

**Pelatihan Analisis Usaha Dengan Metode SWOT di Bisnis Usaha Homestay  
“Omahe Wong Di Ino” Bantul Yogyakarta**

***Training Of Business Analysis Using SWOT Method in Homestay “Omahe  
Wong Di Ino” Bantul Yogyakarta***

**Rinawati Zailani<sup>1</sup>, Choirun Nisaa<sup>2</sup>, Galih Sumarah Erilantu<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> STIKIP Catur Sakti, Yogyakarta

Jl. Dr. Wahidin Sudiro Husodo, Bantul Timur, Trirenggo, Kec. Bantul,  
Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55714

Email : [rinawati.zailani@gmail.com](mailto:rinawati.zailani@gmail.com)

---

**Article History:**

Received: 20 Oktober 2022

Revised: 28 November 2022

Accepted: 31 Desember 2022

**Keywords:** SWOT, Homestay,  
Expansif Strategy

**Abstract:** *In a simple sense, a homestay is a whole house that is rented out to visitors to rest and with facilities like at home. The COVID-19 pandemic has brought businesses down. After the pandemic, business owners are trying to get back up to continue their business. One of the businesses that continues to try to rise after the pandemic is the homestay business "Omahe Wong di Ino" in Bantul Regency, Yogyakarta Province. The business owner and the STIKIP Catur Sakti community service team conducted a business analysis using the SWOT method (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats analysis). Owners practice to identify internal and external factors, then they are calculated based on their ratings and weights. The results of the SWOT analysis show that the homestay business "Omahe Wong di Ino" is in a prime company that has great strengths and opportunities. This gives an overview of the strategy that will be carried out by the company. Based on the analysis, the company's strategy is to carry out a growth and expansion strategy by adding homestay buildings for children's education facilities and can accommodate more guests.*

### Abstrak

Dalam pengertian sederhana, homestay merupakan sebuah rumah utuh yang disewakan kepada pengunjung untuk beristirahat dan dengan fasilitas seperti dirumah sendiri. Pandemi Covid-19 membuat berbagai usaha mengalami penurunan. Pasca pandemi, pemilik usaha berusaha bangkit kembali untuk melanjutkan usahanya. Salah satu usaha yang terus berupaya bangkit setelah pandemi yaitu usaha homestay “*Omahe Wong di Ino*” di Kabupaten Bantul Propinsi Yogyakarta. Pemilik usaha bersama tim pengabdian masyarakat STIKIP Catur Sakti melakukan analisis usaha dengan metode SWOT (analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman). Pemilik berlatih untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, kemudian dihitung berdasar peringkat dan bobotnya. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa usaha homestay “*Omahe Wong di Ino*” berada pada perusahaan yang prima yaitu memiliki kekuatan dan peluang yang besar. Hal tersebut memberi gambaran strategi yang akan dilakukan perusahaan. Berdasar analisis, strategi perusahaan dapat melakukan strategi pertumbuhan dan ekspansi dengan menambah bangunan homestay untuk sarana edukasi anak dan dapat menampung tamu lebih banyak lagi.

**Kata Kunci:** SWOT, homestay, strategi ekspansif

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha penginapan di Indonesia semakin pesat dan semakin maju membuat persaingan di dunia penginapan juga mengalami perkembangan yang luar biasa. Dimulai dari berkembangnya teknologi, sistem pemasaran dan minat konsumen yang semakin tinggi. Kondisi ini menyebabkan persaingan semakin ketat dan semakin keras guna menarik konsumen datang. Persaingan mulai dari media sosial, promo yang besar dan fasilitas yang ditawarkan untuk menarik konsumen. Setiap pengusaha mempunyai tujuan untuk berkembang agar mendapatkan profit yang tinggi.

Homestay atau pondok wisata sejatinya sudah cukup lama dikenal dikalangan masyarakat Indonesia. Kendati demikian usaha homestay baru mulai marak dan berkembang beberapa tahun ini, seiring berkembangnya kampung wisata, khususnya di propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Oleh karena hal tersebut, banyak pemilik atau pengelola homestay memerlukan tambahan ketrampilan dan terobosan untuk mengembangkan dan mengelola homestay untuk lebih kompetitif.

