. *Threat* (ancaman)

Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti, ancaman yang dimiliki oleh objek wisata Museum Kereta Api Ambarawa antara lain:

- a) Berkembangnya objek wisata lain yang meningkatkan persaingan.
- b) Persaingan dengan objek sejarah lain yang dikelola pihak swasta.
- c) Media yang digunakan untuk sistem promosi belum maksimal.
- d) Terhambatnya peningkatan fasilitas dan layanan karena kurangnya pendanaan yang cukup.

**Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) Objek Wisata Museum Kereta Api Ambarawa**

Setelah faktor lingkungan internal pada objek wisata Museum Kereta Api Ambarawa diidentifikasi, suatu tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor lingkungan internal tersebut dalam kerangka *strenght* dan *weakness*.

**Tabel 1. Matriks IFAS Objek Wisata Museum Kereta Api Ambarawa**

NO.	FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR
<b>Kekuatan (Strength)</b>				
1	Museum memiliki koleksi kereta api kuno yang unik dan menjadi pusat edukasi sejarah perkeretaapian di Indonesia.	0,14	4	0,56
2	Terletak di daerah wisata yang mudah dijangkau oleh wisatawan domestik maupun mancanegara.	0,08	3	0,24
3	Terdapat ruang pameran, simulator kereta api, perpustakaan, dan ruang edukasi yang menambah nilai pengalaman wisata.	0,12	4	0,48
4	Akses informasi dan jaringan internet yang baik sehingga memudahkan wisatawan untuk berkunjung dan mengetahui tentang objek wisata.	0,10	3	0,30
5	Lokasi wisata yang mudah dijangkau karena akses jalan yang baik sehingga bisa dilalui kendaraan roda dua dan roda empat, serta jarak objek wisata yang dekat dengan jalan raya.	0,08	3	0,24
<b>TOTAL</b>		<b>0,52</b>		<b>1,82</b>

<b>Kelemahan (weakness)</b>				
1	Pada musim liburan, ruang pameran dan simulator sering mengalami kepadatan yang mengurangi kenyamanan wisatawan.	0,12	3	0,36
2	Perpustakaan dan ruang edukasi kurang dimanfaatkan secara optimal karena informasi tentang kegiatan edukatif tidak tersampaikan dengan baik.	0,06	2	0,12
3	Beberapa fasilitas umum seperti toile dan tempat istirahat terkadang kurang terjaga kebersihannya saat museum ramai pengunjung.	0,10	3	0,30

4	Kurangnya lahan parkir dan Keterbatasan biaya untuk pengembangan sarana dan prasarana pada objek wisata Museum Kereta Api Ambarawa.	0,10	3	0,30
5	Kurangnya sumber daya manusia dalam pengembangan objek wisata Museum Kereta Api Ambarawa.	0,10	3	0,30
<b>TOTAL</b>		<b>0,48</b>		<b>1,38</b>
<b>TOTAL KEKUATAN DAN KELEMAHAN</b>		<b>1,00</b>		<b>3,2</b>

Sumber: data diolah peneliti 2025

### **Matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*) Objek Wisata Museum Kereta Api Ambarawa**

Dari hasil analisis faktor eksternal dapat diketahui nilai peluang (*opportunity*) sebesar 2,27 dan dilai ancaman (*threats*) sebesar 1,2 sehingga selisih antara nilai peluang dan ancaman sebesar 1,07.

**Tabel 2. Matriks EFAS Objek Wisata Museum Kereta Api Ambarawa**

NO	FAKTOR EKSTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR
<b>Peluang (opportunity)</b>				
1	Lokasi objek wisata yang dekat dengan jalan raya dan pasar raya.	0,14	4	0,56
2	Tingginya kunjungan wisatawan dari dalam dan luar negeri untuk mengunjungi objek Museum Kereta Api Ambarawa.	0,13	4	0,52
3	Adanya objek wisata Museum Kereta Api Ambarawa membantu masyarakat untuk membuka lapangan pekerjaan.	0,10	3	0,30
4	Promosi melalui media sosial sosial/online sangat mudah dilakukan karena terdapat jaringan internet.	0,11	3	0,33
5	Letak objek wisata yang strategis memudahkan pengunjung untuk menemukan dan mengunjungi objek wisata.	0,14	4	0,56
<b>TOTAL</b>		<b>0,62</b>		<b>2,27</b>

