

ABSTRAK

Pariwisata dan budaya saling berkaitan erat, karena industri pariwisata dari segi budaya memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan budaya di Indonesia yang secara tidak langsung dapat memperkenalkan budaya di suatu daerah salah satunya berupa museum. Museum Kretek yang terletak di Kabupaten Kudus berperan penting sebagai tempat penyimpanan benda dan cerita terkait sejarah munculnya rokok kretek dan perkembangannya di Kabupaten Kudus. Museum ini mempunyai peluang untuk menjadi ikon Kabupaten Kudus yang dikenal dengan sebutan “Kota Kretek”. Namun, wisata Museum Kretek memiliki kendala yang dapat mengurangi kepuasan pengunjung, yaitu ruang pameran dengan konsep dan penataan yang dikemas secara sederhana, kurangnya pengalaman interaktif dan edukatif bagi wisatawan, strategi promosi yang kurang inovatif menjadikan wisata Museum Kretek kurang berdaya saing dibanding wisata lain yang lebih terkenal di Kabupaten Kudus. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk merumuskan strategi pengembangan wisata Museum Kretek berdasarkan komponen penunjang pariwisata, yang terdiri dari atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan ancillary service. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik analisis yang digunakan yaitu analisis IFAS-EFAS serta analisis SWOT. Data yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari observasi lapangan, penyebaran kuesioner, dan telaah dokumen.

Hasil dari analisis matriks IFAS menunjukkan faktor kekuatan (terdapat kios penjual makanan, fasilitas bagi penyandang disabilitas, tempat sampah, pusat informasi, toilet, loket tiket masuk, serta wahana rekreasi dan hiburan) memiliki nilai lebih besar dari faktor kelemahan (strategi promosi yang kurang inovatif, pengelola belum menjalankan fungsinya dengan optimal, area parkir kurang memadai, mushola yang kurang terawat, layanan internet gratis (WiFi) di tempat wisata kurang optimal, penataan dan tampilan objek pameran museum yang tidak efektif dan terorganisir, konsep dan desain tata ruang pameran monoton, kurangnya pengalaman interaktif dan edukatif yang didapat pengunjung, serta belum adanya pusat perbelanjaan oleh-oleh/cinderamata) yang menjadikan wisata Museum Kretek berpotensi untuk dikembangkan. Sedangkan analisis EFAS menunjukkan faktor peluang (ketersediaan rambu penunjuk arah, kondisi jalan yang baik dan terawat, jarak dan waktu tempuh menuju wisata Museum Kretek yang cukup baik) memiliki nilai lebih besar dari faktor ancaman (sulitnya mencari angkutan umum yang menuju wisata Museum Kretek yang menjadikan wisata Museum Kretek berpotensi untuk dikembangkan. Hasil dari analisis diagram SWOT yaitu posisi pengembangan wisata Museum Kretek berada pada kuadran I. Berdasarkan hasil analisis menggunakan matriks SWOT, penelitian ini merekomendasikan 5 buah strategi yaitu penyediaan papan penunjuk arah lokasi fasilitas di dalam kawasan Museum Kretek, menyediakan informasi yang komprehensif melalui website/media sosial mengenai semua fasilitas pendukung dan bagaimana cara untuk mengakses Museum Kretek, bekerja sama dengan aplikasi transportasi online dan menawarkan diskon khusus, penyediaan paket wisata yang bekerjasama dengan agen wisata agar wisatawan yang hendak berkunjung ke tempat wisata di Kabupaten Kudus diarahkan untuk singgah ke Museum Kretek, pelayanan city tour berpemandu dengan rute khusus melewati tempat-tempat bersejarah dan pusat oleh-oleh di Kabupaten Kudus.

Kata Kunci: *Pengembangan pariwisata, wisata Museum Kretek, strategi, analisis SWOT.*