

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan pada Wisata Edukasi Kampung Lele tentang analisis *strength weakness opportunity threat* (SWOT) sebagai penentu strategi pemasaran pada Wisata Edukasi Kampung Lele. Dalam penelitian ini peneliti mengambil lima informan yaitu Bapak Maryani selaku pemilik sekaligus ketua dari Wisata Edukasi Kampung Lele, Ibu Lefia Sari selaku pengawas dari Wisata Edukasi Kampung Lele, Ibu Mujiati selaku bendahara dari Wisata Edukasi Kampung Lele, Mbak Dea selaku sekretaris dari Wisata Edukasi Kampung Lele, dan Mas Roby selaku karyawan dibidang budidaya dari Wisata Edukasi Kampung Lele.

Data hasil penelitian ini diuraikan berdasarkan hasil wawancara dengan para informan mengenai fokus penelitian sebagai berikut:

1. Komponen Analisis Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) pada Wisata Edukasi Kampung Lele

- a. Faktor-Faktor Kekuatan (*Strenght*) pada Wisata Edukasi Kampung Lele

Faktor kekuatan pertama yang dimiliki oleh Wisata Edukasi Kampung Lele adalah legalitas dari pemerintah. Wisata Edukasi Kampung Lele sudah memiliki surat izin usaha baik untuk pendirian usaha maupun untuk olahan makanan lele. Karena surat perizinan itu sangatlah penting untuk menjamin kekuatan hukum. Selain itu, dengan

adanya perizinan dapat memberikan manfaat kepada pihak UMKM dimana akan diberikan pelatihan-pelatihan oleh pemerintah untuk mengembangkan produk atau usahanya. Hal ini dinyatakan langsung oleh Bapak Maryani selaku ketua dari Wisata Edukasi Kampung Lele.

“izin usaha itu sekarang banyak mbak, kalau untuk pengolahan itu sekarang dari dinas perikanan namanya SKP. Selain itu ada juga untuk produk olahan yaitu halal, BPOM, dan PRT sedangkan untuk surat izin pendirian usaha sudah selesai tetapi belum turun diantaranya SIUP, TDP, dan akta pendirian. Surat izin usaha itu sangat penting sekali, karena dengan adanya izin usaha kita mesti diberi pelatihan. Akhirnya kita tahu produk-produk yang harus ditemui dalam memproses makanan yang beresiko tinggi misalnya frozen. Setelah mendapat pelatihan kita dari sananya dianalisa bagaimana efek pelatihannya itu terhadap produknya apakah sudah memenuhi syarat, jika sudah memenuhi syarat maka diberikan izin, kalau belum memenuhi syarat maka kita diberikan pelatihan lagi”⁵⁸

Hal serupa juga dinyatakan oleh Ibu Lefia selaku pengawas dari Wisata Edukasi Kampung Lele sebagai berikut.

“kampung lele sudah ada perizinannya mbak, bapak dan mbak Dea sudah melengkapi surat-suratnya”⁵⁹

Pernyataan Bapak Maryani dan Ibu Lefia diperkuat oleh Mbak Dea selaku sekretaris dari Wisata Edukasi Kampung Lele, sebagai berikut.

“sudah ada mbak, antara lain SIUP, akta pendirian, PIRT, dan Halal sementara BPOM itu sudah mengajukan tapi masih dalam proses mbak ini hampir selesai juga. Surat izin berguna untuk legalitas karena biasanya kalau kita mengurus bantuan misalnya kita butuh kayak gilingan daging, nah itu kan kita harus buat proposal yang diajukan ke kecamatan habis itu kabupaten itu kan

⁵⁸ Wawancara kepada Bapak Maryani selaku ketua Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

⁵⁹ Wawancara kepada Ibu Lefia selaku bendahara Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

kalau ada surat izin legalitas itu kan lebih jelas jadi tembusnya itu lebih cepat”⁶⁰

Surat perizinan untuk suatu usaha merupakan sesuatu yang sangat penting. Pasalnya dengan adanya surat izin maka Wisata Edukasi Kampung Lele mempunyai legalitas usaha dan kekuatan hukum yang melindungi. Selain itu, juga dapat memberikan manfaat lain dalam pengembangan usaha yaitu dalam kegiatan pelatihan-pelatihan dan juga pameran produk unggulan. Dengan begitu Wisata Edukasi Kampung Lele dapat berkembang dengan baik dan dikenal oleh masyarakat luas.

Kekuatan kedua adalah lahan yang digunakan sebagai lokasi usaha merupakan milik pribadi. Wisata Edukasi Kampung Lele merupakan tempat wisata yang membutuhkan banyak lahan untuk pengembangan usaha. Sejauh ini, lahan untuk kegiatan usaha merupakan milik pribadi namun untuk kedepannya tidak menutup kemungkinan akan melakukan penambahan lahan. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Maryani selaku ketua dari Wisata Edukasi Kampung Lele sebagai berikut.

“lahan disini milik sendiri mbak, kalau untuk saat ini lahannya itu masih cukup tapi kalau kita bisa mengembangkan lebih lanjut ya harus penambahan lahan”⁶¹

Hal serupa juga diungkapkan oleh Mbak Dea selaku sekretaris dari Wisata Edukasi Kampung Lele, sebagai berikut.

“iya alhamdulillah lahannya ini sudah milik kampung lele mbak”⁶²

⁶⁰ Wawancara kepada Mbak Dea selaku sekretaris Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 29 Januari 2022

⁶¹ Wawancara kepada Bapak Maryani selaku ketua Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

Lahan merupakan aset yang sangat penting untuk menjalankan kegiatan operasional suatu usaha. Karena lahan Wisata Edukasi Kampung Lele milik pribadi maka tidak terdapat anggaran biaya-biaya untuk pengeluaran sewa lahan.

Kekuatan yang dimiliki ketiga adalah kualitas produk olahan lele terjamin. Kualitas produk olahan lele terus dijaga untuk memenuhi kepuasan konsumen. Hal ini dinyatakan langsung oleh Bapak Maryani selaku ketua dari Wisata Edukasi Kampung Lele.

“kita mengenai kebersihan atau ke higienisan produksi sudah memenuhi standarisasi mulai dari menggunakan bahan baku dari lele yang masih segar dan juga menjaga cita rasa dari olahannya”⁶³

Hal ini juga dinyatakan oleh Ibu Lefia selaku pengawas dari Wisata Edukasi Kampung Lele, sebagai berikut.

“sudah terjamin soalnya itu kita juga sudah pernah cek air dari air kran di lab kan dan ini juga salah satu persyaratan halal sama BPOM mbak”⁶⁴

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas bahan baku yang digunakan untuk membuat olahan lele sudah bersertifikat halal. Dengan demikian dapat dipastikan bahwa produk-produk olahan di Wisata Edukasi Kampung Lele aman dan berkualitas. Pada dasarnya menjaga kualitas produk merupakan strategi yang dilakukan oleh semua usaha khususnya Wisata Edukasi Kampung Lele. Pasalnya dengan

⁶² Wawancara kepada Mbak Dea selaku sekretaris Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 29 Januari 2022

⁶³ Wawancara kepada Bapak Maryani selaku ketua Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

⁶⁴ Wawancara kepada Ibu Lefia selaku bendahara Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

menjaga kualitas produk olahan lele dapat mempertahankan kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas maka mereka akan melakukan pembelian berulang atau yang juga disebut dengan mempertahankan loyalitas konsumen.