<b>Ancaman (threats)</b>				
1	Berkembangnya objek wisata lain yang meningkatkan persaingan.	0,08	4	0,36
2	Persaingan dengan objek sejarah lain yang dikelola pihak swasta.	0,08	3	0,12
3	Media yang digunakan untuk sistem promosi belum maksimal.	0,12	4	0,30
4	Terhambatnya peningkatan fasilitas dan layanan karena kurangnya pendanaan yang cukup.	0,10	3	0,30
<b>TOTAL</b>		<b>0,38</b>		<b>1,2</b>
<b>TOTAL KEKUATAN DAN KELEMAHAN</b>		<b>1,00</b>		<b>3,47</b>

Sumber: data diolah peneliti 2025

## **Alternatif Strategi dalam Pengembangan Objek Wisata Museum Kereta Api Ambarawa**

Dari hasil analisis SWOT diatas menghasilkan beberapa kemungkinan strategi alternatif, yaitu:

### *1. Strategy strength opportunity (SO)*

- a) Mengoptimalkan potensi sejarah museum dengan mengadakan tur edukatif, workshop, dan program interaktif berbasis sejarah perkeretaapian untuk menarik wisatawan pelajar dan keluarga.
- b) Menggunakan media sosial, website interaktif untuk meningkatkan daya tarik museum di era digital.
- c) Memperluas ruang pameran, menambah jumlah simulator, dan memperbaiki area istirahat.
- d) Memanfaatkan potensi objek wisata yang dimiliki untuk pembangunan dan pengembangan objek wisata serta bekerja sama dengan masyarakat sekitar objek wisata untuk membuka lapangan pekerjaan sehingga terdapat keuntungan antara kedua belah pihak.
- e) Memanfaatkan akses informasi dan jaringan internet untuk melakukan promosi guna menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

### *2. Strategy strength threats (ST)*

- a) Memanfaatkan semua potensi yang terdapat pada objek wisata untuk bersaing dengan objek wisata lain.
- b) Penggunaan media sosial seperti facebook, instagram, tik tok, twitter dan media sosial lainnya sebagai sarana memperkenalkan objek wisata Museum Kereta Api Ambarawa.
- c) Mengadakan event tahunan seperti festival sejarah perkeretaapian untuk menarik lebih banyak pengunjung.

### *3. Strategy weakness opportunity (WO)*

- a.) Keterbatasan anggaran untuk biaya pengembangan sarana dan prasarana objek wisata dapat diatasi dengan menjalin kerja sama dengan pihak ketiga atau investor, guna membangun sarana dan prasarana yang lebih baik
- b.) Meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia dengan menambahkan jumlah pekerja serta memberikan pelatihan terkait kepariwisataan untuk meningkatkan kualitas.
- c.) Mengembangkan sistem kebersihan berbasis teknologi (misalnya, sensor kebersihan di toilet atau tempat sampah pintar) untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan.

d.) Mengatasi kepadatan saat musim liburan dengan sistem reservasi online atau pembagian jadwal kunjungan berbasis slot waktu.

4. *Strategy weakness threats (WT)*

- a) Mengurangi keterbatasan fasilitas dan aksesibilitas yang ada dengan cara membangun fasilitas yang belum ada pada objek wisata dan melakukan perbaikan pada fasilitas dan aksesibilitas pada objek wisata.
- b) Memberi arahan tentang manfaat objek wisata pada masyarakat sekitar.

### **Pembahasan Hasil Penelitian**

1. Hasil wawancara dan survei yang dilakukan terhadap fasilitas dan aksesibilitas pada objek wisata, didapatkan hasil sebagai berikut:

a) Fasilitas

Fasilitas yang tersedia pada objek wisata Museum Kereta Api Ambarawa sudah cukup baik, terutama dari segi sejarah seperti adanya pameran dan simulator kereta api yang menjadi daya tarik utama. Namun masih terdapat beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki, seperti kapasitas fasilitas yang terbatas saat kunjungan ramai. Selain itu kebersihan fasilitas umum seperti toilet dan area istirahat masih menjadi perhatian, terutama pada hari-hari dengan jumlah kunjungan yang tinggi. Informasi yang diberikan mengenai aktivitas edukatif di museum masih kurang maksimal dan kurang jelas sehingga belum banyak wisatawan yang mengetahui program-program yang tersedia.

b) Aksesibilitas

Aksesibilitas menunjukkan bahwa lokasi Museum Kereta Api Ambarawa cukup strategis dan dapat diakses dengan kendaraan pribadi maupun transportasi umum. Namun beberapa wisatawan terutama wisatawan yang dari luar kota merasa bahwa rute transportasi umum menuju museum masih kurang memadai. Minimnya petunjuk arah yang jelas di beberapa titik juga menjadi kendala bagi wisatawan yang baru pertama kali berkunjung. Secara keseluruhan, meskipun aksesibilitas ke museum sudah cukup baik, masih diperlukan pengembangan dalam penyediaan transportasi umum yang langsung dan perbaikan sistem informasi petunjuk arah untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan.

