



## Strategi Pengembangan Wisata Menara Kudus Berbasis Kearifan Lokal Sebagai Upaya Pemulihan Ekonomi Masyarakat

Nanang Dwi Praatmana\*)<sup>1</sup>  
Muhammad Arsyad<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Muria Kudus

<sup>2</sup>IAIN Kudus

---

**Keywords:**

Menara Kudus;  
Covid-19  
Pandemic;  
Economic  
Recovery; Local  
Wisdom

---

**Abstract**

The existence of tourist objects as one of the pillars of the community's economy during the pandemic is decreasing. Along with the increasing number of Covid cases in Indonesia, several tourist attractions were closed due to the PPKM. The research aims to formulate alternative strategies that can be implemented in the development of the Menara Kudus tourist attraction during the pandemic. This is descriptive research with primary data sources consisting of observations and questionnaires. Technical sampling was chosen non probability sampling, because Menara Kudus is one of the popular tourist attractions in Kudus and offers a tourism concept that combines religion and culture. The analytical method used is SWOT. The results show that the position of the Menara Kudus tourist attraction is in quadrant I, meaning that the Menara Kudus tourist attraction is in strong internal and external conditions. An alternative strategy that can be applied is to highlight local wisdom in the form of cultural celebrations whose implementation is carried out by implementing health protocols as the main tourist attraction, with the hope that the community's economy can bounce back after going through the pandemic.

---

### Abstrak

---

#### Kata kunci:

*Menara Kudus;  
Pandemi Covid-19;  
Pemulihan  
Ekonomi, Kearifan  
Lokal*

---

Eksistensi objek wisata sebagai salah satu penopang perekonomian masyarakat di masa pandemi kian menurun. Seiring bertambahnya kasus Covid di Indonesia sejumlah objek wisata ditutup karena adanya PPKM. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi alternatif yang dapat diimplementasikan pada pengembangan objek wisata Menara Kudus di masa pandemi. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif dengan sumber data primer yang terdiri dari hasil observasi dan kuesioner. Pemilihan sampel dilakukan secara *non-probability sampling* karena Menara Kudus merupakan salah satu objek wisata populer di Kudus dan menawarkan konsep wisata perpaduan religi dan kebudayaan. Metode analisis yang digunakan adalah SWOT. Hasil penelitian menunjukkan posisi objek wisata Menara Kudus berada pada kuadran I, artinya objek wisata Menara Kudus berada pada kondisi internal dan eksternal yang kuat. Alternatif strategi yang dapat diterapkan yaitu menonjolkan kearifan lokal dalam bentuk perayaan kebudayaan yang pelaksanaannya dilakukan dengan menerapkan protokol kesehatan sebagai daya tarik utama wisatawan. Harapannya, perekonomian masyarakat dapat kembali bangkit setelah melalui pandemi.

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan oleh sekelompok orang atau individu, berkunjung pada kawasan tertentu dengan tujuan rekreasi, pengembangan langsung, atau untuk menyelidiki hal unik daya tarik wisata pada jangka waktu tertentu (Djakfar, 2017). Pandemi Covid-19 telah mengubah pola perilaku wisatawan dalam berkunjung ke objek wisata.

Industri pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia sedang mengalami ancaman karena adanya Pandemi Covid-19. Mulai Februari tahun 2020 jumlah wisatawan asing yang datang ke Indonesia mengalami penurunan cukup signifikan, puncaknya terjadi pada Bulan April tahun 2020 dengan jumlah total pengunjung objek wisata sebanyak 158.000. Selama tahun 2020 jumlah pengunjung objek wisata asing yang datang ke Indonesia hanya sekitar 4.052 juta orang. Bisa

dikatakan, jumlah tersebut sangat memprihatinkan, jika dibandingkan dengan jumlah wisatawan tahun 2019, angka tersebut hanya sekitar 25%. Kondisi tersebut berpengaruh terhadap pendapatan negara di sektor pariwisata. Indonesia mengalami penurunan pendapatan pada bidang industri pariwisata akibat adanya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan adanya kebijakan penutupan akses keluar-masuk Indonesia, sebesar Rp20,7 miliar (Kemeparekraf, 2021).