Dukungan dari berbagai pihak seperti pemerintah, asosiasi dan elemen masyarakat yang ada dapat memberikan perhatian khusus dibidang usaha homestay. Pemerintah melalui Dinas Pariwisata Yogyakarta telah memberikan pelatihan guna mengangkat dan mengelola potensi usaha homestay. Tujuannya yaitu untuk lebih memajukan usaha homestay dan potensi yang ada

disekitar untuk dikembangkan lebih baik lagi (Dinas Pariwisata Yogyakarta, 2021).

Pentingnya pengelolaan sebuah usaha homestay juga harus mengedepankan aspek kelayakan, standart harga, pelayanan dan sumberdaya manusia yang ada. Hal itu penting untuk menjadikan bahan pedoman guna untuk lebih meningkatkan daya saing yang ada. Pandemi covid 19 yang melanda semua sektor ekonomi di Indonesia juga berdampak buruk di sektor penginapan homestay. Menurut data Badan Pusat Statistik Provinsi DIY tahun 2021, menunjukkan bahwa secara umum jumlah tamu penginapan mengalami penurunan pada tahun 2020 (Zulianto, 2021).

Oleh sebab itu pengembangan homestay dikawasan pedesaan akan berpengaruh besar terhadap beberapa sektor yang langsung dapat dirasakan sehingga memerlukan analisis agar usaha yang dijalankan dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Kebutuhan akan modal menjadi tantangan besar bagi para wirausahawan. Keinginan untuk selalu mengembangkan usaha dengan cara berinovasi dan berekspansi usaha menjadi kebutuhan wirausahawan sehingga kebutuhan modal menjadi sangat penting dan krusial. Sekarang ini banyak orang yang mempunyai modal mencari sebuah celah usaha yang menjanjikan dan sebagai pemenuhan kebutuhan manusia terutama dibidang penginapan yang menyajikan suasana yang berbeda.

Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi berhasil dan tidaknya usaha dibidang Homestay ini diantaranya, modal usaha, persaingan usaha, media sosial, dan trend yang sedang disukai. Oleh karena itu tidaklah cukup hanya mengandalkan insting atau modal saja, tapi juga sebuah keputusan dan terobosan terobosan yang harus diambil untuk meningkatkan daya kunjung di Homestay. Lebih dari itu diperlukansuatu kalkulasi yang komprehensif baik secara kualitatif maupun kuantitatif dari segala aspek yang berkaitan dengan usaha yang dijalankan. Oleh karena itu, usaha homestay ini memerlukan analisis usaha salah satunya dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*) yaitu analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman.

Analisis SWOT muncul sebagai instrumen bagi organisasi profit, menyusun perencanaan & penyelesaian masalahnya. *Strength* (kekuatan) merupakan sumberdaya, keterampilan atau keunggulan khas atas orang/organisasi. *Weakness* (kelemahan) merupakan keterbatasan atau kekurangan sumberdaya, keterampilan, kapabilitas yang menghambat. *Opportunity* (peluang) merupakan situasi penting yang menguntungkan. *Threat* (tantangan) merupakan situasi penting yang tidak menguntungkan.

Menurut Shank (2009) dalam Karadakis, *et al.*, 2010, kekuatan dan kelemahan merupakan elemen yang dapat dikendalikan dalam perusahaan yang dapat mempengaruhi tujuan dari proses manajemen strategik, sedangkan peluang dan ancaman merupakan factor yang tidak dapat dikontrol dalam keadaan lingkungan, tetapi kesadaran akan isu-isu yang ada dan perencanaan yang sesuai dapat mengatasi hal yang dapat mengganggu kinerja bisnis. Thompson and Strickland's (1998) dalam Valentin (2001), mengemukakan bahwa analisis SWOT dapat menunjukkan strategi yang kuat dan sebagai dasar untuk menarik konsumen dari segi kekuatan. Selain itu juga dapat mendatangkan pesaing dan pertumbuhan industry yang semakin pesat sebagai ancaman usaha.

