

STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATAWAN PADA WISATA SAWAH DI DESA BAJANG KECAMATAN PAKONG KABUPATEN PAMEKASAN

TOURISM VILLAGE DEVELOPMENT STRATEGY IN INCREASING THE ATTRACTIVENESS OF TOURISTS IN RICE TOURISM IN BAJANG VILLAGE, PAKONG DISTRICT, PAMEKASAN DISTRICT

Ahmad Jufri¹, Mohammad Saedy Romli², Fitrotin Nazizah^{3*}

(1) Universitas Islam Madura, JL. Pondok Peantren Miftahul Ulum Bettet, Pamekasan Madura, Gladak, Bettet, Kec. Pamekasan, Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur 69317, Ahmadjufri181@gmail.com

(2) Universitas Islam Madura, JL. Pondok Peantren Miftahul Ulum Bettet, Pamekasan Madura, Gladak, Bettet, Kec. Pamekasan, Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur 69317, M.saedy.rom. @gmail.com

(3) Universitas Islam Madura, JL. Pondok Peantren Miftahul Ulum Bettet, Pamekasan Madura, Gladak, Bettet, Kec. Pamekasan, Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur 69317, fitrotinnazizah@gmail.com

ABSTRAK

Industri pariwisata merupakan salah satu sumber devisa negara dan pengembangannya diharapkan dapat memacu pertumbuhan perekonomian nasional. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui potensi wisata sawah dan strategi pengembangan desa wisata dalam meningkatkan daya tarik wisatawan pada wisata sawah di Desa Bajang Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. Metode penelitian menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan melakukan pengambilan sampel menggunakan metode Purposive Sampling karena informan penelitiannya ditentukan secara sengaja. Metode analisis data menggunakan metode analisis SWOT Untuk mengetahui strategi pengembangan wisata sawah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi yang tepat untuk pengembangan Wisata Sawah adalah Strategi SO Yaitu menambah fasilitas kekinian dengan mengkolaborasikan konsep pertanian seperti membangun fasilitas Agrowisata, kafe atau restoran bertema pertanian dan fasilitas rekreasi berbasis pertanian membuat even-even berbasis pertanian, pablikasi di media social.

Kata kunci : Potensi; Strategi pengembangan; Wisata sawah.

ABSTRACT

The tourism industry is one of the country's sources of foreign exchange and its development is expected to encourage national economic growth. This research aims to determine the potential for rice field tourism and strategies for developing tourist villages in increasing tourist attraction for rice field tourism in Bajang Village, Pakong District, Pamekasan Regency. The research method uses qualitative descriptive analysis and sampling using the Purposive Sampling method because the research informants were determined deliberately. The data analysis method uses the SWOT analysis method to determine the strategy for developing rice field tourism. The results of this research indicate that the appropriate strategy for developing Rice Field Tourism is the SO Strategy, namely adding contemporary facilities by combining agricultural concepts such as building agrotourism facilities, agricultural themed cafes or restaurants and agricultural-based recreation facilities, creating agricultural-based events, publishing on social media.

Keyword: Potential; Development strategy; Rice field tourism

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang berpotensi dalam bidang pariwisata, potensi wisata yang dimiliki pun beragam hal ini karena Indonesia terdapat suku bangsa, adat istiadat, budaya yang beragam pula. Potensi alam yang dimiliki dapat dikembangkan menjadi pariwisata seperti pada potensi alam di bidang pertanian. Pengembangan pariwisata saat ini memiliki prospek yang sangat baik yang mana dapat menjadi program unggulan dalam pembangunan daerah sehingga dapat menciptakan pendapatan bagi suatu daerah (Rusyidi & Fedryansah, 2019). Desa wisata merupakan salah satu potensi pariwisata yang dapat dikembangkan dan mulai diminati masyarakat. Menurut (Putu Agus Prayogi et al., 2022), desa wisata merupakan kegiatan wisata yang mengkonsumsi segala sumberdaya pedesaan baik itu berupa keindahan alam, keunikan budaya maupun tradisi yang telah menyatu dalam kehidupan masyarakat desa.