Pariwisata di kabupaten Kudus juga mengalami imbas dari Pandemi Covid-19. Objek pariwisata mengalami penurunan pengunjung, salah satunya terjadi pada objek wisata Menara Kudus. Objek Wisata Menara Kudus yang terkenal akan daya tarik menaranya yang memiliki toleransi serta makam Sunan Kudus Raden Ja'far Sodik yang juga ramai dikunjungi oleh peziarah dari berbagai wilayah. Pada tahun 2019 jumlah pengunjung objek wisata Menara Kudus sebanyak 782.609 pengunjung, dengan rincian 782.464 adalah wisatawan lokal dan 145 wisatawan mancanegara (Kasdi et al., 2021). Pada tahun 2020 total pengunjung objek wisata Menara Kudus sebanyak 182.815 pengunjung (Dinas Kepemudaan, Olahraga, 2020). Artinya selama pandemi Covid-19 jumlah pengunjung Menara Kudus mengalami penurunan yang drastis, tentunya hal ini sangat berpengaruh terhadap perekonomian warga di sekitar objek wisata, yang menggantungkan hidupnya berjualan di sekitar Menara Kudus. Pandemi Covid-19 telah memukul industri pariwisata dalam negeri. Sektor ini bisa dikategorikan terdampak di awal, baik dari faktor global maupun lokal (Tarigan et al., 2020). Dengan kondisi seperti ini, pemulihan sektor pariwisata dirasa penting sebagai salah satu cara untuk membangkitkan kembali perekonomian masyarakat.

Terdapat beberapa penelitian yang membahas tentang pemulihan sektor pariwisata di masa *new normal*. Beberapa metode atau pendekatan telah dilakukan salah satunya adalah dengan memanfaatkan teknologi komunikasi (Subejo et al., 2021). Dalam penelitian lain, upaya yang dilakukan untuk membangkitkan kembali

pariwisata adalah dengan menerapkan standart kesehatan dan keamanan yang lebih tinggi (Paramita, 2020) didukung oleh penelitian dari Puziah et al. (2021) bahwa pemenuhan sarana prasarana yang sesuai dengan protokol penting dilakukan untuk pengaktifan kembali objek wisata. Terdapat perbedaan metode yang digunakan untuk pengembangan pariwisata agar mampu bangkit di masa *new normal* berdasarkan masing-masing wilayah. Setiap daerah memiliki cara tersendiri yang disesuaikan berdasarkan dengan kekuatan dan potensi yang dimiliki. Sedangkan kearifan lokal menjadi suatu ciri khas pada masing-masing daerah yang berpotensi untuk mengembangkan suatu daerah (Sugiyarto & Amaruli, 2018). Pada penelitian ini, pelaksanaan *event* budaya kearifan lokal yang ada di Kabupaten Kudus menjadi kunci daya tarik utama dan dianggap kebaharuan pada penelitian pengembangan objek wisata di masa pandemi.

Kearifan lokal yang berada di Kudus dapat tercermin melalui kegiatan perayaan kebudayaan, tradisi dan bangunan peninggalan yang masih ada. Tradisi kebudayaan yang sampai saat ini masih dijalankan adalah tradisi Kirab Sewu Kupat, Sedekah Bumi, tradisi Buka Luwur, tradisi Dhandangan, dan Pertunjukan Wayang Klithik. Tradisi budaya yang masih dilaksanakan sampai sekarang merupakan perwujudan ungkapan rasa syukur terhadap berkah yang telah diberikan oleh Tuhan bagi warga Kabupaten Kudus. Bangunan religi dan bangunan peninggalan di Kabupaten Kudus yang masih ada, sekarang menjadi destinasi objek wisata religi yang dilengkapi dengan tradisi budaya yang dilakukan oleh warga pada waktu tertentu. Bangunan tersebut antara lain: makam Mbah Telingsing, makam Pangeran Puger, makam Syeh Sadzali. Bangunan peninggalan tempat ibadah sampai saat ini yang masih difungsikan antara lain Masjid Ngaguk Wali, Klenteng Hok Ling Bio, Mushola Darut Taqwa, dan Masjid Wali Desa Jepang. Terdapat pula bangunan Langgar Bubrah yang sekarang dilindungi sebagai cagar budaya dan tidak lagi berfungsi sebagai tempat beribadah (Sugiyarto & Amaruli, 2018b).

Di tengah kepanikan kondisi pandemi yang belum kunjung membaik, kebutuhan rasa rileks dan nyaman melalui wisata sangat diperlukan (Fanaqi et al., 2020), dengan potensi kearifan lokal yang dimiliki oleh Kabupaten Kudus, pengembangan berkelanjutan dan strategi promosi yang tepat berbasis kearifan lokal Kabupaten Kudus sangat diperlukan untuk mengembalikan semangat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Menara Kudus selama era *new normal* dengan tetap mematuhi protokol kesehatan untuk mengurangi penyebaran Covid-19. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelebihan, kekurangan, peluang dan ancaman supaya mampu merumuskan strategi yang tepat agar pengunjung dapat kembali berwisata di Menara Kudus pada masa *new normal*. Dengan harapan, ketika jumlah pengunjung mulai meningkat perlahan ekonomi warga di sekitar objek wisata Menara Kudus dapat membaik.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Peneliti berusaha menangkap objek peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian, kemudian menggambarkan sebagaimana adanya (Soendari, 2012). Kearifan lokal yang merupakan kawasan objek wisata di Kabupaten Kudus sebagai solusi untuk pengembangan objek wisata di era *new normal*. Jenis data penelitian adalah data primer dan instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner dan observasi lapangan. Observasi lapangan dilakukan untuk menentukan indikator SWOT, sedangkan kuesioner digunakan untuk menghitung skor pada tabel *IFAS* dan *EFAS*.