2. Dalam menganalisis strategi pengembangan objek wisata Museum Kereta Api Ambarawa menggunakan analisis SWOT menghasilkan strategi memanfaatkan seoptimal mungkin kekuatan dan peluang yang dimiliki. Strategi yang mendesak untuk dilakukan dalam rangka

pengembangan objek wisata Museum Kereta Api Ambarawa adalah mendukung kebijakan yang agresif (*grow oriented strategy*). Oleh karena itu ditetapkan strategi sebagai upaya pengembangan pariwisata sebagai berikut:

- a) Mengadakan program edukatif secara rutin dan meningkatkan sosialisasi mengenai aktivitas di ruang edukasi.
- b) Melakukan pengembangan fasilitas yang ada pada objek wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan membuat wisatawan merasa nyaman berada di objek wisata.
- c) Memanfaatkan potensi objek wisata yang dimiliki untuk pembangunan dan pengembangan objek wisata serta bekerja sama dengan masyarakat sekitar objek wisata untuk membuka lapangan pekerjaan sehingga terdapat keuntungan antara kedua belah pihak.
- d) Memanfaatkan akses informasi dan jaringan internet untuk melakukan promosi guna menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

## **5. SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Museum Kereta Api Ambarawa memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata sejarah yang menarik, terutama karena koleksi kereta api kuno dan nilai edukatifnya. Namun, terdapat beberapa tantangan dalam pengelolaan fasilitas dan aksesibilitas:

1. Kekuatan Internal: Museum memiliki koleksi unik, lokasi strategis, serta fasilitas seperti ruang pameran dan simulator kereta api yang menarik bagi pengunjung.
2. Kelemahan Internal: Beberapa fasilitas masih kurang optimal, seperti kebersihan toilet, keterbatasan kapasitas saat kunjungan ramai, serta kurangnya pemanfaatan ruang edukasi dan perpustakaan.
3. Peluang Eksternal: Meningkatnya minat wisatawan, lokasi yang mudah diakses, serta dukungan teknologi dan media sosial untuk promosi.
4. Ancaman Eksternal: Di sisi lain, beberapa ancaman eksternal yang harus diwaspadai meliputi Persaingan dengan objek wisata lain, keterbatasan dana pengembangan, serta kurangnya promosi yang maksimal.

Strategi pengembangan yang disarankan adalah meningkatkan fasilitas, memperbaiki aksesibilitas, memperluas promosi digital, serta menjalin kerja sama dengan pihak swasta untuk mendukung pengembangan museum secara berkelanjutan.

## Saran

1. Koleksi kereta yang unik serta mengandung sejarah hendahnya dilestarikan dan menjalin kerja sama dengan dinas pendidikan dan kebudayaan untuk menjadi tempat kunjungan wisata yang bersejarah yang dapat menumbuhkan nilai patriotisme bagi generasi penerus bangsa
2. Masyarakat dilibatkan dalam mengambil keputusan terkait pengelolaan obyek wisata
3. Membentuk kelompok sadar wisata yang aktif dan dapat berkolaborasi dengan pemerintah dalam merancang program wisata yang berkelanjutan
4. Melakukan pelatihan kewirausahaan berpasasi potensi local
5. Dukungan terhadap UMKM lokal untuk dapat di jual kepada para wisatawan

