# ARTIKEL

# ANALISIS SWOT KAMPUNG TANI JAVA DWIPA DI TULUNGAGUNG SEBAGAI WISATA EDUKASI

OLEH :

**ARDINDA HERLIN SEKAR ARUM**

NPM : 13.1.02.02.0108

**Dibimbing oleh :**

1. **Prof. Dr. Sugiono, M.M.**
2. **Rino Sardanto, M.Pd.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

**2017**

**SURAT PERNYATAAN**
**ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017**

**Yang bertanda tangan di bawah ini:**

| | |
|---|---|
| Nama Lengkap | : Ardinda Herlin Sekar Arum |
| NPM | : 13.1.02.02.0108 |
| Telepon/HP | : 081515388633 |
| Alamat Surel (Email) | : dindaa.sekararum2@gmail.com |
| Judul Artikel | : Analisis SWOT Kampung Tani Java Dwipa di Tulungagung sebagai Wisata Edukasi |
| Fakultas – Program Studi | : Ekonomi – Manajemen |
| Nama Perguruan Tinggi | : Universitas Nusantara PGRI Kediri |
| Alamat PerguruanTinggi | : JL. KH. Ahmad Dahlan No.76 |

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

| Mengetahui | | Kediri, 7 Agustus 2017 |
|---|---|---|
| Pembimbing I | Pembimbing II | Penulis, |
| Prof. Dr. Sugiono, M.M.<br>NIDN. 0014015706 | Rino Sardanto, S.Pd., M.Pd.<br>NIDN. 0730127403 | Ardinda Herlin Sekar A<br>NPM. 13.1.02.02.0108 |

# ANALISIS SWOT KAMPUNG TANI JAVA DWIPA DI TULUNGAGUNG SEBAGAI WISATA EDUKASI

Ardinda Herlin Sekar Arum
13.1.02.02.0108
Ekonomi – Manajemen
dindaa.sekararum2@gmail.com
Prof. Dr. Sugiono, M.M. dan Rino Sardanto, M.Pd.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya tempat-tempat wisata baru yang muncul di Kabupaten Tulungagung. Kampung Tani Java Dwipa juga merupakan wisata baru berbasis edukasi di Tulungagung. Untuk meningkatkan kunjungan wisata diperlukan strategi pemasaran serta evaluasi faktor eksternal dan faktor internal dari Kampung Tani Java Dwipa. Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan akan berdampak pada masyarakat sekitar Kampung Tani Java Dwipa.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kelayakan Kampung Tani Java Dwipa di Tulungagung sebagai wisata edukasi ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran serta mengetahui dampak yang akan terjadi terhadap masyarakat sekitar ditinjau dari aspek ekonomi dan sosial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif.. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya data akan direduksi, disajikan dan ditarik kesimpulan menggunakan model Miles *and* Huberman. Penelitian ini menggunakan alat analisis SWOT. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan lima informan.

Kesimpulan dari penelitian Kampung Tani Java Dwipa berada pada kuadran satu yaitu pada posisi *Growth* (pertumbuhan). Pada posisi ini dapat mengkombinasikan peluang dan kekuatan untuk meningkatkan kunjungan. Saat kunjungan wisata meningkat, hal ini akan memberikan dampak pada masyarakat sekitar khususnya dari segi ekonomi.

**KATA KUNCI : Pariwisata, Evaluasi Faktor Internal (EFI), Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), Analisis SWOT.**