Penentuan sampel pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dimana responden yang dijadikan sampel penelitian adalah wisatawan yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Menara Kudus, dengan jumlah sampel 188. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT, yaitu identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi dilihat dari kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) (Nisak, 2013).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kabupaten Kudus merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Tengah, terletak di antara empat kabupaten yaitu, bagian timur berbatasan dengan Kabupaten Pati, bagian utara berbatasan dengan Kabupaten Pati dan Kabupaten Jepara, dan bagian barat berbatasan dengan Kabupaten Jepara dan Kabupaten Demak, serta bagian selatan dengan Kabupaten Pati dan Kabupaten Grobogan.

Kabupaten Kudus terletak di antara 6° 51' dan 7° 16' Lintang Selatan dan 110° 36' dan 110° 50' Bujur Timur. Jarak terjauh dari utara ke selatan wilayah Kabupaten Kudus adalah 22 kilometer dan dari timur ke barat 16 kilometer. Kabupaten Kudus terdiri dari 9 kecamatan dan 123 desa. Kabupaten Kudus memiliki luas wilayah 42.516 hektar atau sekitar 1,31% dari luas Provinsi Jawa Tengah. Kecamatan Kota merupakan kecamatan terkecil dengan luas 1.047 hektar, sedangkan Kecamatan Dawe merupakan kecamatan terluas di Kabupaten Kudus, dengan luas wilayah 8.584 hektar (BAPPEDA Kudus, 2022)

Menurut prasasti yang berada pada mihrab masjid, Masjid Menara Kudus dibangun pada tahun 956 H. Sedangkan berdasarkan pada prasasti yang berada di kori kembar Masjid Menara Kudus dibangun pada tahun 1215 H. Dikarenakan kedua prasasti tersebut memiliki perbedaan dan tidak dapat dijadikan sebagai pedoman maka asal mula pembangunan Masjid Menara Kudus didasarkan pada berdirinya masjid-masjid lain. Berdasarkan perkembangan Islam yang ada di Kota Kudus dapat disimpulkan bahwa Masjid Menara Kudus berdiri setelah Masjid Demak (1468 M) didirikan dan sebelum Masjid Mantingan (1559 M) dan Masjid Sendang Duwur (1561 M) didirikan. Dari data yang ada dapat disimpulkan bahwa Masjid Menara Kudus didirikan pada sekitar abad 15 dan abad 16 M.

Luas Masjid Menara Kudus kurang lebih berkisar 5000 m<sup>2</sup> dengan tembok-tembok pembatas yang ada di sekeliling masjid untuk membatasinya dengan perkampungan warga. Untuk masuk Masjid

Menara Kudus dapat melalui dua gerbang yang disebut Gapura Bentar. Gerbang ini terletak di bagian selatan dan utara. Gerbang bagian utara merupakan akses utama untuk langsung masuk ke dalam masjid. Sedangkan gerbang selatan merupakan gerbang yang menuju kompleks pemakaman. Nama Gapura Bentar diambil dari istilah Hindu yang berarti gerbang. Tidak ada prosesi khusus untuk masuk Masjid Menara Kudus, berbeda dengan bangunan pura yang memiliki aturan khusus untuk masuk bangunan. Pemberian nama dua gerbang utama pada Masjid Menara Kudus merupakan wujud kuatnya pengaruh kebudayaan Hindu pada proses pembangunan masjid.

Masjid Menara Kudus merupakan wujud perpaduan budaya yang terjadi karena cara dakwah Islam yang dilakukan oleh Raden Ja'far Shodiq atau yang biasan lebih dikenal oleh masyarakat Sunan Kudus yang tetap menghormati masyarakat Kudus yang dahulunya memeluk Agama Hindu. Islam merupakan agama yang toleran dan tidak ada paksaan untuk memeluknya, sehingga terjadi perpaduan budaya di Kabupaten Kudus.