Kekuatan keempat adalah Wisata Edukasi Kampung Lele menawarkan banyak pilihan menu olahan lele. Penciptaan berbagai olahan lele merupakan kekuatan yang ditonjolkan oleh Wisata Edukasi Kampung Lele. Hal itu sesuai pernyataan yang diungkapkan oleh Bapak Maryani selaku ketua dari Wisata Edukasi Kampung Lele.

“kita mempunyai produk yang lain daripada yang lain, ada 16 menu disini mbak. Kalau dari resto-resto di luar kan menunya hampir sama dari ikan atau dari ayam sedangkan kita kan spesialis dari lele. Dari setiap menunya itu kita memberikan rasa yang bisa diterima oleh masyarakat banyak, caranya ya kita survei resep. Yaitu ketika membuat masakan itu kita catat resepnya kita kasihkan teman keluarga atau yang lain setelah itu kita survei mana sih yang cocok dengan model kita bagaimana tanggapannya. Kuliner ini menjadi andalan dalam wisata edukasi kampung lele”⁶⁵

Penyediaan menu-menu olahan lele tentunya juga mempunyai tujuan untuk menarik minat konsumen untuk sekedar berkunjung atau berwisata di Wisata Edukasi Kampung Lele. Hal tersebut selaras dengan pernyataan dari Ibu Mujiati selaku bendahara, sebagai berikut.

“tujuan dari memberikan banyak varian ya agar orang yang hari ini datang makan sate besok makan lele bakar besok lagi makan crispy supaya nggak jenuh makan-makan ikan mbak”⁶⁶

⁶⁵ Wawancara kepada Bapak Maryani selaku ketua Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

⁶⁶ Wawancara kepada Ibu Mujiati selaku bendahara Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

Dari pernyataan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa Wisata Edukasi Kampung Lele memilih kuliner lele untuk dijadikan sebagai kekuatan andalan dalam kegiatan usahanya. Karena mengingat di restoran-restoran lain belum ada yang menjual produk olahan yang berbahan dasar lele. Untuk itu Wisata Edukasi Kampung Lele terus berusaha membuat inovasi-inovasi olahan lele untuk mengembangkan usahanya.

Kekuatan kelima adalah harga jual produk olahan lele yang terjangkau. Karena Wisata Edukasi Kampung Lele menggunakan bahan dasar lele yang merupakan hasil budidaya sendiri maka dapat menetapkan harga jual yang cukup terjangkau. Harga jual juga disesuaikan dengan kemampuan ekonomis masyarakat. Hal itu sesuai dengan pernyataan Bapak Maryani selaku ketua dari Wisata Edukasi Kampung Lele.

“kami katakan terjangkau karena ikan lele untuk bahan baku kita ambil dari hasil panen budidaya kita sendiri. Menu-menu di tempat kami itu kalau harganya sama itu porsi lebih banyak, lalu untuk rasanya kita bedakan. Kita harus menyesuaikan dengan kondisi ya mbk, seperti saat pandemi ini. Kita membuat produk-produk yang harganya bisa dijangkau oleh masyarakat yang penghasilannya terganggu. Misalnya lele bakar yang biasa kita jual Rp 15.000,00, kita bikin harga PPKM yaitu Rp 8.000,00 namun lelenya agak kecil”⁶⁷

Hal serupa juga diungkapkan oleh Mbak Dea selaku sekretaris dari Wisata Edukasi Kampung Lele, sebagai berikut.

⁶⁷ Wawancara kepada Bapak Maryani selaku ketua Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

“karena kita bahan bakunya dari tangan pertama mbak jadi kita bisa jual lebih murah kalau misal kita ambil lele dari pasar ya harganya nggak bisa segini”⁶⁸

Kekuatan yang keenam adalah Wisata Edukasi Kampung Lele mempunyai target pasar yang jelas. Wisata Edukasi Kampung Lele merupakan tempat wisata yang menyuguhkan wisata kuliner dengan tambahan edukasi pengolahan lele, budidaya lele, dan paket-paket edukasi seperti plosotan ikan dan tangkap ikan. Target pasar untuk edukasi pengolahan ikan yaitu semua masyarakat yang ingin belajar memasak aneka olahan ikan lele, kemudian untuk edukasi budidaya lele, plosotan ikan, dan tangkap ikan target pasarnya yaitu siswa TK dan SD.

“kampung lele menyediakan jasa paket-paket edukasi yaitu memelihara ikan, memasak ikan, arena tangkap ikan, arena plosotan ikan. Target pasarnya kalau yang memasak ikan itu ya semua masyarakat mbak, tetapi kalau yang memelihara ikan, tangkap ikan kemudian plosotan ikan itu untuk anak-anak tingkat SD dan TK”⁶⁹

Hal senada juga disampaikan oleh Mbak Dea selaku sekretaris, dimana beliau yang melakukan negoisasi dengan sekolah-sekolah yang ingin berkunjung.

“untuk paket edukasi memasak itu Bapak sendiri yang memberikan edukasi, kalau untuk edukasi anak-anak itu ya Bapak juga dibantu mahasiswa-mahasiswa yang menjalankan praktik di sini bersama para guru dari rombongan itu”⁷⁰

⁶⁸ Wawancara kepada Mbak Dea selaku sekretaris Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 29 Januari 2022

⁶⁹ Wawancara kepada Bapak Maryani selaku ketua Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 23 April 2022

⁷⁰ Wawancara kepada Mbak Dea selaku sekretaris Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 23 April 2022

Kekuatan yang ketujuh ialah menjual produk olahan lele berbasis online. Sistem penjualan online ini mulai diterapkan oleh Wisata Edukasi Kampung Lele ketika adanya pandemi covid-19 dimana jual-beli online pada kondisi ini sangat tepat dilakukan.

“kita itu mulai menjual online saat covid-19 di mana saat itu omzet kita yang menurun dan untuk mengatasi keterpurukan kala itu kita mencoba melakukan penjualan online dan alhamdulillah masyarakat itu juga antusias dan produk olahan kita juga dapat memberikan keuntungan di kondisi saat itu”⁷¹

Hal itu diperkuat oleh Mbak Dea selaku sekretaris dimana beliau yang bertugas untuk melayani konsumen online.

“penjualan onlinenya awal-awal kita hanya melakukan pesan-antar melalui media whatsapp kemudian yang mengantarkan karyawan tapi dirasa kurang ya mbak lalu saya mencoba bekerjasama dengan gojek itu dan berlangsung sampai sekarang”⁷²

Wisata Edukasi Kampung Lele melakukan strategi penjualan berbasis online dimana hal ini dilakukan untuk memanfaatkan teknologi guna mendapatkan keuntungan dan juga sebagai strategi agar masih tetap bertahan walaupun terdapat wabah pandemi covid-19.

Kekuatan yang kedelapan yaitu alat produksi yang memadai. Hal ini dapat dibuktikan dengan penggunaan mesin untuk produksi dan freezer untuk menyimpan olahan lele. Hal ini disampaikan langsung oleh Bapak Maryani sebagai berikut.