Perencanaan pariwisata sangat penting dilakukan karena saat ini dan di masa depan akan terus terjadi pergeseran minat wisata. Motif, minat, selera, tuntutan, dan perilaku wisatawan terus menerus berubah dan perlu direspon dengan tepat. Dengan terbatasnya ketersediaan produk wisata yang berkualitas, ditambah dengan meningkatnya persaingan produk dan jasa di pasar wisata. Perencanaan akan pengembangan wisata mutlak dilakukan. Perencanaan yang baik diharapkan tentunya akan menghasilkan peningkatan daya saing dari suatu produk wisata. Strategi merupakan proses manajerial untuk mengembangkan dan mempertahankan kesesuaian yang layak antara sasaran dan sumber daya perusahaan dengan peluang-peluang pasar yang selalu berubah untuk terus menerus mempertajam bisnis dan produk perusahaan sehingga keduanya berpadu menghasilkan pertumbuhan yang memuaskan dan menekankan untuk memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan (Pada et al., 2021).

Strategi pengembangan dalam konteks industry adalah upaya untuk melakukan analisis kondisi pasar kawasan baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan dan kondisi pasar eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang harus dilakukan. Dalam pengembangan wilayah, kawasan perdesaan harus dipandang sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan kawasan perkotaan. Pemahaman yang menyeluruh dan tidak dikotomis ini menjadi penting dan mendasar dalam penyusunan peraturan peraturan main yang berkaitan dengan pedesaan maupun perkotaan, agar terjadi sinergi dan keseimbangan perlakuan wilayah, khususnya oleh pelaku usaha (Pada et al., 2021).

Kriteria suatu desa dapat dikembangkan menjadi desa wisata, apabila memiliki beberapa faktor-faktor pendukung antara lain; (1) Memiliki potensi produk dan daya tarik, (2) memiliki dukungan sumber daya manusia (SDM), (3) motivasi kuat dari masyarakat, (4) memiliki dukungan sarana dan prasarana yang memadai, (5) mempunyai fasilitas pendukung kegiatan wisata, (6) mempunyai kelembagaan yang mengatur kegiatan wisata, dan (7) ketersediaan lahan/area yang dimungkinkan untuk dikembangkan menjadi tujuan wisata (Utomo & Satriawan, 2017).

Berdasarkan kriteria pengembangan desa tersebut, maka Desa Bajang merupakan desa yang berada di Kecamatan Pakong, Kabupaten Pamekasan yang berpotensi dikembangkan untuk menjadi desa wisata. Wisata Sawah memang tidak mengalami perubahan yang signifikan, maka tidak heran pula apabila pengunjung juga tidak mengalami peningkatan. Kurangnya event-event atau publikasi yang kurang sehingga masyarakat tidak begitu tertarik untuk berkunjung ke Wisata Sawah ini. Daftar pengunjung Desa Wisata (Gambar 1) berikut ini memperlihatkan penurunan pengunjung Desa wisata yang cukup signifikan setiap bulannya.



Gambar 1. Data pengunjung wisata sawah (Sumber : Sekretaris BUMDES 2023)

Berdasarkan data diatas terlihat bahwa Pengunjung mengalami penurunan yang signifikan dari tahun 2021 ke tahun 2022, penurunan Pengunjung ini di sebabkan beberapa faktor. Salah satunya adalah faktor tidak adanya pembaharuan Wisata Sawah, karena dengan adanya pembaruan Wisata Sawah akan memajukan dan meningkatkan objek wisata, agar objek wisata tersebut menjadi lebih baik dan membuat ketertarikan wisatawan untuk mengunjungi. Berdasarkan uraian tersebut maka penulis begitu tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Strategi Pengembangan Desa Wisata Dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan di Desa Bajang Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan". Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui potensi dan strategi pengembangan desa wisata dalam meningkatkan daya tarik wisatawan pada wisata sawah di Desa Bajang Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian adalah di Wisata Sawah, Desa Bajang Lokasi penelitian ini dilakukan di Wisata Sawah. Diambilnya lokasi ini karena Wisata Sawah merupakan salah satu agrowisata yang sedang berkembang. Penelitian ini dilakukan selama 1 bulan yaitu pada bulan Juni 2023. Metode analisis deskriptif untuk menjawab rumusan masalah yang pertama mengenai potensi wisata Sawah. Analisis deskriptif adalah jenis penelitian data yang membantu dalam mengambarkan, mendemostrasikan, atau membantu meringkas poin-poin itu dapat berkembang yang memenuhi semua kondisi data. Ini adalah teknik mengidentifikasi pola dan tautan dengan memanfaatkan data terkini dan historis. Karena mengidentifikasi pola dan asosiasi tanpa melangkah lebih jauh, ini sering disebut sebagai analisis data paling besar.