Tata kelola organisasi di Kabupaten Kudus yang masih mengadopsi tata kelola organisasi Kerajaan Majapahit merupakan salah satu wujud implementasi budaya Hindu yang ada pada Masjid Menara Kudus. Pada Menara Kudus dapat dilihat banyaknya perpaduan antara budaya Hindu. Menara Kudus terdapat tiga bagian yang terdiri dari atap *tajug* bertingkat dua, penggunaan ornamen-ornamen Hindu dan candi siku yang berada di pintu masuk menjadi bukti penerapan budaya Hindu dalam Menara Kudus. Gapura Bentar juga masih menerapkan budaya Hindu dilihat dari penamaannya. Walaupun Masjid Menara Kudus menerapkan budaya Hindu dalam bangunannya. Akan tetapi, dalam proses pembangunan masjid ini tetap menerapkan prinsip ajaran agama Islam sebagai pedoman utamanya. Perpaduan budaya Hindu dan Islam pada Masjid Menara

Kudus merupakan wujud toleransi antara agama Islam dan Hindu pada zaman dahulu, namun tetap berpedoman pada ajaran agama Islam (Pradisa, 2017).

Pengunjung memiliki peran yang cukup strategis untuk mempertahankan eksistensi objek wisata. Pendapat yang sama disampaikan oleh I Gusti Bagus Rai Utama (2018) bahwa eksistensi objek wisata tergantung pada pengunjungnya dan kondisi yang ideal, pengunjung dapat merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pengelola, sehingga peran dari pengunjung dirasa penting menjadi bagian dari penetapan strategi pengembangan.

### *Internal Factory Analysis Summary (IFAS) dan External Factory Analysis Summary (EFAS)*

Analisis IFAS dan EFAS adalah analisis faktor-faktor strategis pada kondisi internal dan eksternal dengan melakukan pembobotan dan rating setiap faktor strategis tersebut (Adityaji, 2018). Identifikasi faktor internal dan eksternal merupakan bagian penting dalam membangun strategi pengembangan usaha (Suhaim, 2015). Berikut tabel faktor internal dan eksternal pengembangan objek wisata Menara Kudus sebagai upaya peningkatan ekonomi masyarakat di sekitar objek wisata:

**Tabel 1.**  
**Analisis Faktor Internal Eksternal Pengembangan Objek Wisata Menara Kudus**

No.	Faktor	SWOT	Analisis
1.	Internal	Kekuatan ( <i>Strength</i> )	Objek Wisata Menara Kudus sudah terkenal di kalangan peziarah, baik lokal maupun mancanegara. <hr/> Masjid Menara Kudus merupakan simbol toleransi beragama yang mampu memikat wisatawan muslim dan non muslim untuk berkunjung. <hr/> Banyak terdapat perayaan kebudayaan sebagai perwujudan kearifan lokal masyarakat Kabupaten Kudus, seperti buka Luwur, Dandhangan, Peringatan Maulid dan lain sebagainya. <hr/> Kemudahan akses menuju lokasi, dikarenakan objek wisata Menara Kudus berada dekat dengan pusat Kota Kudus.
		Kelemahan ( <i>Weakness</i> )	Bagi rombongan peziarah yang menggunakan transportasi bus, jarak parkir dan objek wisata masih terhitung jauh. <hr/> Penataan pedagang di sekitar objek wisata Menara Kudus yang belum maksimal. <hr/> Pengelola masih kesulitan dalam menerapkan <i>social distancing</i> terhadap pengunjung selama pandemi Covid-19. <hr/> Terbatasnya kegiatan perayaan kebudayaan selama pandemi Covid-19.

2. Eksternal	Peluang ( <i>Opportunity</i> )	Kebijakan pemerintah membuka kembali objek wisata selama pandemi dengan protokol kesehatan.  Semangat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata setelah adanya kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM)  Semangat dari pengelola objek wisata Menara Kudus dan warga masyarakat untuk bangkit setelah melalui pandemi Covid-19.
	Tantangan ( <i>Threat</i> )	Kondisi pandemi yang masih belum stabil dapat mengakibatkan penutupan kembali objek wisata ketika kasus Covid-19 meningkat.  Pemerintah membatasi jumlah pengunjung maksimal 30 persen dari jumlah kapasitas selama kondisi PPKM Level 3.  Adanya kebijakan penerapan protokol kesehatan yang ketat di setiap objek wisata.