⁷¹ Wawancara kepada Bapak Maryani selaku ketua Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 23 April 2022

⁷² Wawancara kepada Mbak Dea selaku sekretaris Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 23 April 2022

“kalau untuk kampung lele sudah mbak, misalnya itu kita sudah mempunyai gilingan daging sendiri kemudian juga frizer ya sudah cukup dan itu alat untuk ngeprint nota. Sedangkan fasilitas untuk ukuran kita sementara ini cukup mulai dari kolam renang ada, mainan anak-anak, mushola, toilet, tempat karaoke, tempat sampah”⁷³

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Lefia selaku pengawas dari Wisata Edukasi Kampung Lele, sebagai berikut.

“kalau alat-alat produksi sudah memadai mbak seperti gilingan, frezer, tempat fillet ikan, pencucian ikan juga sudah ada sendiri mbak”⁷⁴

Jadi dapat disimpulkan dari pernyataan hasil wawancara adalah pemanfaatan alat produksi sangatlah berguna untuk memudahkan pekerjaan. Karena dengan alat produksi yang memadai maka akan mempengaruhi kualitas hasil produksi yang baik. Sedangkan untuk fasilitas penunjang juga menjadi nilai lebih untuk kenyamanan pengunjung.

Kekuatan kesembilan adalah adanya dukungan dari pemerintah. Dengan adanya dukungan dari pemerintah dapat memberikan dampak positif terhadap Wisata Edukasi Kampung Lele. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak Maryani selaku ketua dari Wisata Edukasi Kampung Lele.

“kalau dukungan pemerintah itu ada mbak banyak, mulai dari pemerintah desa, kecamatan, sampai kabupaten. Tetapi yang terutama itu dari kabupaten, misalnya dari gilingan daging dan freezer-freezer itu ada bantuan dari kabupaten dalam bentuk hibah. Juga sering sekali ada kunjungan dari pemerintah dalam

⁷³ Wawancara kepada Bapak Maryani selaku ketua Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

⁷⁴ Wawancara kepada Ibu Lefia selaku pengawas Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 29 Januari 2022

kegiatan misalnya olahan. Pelatihan itu yang mengadakan ada yang dari dinas perikanan, dinas koperasi itu kesini. Pernah juga kita diundang dalam kegiatan pelatihan ke desa lain atau kecamatan lain untuk memberi pelatihan pada masyarakat di sana. Kalau dari pemerintah desa itu sifatnya memudahkan contohnya jika kita minta izin sesuatu itu biasanya ya sangat merespon sekali”⁷⁵

Hal senada juga disampaikan oleh mbak Dea selaku sekretaris dari Wisata Edukasi Kampung Lele, sebagai berikut.

“contohnya aja ini kemarin itu ada gerakan pemerintah untuk cegah stunting atau pertumbuhan yang melambat untuk anak-anak itu kan katanya dengan mengkonsumsi ikan jadi bisa cegah stunting. Nah itu kan mendukung sekali mbak. Jadinya ya itu mbak minat konsumsi masyarakat meningkat mengingat menu-menu ikan disini kan tidak hanya digoreng saja”⁷⁶

Begitu juga dengan pernyataan Ibu Mujiati selaku bendahara Wisata Edukasi Kampung lele sebagai berikut.

“pernah Bupati kesini melakukan kunjungan dalam pelatihan pengolahan ikan dan juga bantuan gilingan mbak”⁷⁷

Dari pernyataan bapak Maryani, Mbak Dea, dan Ibu Mujiati di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dukungan pemerintah sangat memberikan manfaat sekali karena pengelola UMKM akan diberikan pelatihan-pelatihan, bantuan usaha, menambah relasi dan kerjasama antarUMKM se-Kabupaten Kediri, serta pelatihan dalam hal pemasarannya.

⁷⁵ Wawancara kepada Bapak Maryani selaku ketua Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

⁷⁶ Wawancara kepada Mbak Dea selaku sekretaris Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 29 Januari 2022

⁷⁷ Wawancara kepada Ibu Mujiati selaku bendahara Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

b. Faktor-Faktor Kelemahan (*Weakness*) pada Wisata Edukasi Kampung Lele

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, terdapat beberapa kelemahan yang dimiliki oleh Wisata Edukasi Kampung Lele. Faktor kelemahan yang pertama adalah kualitas sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki oleh pengelola masih rendah. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Bapak Maryani selaku ketua dari Wisata Edukasi Kampung Lele.

“kelemahan kita itu ya di SDMnya ya masih kurang karena memang kita itu dari dulunya belum pernah terjun ke dunia entertainmen terutama kuliner kita memang belum pernah belajar atau bekerja di suatu resto. Karena usaha ini bermula dari hobi keluarga kita yang suka traveling dan kuliner. Contoh SDM rendah itu ya saya sendiri sebagai ownernya itu sebenarnya orang teknik dan cuma lulusan STM jadi untuk mengikuti misalnya sekarang harus pakai IT kita ya harus banyak belajar, terus cara pemasaran yang dulunya konvensional sekarang menjadi pakai IT jadi ya kita perlu penyesuaian. Kemudian juga cara masak-masak zaman dahulu kan kita tahunya ya manual sekarang kan kita pakai mesin dan juga kita harus bersaing dengan produk-produk pabrikan jika ingin menjual produk ke luar”⁷⁸

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Lefia selaku pengawas dari Wisata Edukasi Kampung Lele, sebagai berikut.

“SDM memang menjadi kekurangan kita secara akademik karena usaha ini dikelola dari keluarga jadi akhirnya kalau ada masalah pemecahannya berdasarkan kejadian dan pemecahaannya itu mesti lama. Misalnya ada barang gagal produksi maka kalau sudah terjadi beberapa kejadian maka kita baru bisa memperbaiki karena tidak ada pengalaman yang sudah dijalani

⁷⁸ Wawancara kepada Bapak Maryani selaku ketua Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

atau pelajaran-pelajaran yang didapat belum ada dan bisanya secara otodidak”⁷⁹

Skill atau kemampuan merupakan sesuatu yang harus ada pada seorang wirausahawan, karena kemampuan inilah yang digunakan untuk mengembangkan suatu usaha. Meskipun Bapak Maryani bukan seorang yang ahli bisnis namun beliau mempunyai tekad untuk mendirikan usaha dengan percaya diri, mau belajar, dan pantang menyerah.

Kelemahan yang kedua adalah belum adanya bagian yang bertugas untuk pemasaran sehingga pemasaran belum terstruktur dengan baik, pemasaran masih memanfaatkan pemasaran tradisional dari mulut ke mulut dan melalui media whatsapp atau facebook kampung Lele.