## I. LATAR BELAKANG

Pariwisata kini menarik untuk dibicarakan sebagai salah satu solusi untuk meningkatkan perekonomian suatu daerah. Berkembangnya pariwisata saat ini cukup pesat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya tempat wisata-wisata baru yang muncul. Berkembangnya sektor pariwisata ini juga dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan transportasi. Berdasarkan data yang diambil dari www.unwto.org/en Indonesia berada pada urutan nomor 28 dengan jumlah pengunjung 9,4 juta jiwa per bulannya. Dari data tersebut dapat diketahui dengan jumlah pengunjung 9,4 juta jiwa setiap bulannya, Indonesia merupakan salah satu negara yang pendapatannya sebagian besar di dapatkan dari sektor pariwisata. Seiring berkembangnya pariwisata semakin meningkat pula inovasi-inovasi dalam penyajian pariwisata itu sendiri, mulai dari wisata alam, wisata kuliner, wisata budaya, wisata buatan, wisata sejarah dan wisata edukasi. Pariwisata memiliki dampak pada sektor ekonomi, sosial dan budaya. Pariwisata dikutip dari organisasi pariwisata dunia atau UNWTO, dapat diartikan sebagai seluruh kegiatan orang yang melakukan perjalanan dan tinggal di suatu tempat di luar lingkungan kesehariannya. Kampung Tani Java Dwipa merupakan salah satu obyek wisata alam dan wisata edukasi yang berada di Tulungagung. Tepatnya di Jalan Srabah RT 01/RW 05, Karanganom Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung. Untuk meningkatkan kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Tulungagung khususnya di Kampung Tani Java Dwipa ini, maka perlu di buka pangsa pasar yang belum pernah dilakukan sebelumnya khusunya di daerah Kabupaten Tulungagung. Ide kreatif yang akan dilaksanakan dengan menjadikan dan mengembangkan Kampung Tani Java Dwipa ini sebagai wisata alam dan wisata edukasi yang menitik beratkan pada potensi-potensi yang ada pada Kampung Tani Java Dwipa itu sendiri. Menurut Thomas dan Norman (2011:83), strategi pemasaran adalah penggabungan oleh wirausahawan terhadap penelitian pasar yang bermakna dengan suatu rencana untuk mengembangkan daya saing dalam pasar sasaran tertentu. Untuk mengetahui kelayakan dari Kampung Tani Java Dwipa sebagai wisata alam dan wisata edukasi yang bisa menarik para wisatawan untuk berkunjung dan menikmati semua fasilitas yang ada, maka perlu dilakukan penelitian tentang dampak apa saja yang akan terjadi di Kampung Tani Java Dwipa ini setelah dijalankan dan dikembangkan sebagai tempat wisata yang berfokus pada

wisata alam dan wisata edukasi. Dalam penilaian dibutuhkan beberapa aspek yang dapat mendukung penilaian ini, diantaranya : aspek pasar serta dampak ekomoi dan sosail yang akan muncul didaerah sekitar. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis mengambil tema penelitian dengan judul **Analisis SWOT Kampung Tani Java Dwipa di Tulungagung sebagai Wisata Edukasi.**

## A. LANDASAN TEORI

### 1. Pariwisata

Menurut Suryadana dan Octavia (2015:30) menyatakan pariwisata sebagai keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing di suatu tempat, dengan syarat bahwa mereka tidak tinggal di situ untuk melakukan pekerjaan yang penting yang memberikan keuntungan yang bersifat permanen maupun sementara.

### 2. Strategi Pemasaran

Menurut Kotler (2004:21) mengemukakan pengertian strategi pemasaran adalah strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi tentang strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran.

### 3. Analisis SWOT

Menurut Kotler (2009:98) pengertian analisis SWOT adalah keseluruhan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan. Analisis SWOT merupakan cara untuk mengamati lingkungan pemasaran eksternal dan internal. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan.

## II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan

jenis penelitian deskriptif. Kehadiran peneliti dalam penelitian ini yaitu sebagai pengamat partisipan, pengumpul data dan pemilih informan yang akan digunakan sebagai sumber data. Tahapan penelitian ini terdiri dari:

A. Perencanaan

Analisis standar sarana dan prasarana, penyusunan rancangan penelitian, penetapan tempat penelitian, dan penyusunan pedoman wawancara.

B. Pelaksanaan

Peneliti mencari informasi data, yaitu wawancara mendalam pada bagian marketing Rumah Coklat Trenggalek, bagian humas Dinas Pertanian, Kehutanan dan Perkebunan Kabupaten Trenggalek serta pengunjung Rumah Coklat Trenggalek.

C. Analisis Data

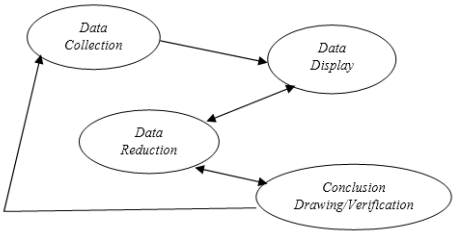
Analisis data dilakukan setelah peneliti melakukan wawancara mendalam serta observasi pada Rumah Coklat Trenggalek.