### ***Pembobotan dan Rating hasil IFAS dan EFAS***

Tahapan berikutnya yang dilakukan dalam proses analisis SWOT setelah melakukan *Internal Factory Analysis Summary (IFAS)* dan *External Factory Analysis Summary (EFAS)* objek wisata Menara Kudus adalah melakukan pembobotan dan pemberian *rating* terhadap faktor-faktor strategi internal dan faktor-faktor strategi eksternal objek wisata Menara Kudus. Berikut perolehan bobot, *rating* dan skor hasil IFAS dan EFAS objek wisata Menara Kudus:

**Tabel 2.**  
**Bobot, Rating dan Skor Hasil Internal Factory Analysis Summary (IFAS)**

<b>Kekuatan</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
Objek Wisata Menara Kudus sudah terkenal di kalangan peziarah, baik lokal maupun mancanegara.	0.12	3.61	0.43
Masjid Menara Kudus merupakan simbol toleransi beragama yang mampu memikat wisatawan muslim dan non-muslim untuk berkunjung.	0.11	3.55	0.39
Banyak terdapat perayaan kebudayaan sebagai perwujudan kearifan lokal masyarakat Kabupaten Kudus, seperti buka Luwur, Dandhangan, Peringatan Maulid dan lain sebagainya.	0.15	3.81	0.57
Kemudahan akses menuju lokasi, dikarenakan objek wisata Menara Kudus berada dekat dengan pusat Kota Kudus.	0.12	3.67	0.44
<b>Total Kekuatan</b>	0.5		1.83
<b>Kelemahan</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
Bagi rombongan peziarah yang menggunakan transportasi bus, jarak parkir dan objek wisata masih terhitung jauh.	0.10	2.72	0.27
Penataan pedagang di sekitar objek wisata Menara Kudus yang belum maksimal.	0.12	2.71	0.33
Pengelola masih kesulitan dalam menerapkan social distancing terhadap pengunjung selama pandemi Covid-19.	0.13	2.80	0.36
Terbatasnya kegiatan perayaan kebudayaan selama pandemi Covid-19.	0.15	3.25	0.49
<b>Total Kelemahan</b>	0.5		1.45
<b>Total Kekuatan dan Kelemahan</b>	1		3.28
<b>Skor Kekuatan-Kelemahan</b>			0.38

Total skor bobot kekuatan dan kelemahan yang diperoleh objek wisata Menara Kudus sebesar 3,28, artinya objek wisata Menara Kudus berada pada kondisi internal yang kuat. Skor kekuatan dan kelemahan

hasil IFAS akan menunjukkan posisi terkuatnya jika berada pada rentang skor 3,00–4,00 (Zulkarnaen & Sutopo, 2013). Artinya, objek wisata Menara Kudus mampu memanfaatkan kekuatannya untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki.

Kekuatan utama yang dimiliki objek wisata Menara Kudus yaitu banyak terdapat perayaan kebudayaan sebagai perwujudan kearifan lokal masyarakat Kabupaten Kudus, seperti buka Luwur, Dandhangan, Peringatan Maulid dan lain sebagainya dengan skor yang diperoleh sebesar 0,57. Kekuatan tersebut menjadi daya tarik bagi pengunjung objek wisata Menara Kudus, mengingat kearifan lokal di Kabupaten Kudus sangat beragam dan diminati oleh pengunjung. Dari hasil survey yang dilakukan faktor yang menjadi kekuatan lainnya adalah adanya makam Sunan Kudus, keaslian bangunan yang selalu dijaga dan kuliner khas yang berada di lokasi objek wisata, seperti Jenang, Lentog, Soto Kudus, dan lain sebagainya.

Bagi rombongan peziarah yang menggunakan transportasi bus, jarak parkir dan objek wisata masih terhitung jauh menjadi faktor kelemahan utama objek wisata Menara Kudus, dengan perolehan skor sebesar 0,27. Faktor transportasi menuju lokasi terkhusus oleh pengunjung rombongan yang merasa masih kesulitan mencari parkir menjadi kendala utama. Dari hasil survey yang dilakukan faktor yang menjadi kelemahan lainnya adalah faktor keamanan dan masih terdapat pengemis yang mengurangi kenyamanan pengunjung.

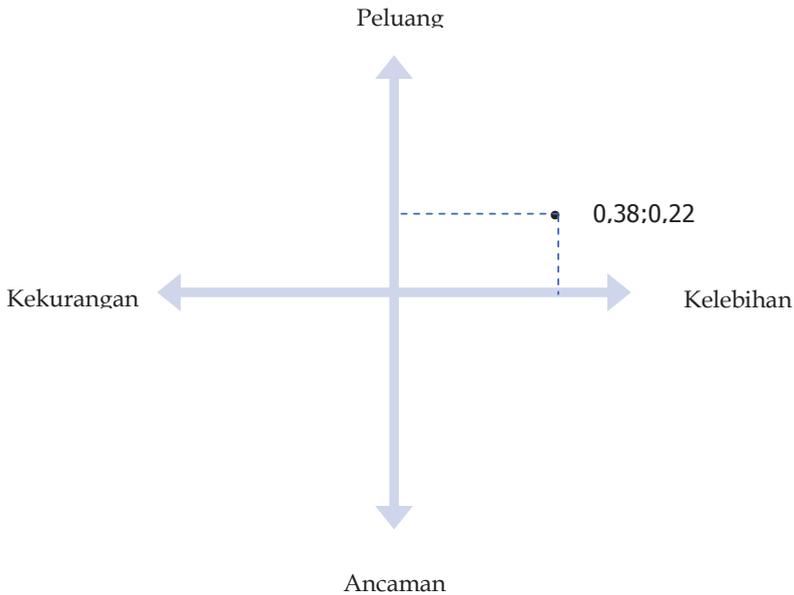
**Tabel 3**  
**Bobot, Rating dan Skor Hasil External Factory Analysis Summary (EFAS)**