“kampung lele belum ada bagian pemasarannya mbak, ya kalau pemasaran online cuma mbak Dea itu yang posting-posting foto atau video saat ada sekolah-sekolah yang outbond di sini dan kalau ada event-event seperti jaranan”⁸⁰

Hal senada juga diungkapkan oleh Mbak Dea dalam wawancara dengan peneliti sebagai berikut

“pemasaran di kampung lele belum begitu ditekankan sih mbak, soalnya kita juga kan sudah ada kerjasama dengan sekolah-sekolah nah dari adanya kegiatan di sini kan guru-gurunya pasti akan upload story atau upload kegiatan-kegiatan anak-anak di media sosialnya sehingga dari situlah sekolah-sekolah lain akan tertarik”⁸¹

⁷⁹ Wawancara kepada Ibu Lefia selaku pengawas Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 29 Januari 2022

⁸⁰ Wawancara kepada Bapak Maryani selaku ketua Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 23 April 2022

⁸¹ Wawancara kepada Mbak Dea selaku sekretaris Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 23 April 2022

Kelemahan yang ketiga adalah kurangnya promosi-promosi di media iklan. Berikut pernyataan mengenai strategi promosi yang dilakukan oleh Wisata Edukasi Kampung Lele yang disampaikan oleh Mbak Dea selaku sekretaris Wisata Edukasi Kampung Lele.

“sampai saat ini itu saya bersama dengan Mbak Lefia selaku pengawas itu masih mengevaluasi strategi promosi mbak, karena memang kita tidak begitu banyak melakukan promosi di media-media iklan dan juga SDM kita kurang kompeten mbak dalam membuat iklan yang menarik seperti tayangan iklan di media online ataupun media cetak”⁸²

Salah satu strategi pemasaran yang modern saat ini ialah melakukan promosi atau iklan di media online. Karena seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih maka dengan memanfaatkan media iklan dapat menjangkau pasar sasaran yang lebih luas cakupannya.

Kelemahan yang keempat adalah lokasi usaha yang kurang strategis. Pemilihan lokasi usaha yaitu di Desa Tales bagian utara yang letaknya berdampingan dengan permukiman masyarakat dan jauh dari pusat kota. Lokasi ini dipilih sebagai tempat usaha karena Bapak Maryani sendiri hanya mempunyai lahan di sana yang awalnya lahan tersebut digunakan sebagai tempat untuk budidaya ikan lele kemudian dikembangkan menjadi tempat wisata.

“lokasi yang terpencil ini untuk diketahui orang banyak kita harus mengadakan promosi yang lebih kuat. Pemilihan lokasinya disini karena ya memang punya nya lahan disini mbak, kita itu mengembangkan apa yang kita punya di sini yaitu kolam

⁸² Wawancara kepada Mbak Dea selaku sekretaris Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 23 April 2022

*pembudidayaan lele. Selain itu harga tanah disini itu cukup murah juga karena disini itu dulu masih berupa lahan tegalan atau persawahan*⁸³

Hal itu juga dinyatakan oleh Mbak Dea selaku sekretaris dari Wisata Edukasi Kampung Lele sebagai berikut

*“masalah lokasi, karena lokasinya itu di dalam maka untuk menarik pengunjung ada kendala juga, jadi kita harus menyesuaikan style nya orang sekarang, misalnya orang sekarang senangnya praktis mudah murah dan juga enak mbak”*⁸⁴

Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan karena dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha. Dengan demikian, Wisata Edukasi Kampung Lele terus melakukan strategi-strategi pemasaran untuk menunjang kelemahannya tersebut.

Kelemahan kelima yaitu terbatasnya modal operasional. Karena Wisata Edukasi Kampung Lele merupakan usaha milik pribadi maka sebagian besar modalnya berasal dari pemilik.

“modal awalnya itu semuanya dari pribadi, tetapi kalau untuk join kerjasama begini mbak, mainan disini itu kalau dapat misalnya Rp 10.000,00 maka saya yang Rp 3.000,00 sedangkan pemiliknya Rp 7.000,00. Mainannya seperti mobil-mobilan, mandi bola, dan sekuter tapi adanya cuma hari-hari libur saja. Untuk pengembangannya, keterbatasan modal tinggi sekali ya akhirnya kita melakukan pinjaman ke pihak bank.”

Hal serupa juga diungkapkan oleh Mbak Dea selaku sekretaris dari Wisata Edukasi Kampung Lele sebagai berikut.

⁸³ Wawancara kepada Bapak Maryani selaku ketua Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

⁸⁴ Wawancara kepada Mbak Dea selaku sekretaris Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 29 Januari 2022

“iya soalnya modal pribadi nggak ada kayak investor atau apa gitu nggak ada, masih sendiri jadi ya masih kurang-kurang mbak”⁸⁵

Kelemahan keenam adalah pembukuan atau pencatatan keuangan masih belum dicatat professional, dimana untuk pencatatan hanya untuk total omzet perhari sedangkan untuk pengeluaran belum dilakukan pencatatan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ibu Mujiati selaku bendahara dari Wisata Edukasi Kampung Lele.

“kalau catatan keluar masuk keuangan belum dilakukan secara detail, cuma misalnya dicatat sehari omzetnya berapa begitu saja mbak. Pemasukan dari tiket masuk, kolam renang, dari warung berapa itu belum professional. Sedangkan kalau untuk pengeluaran pencatatannya sangat kurang sekali mbak, tidak kita bukuan pengeluaran keuangannya”⁸⁶

Pernyataan senada juga dinyatakan oleh Bapak Maryani selaku ketua dari Wisata Edukasi Kampung Lele bahwa:

“untuk pencatatan keuangan masih belum professional mbak, tetapi sebenarnya pembukuan itu sangat penting sekali mbak karena ya kita akan tahu berapa keuntungan kita tetapi saat ini pencatatan keuangannya masih sangat sederhana”⁸⁷

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa pembukuan belum dilakukan pencatatan professional melainkan hanya total omzet perhari saja. Sehingga untuk mengetahui besarnya laba atau rugi dalam periode tertentu belum jelas besaran nominalnya.

⁸⁵ Wawancara kepada Mbak Dea selaku sekretaris Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 29 Januari 2022

⁸⁶ Wawancara kepada Ibu Mujiati selaku bendahara Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

⁸⁷ Wawancara kepada Bapak Maryani selaku ketua Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

Kelemahan ketujuh adalah pakan lele masih membeli dari pabrikan sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Maryani selaku ketua dari Wisata Edukasi Kampung Lele.

“pakan masih membeli dari pabrikan semua, kalau kenaikan pakan itu hampir beberapa bulan sekali terus ada kenaikan. Selalu hampir tiap tahun atau tiap bulan sekali selalu ada kenaikan mbak. Kita itu kalau yang sulitnya pembudidaya ikan itu di saat kenaikan pakan tidak dibarengi dengan kenaikan harga ikan. Jadi kita harus pandai-pandai mensiasati kalau bisa disiasati. Misalnya kita harus ngatur pakannya benar-benar tertib. Kalau pakan pabrikan itu sudah hampir dibilang tidak bisa disiasati karena pakan sekian kilo nanti dapatnya ikan sekian kilo itu sudah ada prediksinya. Lalu kalau mau buat pakan sendiri itu harus melalui uji coba yang biayanya cukup mahal dan proses ikan itu lebih sulit dari pakan unggas”⁸⁸

Hal serupa juga dinyatakan oleh Mas Roby selaku karyawan di bagian budidaya bahwa

“iya mbak pakannya itu kita membeli dari pabrikan semua dan belum pernah membuat sendiri”⁸⁹

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa pakan ikan lele masih membeli dari pabrikan. Karena Bapak Maryani sendiri belum mampu untuk membuat inovatif pakan lele mengingat untuk membuat pakan sendiri harus melalui uji coba-uji coba yang memakan banyak biaya. Terlebih lagi jika terdapat kenaikan harga pakan yang tidak diiringi dengan kenaikan harga jual ikan. Sehingga hal ini dapat menjadi perhatian lagi untuk pihak Wisata Edukasi Kampung Lele kedepannya.