Prosedur pengumpulan data:

A. Observasi
B. Wawancara
C. Dokumentasi

Teknik analisis data menggunakan model Miles *and* Huberman. Teknik tersebut memiliki tiga komponen, yaitu:

A. *Data Reduction* (Reduksi Data)
B. *Data Display* (Penyajian Data)
C. *Conclusion Drawing/Verification*




**Gambar 3.1**
**Komponen Dalam Analisis Data (*Interactive Model*)**
Sumber: Sugiyono, 2014

Pengecekan keabsahan temuan menggunakan teknik triangulasi. Menurut Moleong (2014:330), triangulasi terdiri dari empat macam sebagai teknik pemeriksaan, yaitu sebagai berikut:

A. Triangulasi dengan sumber
B. Triangulasi dengan metode
C. Triangulasi dengan penyidik
D. Triangulasi dengan teori

Pemeriksaan dan pengecekan keabsahan data pada penelitian ini adalah menggunakan triangulasi dengan sumber, yaitu membandingkan hasil penelitian dengan teori yang dipakai.

## III. HASIL DAN KESIMPULAN

Berdasarkan deskripsi hasil penelitian muncul faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi jalannya kegiatan di Kampung Tani Java Dwipa. Faktor-faktor ini berisikan tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh Kampung Tani Java Dwipa

**Kekuatan**:

A. Atraksi wisata yang berbeda dengan tempat wisata lain yang sejenis.
B. Melestarikan budaya setempat.
C. Banyaknya pilihan paket wisata yang disediakan.
D. Pemandangan yang indah.
E. Lokasi yang tidak jauh dari kota

**Kelemahan:**

A. Kurangnya SDM yang mewadai.
B. Kurangnya promosi.
C. Kurangnya dukungan pemerintah setempat.

**Peluang:**

A. Menyerap tenaga lokal.
B. Ikut melesatrikan budaya setempat.
C. Membuka bisnis pangan sehat.
D. mengembangkan sektor pariwisata.

**Ancaman:**

A. Bersaing dengan tempat wisata dengan konsep wisata edukasi yang sama.
B. Iklim.
C. Bencana alam yang tidak dapat diperkirakan.

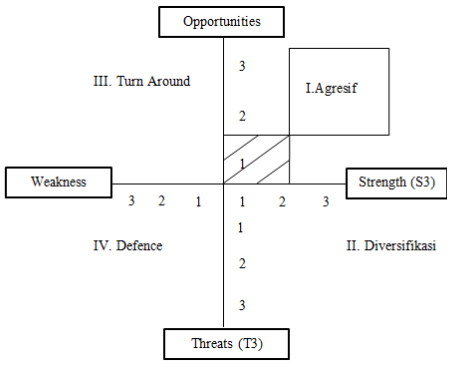
Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan *(Strengths)* dan peluang *(Opportunities)* namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan *(Weaknesses)* dan ancaman *(Threats).* Berikut tabel IFAS, tabel EFAS dan gambar Analisis SWOT Kampung Tani Java Dwipa.

**Tabel 4.1**
**IFAS Kampung Tani Java Dwipa**

| No. | Faktor-Faktor Internal | Bobot | Rating | Skor |
|---|---|---|---|---|
| **Kekuatan** | | | | |
| 1. | Atraksi wisata yang berbeda | 0.15 | 5 | 0.75 |
| 2. | Melestarikan kearifan lokal atau budaya setempat | 0.15 | 5 | 0.75 |
| 3. | Banyak pilihan paket wisata | 0.12 | 5 | 0.60 |
| 4. | Pemandangan yang indah | 0.12 | 3 | 0.36 |
| 5. | Objek tidak jauh dari kota | 0.10 | 4 | 0.40 |
| | **Jumlah** | | | 2.86 |
| **Kelemahan** | | | | |
| 1. | Kurangnya SDM yang mewadai | 0.12 | 4 | 0.48 |
| 2. | Belum banyak dikenal orang | 0.10 | 4 | 0.40 |
| 3. | Kurangnya dukungan Pemerintah | 0.10 | 3 | 0.30 |
| | **Jumlah** | | | 1.18 |