Menurut Cleland and King (1970) dalam Lembaga penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi UI (2007), dapat disimpulkan bahwa dari perubahan lingkungan yang ada di luar institusi maka akan terbetuk faktor-faktor yang menjadi kekuatan-kelemahan peluang dan ancaman.

1. Kekuatan dan Kelemahan. Kekuatan adalah faktor internal yang ada di dalam institusi yang bisa digunakan untuk menggerakkan institusi ke depan. Suatu kekuatan / *strength (distinctive competence)* hanya akan menjadi *competitive advantage* bagi suatu institusi apabila kekuatan tersebut terkait dengan lingkungan sekitarnya, misalnya apakah kekuatan itu dibutuhkan atau bisa mempengaruhi lingkungan di sekitarnya. Jika pada institusi lain juga terdapat kekuatan yang dan institusi tersebut memiliki kompetensi inti yang sama, maka kekuatan harus diukur dari bagaimana kekuatan relatif suatu institusi dibandingkan dengan institusi yang lain.
2. Peluang dan Ancaman. Peluang adalah faktor yang didapatkan dengan membandingkan analisa internal yang dilakukan di suatu institusi (*strength* dan *weakness*) dengan analisa internal dari kompetitor lain. Sebagaimana kekuatan, peluang juga harus diranking berdasarkan kemungkinan berhasil, sehingga tidak semua peluang harus dicapai dalam target dan strategi institusi. Peluang dapat dikategorikan dalam tiga tingkatan :
  - a. *Low* (rendah), jika memiliki daya tarik dan manfaat yang kecil dan peluang pencapaiannya juga kecil.
  - b. *Moderate* (sedang), jika memiliki daya tarik dan manfaat yang besar namun peluang pencapaian kecil atau sebaliknya.
  - c. *Best* (baik), jika memiliki daya tarik dan manfaat yang tinggi serta peluang tercapaiannya besar.

Ancaman adalah segala sesuatu yang terjadi akibat trend perkembangan (persaingan) dan tidak bisa dihindari. Ancaman juga bisa dilihat dari tingkat besarnya pengaruh (*serousness*) dan kemungkinan terjadi (*probability of occurance*), sehingga dapat dikatagorikan :

- a. Ancaman utama (*major threats*), adalah ancaman yang kemungkinan terjadinya tinggi dan dampaknya besar. Untuk ancaman utama ini, diperlukan beberapa rencana darurat yang harus dilakukan institusi untuk mengantisipasi.
- b. Ancaman tidak utama (*minor threats*), adalah ancaman yang dampaknya kecil dan kemungkinan terjadinya kecil.
- c. Ancaman *moderate*, berupa kombinasi tingkat keparahan yang tinggi namun kemungkinan terjadinya rendah dan sebaliknya.

Berdasar analisa lingkungan eksternal dapat dijelaskan bahwa :

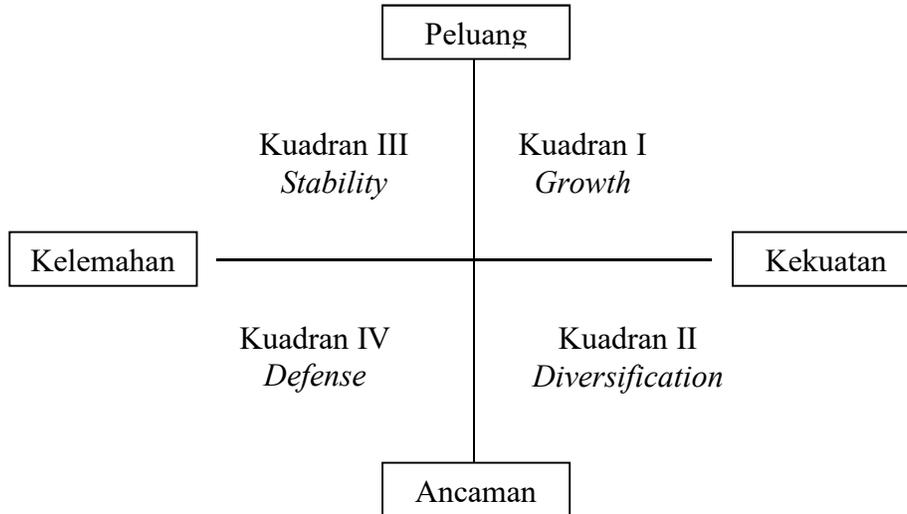
- i. Suatu institusi dikatakan memiliki keunggulan jika memiliki peluang utama yang besar dan ancaman utama yang kecil.
- ii. Suatu institusi dikatakan spekulatif jika memiliki peluang dan ancaman pada saat yang sama.
- iii. Suatu institusi dikatakan dewasa jika memiliki peluang dan ancaman yang rendah.
- iv. Suatu institusi dikatakan dalam masalah jika memiliki peluang yang rendah dan ancaman yang tinggi.