⁸⁸ Wawancara kepada Bapak Maryani selaku ketua Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

⁸⁹ Wawancara kepada Mas Roby selaku karyawan bagian budidaya di Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

c. Faktor-Faktor Peluang (*Opportunity*) pada Wisata Edukasi Kampung Lele

Dari wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti di Wisata Edukasi Kampung Lele terdapat beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan. Peluang yang pertama yaitu permintaan konsumen yang semakin meningkat. Seperti yang telah dikemukakan oleh Ibu Mujiati selaku bendahara dari Wisata Edukasi Kampung Lele bahwa:

*“menurut saya peluang kampung lele ini untuk berkembang masih bagus sekali karena permintaan konsumen bisa dibilang masih tinggi mbak, ini bisa kita lihat dari omzet kita yang alhamdulillah meningkat setelah beberapa saat ada PPKM dan ini sudah mulai normal kembali seperti saat ini”*⁹⁰

Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Maryani selaku ketua dari Wisata Edukasi Kampung Lele.

*“alhamdulillah sampai sejauh ini masyarakat masih menyukai produk-produk olahan lele kita mbak, karena kita menyediakan menu yang agak ekstrem daripada tempat-tempat lain. Maksudnya ekstrem itu ya kalau sate itu kan biasanya sate ayam dan sate kambing itu dimana-mana sudah menyebar ya nah itu kita menyediakan sate lele. Penyediaan menu-menu lele itu ya tentunya dibarengi sama minat konsumennya mbak, misalnya dari 16 menu ini kalau sudah ada yang grafiknya menurun kita bikin menu baru lagi”*⁹¹

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa peluang Wisata Edukasi Kampung Lele untuk berkembang masih besar. Hal ini bisa dibuktikan karena omzet yang didapatkan mengalami peningkatan walaupun tidak signifikan. Selain itu, produk-produk olahan yang dijual

⁹⁰ Wawancara kepada Ibu Mujiati selaku bendahara Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

⁹¹ Wawancara kepada Bapak Maryani selaku ketua Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

di Wisata Edukasi Kampung Lele masih belum banyak dijumpai di tempat-tempat lain.

Peluang yang kedua adalah kemajuan teknologi komunikasi. Dengan adanya perubahan zaman yang semakin modern yang diikuti dengan kecanggihan alat komunikasi tentunya dapat memudahkan segala aktivitas manusia. Khususnya memudahkan manusia dalam hal jual beli dan juga kegiatan promosi atau pemasaran. Media sosial merupakan salah satu sarana yang paling menguntungkan untuk kegiatan promosi suatu produk atau usaha. Sedangkan untuk kegiatan jual beli juga sudah terdapat platform-platform yang sengaja diciptakan untuk memudah kita dalam menjual atau membeli suatu produk dengan cara yang cepat dan praktis. Kemajuan teknologi komunikasi ini juga sudah dimanfaatkan oleh Wisata Edukasi Kampung Lele sebagaimana yang telah diungkapkan oleh bapak Maryani selaku ketua dari Wisata Edukasi Kampung Lele.

“sudah dimanfaatkan mbak, diataranya gojek itu kami sudah menjalin hubungan kerjasama dengan gojek”⁹²

Sedangkan untuk kegiatan pemasaran juga sudah memanfaatkan media sosial seperti whatsapp, facebook, dan instagram seperti yang dinyatakan oleh mbak Dea selaku sekretaris dari Wisata Edukasi Kampung Lele sebagai berikut.

“promosi kita menyesuaikan situasi kalau covid ini kita online, dulu pertama buka itu offline kayak nyebar brosur karena kan

⁹² Wawancara kepada Bapak Maryani selaku ketua Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

dulu target kita ya masih yang sekitar kediri aja belum berani jauh-jauh soalnya kan ya baru pertama kali buka. Terus tahun-tahun berikutnya kita sudah berani meluas lewat instagram dan facebook gitu gofood juga. Media sosial sudah dimanfaatkan terlebih instagram daripada facebooknya. Dan yang paling berpengaruh itu instagram sama gofoodnya. Sangat bermanfaat sekali mbak untuk penjualan online, seperti saat covid kemarin itu kita lumayan juga untuk pesenan online atau DO nya juga banyak. Lalu untuk strategi promosinya ya kalau kita ada kegiatan tadi di TK nah itu kita upload dan biasanya kan kalau guru-guru TK banyak yang lihat kan nah itu biasanya nyebar sendiri dan jadi langganan mbak”⁹³

Peluang yang ketiga adalah Wisata Edukasi Kampung Lele sebagai lokasi kegiatan *outbound* sekolah-sekolah. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Bapak Maryani selaku ketua dari Wisata Edukasi Kampung Lele sebagai berikut.

“kita menyediakan edukasi budidaya ikan, tangkap ikan, plosotan ikan. Kita disini ya mempromosikan ke sekolah-sekolah karena sudah ada yang pernah mencoba ya akhirnya dari sekolah itu menyampaikan ke sekolah yang lain. Kita ambil foto dan videonya kita sebarkan. Sasarannya itu tingkat TK dan SD tapi kalau edukasi olahannya itu ya masyarakat”⁹⁴

Hal tersebut juga disampaikan oleh mbak Dea selaku sekretaris dari Wisata Edukasi Kampung Lele.

“kita sangat memanfaatkan peluang itu mbak, terlebih outbound itu kan sifatnya jangka panjang ya kita harus menjalin hubungan baik dengan sekolah-sekolah yang mengadakan kunjungan ke sini”⁹⁵

Kegiatan edukasi di Wisata Edukasi Kampung Lele lebih mengarah untuk usia anak-anak di tingkat TK dan SD. Kegiatan

⁹³ Wawancara kepada Mbak Dea selaku sekretaris Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 29 Januari 2022

⁹⁴ Wawancara kepada Bapak Maryani selaku ketua Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

⁹⁵ Wawancara kepada Mbak Dea selaku sekretaris Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 29 Januari 2022

edukasi tersebut antara lain edukasi memelihara ikan, memasak ikan, arena tangkap ikan, dan arena plosotan ikan. Dengan adanya kunjungan dari sekolah-sekolah tentunya dapat meningkatkan omzet dan sebagai ajang promosi untuk sekolah-sekolah lain.

Peluang yang keempat yaitu hari-hari libur atau hari-hari khusus. Hal ini dinyatakan langsung oleh Bapak Maryani selaku ketua dari Wisata Edukasi Kampung Lele, berdasarkan pernyataan beliau bahwa kunjungan selalu meningkat pada hari-hari tersebut.

“untuk hari-hari libur itu kita tidak mengadakan kegiatan atau event-event. Karena pada hari sabtu, minggu, atau hari libur nasional itu tanpa diadakan event kita mesti ramai pengunjung mesti meningkat sehingga omzet yang didapatkan otomatis juga meningkat”⁹⁶

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Lefia selaku pengawas dari Wisata Edukasi Kampung Lele sebagai berikut.