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan yang kedua adalah metode analisis SWOT, yang merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats) (Astuti & Ratnawati, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan Potensi Wisata Sawah di Desa Bajang

Desa Bajang Kecamatan pakong memiliki beberapa potensi yang dapat dikembangkan untuk kegiatan Wisata Sawah, berikut adalah hasil wawancara dengan Bapak Dendi Umar selaku Pengelola Wisata Sawah : Pewawancara: Selamat siang, Pak Dendi Umar. Terima kasih telah bersedia meluangkan waktu untuk wawancara ini. Saya ingin membahas potensi wisata sawah di daerah ini. Bagaimana pendapat Anda tentang hal ini? "Pak Dendi Umar: Selamat siang juga. Sama-sama, saya senang bisa berbagi tentang potensi wisata sawah di daerah kita. Menurut saya, wisata sawah memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan. Sawah-sawah kita memiliki keindahan alam yang menakjubkan, serta kehidupan petani dan proses pertanian yang menarik untuk dilihat."

Pewawancara: Bagaimana Anda melihat peluang pengembangan wisata sawah ini?
Pak Dendi Umar: Ada beberapa peluang yang bisa kita manfaatkan. Pertama, wisatawan bisa diajak untuk mengenal lebih dekat kehidupan petani dan berpartisipasi dalam kegiatan pertanian sehari-hari seperti menanam padi atau panen. Mereka juga bisa belajar tentang proses pertanian yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Kedua, kita bisa mengembangkan jalur-jalur trekking atau jalan setapak di sekitar sawah, dan juga menambahkan destinasi kekinian yang memungkinkan wisatawan untuk menikmati pemandangan sawah yang luas sambil menjaga kelestarian lingkungan.

Pewawancara: Apa yang Anda harapkan untuk masa depan pengembangan wisata sawah ini? "Pak Dendi Umar: Saya berharap bahwa pengembangan wisata sawah dapat membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat lokal dan mempromosikan keindahan dan keberagaman budaya daerah ini kepada wisatawan. Saya juga berharap bahwa melalui wisata sawah, kita dapat menjaga dan melestarikan warisan pertanian kita serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya pertanian berkelanjutan dan pelestarian lingkungan. Dari hasil wawancara dengan Bapak Dendi Umar selaku pengelola Wisata Sawah menyebutkan bahwa Desa Bajang Kecamatan Pakong mempunyai potensi yang berupa perbukitan yang indah, Selain dapat menikmati keindahan Desa Wisata. Wisatawan yang berkunjung dapat menikmati hamparan persawahan yang hijau ada di sekitar Wisata tersebut. Sehingga Wisata Sawah ini sangat cocok untuk dijadikan tujuan wisata bersama keluarga karena tempatnya yang ramah dan asri.

Terdapat beberapa peluang yang bisa dimanfaatkan untuk pembangunan Wisata Sawah, salah satunya adalah wisatawan bisa diajak untuk mengenal lebih dekat kehidupan petani sehari-hari supaya mereka bisa belajar proses pertanian yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Selanjutnya pengelola wisata sawah berencana melakukan pengembangan infrastruktur yang diperlukan yaitu jalan setapak disekitar sawah dan menambahkan destinasi wisata yang kekinian supaya wisatawan lebih mudah untuk menikmati pemandangan sawah yang luas.

Segala pemanfaatan pembangunan yang dilakukan untuk kegiatan pariwisata khususnya destinasi tidak merusak ekosistem lingkungan yang ada. Sumber daya khususnya alam yang ada harus tetap terjaga ketersediaan dan kelestariannya untuk tetap menjaga dan meningkatkan daya tarik pengunjung. Pengembangan yang dilakukan tidak merubah kebiasaan atau kebudayaan asli yang ada di sekitar destinasi bahkan semakin memperkaya dan mendukung kemajuan dari kebudayaan tersebut menjadi kreatif atau budaya yang lestari.