## **METODE**

Dalam kegiatan ini metode yang digunakan yaitu dengan melakukan identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal, setelah faktor-faktor teridentifikasi maka dilakukan pembobotan serta ranking. Bobot dikalikan rating setiap faktor mendapatkan skor untuk faktor-faktor tersebut. Bobot dihitung, 0.0 (tidak penting) sampai 1.0 (sangat penting). Jumlah bobot untuk peluan dan ancaman adalah 1.00, demikian pula jumlah bobot kekuatan dan kelemahan juga satu.

Penilaian kondisi dilakukan dengan memberi ranking pada masing-masing faktor, yaitu 1 (sangat kecil), 2 (kecil), 3 (cukup), 4 (besar), dan 5 (sangat besar). Dalam analisis SWOT, berdasarkan nilai yang didapat apakah ada peluang (nilai positif) atau ancaman (negatif), dan

apakah faktor kekuatan mengungguli (+) kelemahan (-) maka didapat 4 kuadran rekomendasi.



Gambar 1. Kuadran Analisis SWOT

Kuadran dalam analisis SWOT memberikan strategi yang berbeda dalam menghadapinya:

1. Kuadran I (positif, positif)

Posisi kuadran I menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berpeluang, Rekomendasi strategi yang diberikan yaitu progresif, artinya organisasi dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

2. Kuadran II (positif, negatif)

Posisi kuadran II menandakan sebuah organisasi yang kuat namun menghadapi tantangan yang besar. Rekomendasi strategi yang diberikan yaitu diversifikasi strategi, artinya organisasi dalam kondisi mantap namun menghadapi sejumlah tantangan berat sehingga diperkirakan roda organisasi akan mengalami kesulitan untuk terus berputar bila hanya bertumpu pada strategi sebelumnya. Oleh karenanya, organisasi disarankan untuk segera memperbanyak ragam strategi taktisnya.

3. Kuadran III (negatif, positif)

Posisi kuadran III menandakan sebuah organisasi yang lemah namun sangat berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan yaitu ubah strategi, artinya organisasi disarankan untuk

mengubah strategi sebelumnya. Sebab, strategi yang lama dikhawatirkan sulit untuk dapat menangkap peluang yang ada sekaligus memperbaiki kinerja organisasi.

#### 4. Kuadran IV (negatif, negatif)

Posisi kuadran IV menandakan sebuah organisasi yang lemah dan menghadapi tantangan besar. Rekomendasi strategi yang diberikan yaitu strategi bertahan, artinya kondisi internal organisasi berada pada pilihan dilematis. Oleh karenanya organisasi disarankan untuk menggunakan strategi bertahan, mengendalikan kinerja internal dan terus berupaya membenahi diri.

## HASIL

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan mengadakan diskusi dengan pemilik usaha mengenai kondisi usaha yang sedang berjalan. Kekurangan ilmu pengetahuan dan analisis membuat pemilik ingin menilai usaha yang kini mulai kembali aktif dengan melakukan analisis. Tim pengabdian masyarakat memberikan sosialisasi tentang strategi pemasaran dan analisis SWOT, dan bersama pemilik usaha menganalisis posisi usaha dan strategi yang akan dilakukan.