“namanya tempat wisata itu pasti ramainya itu di waktu-waktu libur, akhir pekan, atau hari libur nasional mbak. Contohnya saja pas kemarin hari natal itu mbak, omzet kita ya alhamdulillah meningkat dibanding sebelumnya”⁹⁷

Adanya hari-hari libur atau hari-hari khusus merupakan peluang yang sangat menguntungkan bagi tempat wisata. Dikarenakan pada waktu inilah masyarakat memanfaatkan waktunya untuk kegiatan berwisata. Wisata Edukasi Kampung Lele merupakan tempat wisata pilihan yang bisa dikunjungi karena harga tiket masuk yang terjangkau dan adanya fasilitas seperti kolam renang dan arena tempat bermain

⁹⁶ Wawancara kepada Bapak Maryani selaku ketua Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

⁹⁷ Wawancara kepada Ibu Lefia selaku pengawas Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 29 Januari 2022

anak cukup memadai ditambah dengan berbagai macam kuliner ikan lele yang ditawarkan.

d. Faktor-Faktor Ancaman (*Threat*) pada Wisata Edukasi Kampung Lele

Faktor ancaman yang telah didapatkan peneliti dari hasil wawancara oleh pemilik sekaligus sebagai ketua dari Wisata Edukasi Kampung Lele yaitu yang pertama adalah adanya kebijakan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat).

“iya kebijakan PPKM itu kan kita semua tahu bahwa semua kegiatan masyarakat itu dibatasi sekali dengan begitu kan penghasilan akan menurun sehingga masyarakat itu juga memperhatikan tingkat pengeluarannya ya mbak, jadi ya itu tadi omzet kita jadi menurun drastis”⁹⁸

Hal itu juga dibenarkan oleh Ibu Mujiati selaku bendahara dari Wisata Edukasi Kampung Lele sebagai berikut.

“PPKM sangat berdampak sekali mbak, omzet berkurang hingga 90% selama PPKM itu, ya mau gimana lagi kan ini masih pandemi juga jadi ya kita harus mematuhi kebijakan pemerintah”⁹⁹

Berdasarkan pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa pandemi *covid-19* sangat berdampak pada usaha di bidang pariwisata. Terlebih saat adanya pemberlakuan kebijakan PPKM dimana semua kegiatan masyarakat dibatasi bahkan diberhentikan sementara selama tiga bulan. Dengan adanya kondisi seperti itulah yang mengakibatkan omzet Wisata Edukasi Kampung Lele mengalami penurunan.

⁹⁸ Wawancara kepada Bapak Maryani selaku ketua Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

⁹⁹ Wawancara kepada Ibu Mujiati selaku bendahara Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

Faktor ancaman yang kedua adalah selera konsumen. Perubahan minat atau selera konsumen untuk mengkonsumsi ikan lele bisa saja menurun. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Bapak Maryani selaku ketua dari Wisata Edukasi Kampung Lele.

“pasti selera konsumen akan ada perubahan, ya kita sesuaikan dengan perubahan zaman misalnya membuat inovasi-inovasi produk baru. Sekarang itu kita lebih mengarah ke makanan frozen karena ya gaya hidup sekarang itu ya menuntut begitu fresh cepat enak mudah. Jadi dengan adanya gaya hidup yang berganti itu kita harus mengikuti agar orang-orang bisa mengakses kita”¹⁰⁰

Hal senada juga diungkapkan oleh mbak Dea selaku sekretaris dari Wisata Edukasi Kampung Lele sebagai berikut.

“selera konsumen bisa aja mengancam mbak kalau kita stagnan gini-gini aja ya bisa. Kalau kita nggak menambah variasi menu-menu lagi ya kan orang udah nyoba semua menu jadinya kan udah bosan atau udah pernah nyoba nggak pengen nyoba lagi”¹⁰¹

Dapat ditarik kesimpulan bahwa selera konsumen untuk mengkonsumsi suatu produk bisa saja terjadi pergeseran atau perubahan. Hal ini merupakan salah satu faktor ancaman yang harus diantisipasi oleh semua pelaku usaha khususnya di bidang makanan seperti di Wisata Edukasi Kampung Lele.

Ancaman yang ketiga adalah banyaknya atraksi wisata lain yang lebih menarik dan inovatif. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ibu Mujiati selaku bendahara dari Wisata Edukasi Kampung Lele.

¹⁰⁰ Wawancara kepada Bapak Maryani selaku ketua Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

¹⁰¹ Wawancara kepada Mbak Dea selaku sekretaris Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 29 Januari 2022

“iya ini bisa juga ancaman mbak, kalau kita tidak menggunakan trik-trik yang baru maka dapat mempengaruhi usaha kita kedepannya”¹⁰²

Hal itu selaras dengan pernyataan mbak Dea selaku sekretaris dari Wisata Edukasi Kampung Lele sebagai berikut.

“persaingan makin sengit ya mbak ya, apalagi di media sosial itu muncul kayak tempat-tempat baru. Ya itu mbak, kita harus bersaing. Misalnya spot foto, kan itu yang banyak dicari pengunjung mbak”¹⁰³

Dapat ditarik kesimpulan bahwa persaingan usaha pasti ada, dengan demikian setiap wisarusahawan harus pintar membaca peluang maupun ancaman yang kemudian berguna dalam penentuan strategi-strategi untuk menghadapi persaingan tersebut.

2. Penerapan Analisis Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) pada Wisata Edukasi Kampung Lele

Analisis SWOT merupakan analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal maupun eksternal dari suatu usaha. Hal pertama yang harus dilakukan adalah menganalisis faktor internal. Analisis terhadap lingkungan internal yang menghasilkan faktor-faktor berupa kekuatan dan kelemahan sedangkan analisis terhadap lingkungan eksternal dapat menghasilkan faktor-faktor berupa peluang dan ancaman Wisata Edukasi Kampung Lele di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih

¹⁰² Wawancara kepada Ibu Mujiati selaku bendahara Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 24 Januari 2022

¹⁰³ Wawancara kepada Mbak Dea selaku sekretaris Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 29 Januari 2022

Kabupaten Kediri. Dari wawancara yang telah dilakukan peneliti terdapat beberapa faktor internal dan eksternal sebagai berikut:

- a. Kekuatan (*strength*) yang dimiliki Wisata Edukasi Kampung Lele
 - 1) Memiliki surat izin usaha
 - 2) Lahan milik pribadi
 - 3) Kualitas produk olahan lele terjamin
 - 4) Menawarkan banyak menu olahan lele
 - 5) Harga jual produk olahan lele terjangkau
 - 6) Target pasar yang jelas
 - 7) Melakukan penjualan produk olahan lele secara online
 - 8) Alat produksi yang memadai
 - 9) Adanya dukungan pemerintah
- b. Kelemahan (*weakness*) yang dimiliki Wisata Edukasi Kampung Lele
 - 1) Kualitas SDM masih rendah
 - 2) Belum dibentuk struktur bagian pemasaran
 - 3) Kurangnya promosi di media-media iklan
 - 4) Lokasi kurang strategis
 - 5) Terbatasnya modal operasional
 - 6) Pencatatan keuangan belum profesional
 - 7) Pakan lele masih membeli dari pabrikan
- c. Peluang (*opportunity*) yang dimiliki Wisata Edukasi Kampung Lele
 - 1) Permintaan konsumen meningkat
 - 2) Kemajuan teknologi komunikasi