**Tabel 4.2**
**EFAS Kampung Tani Java Dwipa**

| No. | Faktor-Faktor Eksternal | Bobot | Rating | Skor |
|---|---|---|---|---|
| **Peluang** | | | | |
| 1. | Menyerap tenaga kerja lokal | 0.15 | 5 | 0.75 |
| 2. | Melestarikan budaya setempat | 0.10 | 5 | 0.50 |
| 3. | Membuka bisnis pangan sehat | 0.15 | 4 | 0.60 |
| 4. | Mengembangkan sektor pariwisata | 0.10 | 3 | 0.30 |
| **Jumlah** | | | | 2.15 |
| **Ancaman** | | | | |
| 1. | Bersaing dengan tempat wisata lain | 0.10 | 3 | 0.30 |
| 2. | Cuaca yang tidak menentu | 0.10 | 4 | 0.40 |
| 3. | Bencana alam yang tidak dapat diperkirakan | 0.8 | 4 | 0.32 |
| 4. | Kurangnya transportasi umum | 0.8 | 3 | 0.24 |
| **Jumlah** | | | | 1.26 |




**Gambar 4.1**
**Analisis SWOT**

Dari gambar di atas, menunjukkan bahwa Kampung Tani Java Dwipa berada pada kuadran pertumbuhan dengan terus melakukan strategi pengembangan (*Growth*) yang dapat meningkatkan kunjungan. Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Wening (2014).

Berdasarkan analisis tersebut di atas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor eksternal dan internal. Kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam diagram analisis SWOT sebagai berikut:

A. Strategi SO

Strategi ini dirancang dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Strategi SO yang ditempuh oleh Kampung Tani Java Dwipa, yaitu:

1. Meningkatkan pemasaran dari Kampung Tani Java Dwipa dengan cara memasang iklan-iklan di tempat strategis agar bisa dilihat masyarakat luas selain itu juga mengadakan promosi ke sekolah-sekolah dengan mengenalkan atraksi wisata apa saja yang ada di Kampung Tani Java Dwipa.
2. Meningkatkan jumlah objek wisata atau atraksi wisata guna melestarikan budaya.
3. Meningkatkan produk-produk asli dari Kampung Tani Java Dwipa. Meningkatkan produk-poduk bisa dengan cara melakukan diferensiasi produk seperti beras merah yang awalnya ditawarkan hanya berupa produk mentah menjadi produk olahan yang bisa langsung dinikmati oleh pengunjung.

B. Strategi ST

Strategi ini dirancang dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk mengatasi ancaman.

1. Melakukan *offensive strategy* *Offensive strategy* merupakan strategi yang menitik beratkan pada usaha perubahan untuk mencapai tingkat yang lebih baik. Bentuk strategi ini dapat berupa modifikasi produk, yaitu mengubah karakteristik produk sedemikian rupa sehingga semakin menarik para wisatawan. Dalam strategi ini yang ditekankan adalah dengan memperbaiki atau memaksimalkan pemasaran dari Kampung Tani Java Dwipa. Memaksimalkan pemasaran dengan cara lebih giat lagi mengiklankan atraksi-atraksi wisata yang ada dan juga mengiklankan produk-produk unggulan agar dapat menarik minat pengunjung.
2. Menjaga dan melestarikan potensi-potensi yang ada di Kampung Tani Java Dwipa. Menjaga dan melestarikan potensi yang ada dengan cara tetap mengenalkan potensi-potensi kepada wisatawan yang datang untuk berkunjung.

C. Strategi WO

Strategi ini dirancang dengan memanfaatkan keuntungan dari peluang yang ada.

1. Melakukan perekrutan SDM yang ahli khusunya di bidang pariwisata.
2. Memaksimalkan promosi Kampung Tani Java Dwipa agar lebih dikenal oleh masyarakat luas dan mengajukan proposal pengajuan untuk Kampung Tani Java Dwipa ke Pemerintah Daerah agar mendapatkan dana hibah yang bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan potensi Kampung Tani Java Dwipa.