Dalam pengembangannya, homestay “*Omahe Wong di Ino*” memberikan sebuah pemahaman kepada para pengunjung tentang nilai budaya jawa dan memberikan edukasi kepada para pengunjung tentang arti seni jawa yang sekarang susah dijumpai di era modern ini. Hal-hal yang dilakukan dalam pengembangan usaha yaitu:

- 1) Memberikan harga yang kompetitif, hal yang dilakukan antara lain tanpa adanya pungutan biaya untuk para pengunjung yang ingin sekedar foto. Hal tersebut dimanfaatkan oleh para perias pengantin untuk meminta kerjasama dalam segi foto prewedding. Strategi ini terbukti berhasil, yaitu dengan seringnya dijadikan tempat swafoto akan dapat memberikan ndampak luas lewat jejaring sosial guna untuk lebih mempromosikan homestay “*Omahe Wong di Ino*”
- 2) Kerjasama para petani, yang berdampak kepada pengunjung di homestay. Hal tersebut dilakukan dengan cara strategi homestay “*Omahe Wong di Ino*” memberikan paket wisata berkeliling desa dengan menggunakan gerobak sapi, belajar menanam padi bersama petani, bahkan belajar membajak sawah bisa dinikmati pengunjung jika menginap bersama keluarga.
- 3) Keunikan khas jawa yang diunggulkan. Homestay “*Omahe Wong di Ino*” menawarkan paket makanan sarapan dengan menu desa yang sangat langka dijumpai, seperti sayur lodeh, mie des, mie letek, gudeg dan menu lain sejenisnya.

- 4) Guna menumbuhkan cinta budaya, homestay “*Omahe Wong di Ino*” rutin setiap tahun memberikan sebuah gunungan makanan ringan kepada masyarakat dan anak-anak untuk diarak dan diperebutkan.

Kelemahan yang dimiliki oleh homestay “*Omahe Wong di Ino*” antara lain:

- 1) Pengelolaan/manajemen yang masih kurang. Pandemi Covid-19 yang melanda seluruh negeri membuat usaha homestay “*Omahe Wong di Ino*” dalam beberapa tahun mengalami vakum dan kurang pengelolaan.
- 2) Jumlah karyawan (sumberdaya manusia) dalam menjalankan bisnis. Dikarenakan pandemi selama dua tahun, membuat bisnis usaha terhenti dan karyawan terbatas.
- 3) Perkembangan teknologi yang semakin pesat, menuntut pengelolaan usaha dapat mengikuti perkembangan. Kapasitas pemilik dan manajemen belum dapat mengikuti dan masih perlu belajar dalam pemanfaatan teknologi informasi.

Peluang yang ada:

- 1) Sarana edukasi Jawa. Meningkatnya penginapan Homestay yang mengedepankan unsur budaya Jawa klasik tempo dulu diderah sekitar Bantul, membuat pemilik Homestay *Omahe Wong di Ino* meyakini kedepannya prospek penginapan ini akan semakin berkembang dan dapat menyerap sumber daya manusia yang ada serta dapat meningkatkan perekonomian warga sekitar dan mengangkat potensi desa yang ada untuk dijadikan pariwisata.
- 2) Tren sebagai tempat kumpul-kumpul. Tren saat ini dimana banyak manusia menginginkan tempat kumpul-kumpul untuk menenangkan diri maupun reuni, maka usaha homestay “*Omahe Wong di Ino*” memiliki peluang yang besar.

Ancaman yang dihadapi:

- 1) Mulai ada pesaing. Munculnya usaha-usaha jasa yang menawarkan tempat kumpul-kumpul dan juga tempat beristirahat, membuat homestay “*Omahe Wong di Ino*” harus sadar akan ancaman tersebut.
- 2) Anggapan negatif dari masyarakat. Mayoritas lingkungan sekitar yang beragama Islam kuat, sedangkan homestay “*Omahe Wong di Ino*” menggunakan properti khas budaya Jawa, membuat ada anggapan negatif dari masyarakat yang muncul. Anggapan negatif tersebut seperti adanya banyak patung-patung, bunga-bunga setaman, dan properti lain yang dianggap menyimpang dari agama Islam.