- 3) Sebagai lokasi outbound sekolah
 - 4) Adanya hari libur atau hari-hari khusus
- d. Ancaman (*threat*) yang dihadapi Wisata Edukasi Kampung Lele
- 1) Adanya kebijakan PPKM
 - 2) Selera konsumen
 - 3) Banyak wisata lain yang lebih menarik

Setelah data didapatkan, selanjutnya peneliti akan melakukan beberapa langkah yang pertama yaitu pembuatan matrik analisis SWOT dengan dibuatnya tabel IFAS dan EFAS. Di dalam tabel tersebut setiap faktor akan diberikan pembobotan dan penilaian (rating) untuk mengetahui besarnya skor yang akan dijadikan sebagai strategi. Penentuan bobot dan rating adalah sebagai berikut:¹⁰⁴

Tabel 4.1
Pembobotan dan Rating

Bobot	Keterangan	Rating	Keterangan
0,20	Sangat kuat	4	<i>Major strength</i>
0,15	Diatas rata-rata	3	<i>Minor strength</i>
0,10	Rata-rata	2	<i>Major weakness</i>
0,05	Dibawah rata-rata	1	<i>Minor weakness</i>

Dari uraian pernyataan di atas dapat diketahui pembobotan dari setiap faktor yaitu sebagai berikut:

¹⁰⁴ Husain Umar, *Strategic Management In Action*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), hal. 250

Tabel 4.2
Pembobotan Faktor-Faktor SWOT

Faktor-Faktor dalam Analisis SWOT	Bobot
a. Kekuatan	
1) Memiliki surat izin usaha	0,15
2) Lahan milik pribadi	0,05
3) Kualitas produk olahan lele terjamin	0,10
4) Menawarkan banyak menu olahan lele	0,15
5) Harga jual produk olahan lele terjangkau	0,10
6) Target pasar yang jelas	0,10
7) Melakukan penjualan produk olahan lele secara online	0,05
8) Alat produksi yang memadai	0,03
9) Adanya dukungan pemerintah	0,02
b. Kelemahan	
1) Kualitas SDM masih rendah	0,05
2) Belum dibentuk struktur bagian pemasaran	0,03
3) Kurangnya promosi di media-media iklan	0,04
4) Lokasi yang kurang strategis	0,05
5) Terbatasnya modal operasional	0,04
6) Pencatatan keuangan belum professional	0,02
7) Pakan lele membeli dari pabrikan	0,02
c. Peluang	
1) Permintaan konsumen meningkat	0,15
2) Kemajuan teknologi komunikasi	0,15
3) Sebagai lokasi outbound sekolah	0,20
4) Adanya hari libur atau hari-hari khusus	0,20
d. Ancaman	
1) Adanya kebijakan PPKM	0,10
2) Selera konsumen	0,10
3) Banyak wisata lain yang lebih menarik	0,20

Sumber: Data diolah dari hasil wawancara 29 Januari 2022

Adapun matrik IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut:

1) Matrik IFAS

Tabel 4.3
Matrik IFAS

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
a. Kekuatan			
1) Memiliki surat izin usaha	0,15	4	0,60
2) Lahan milik pribadi	0,05	3	0,15
3) Kualitas produk olahan lele terjamin	0,10	4	0,40
4) Menawarkan banyak menu olahan lele	0,15	4	0,60
5) Harga jual produk olahan lele terjangkau	0,10	4	0,40
6) Target pasar yang jelas	0,10	3	0,30
7) Melakukan penjualan produk olahan lele secara online	0,05	3	0,15
8) Alat produksi yang memadai	0,03	3	0,09
9) Adanya dukungan pemerintah	0,02	3	0,06
Total	0,75		2,75
b. Kelemahan			
1) Kualitas SDM masih rendah	0,05	1	0,05
2) Belum dibentuk struktur bagian pemasaran	0,03	2	0,06
3) Kurangnya promosi di media-media iklan	0,04	2	0,08
4) Lokasi yang kurang strategis	0,05	1	0,05
5) Terbatasnya modal operasional	0,04	1	0,04
6) Pencatatan keuangan belum professional	0,02	1	0,02
7) Pakan lele membeli dari pabrikan	0,02	1	0,02
Total	0,25		0,32

Berdasarkan matrik IFAS seperti yang disajikan pada tabel 4.3 di atas, dapat diketahui bahwa total skor untuk kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) adalah 2,75 dan 0,32, sehingga total skor kekuatan lebih besar dibandingkan total skor kelemahan. Oleh karena

itu, Wisata Edukasi Kampung Lele dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk meminimalisir kelemahan.

2) Matrik EFAS

Tabel 4.4
Matrik EFAS

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
a. Peluang			
1) Permintaan konsumen meningkat	0,15	3	0,45
2) Kemajuan teknologi komunikasi	0,15	3	0,45
3) Sebagai lokasi outbound sekolah	0,20	4	0,80
4) Adanya hari libur atau hari-hari khusus	0,20	4	0,80
Total	0,70		2,50
b. Ancaman			
1) Adanya kebijakan PPKM	0,10	2	0,20
2) Selera konsumen	0,10	2	0,20
3) Banyak wisata lain yang lebih menarik	0,20	1	0,20
Total	0,30		0,60

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa total skor untuk faktor eksternal yaitu peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) adalah 2,50 dan 0,60, sehingga total skor peluang lebih besar dibandingkan total skor ancaman. Oleh karena itu, Wisata Edukasi Kampung Lele dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk mengantisipasi ancaman yang mungkin timbul sehingga ancaman tersebut semakin lama bukan lagi menjadi sesuatu hal yang serius.

Langkah selanjutnya setelah pembuatan matrik IFAS dan EFAS yaitu membuat matrik SWOT sebagai berikut:

Tabel 4.5
Matrik SWOT

IFAS	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Memiliki surat izin usaha 2) Lahan milik pribadi 3) Kualitas produk olahan lele terjamin 4) Menawarkan banyak menu olahan lele 5) Harga jual produk olahan lele terjangkau 6) Target pasar yang jelas 7) Melakukan penjualan produk olahan lele secara online 8) Alat produksi yang memadai 9) Adanya dukungan pemerintah 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Kualitas SDM masih rendah 2) Belum dibentuk struktur bagian pemasaran 3) Kurangnya promosi di media-media iklan 4) Lokasi kurang strategis 5) Terbatasnya modal operasional 6) Pencatatan keuangan belum professional 7) Pakan lele masih membeli dari pabrikan
EFAS	<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Permintaan konsumen meningkat 2) Kemajuan teknologi komunikasi 3) Sebagai lokasi outbound sekolah 4) Adanya hari libur atau hari-hari khusus 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk olahan lele agar permintaan terus meningkat 2) Memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran dan periklanan terhadap wisata edukasi dan produk-produk olahan lele 3) Membuat promo-promo menarik untuk meningkatkan minat pengunjung maupun pelanggan produk olahan lele. <p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Membuat banner, spanduk, dan papan penunjuk arah di tempat umum yang padat penduduk 2) Mulai merencanakan strategi pemasaran melalui promosi di media-media iklan agar jangkauan pasar semakin meluas 3) Tertib dan disiplin mengikuti pelatihan-pelatihan dari pemerintah dan event-event pameran produk