<b>Kekuatan</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
Kebijakan pemerintah membuka kembali objek wisata selama pandemi dengan protokol kesehatan.	0.17	3.49	0.59
Semangat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata setelah adanya kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM).	0.18	3.31	0.60
Semangat dari pengelola objek wisata Menara Kudus dan warga masyarakat untuk bangkit setelah melalui pandemi Covid-19.	0.15	3.45	0.52
<b>Total Peluang</b>	0.5		1.71
<b>Kelemahan</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
Kondisi pandemi yang masih belum stabil dapat mengakibatkan penutupan kembali objek wisata ketika kasus Covid-19 meningkat.	0.16	2.97	0.48
Pemerintah membatasi jumlah pengunjung maksimal 30 persen dari jumlah kapasitas selama kondisi PPKM Level 3.	0.18	2.71	0.49
Adanya kebijakan penerapan protokol kesehatan yang ketat di setiap objek wisata.	0.16	3.25	0.52
<b>Total Ancaman</b>	0.5		1.49
<b>Total Peluang dan Ancaman</b>	1		3.20
<b>Skor Peluang - Ancaman</b>			0,22

Total skor bobot peluang dan ancaman yang diperoleh oleh objek wisata Menara Kudus sebesar 3,20, artinya objek wisata Menara Kudus berada pada posisi eksternal yang kuat pula. Rentang skor 3,00–4,00 yang diperoleh dari total skor pembobotan faktor eksternal mengindikasikan situasi objek yang mampu memanfaatkan peluang untuk menghindari ancaman-acaman (Zulkarnaen & Sutopo, 2013). Objek wisata Menara Kudus mampu memanfaatkan peluang yang diperoleh untuk mengatasi ancaman yang mungkin terjadi di masa mendatang. Peluang utama yang dimiliki objek wisata Menara Kudus yaitu semangat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata setelah adanya kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dengan skor yang diperoleh sebesar 0,60, sedangkan ancaman utamanya yaitu kondisi pandemi yang masih belum stabil dapat mengakibatkan penutupan kembali objek wisata ketika kasus Covid-19 meningkat dengan skor yang diperoleh sebesar 0,48.

Semangat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata setelah adanya kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) juga didukung oleh kebijakan pemerintah yang telah membuka kembali kawasan wisata untuk meningkatkan kembali perekonomian masyarakat (Irawan, 2021).

Tahap berikutnya setelah melakukan pembobotan, rating, dan penentuan skor adalah pemetaan posisi objek wisata Menara Kudus ke dalam diagram kartesius SWOT dengan ketentuan sumbu X merupakan variabel kekuatan dan kelemahan, sedangkan sumbu Y merupakan variabel peluang dan ancaman. Pemetaan posisi objek wisata Menara Kudus melalui diagram kartesius SWOT dapat dilihat pada gambar berikut.



**Gambar 1. Pemetaan posisi objek wisata Menara Kudus**  
*Sumber: Diolah dari data primer (2021)*

Posisi objek wisata Menara Kudus saat ini berada pada titik koordinat (0,38; 0,22). Titik koordinat yang terbentuk menunjukkan bahwa posisinya pada kuadran I, artinya objek wisata Menara Kudus memiliki kekuatan dari sisi internal dan eksternal, kondisi ini penting untuk dipertahankan karena sangat menguntungkan (Anggraeni et al., 2017). Objek wisata Menara Kudus berada pada situasi yang baik, karena memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan objek wisata Menara Kudus selanjutnya. Pemilihan strategi alternatif yang dapat diimplementasikan pada kondisi ini adalah dengan mengembangkan strategi yang sifatnya agresif (*growth oriented strategy*), artinya dengan kekuatan yang dimiliki, diharapkan objek wisata Menara Kudus mampu memanfaatkan peluang yang ada untuk mempertahankan eksistensi objek wisata Menara Kudus.