## DAFTAR PUSTAKA

- Chaulagain, S., Wiitala, J., & Fu, X. (2019). The impact of country image and destination image on U.S. tourist's travel intention. *Journal of Destination Marketing & Management*, 12, 1–11.
- Dyan Triana Putra, & Mistriani, N. (2023). Review of Celosia Flower Park: Tourist perspective. *International Conference on Digital Advance Tourism, Management and Technology*, 1(2), 10–18. <https://doi.org/10.56910/ictmt.v1i2.16>
- Enden, T. (2021). Masa depan industri pariwisata Kota Palangkaraya. *Jurnal Penelitian UPR: Kaharati*, 1(1), 9–16.
- Jerubun, E., & Nugraha, R. N. (2024). Peningkatan kualitas fasilitas wisata di Schmutzer Ragunan sebagai upaya untuk meningkatkan kepuasan pengunjung. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(5), 262–296.
- Karina, L., Queen, S., Sucihatningsih, D. W. P., & Wahyudin, A. (2022). The effect of community perception of the existence of tourism object Celosia Park on job and business opportunities with self-efficacy as the moderating variable. *Journal of Economic Education*, 11(1), 22–28.
- Konsep niat berkunjung kembali berdasarkan citra destinasi, pengalaman wisatawan dan kualitas pelayanan. (2024). CV Intelektual Manifes Media.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen pemasaran di Indonesia: Analisis, perencanaan*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Manajemen pemasaran* (Jilid 1). Erlangga.
- Lia, R. S., Satmoko, S., & Prayoga, K. (2021). Socio-economic impact of agropolitan area development among chrysanthemum farmers. *Journal of Economic Studies*, 15(3), 506–517.
- Mahmud, A., Razak, S. R., & Prihatin, E. (2021). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan wisatawan Pantai Bira di Kabupaten Bulukumba. *Center of Economic Students Journal*, 4(3), 225–236.

- Massie, P., Massie, J., Roring, F., & Massie, C. (2022). Pengaruh digital marketing dan electronic word of mouth (e-WOM) terhadap keputusan berkunjung pada Rumah Alam Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 15–24. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43646>
- Natalia, C. Y., Karini, N. M. O., & Mahadewi, N. P. E. (2020). Pengaruh aksesibilitas dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan ke Broken Beach dan Angel's Billabong. *Jurnal IPTA*, 8(1).
- Ningrum, S., Monoarfa, M. A. S., & Juanna, A. (2023). Pengaruh digital marketing dan daya tarik wisata terhadap minat jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia dan wisatawan nusantara di Provinsi Gorontalo tahun 2018–2021. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 225–241.
- Nurul Widya, N. W. (2022). *Pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan bagian kantor PT. Sentosa Sakti Motor Jambi* (Skripsi, Universitas Batanghari).
- Nurwulandari, A., & Darwin, M. (2020). Heywood case data statistics: Using the model respecification technique. *NUCLEUS*, 1(2), 74–84. <https://doi.org/10.37010/nuc.v1i2.173>
- Pajak, P., & Pribadi, O. (2023). *Asia-Pacific Journal of Public Policy*, 01(2), 1–10.
- Puspitasari, S. C., & Umar, E. I. K. (2024). Analisis pengaruh aksesibilitas dan fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Taman Limo Kabupaten Bekasi (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Putra, K. R. A., Landra, N., & Puspitawati, N. M. D. (2022). Pengaruh motivasi kerja dan pengalaman kerja terhadap produktivitas kerja karyawan pada LPD se-Kecamatan Tabanan. *Jurnal EMAS*, 3(9), 126–134.
- Romadlon, A., Marlien, R. A., & Widyasari, S. (2020). Pengaruh digital marketing, kepercayaan dan kualitas produk terhadap niat beli (Studi pada akun Instagram Kawaii Coklat). *Proceeding Sendiu, 2016*, 978–979.
- Safitri, L. N., Mukaromah, S. M., & Habib, M. A. (2021). Analisis potensi obyek wisata pantai dengan konsep halal beach tourism di Kota Denpasar. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 167–180.
- Sangkaeng, S., Mananeke, L., & Oroh, S. G. (2015). Pengaruh citra, promosi dan kualitas pelayanan objek wisata terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).
- Setiyowati, A., Purnomo, H., & Kurriwati, N. (2024). Pengaruh kualitas layanan dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan di destinasi wisata Gua Jeruk, Desa Kebonagung, Kabupaten Sumenep. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(2), 7853–7863.
- Suwantoro, G., & Sarin, R. K. (2004). *Dasar-dasar pariwisata*. Kencana.

- Syakhiya, N. (2020). Pengaruh rasio aktivitas terhadap kinerja keuangan pada perusahaan food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 1(2).
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yanti, D. (2020). Pengaruh digital marketing terhadap peningkatan kunjungan wisata di Danau Toba. *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 11(1), 16–26. <https://doi.org/10.31294/khi.v11i1.7607>
- Yoeti, O. A. (2023). *Tours and travel marketing*. Pradnya Paramita.