Berdasarkan hasil analisis dari tim pengabdian masyarakat dan pemilik usaha diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel Hasil Tabulasi Data Faktor Internal

<b>Faktor Strategi Internal</b>	<b>Nilai (a)</b>	<b>Bobot (b)</b>	<b>(a x b)</b>
<b>Kekuatan (<i>strengths</i>)</b>			
a. Lokasi strategis	3	0.01	0.03
b. Harga kompetitif	4	0.05	0.20
c. Spot wahana foto menarik	4	0.25	1.00
d. Modal besar	4	0.30	1.20
Total nilai kekuatan			2.43
<b>Kelemahan (<i>weakness</i>)</b>			
a. Pengelolaan kurang	-2	0.10	-0.20
b. Keterbatasan jumlah karyawan (SDM)	-3	0.20	-0.60
c. Kurang cakap dalam teknologi informasi	-3	0.09	-0.27
Total nilai kelemahan			-1.67

Tabel Hasil Tabulasi Data Faktor Eksternal “PaperMint”

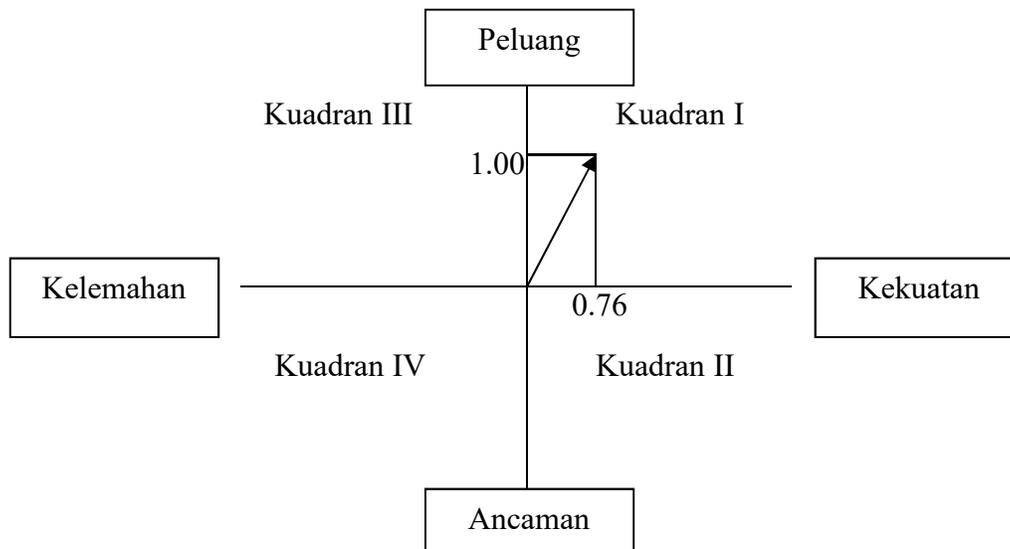
<b>Faktor Strategi Eksternal</b>	<b>Nilai (a)</b>	<b>Bobot (b)</b>	<b>(a x b)</b>
<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>			
a. Sarana edukasi budaya jawa	3	0.08	0.24
b. Tren sebagai tempat kumpul-kumpul	4	0.50	2.00
Total nilai peluang			2.24
<b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b>			
a. Mulai ada pesaing	-3	0.40	-1.20
b. Anggapan negatif dari masyarakat	-2	0.02	-0.04
Total nilai ancaman			-1.24

Penentuan kuadran dengan menjumlahkan S-W dan O-T, hasil yang diperoleh:

Tabel 3. Perhitungan Faktor Internal dan Eksternal

<b>Faktor Internal</b>	<b>Nilai</b>	<b>Faktor eksternal</b>	<b>Nilai</b>
Kekuatan	2.43	Peluang	2.24
Kelemahan	-1.67	Ancaman	-1.24
Jumlah	0.76	Jumlah	1.00