Strategi Pengembangan Desa Wisata Menggunakan Analisis SWOT

Qanita (2020) menjelaskan SWOT adalah alat perencanaan strategis yang digunakan sebagai pendekatan sistematis untuk membantu proses pengambilan keputusan. Sari (2020) menandaskan SWOT merupakan akronim dari kata (Strength) Kekuatan, (Weakness) kelemahan, (Opportunities) Peluang dan (Threat) ancaman. Analisis ini di gunakan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terjadi lingkungan internal maupun eksternal perusahaan. Analisis lingkungan internal merupakan tahap untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh "Wisata Sawah" dalam menghadapi persaingan. Lingkungan internal dapat diamati dengan pendekatan secara langsung melalui tanya jawab dan observasi atau pengamatan langsung.

Tabel 1. Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan

	Kekuatan	Kelemahan
Faktor Internal Wisata Sawah	<ul style="list-style-type: none"> a. Lokasi strategis b. Tiket masuk terjangkau c. Terdapat spot foto d. Pemandangan alam di sekitar yang indah 	<ul style="list-style-type: none"> a. Kurangnya promosi b. Belum tersedianya toko souvenir dan Homestay c. Tempat parkir kurang luas d. Pemeliharaan fasilitas tidak optimal

Sumber : Data Primer diolah Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 2, mengenai analisis IFAS Wisata Sawah yang diperoleh dari hasil perhitungan bobot dan rating terhadap pernyataan mengenai faktor-faktor internal yang mempengaruhi strategi pengembangan Wisata Sawah. Nilai total skor faktor internal sebesar 2,8 yang menunjukkan nilai tersebut lebih dari 2,50 yang berarti bahwa faktor-faktor internal relatif kuat.

Tabel 2. Matriks Faktor Internal Pada "Wisata Sawah"

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan :			
Lokasi strategis.	0,17	3,29	0,557
Tiket masuk terjangkau.	0,18	3,57	0,658
Terdapat spot foto.	0,16	3,14	0,51
Pemandangan alam di sekitar yang indah.	0,18	3,48	0,623
Subtotal	0,7	2,348	
Kelemahan:			
Kurangnya promosi.	0,08	1,48	0,112
Belum tersedianya toko souvenir dan Homestay.	0,07	1,33	0,092
Tempat parkir kurang luas.	0,08	1,57	0,127
Pemeliharaan fasilitas tidak optimal.	0,08	1,52	0,12
Subtotal	0,03	0,451	
TOTAL	1	2,8	

Analisis lingkungan eksternal bertujuan untuk mengevaluasi keadaan serta kejadian yang berada di luar lingkungan perusahaan. Analisis terhadap lingkungan eksternal merupakan tahap untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan.

Tabel 3. Identifikasi Peluang dan Ancaman

	Peluang	Ancaman
Faktor Eksternal Wisata Sawah	<ul style="list-style-type: none"> a. Minat pengunjung b. Inovasi lahan pertanian c. Destinasi pariwisata baru 	<ul style="list-style-type: none"> a. Tingginya pesaing bisnis pariwisata b. Kurangnya pengawasan pengelola c. Kondisi masyarakat sekitar kurang berkontribusi menjaga dan memelihara fasilitas wisata

Sumber : Data Primer diolah Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 4, mengenai analisis EFAS Wisata Sawah yang diperoleh dari hasil perhitungan bobot dan rating yang diberikan oleh sampel terhadap pernyataan yang diberikan mengenai faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi strategi pengembangan Wisata Sawah. Nilai total skor faktor eksternal sebesar 2,94 yang menunjukkan nilai tersebut lebih dari 2,50 yang berarti bahwa faktor-faktor eksternal relatif kuat.

Tabel 4. Matriks Faktor Eksternal Pada “Wisata Sawah”

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang:			
Minat pengunjung.	0,18	3,1	0,57
Inovasi lahan pertanian.	0,19	3,29	0,64
Destinasi pariwisata baru.	0,21	3,48	0,71
Subtotal	0,58		1,92
Ancaman:			
Tingginya pesaing bisnis pariwisata.	0,18	3,05	0,55
Kurangnya pengawasan pengelola.	0,12	2,05	0,25
Kondisi masyarakat sekitar kurang berkontribusi menjaga dan memelihara fasilitas wisata	0,12	1,95	0,23
Subtotal	0,42		1,02
TOTAL	1		2,94

Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat yang di pakai untuk mengukur faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini mengambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan 4 kemungkinan strategi yaitu:

1. Strategi Strength Opportunities (Kekuatan Peluang)

Strategi S-O merupakan strategi untuk memaksimalkan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada sehingga dapat bersaing. Kekuatan yang menjadi pertimbangan dalam analisis strategi S-O adalah Lokasi strategis, Tiket masuk terjangkau, Terdapat spot foto, serta Pemandangan alam disekitar yang indah (Qanita, 2020). Sementara peluang yang dapat dimanfaatkan adalah Minat pengunjung, Inovasi lahan pertanian, Destinasi pariwisata baru, serta dimana Strategi S-O yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk Wisata Sawah adalah Menambah fasilitas kekinian dengan mengkolaborasikan konsep pertanian dianggap sangat perlu guna menarik pengunjung yang pada dasarnya saat ini trend tempat wisata di picu dari fasilitas yang menarik seperti tempat untuk pengambilan object photo yang kekinian. Hal ini akan sangat mempengaruhi berjalannya Wisata Sawah di Desa Bajang.

Manfaatkan infrastruktur yang baik dan aksesibilitas yang ditingkatkan untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang mengunjungi wisata sawah. Misalnya, bekerjasama dengan pihak terkait untuk memperluas jaringan transportasi atau menyediakan paket perjalanan yang terintegrasi dengan fasilitas transportasi. Menambah fasilitas kekinian dengan mengkolaborasikan konsep pertanian dianggap sangat perlu guna menarik pengunjung yang pada dasarnya saat ini trend tempat wisata di picu dari fasilitas yang menarik seperti tempat untuk pengambilan object photo yang kekinian. Hal ini akan sangat mempengaruhi berjalannya Wisata Sawah di Desa Bajang.

2. Weakness Opportunities (Kelemahan Peluang)

Strategi W-O adalah strategi menggunakan peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Wisata Sawah adalah Minat pengunjung, Inovasi lahan pertanian, Destinasi pariwisata baru. Kelemahan yang perlu diatasi adalah Kurangnya promosi, Belum tersedianya Toko Souvenir dan Homestay, Tempat parkir kurang luas dan Pemeliharaan fasilitas tidak optimal (Indrayani Hamin & Isyana Pongoliu, 2023). Strategi W-O yang dirumuskan dari analisis SWOT adalah

menambah infrastruktur pendukung: Identifikasi kebutuhan infrastruktur yang diperlukan untuk meningkatkan pengalaman wisatawan, seperti memperluas area parkir, atau membangun fasilitas pendukung seperti toilet dan tempat istirahat. Manfaatkan peluang peningkatan koneksi untuk memperjuangkan pembangunan infrastruktur tersebut melalui kolaborasi dengan pemerintah daerah atau pemangku kepentingan terkait.

Melakukan pengawasan yang lebih aktif pada berjalannya Wisata Sawah contohnya seperti memperhatikan pengunjung agar tidak ada perbuatan yang dapat merusak lingkungan yang pada dasarnya terletak di areal lahan sawah sehingga tanaman di sekitar Wisata akan rusak dan menyebabkan kerusakan pada Wisata Sawah.

3. Strategi Strength Threats (Kekuatan Ancaman)

Strategi S-T adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghadapiancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Kekuatan yang digunakan dalam perumusan strategi S-T adalah Lokasi strategis, Tiket masuk terjangkau, Terdapat spot foto, Pemandangan alam di sekitar sangat indah (Putri et al., 2018).

Serta ancaman yang harus dihadapi Wisata Sawah yaitu Tingginya pesaing bisnis pariwisata, Kurangnya Pengawasan pengelola, Kurangnya petunjuk arah menuju ke objek wisata serta Kondisi masyarakat sekitar kurang berkontribusi menjaga dan memelihara fasilitas wisata. Dimana Strategi S-T yang dirumuskan dari analisis SWOT untuk Wisata Sawah adalah Membuat tawaran memarik dari harga tiket yang ditawarkan contohnya memberikan bonus berupa pernak pernik khas dari Wisata Sawah di Desa Bajang Hal ini merupakan cara yang baik dilaksanakan karena akan berdampak pada pengunjung Wisata Sawah.