### *Strategi Pengembangan Objek Wisata Menara Kudus*

Alternatif strategi yang dapat diimplementasikan untuk melakukan pengembangan objek wisata Menara Kudus dapat dirumuskan melalui matriks SWOT. Menerangkan matriks SWOT mampu menghasilkan kombinasi alternatif strategi SO, WO, ST, dan WT yang dirumuskan berdasarkan variabel-variabel internal dan eksternal objek wisata Menara Kudus (Setyorini et al., 2016). Berdasarkan hasil penelitian, peneliti telah merekomendasikan beberapa hal yang perlu dilakukan objek wisata Menara Kudus yang dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 3.**  
**Rekomendasi Penelitian**

<b>Alternatif Strategi</b>	<b>Rekomendasi Penelitian</b>
S-O	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tetap melaksanakan kegiatan perayaan kebudayaan sebagai wujud kearifan lokal dengan tetap menerapkan protokol kesehatan yang ketat sebagai daya tarik utama wisatawan.</li> <li>2. Mengajak seluruh elemen yang ada di objek wisata Menara Kudus untuk mempromosikan kembali bahwa Menara Kudus telah dibuka dan dapat melakukan kunjungan dengan protokol kesehatan.</li> </ol>
W-O	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memastikan ketersediaan lahan parkir dan akomodasi yang aman dan nyaman menuju lokasi wisata, khususnya untuk pengunjung rombongan.</li> <li>2. Memaksimalkan penataan pedagang di sekitar objek wisata serta menjamin keamanan pengunjung.</li> <li>3. Bekerjasama dengan Dinas Sosial untuk menertibkan pengemis di sekitar objek wisata Menara Kudus.</li> </ol>
S-T	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyiapkan petugas khusus untuk menjaga keamanan dan memastikan kegiatan perayaan kebudayaan yang berlangsung sesuai dengan protokol kesehatan.</li> <li>2. Memberikan sosialisasi kepada pengunjung terkait pembatasan jumlah pengunjung dan pemberlakuan penerapan protokol kesehatan melalui media sosial maupun banner di sekitar objek wisata.</li> </ol>

---

W-T	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperketat keamanan di sekitar objek wisata Menara Kudus.</li> <li>2. Menyediakan tempat cuci tangan atau <i>handsantizer</i> di pintu masuk dan keluar objek wisata.</li> <li>3. Melakukan pengecekan suhu badan kepada setiap pengunjung.</li> </ol>
-----	---

---

Dari rumusan matriks SWOT menghasilkan empat strategi yang dapat digunakan untuk pengembangan objek wisata Menara Kudus, yaitu strategi S-O yang dilakukan dengan tetap melaksanakan kegiatan perayaan kebudayaan sebagai wujud kearifan lokal dengan tetap menerapkan protokol kesehatan yang ketat. Strategi ini mengombinasikan kekuatan internal agrowisata untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Sesuai dengan pembahasan pada Gambar 1, objek wisata Menara Kudus berada pada posisi internal dan eksternal yang kuat dapat dijelaskan sebagai tumbuh dan dibangun. Strategi yang digunakan yaitu strategi intensif (Cahyani & dkk, 2021), sehingga strategi S-O merupakan strategi yang sesuai untuk diterapkan. Strategi W-O, S-T, dan W-T dapat diterapkan agar objek wisata Menara Kudus dapat eksis kembali di era *new normal* sehingga harapannya perekonomian warga yang ada di sekitar objek wisata dapat kembali bangkit. Penyusunan strategi peningkatan elemen pariwisata didasarkan pada atraksi atau pertunjukan, transportasi, pelayanan atau akomodasi, promosi serta pengunjung lainnya (Adi & Wibowo, 2014).

## KESIMPULAN DAN SARAN

### *Kesimpulan*

Objek wisata Menara Kudus berada pada posisi internal dan eksternal yang kuat karena berada pada kuadran I, sehingga perlu untuk dipertahankan. Langkah yang perlu diambil oleh pemerintah dan pengelola objek wisata Menara Kudus adalah tetap

melaksanakan *event* kebudayaan dan kearifan lokal yang ada, karena hal tersebut menjadi daya tarik utama pengunjung yang tetap harus dilestarikan pada era *new normal* dengan menerapkan protokol kesehatan yang ketat. Perbaikan penataan desain lokasi objek wisata, kondusifitas, dan kepatuhan terhadap imbauan dan peraturan pemerintah juga perlu diperhatikan agar kegiatan pariwisata berjalan kembali dengan normal, sehingga dapat mendorong perekonomian masyarakat di sekitar objek wisata.