Berdasar data tabulasi dan perhitungan yang dilakukan, maka dapat digambarkan kuadran kondisi usaha sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil Perhitungan Analisis SWOT

## DISKUSI

Berdasar perhitungan dan penempatan dalam kuadran SWOT, diperoleh hasil bahwa usaha homestay “*Omahe Wong di Ino*” berada kuadran I, yang artinya dalam masa pertumbuhan. Usaha homestay “*Omahe Wong di Ino*” dalam strategi pertumbuhan, dapat melakukan strategi dengan strategi ekspansi (perluasan) dan terus melakukan peningkatan pada strategi yang dilakukan pada saat ini.

Strategi dalam kuadran I pada bisnis ini, dapat dilakukan beberapa hal antara lain dengan meningkatkan segi kekuatan dan peluang yang dimiliki, serta memperkecil kelemahan maupun ancaman yang dapat terjadi pada usaha homestay “*Omahe Wong di Ino*” . Berdasar hasil analisis usaha, tim pengabdian masyarakat bersama pemilik usaha merumuskan beberapa strategi yang dapat dilakukan antara lain:

1. Partisipasi aktif antara pemilik homestay dan warga masyarakat sekitar guna mengembangkan hubungan baik dan menghilangkan anggapan negatif.
2. Memahami peluang bisnis homestay dan ancaman yang dihadapi, pemilik harus menciptakan ide ide baru dan strategi yang baru guna meningkatkan pengunjung.
3. Dorongan secara bersama sama untuk meningkatkan potensi potensi destinasi wisata guna mendorong masyarakat yang sadar akan wisata.

4. Kedepan pengelola homestay akan mengembangkan lagi beberapa tempat yang ada disekitar homestay untuk dijadikan tempat bermain dan sarana edukasi anak serta penginapan yang lebih unik dan menyatu dengan alam serta mengusung konsep rumah budaya.
5. Berkolaborasi dengan mitra seperti *wedding organizer*, fotografer, maupun mitra lain yang sejenis. Selain itu usaha ini juga dapat meningkatkan berbagai promo pada harga yang ditawarkan.
6. Agar dapat lebih bersaing dan memiliki prospek perkembangan yang bagus dan baik, pemilik usaha Homestay dapat meningkatkan manajemen pemasaran untuk bertahan di era gempuran pasar penginapan yang ketat.

## **KESIMPULAN**

Berdasar analisis yang dilakukan, usaha homestay “*Omahe Wong Di Ino*” berada pada kuadran I dimana strategi yang digunakan yaitu strategi *Growth* (ekspansi dan progresif). Hal yang dilakukan pada strategi ekspansif yaitu menambah bangunan homestay untuk dijadikan tempat bermain dan sarana edukasi anak dan dapat menampung tamu lebih banyak. Selain itu pemilik dapat bekerjasama dengan mitra baik *wedding organizer*, fotografer, maupun pihak swasta yang membutuhkan penginapan. Matrix SWOT menunjukkan usaha homestay “*Omahe Wong Di Ino*” menggunakan strategi S-O dengan mempertahankan kekuatan yang ada untuk memanfaatkan peluang yang besar.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Terima kasih kepada pemilik dan seluruh manajemen homestay “*Omahe Wong Di Ino*” atas kemudahan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dan semoga analisis dan strategi yang diberikan dapat memajukan usaha yang sedang berjalan.

**DAFTAR REFERENSI**

Dinas Pariwisata Yogyakarta. 2021.

Karadakis, K., Kiki, K., & George, K. (2010). "Event Leveraging of Mega Sport Event: A SWOT Analysis Approach," *International Journal of Event and Festival Management*, Vol.1, No.3, pp.170-185.

Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. (2007), *Metodologi Penelitian: Analisis SWOT*, h. 105-114.

Valentin, E.K. (2001), "SWOT Analysis From A Resources-Based View," *Journal of Marketing Theory and Practice*, Vol.9, No.2, pp.54-69.

Zulianto, A. 2021. Jurnal. Universitas Bina Sarana Informatika. 2021.