4. Strategi Weskness Threats (Kelemahan Ancaman)

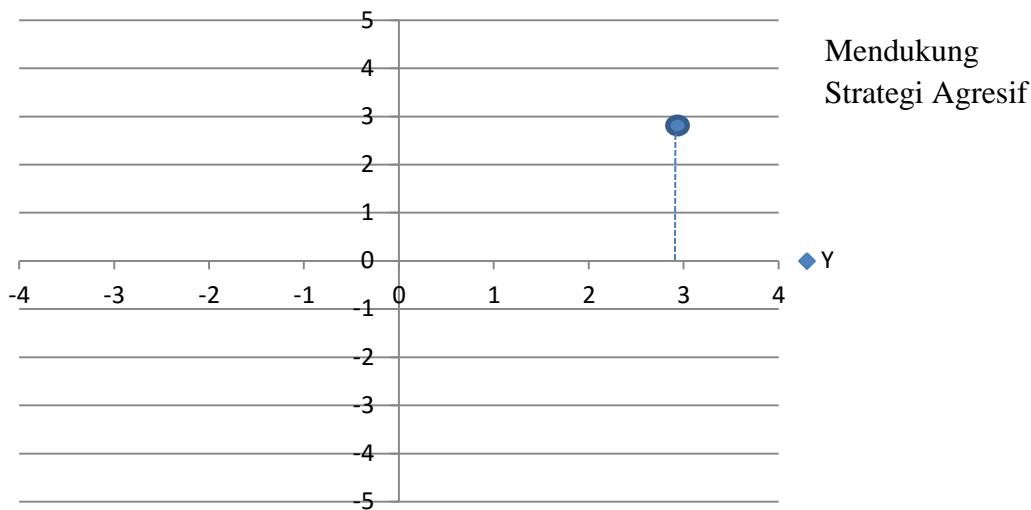
Strategi W-T merupakan strategi meminimalisasikan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghadapi ancaman yang akan dihadapi. Kelemahan yang harus di atasi oleh Wisata Sawah adalah Kurangnya promosi Belum tersedianya toko souvenir dan Homestay, Tempat parkir kurang luas dan Pemeliharaan fasilitas tidak optimal. Ancaman yang harus dihindari Wisata Sawah adalah Kurangnya infrastruktur pendukung: Identifikasi kebutuhan infrastruktur yang diperlukan untuk meningkatkan pengalaman wisatawan dan menghadapi ancaman eksternal seperti persaingan dengan destinasi wisata lain. Misalnya, lakukan upaya untuk memperbaiki dan meningkatkan fasilitas dan infrastruktur pendukung yang ada, seperti memperluas area parkir, atau memperbaiki aksesibilitas bagi penyandang disabilitas. Sehingga strategi yang harus dilakukan adalah Mempromosikan Wisata Sawah dengan memanfaatkan media social maupun non media social lebih aktif lagi mengingat banyaknya pesaing dalam sector pariwisata yang telah melakukan promosi untuk mempromosikan tempat wisatanya dan memperbaiki aksesibilitas, oleh karena itu Wisata Sawah di Desa Bajang Haruslah di lakukan dengan lebih aktif lagi.

Diagram SWOT

Langkah selanjutnya dalam menelaah melalui diagram Analisis SWOT dengan membuat titik potong antara sumbu X dan Sumbu Y, dimana nilai dari sumbu X di dapat dari selisih antara total Strenght dan total Weakness, sedangkan untuk nilai sumbu Y di dapat selisih antara total Opportunites dan total Threat.

Gambar 2. dibawah ini di peroleh dari hasil analisis data bahwa starategi pengembangan Wisata Sawah memiliki nilai yang positif dalam lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal berada pada posisi Strenght dan lingkungan eksternal berada pada posisi opportunity sehingga dapat di simpulkan strategi pengembangan Wisata Sawah berada pada Kuadran 1. Artinya strategi yang harus di terapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan agresif (growth oriented strategy) dengan memanfaatkan peluang dengan menggunakan kekuatan yang di miliki Wisata Sawah. Strategi yang tepat untuk pengembangan Wisata Sawah adalah Strategi SO (Strenght Opportunites) Yaitu menambah fasilitas kekinian dengan mengkorabosikan konsep pertanian seperti membangun fasilitas Agrowisata, caffé atau restoran bertema pertanian dan fasilitas rekreasi berbasis pertanian, membuat even-even berbasis pertanian, pablikasi di media social.