### *Saran*

Saran yang dapat diberikan untuk perencanaan penelitian selanjutnya adalah melakukan studi evaluasi keberhasilan strategi yang telah diterapkan terhadap perkembangan objek wisata Menara Kudus kedepannya serta melakukan kembali riset terkait perumusan strategi pengembangan dengan alat/metode analisis lainnya untuk kemudian dipilih strategi yang paling sesuai dengan lingkungan dari objek wisata Menara Kudus.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, P., & Wibowo, S. (2014). Alternatif Strategi Pengembangan Desa Rahtawu Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Kudus. *Jurnal Wilayah Dan Lingkungan*, 2, 245–256.
- Adityaji, R. (2018). Formulasi Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Dengan Menggunakan Metode Analisis Swot: Studi Kasus Kawasan Pecinan Kapasan Surabaya. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(1), 19–32. <https://doi.org/10.26905/jpp.v3i1.2188>
- Anggraeni, P., Sunarti, S., & Mawardi, M. (2017). Analisis Swot Pada Umkm Keripik Tempe Amel Malang Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 43(1), 104–113.
- BAPPEDA Kudus. (2022). *Letak Geografis Kudus*.

- Cahyani, D., & dkk. (2021). Perumusan Strategi Desa Wisata Grogol Di Masa Pandemi (Studi Kasus Di Desa Wisata Grogol Kecamatan Seyegan Kabupaten Sleman). *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(10), 211–235.
- Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan P. P. J. T. (2020). Pariwisata Jawa Tengah Dalam Angka. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Djakfar, M. (2017). Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi. In *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi*.
- Fanaqi, C., Pratiwi, R. M., & Firmansyah, F. (2020). Strategi Branding Pelaku Usaha Pariwisata di Masa Pandemi. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 263–273. <https://doi.org/10.35899/biej.v2i4.172>
- I Gusti Bagus Rai Utama, W. R. J. (2018). *Agrowisata sebagai pariwisata alternatif indonesia: solusi masif pengentasan kemiskinan*. Deepublish Publisher.
- Ida Bagus Gede Paramita, I. G. G. P. A. P. (2020). New Normal Bagi Pariwisata Bali Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*, EISSN 2614, ISSN 2527-9734. <https://doi.org/10.36275/mws>
- Irawan, A. (2021). Protokol Islam Dalam Penerapan Wisata Halal Selama Masa Pandemi. *Kapita Selekta Pariwisata*, 1(1).
- Kasdi, A., Nashirudin, M., Farida, U., & Praatmana, N. D. (2021). Potential of Kudus as a new international pilgrimage destination in Indonesia: Halal tourism optimising local wisdom. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 9(1), 96–105. <https://doi.org/10.21427/6a93-zn19>
- Kemeparekraf. (2021). *Tren Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi*.
- Nisak, Z. (2013). Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Academia*, 468–476.
- Pradisa, A. P. S. (2017). *Perpaduan Budaya Islam dan Hindu dalam Masjid Menara Kudus*. A213–A218. <https://doi.org/10.32315/sem.1.a213>
- Puziah, D. S., Argenti, G., & Marsingga, P. (2021). Strategi Pengelolaan Pariwisata di Masa Pandemi Covid-19 ( Studi di Wisata

- Kawung Tilu Kabupaten Bekasi ). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 5(4), 1282-1290. <https://doi.org/10.36312/jisip.v5i4.2553/http>
- Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2016). Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46-53. <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2016.005.01.6>
- Soendari, T. (2012). Metode Penelitian pendidikan Deskriptif oleh Tjutju Soendari. *Metode Penelitian Deskriptif*, 2(2), 15-23.
- Subejo, S., Chamidah, N., Nirmalasari, N., Suyoto, S., Hariadi, S. S., Muhamad, M., Selvi, A. M., Siddiq, D. M., Imawan, K., & Isamayana, I. (2021). Strategi Komunikasi Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pengembangan Ketahanan Desa Wisata Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Cirebon. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 27(1), 90-111.
- Sugiyarto, & Amaruli, R. J. (2018a). Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya dan Kearifan Lokal Pendahuluan Hasil dan Pembahasan Gambaran Umum Budaya Lokal Metode. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 45-52.
- Sugiyarto, S., & Amaruli, R. J. (2018b). Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya dan Kearifan Lokal. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 45. <https://doi.org/10.14710/jab.v7i1.22609>
- Suhalim, S. (2015). Aplikasi Metode Analisis Swot Untuk Merumuskan Strategi Bersaing Pada Pt Berkat Karya Lestari. *Agora*, 3(2), 392-399.
- Tarigan, H., Sinaga, J. H., & Rachmawati, R. R. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Kemiskinan di Indonesia. *Pusat Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian*, 3, 457-479.
- Zulkarnaen, H. O., & Sutopo, S. (2013). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan ( Studi Penelitian UKM Snack Barokah di Solo ). *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 108-120.