	<p>4) Menjaga hubungan baik dengan para pelanggan maupun mitra Wisata Edukasi Kampung Lele</p> <p>5) Memanfaatkan dukungan pemerintah terkait pelatihan-pelatihan untuk mengembangkan Wisata Edukasi Kampung Lele</p>	<p>UMKM guna meningkatkan pengetahuan dan pengalaman</p> <p>4) Berinovasi membuat alternatif pakan lele sendiri untuk menekan pengeluaran biaya pembelian pakan</p>
<p>Ancaman (T)</p> <p>1) Adanya kebijakan PPKM</p> <p>2) Selera konsumen</p> <p>3) Banyak wisata lain yang lebih menarik</p>	<p>Strategi ST</p> <p>1) Menggencarkan penjualan berbasis online agar tetap menjangkau konsumen selama PPKM</p> <p>2) Membuat produk olahan lele dengan harga khusus yang harganya bisa dijangkau oleh masyarakat yang penghasilannya terganggu, misalnya dengan membuat paket-paket promo untuk menarik minat konsumen dan pengunjung</p> <p>3) Membuat inovasi-inovasi baik dari segi fasilitas di lokasi wisata maupun dari segi produk yang disesuaikan dengan tren untuk menarik minat konsumen dan pengunjung</p>	<p>Strategi WT</p> <p>1) Rutin melakukan pencatatan keuangan untuk mengetahui besarnya laba/rugi yang juga berguna untuk mengetahui bagaimana selera konsumen dari periode ke periode</p> <p>2) Menjalin kerjasama dengan investor untuk menambah modal dalam rangka pengembangan</p> <p>3) Membuat iklan di media-media online untuk mempromosikan keunggulan Wisata Edukasi Kampung Lele</p> <p>4) Membuat kreasi kerajinan-kerajinan sebagai souvenir yang mencerminkan ciri khas Wisata Edukasi Kampung Lele.</p>

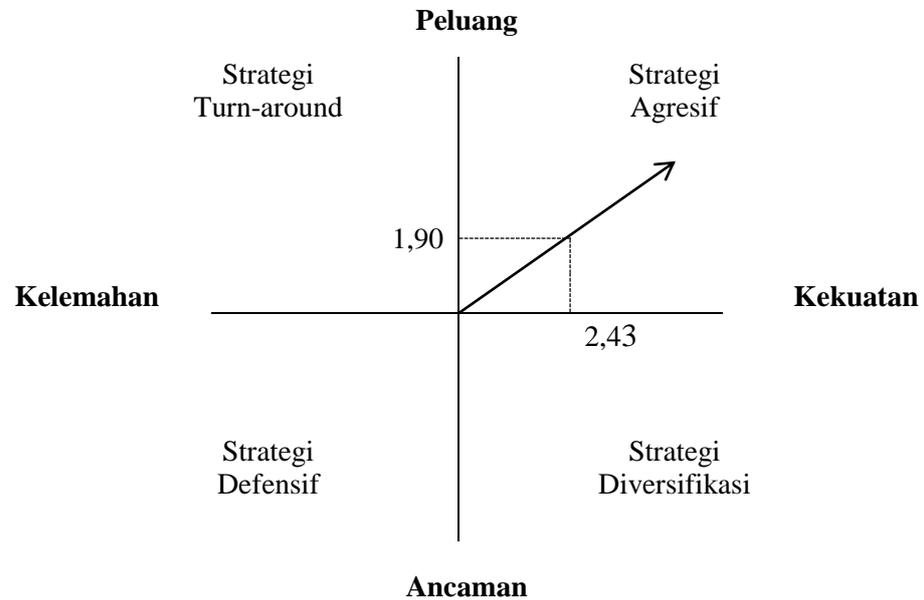
Berdasarkan tabel 4.5 di atas, dapat diketahui berbagai macam rekomendasi strategi yang dihasilkan mulai dari strategi SO, ST, WO, dan WT. Strategi-strategi diperoleh dengan cara menggabungkan antara faktor-faktor IFAS dan EFAS. Mengacu pada hasil dari analisis pada tabel IFAS dan EFAS yang telah digambarkan di atas dapat menunjukkan posisi kuadran Wisata Edukasi Kampung Lele. Untuk menentukan posisi kuadran IFAS dan EFAS, maka harus dihitung terlebih dahulu nilai faktor X dan Y. Nilai faktor X merupakan nilai faktor strategi internal yang membentuk garis horizontal dan didapatkan dari hasil pengurangan dari total skor kekuatan dan total skor kelemahan, sedangkan nilai faktor Y merupakan nilai faktor strategi eksternal yang membentuk garis vertikal dan didapatkan dari hasil pengurangan total skor peluang dan total skor ancaman seperti dalam tabel berikut:

Tabel 4.6
Posisi Wisata Edukasi Kampung Lele

IFAS (X)		EFAS (Y)	
Kekuatan	2,75	Peluang	2,50
Kelemahan	(0,32)	Ancaman	(0,60)
Total	2,43	Total	1,90

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa analisis faktor IFAS lebih besar daripada faktor EFAS. Faktor IFAS sebesar 2,43 sedangkan analisis faktor EFAS sebesar 1,90. Nilai tersebut jika digambarkan dalam diagram analisis SWOT adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2
Diagram Analisis SWOT



Berdasarkan gambar 4.2 di atas dapat diketahui bahwa posisi Wisata Edukasi Kampung Lele berada pada kuadran I yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan yaitu dengan menerapkan strategi agresif. Dimana pada kuadran ini Wisata Edukasi Kampung Lele memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat dimanfaatkan dalam pengembangan Wisata Edukasi Kampung Lele.

B. Inisiatif Strategi Pemasaran Berdasarkan Kuadran Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis matrik IFAS dan matrik EFAS, Wisata Edukasi Kampung Lele berada pada kuadran I dimana situasi tersebut sangat menguntungkan sehingga Wisata Edukasi Kampung Lele dapat menerapkan strategi agresif untuk memperoleh keuntungan dengan pendekatan strategi SO (*Strength-Opportunity Strategy*). Strategi SO merupakan strategi yang dapat

memaksimalkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki Wisata Edukasi Kampung Lele dengan memanfaatkan peluang untuk memperoleh keuntungan, promosi, pangsa pasar, penjualan yang berguna mencapai pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan. Inisiatif strategi pemasaran pada Wisata Edukasi Kampung Lele yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk olahan lele agar kepuasan pelanggan dan permintaan terus mengalami peningkatan.
2. Memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran dan periklanan terhadap paket wisata edukasi dan produk-produk olahan lele.
3. Membuat promo-promo menarik pada hari-hari tertentu untuk meningkatkan minat pengunjung maupun pelanggan produk olahan lele.
4. Menjaga hubungan baik dengan para pelanggan, baik pengunjung maupun mitra Wisata Edukasi Kampung Lele yaitu sekolah-sekolah di tingkat TK dan SD yang merupakan target pasarnya melalui peningkatan pelayanan dan pemberian diskon-diskon dengan syarat tertentu.
5. Memanfaatkan dukungan pemerintah terkait pelatihan-pelatihan dan pameran produk untuk mengembangkan Wisata Edukasi Kampung Lele.