Diagram Swot



Gambar 2. Diagram SWOT (Sumber : Data diolah 2023)

Menurut penelitian (Sahidin et al., 2021) dengan judul Strategi pengembangan objek wisata alam curung ngelang Desa Bagawat Kecamatan Salajembe Kabupaten kuningan. Pada penelitian ini di peroleh hasil data bahwa objek wisata sawah alam curung ngelang berada pada kuadran 1 artinya suatu kawasan wisata tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Berdasarkan hasil kuadran analisis SWOT maka strategi yang tepat untuk pengembangan objek wisata alam curung ngelang adalah Strategi SO (Strenght Opportunity). Strategi SO (Strenght Opportunites) yaitu menciptakan sarana dan prasarana, meningkatkan Kerjasama dengan masyarakat, mengembangkan semua potensi yang di miliki, bekerjasama antara pihak pengelola, masyarakat dan pengunjung.

Setelah melakukan perbandingan antara penelitian saya dengan penelitian terdahulu di dapatkan hasil sesuai diagram bahwa masing-masing penelitian mendukung strategi agresif yang mana score faktor internalnya sama-sama di atas 2,5 yang berarti mengidentifikasi posisi internal yang kuat dan score faktor eksternalnya sama-sama berada di atas 1,0 yang mengidentifikasi bahwa perusahaan merespon peluang yg ada dengan cara luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar.

PENUTUP

Strategi yang tepat untuk pengembangan Wisata Sawah adalah Strategi SO Yaitu menambah fasilitas kekinian dengan mengkolaborasikan konsep pertanian seperti membangun fasilitas Agrowisata, caffé atau restoran bertema pertanian, fasilitas rekreasi berbasis pertanian, membuat even-even berbasis pertanian, publikasi media sosial, bekerja sama dengan pihak swasta, menambah fasilitas terkini dengan konsep pertanian seperti membangun fasilitas agrowisata, kafe, restoran bertema pertanian.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Indrayani Hamin, D., & Isyana Pongoliu, Y. (2023). Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Pengembangan Wisata Pantai Taulaa. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 418–428. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/19798>
- Pada, S., Bajang, D., Pakong, K., Pamekasan, K., Nuring wahyu, S., Hardati, R. N., Bisnis, J. A., Administrasi, F. I., Malang, U. I., Malang, M. T. H., Universitas, L., Malang, I., Mt, J., & Malang, H. (2021). Strategi pengembangan wisata alam brukoh hill dan wisata sawah dalam meningkatkan perekonomian desa. 10(1), 90–102.
- Putri, R. A. S. I., Sinyor, E. P., & Putr, A. C. (2018). Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Berbasis Analisis Swot Desa Sidomekar Dan Penggunaan Aplikasi Tour Guide

- Online Kabupaten Jember. *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis Ke-3. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember*, 3, 173–187.
- Putu Agus Prayogi, I Putu Bagus Suthanaya, & Ni Luh Komang Julyanti Paramita Sari. (2022). Pengelolaan Desa Wisata Pengelipuran Dengan Konsep Green Economy Berbasis Masyarakat Lokal Di Era Pandemi Covid-19. *Journal of Applied Management and Accounting Science*, 3(2), 117–127. <https://doi.org/10.51713/jamas.v3i2.56>
- Qanita, A. (2020). Analisis Strategi Dengan Metode Swot Dan Qspm (Quantitative Strategic Planning Matrix): Studi Kasus Pada D'Gruz Caffe Di Kecamatan Bluto Sumenep. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2), 11–24. <https://doi.org/10.15575/jim.v1i2.10309>
- Rusyidi, B., & Fedryansah, M. (2019). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat. Focus : *Jurnal Pekerjaan Sosial*, 1(3), 155. <https://doi.org/10.24198/focus.v1i3.20490>
- Sahidin, S., Herlina, N., & Nurdin, N. (2021). Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam Curug Ngelay Desa Bagawat Kecamatan Selajambe Kabupaten Kuningan. *Wanaraksa*, 12(2). <https://doi.org/10.25134/wanaraksa.v12i2.4570>
- Sari, D. (2020). Analisis Strenght Weakness Opportunity Threat (SWOT) Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Penjualan Roti. *Pragmatis*, 1(1), 7–14. <https://journal.uwks.ac.id/index.php/pragmatis/article/view/1052>
- Utomo, S. J., & Satriawan, B. (2017). Strategi Pengembangan Desa Wisata Di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang. *Ne-Bis*, 11(2), 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>