D. Strategi WT

Strategi ini dirancang dengan meminimalkan seluruh kelemahan dan mengantisipasi ancaman.

1. Melakukan training dibidangnya masing-masing terhadap sumber daya manusia yang mengelola Kampung Tani Java Dwipa untuk memberikan standar pelayanan yang berkualitas dengan cepat.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, Kampung Tani Java Dwipa memiliki kekuatan yang dapat dipakai pada strategi tertentu serta memanfaatkan

peluang yang tepat serta secara bersamaan meminimalkan atau menghindari kelemahan dan ancaman yang ada. Strategi yang dapat digunakan Kampung Tani Java Dwipa adalah Strategi SO.

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan kunjungan pada Kampung Tani Java Dwipa, maka dapat ditemukan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis internal dan eksternal Kampung Tani Java Dwipa berada pada kuadran I (satu) yaitu pada posisi Agresif Pada posisi ini Kampung Tani Java Dwipa dapat mengkombinasikan peluang dan kekuatan perusahaan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Hal yang bisa dilakukan yaitu meningkatkan pemasaran, memaksimalkan promosi guna meningkatkan kunjungan wisatawan, meningkatkan jumlah objek wisata guna melestarikan budaya dan meningkatkan produk-produk asli dari Kampung Tani Java Dwipa.
2. Dengan peningkatan kunjungan wisatawan yang datang ke Kampung Tani Java Dwipa, maka hal tersebut akan memberikan dampak pada masyarakat sekitar. Dampak yang timbul khususnya dari segi ekonomi masyarakatnya.
3. Berdasarkan analisis SWOT, strategi yang dapat digunakan Kampung Tani Java Dwipa untuk meningkatkan kunjungan adalah strategi SO.

## IV. DAFTAR PUSTAKA

Alma Buchari.2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. ALFABETA.

Amir Taufiq. 2012. *Manajemen Strategik: Konsep dan Aplikasi*. Edisi II. Jakarta: Rajawali Pers.

Arikunto,S.2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: Rineka Cipta.

Fandeli Chafid. 2002. *Perencanaan Kepariwisataan.* Yogyakarta: Liberty.

Ibrahim Yacob. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis.* Cetakan ke-2. Jakarta: PT RINEKA CIPTA.

Kamir dan Jakfar. 2009. *Studi Kelayakan Bisnis.* Cetakan ke-6. Jakarta: Prenada Media Group.

Kamir dan Jakfar. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis.* Edisi Revisi. Jakarta: Prenada Media Group.

Kotler dan Philip. 2004. *Prinsip-prinsip pemasaran.* Jilid ke-2. Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Philip.2001. *Prinsip pemasaran.* Jakarta: Erlangga.

Liga Suryadana dan Vany Octavia.2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Cetakan Ke-Satu. Bandung : IKAPI.

Lupiyoadi, Rambat.2011.*Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 3*.Jakarta: Salemba Empat

Mursid M.2003. *Manajemen Pemasaran.* Edisi I. Jakarta: Bumi Aksara.

Payangan R. 2012. *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Edisi II. Makassar.

Rangkuti, Freddy.2006. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan Score.* Jakarta: PT Gramedia.

Rangkuti, Freddy.2009. *Manajemen Strategis.* Salemba Empat. Jakarta.

Rangkuti, Freddy.2011.*Riset Pemasaran.* Cetakan ke 10.Jakarta: Gramedia

Rangkuti, Freddy.2015. *Analisis SWOT.* Jakarta: PT Gramedia.

Tjiptono Fandy .2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. ANDI, Yogyakarta.

Tjiptono Fandy.2011. *Pemasaran Jasa.* Bayu Publishing, Anggota IKAPI Jatim.

Thomas dan Norman M. Scarborough.2011. *Strategi Pemasaran.* Penerbit PT.Prenhallindo, Jakarta.

Sucipto Agus.2010.*Studi Kelayakan Bisnis.*UIN-MALIKI PRESS (Anggota IKAPI). Malang.

Sugiyono.2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* Penerbit Alfabeta, Bandung.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan

http://tulungagungkab.bps.go.id

www.unwto.org/en