

## STRATEGI PENGEMBANGAN EDUWISATA AGROINDUSTRI BERAS TAMBELANG MENGGUNAKAN SWOT

Ferianto<sup>1\*</sup>, Ekaterina Setyawati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Sahid, Jakarta

Email Korespondensi: feriyanto1408@gmail.com

### ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi Indonesia merupakan salah satu faktor yang ditopang oleh sektor pertanian. Kecamatan Tambelang merupakan suatu daerah dengan komoditas penghasilan terbesarnya adalah beras dengan produksi rata-rata 48.439ton pertahun (BPS, 2018). Sebagai salah satu produsen padi tertinggi, dukungan dari penggilingan padi untuk memproses menjadi beras sangatlah penting berdasarkan data BPS tahun 2015 Penggilingan Padi Kecil (PPK) sangat mendominasi di Indonesia dengan sebaran 169 ribu unit produksi dari 180 ribu unit. Salah satunya Lumbung Pangan Masyarakat (LPM) Cahaya Tani yang berlokasi di Desa Sukarahayu, Kecamatan Tambelang, Kabupaten Bekasi merupakan penggilingan padi kecil dimana proses pengolahan padi menjadi beras dan pengolahan limbahnya dijadikan suatu perjalanan wisata edukasi (edu wisata) terlebih lagi untuk wilayah perkotaan yang sangat minim dengan wisata berbentuk seperti ini tentu ini perlu adanya strategi-strategi pengembangan untuk meningkatkan minat pengunjung dan nilai tambah dari eduwisata Tambelang itu sendiri. Tujuan dari penelitian ini untuk merancang strategi pengembangan model eduwisata Tambelang. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas dan disempurnakan dengan SWOT untuk memperoleh strategi yang tepat untuk pengembangan eduwisata Tambelang. Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan wawancara, dan observasi. Hasil dari penelitian ini merupakan strategi pengembangan untuk eduwisata Tambelang nantinya.

**Kata Kunci:** Strategi, Pengembangan, *Business Model Canvas*, SWOT

### ABSTRACT

Indonesia's economic growth is one of the factors supported by the agricultural sector. Tambelang District is an area with the largest income commodity is rice with an average production of 48,439 tons per year (BPS, 2018). As one of the highest rice producers, support from rice mills to process it into rice is very important based on BPS data for 2015 Small Rice Mills (PPK) dominate in Indonesia with a distribution of 169 thousand production units out of 180 thousand units. One of them is the Cahaya Tani Community Food Barn (LPM), located in Sukarahayu Village, Tambelang District, Bekasi Regency, which is a small rice mill where the process of processing rice into rice and processing its waste is made into an educational tour (edu tour), especially for urban areas that are very dense. minimally with tours shaped like this, of course this requires development strategies to increase visitor interest and added value from the Tambelang educational tour itself. The purpose of this research is to design a development strategy for the Tambelang edutourism model. This type of research is qualitative using the Business Model Canvas approach and enhanced with SWOT to obtain the right strategy for the development of Tambelang edutourism. Methods of collecting data in this study using interviews and observation. The results of this research are a development strategy for Tambelang edutourism later.

**Keywords:** Strategy, Development, *Business Model Canvas*, SWOT

## **PENDAHULUAN**

Pertumbuhan ekonomi Indonesia merupakan salah satu faktor yang ditopang oleh sektor pertanian, Indonesia merupakan negara agraris terbesar yang memiliki potensi sumber daya alam yang luar biasa banyaknya, ketersediaan lahan yang subur dan melimpah menjadikan lahan Indonesia cocok untuk berbagai bidang usaha khususnya di sektor pertanian (Yakup, 2019). Industri ini memiliki sejarah panjang dalam memberikan kontribusi terhadap perekonomian.

Jawa Barat merupakan salah satu penyumbang padi tertinggi di Indonesia dengan angka 16% dari hasil sektor pertaniannya menurut (BPS, 2018). Hal ini menjelaskan bahwa daerah Jawa Barat masih banyak memiliki lahan pertanian yang luas. Sebagai wilayah penyumbang padi tertinggi di topang dengan adanya penggilingan padi kecil (PPK) yang menjamur di wilayah sana menurut data (BPS, 2016) penggilingan padi kecil sangat mendominasi di Indonesia dengan sebaran 169 unit produksi dari 180 unit yang ada di Indonesia. Besarnya eksistensi Penggilingan Padi Kecil (PPK) di Indonesia membuat persaingan menjadi tinggi (Syahkhaafi et al., 2022). Secara khusus, sektor pertanian mengalami inovasi yang signifikan, yang sebelumnya hanya menghasilkan satu produk. Ini adalah nasi yang merupakan makanan pokok penduduk Indonesia. perkembangan zaman yang begitu pesat dapat mengubah perspektif sektor pertanian sebagai tempat wisata yang sangat menarik dan dapat dikembangkan sebagai sektor usaha pariwisata yang sangat menjanjikan untuk meningkatkan perekonomian salah satunya di Lumbung Pangan Masyarakat (LPM) Cahaya Tani yang berlokasi di Desa Sukarahayu yang dijadikan tempat eduwisata untuk mendongkrak perekonomian masyarakatnya. Eduwisata atau EduTourism sendiri adalah program wisata yang memadukan konsep pariwisata dengan pendidikan, menyajikan nilai-nilai pendidikan yang diramu dalam paket-paket tour guna mewujudkan suasana pendidikan yang menyenangkan dalam suatu perjalanan wisata yang memberikan informasi pengetahuan pada ilmu kealaman, sosial dan budaya serta pengembangan imajinasi dan kreativitas.

Menurut Rizkianto dan Topowijono, (2018) dalam (Mahendra, 2021). Ada banyak jenis rencana perjalanan yang tersedia untuk wisatawan di seluruh dunia. Suatu bentuk pembangunan di bidang pertanian dapat dijadikan sebagai tempat wisata berbasis pendidikan pertanian, dengan konsep yang menggabungkan prinsip pariwisata dan pertanian. Dalam hal ini, pengunjung akan mendapatkan pemahaman mendalam tentang pertanian melalui praktik langsung di sawah atau kebun. Agrowisata merupakan destinasi wisata dengan objek dan daya tarik lahan pertanian atau yang terkait dengan pertanian (Irwanet al., 2021).

Konsep model eduwisata Tambelang sendiri menggabungkan tiga elemen atraksi wisata diantaranya pembelajaran tutorial, eksplorasi di tempat, dan praktik langsung yang bertujuan untuk mendapatkan pengalaman wisata

edukasi yang berkesan bagi calon wisatawan. Penerapan konsep pembelajaran tutorial berupa konten informatif visual tentang proses bagaimana gabah diolah menjadi beras dan bagaimana limbah yang dihasilkan diolah menjadi produk yang bermanfaat. Konsep eksplorasi situs digunakan dalam penerapan model wisata edukasi dengan tujuan agar pengunjung dapat memahami dengan baik semua objek dan kawasan tempat yang dikomunikasikan pada proses pembelajaran tutorial nantinya. Untuk menciptakan suatu konsep eksplorasi perlu adanya pergerakan wisatawan dari masuk ke keluar suatu objek wisata menjadi mengalir, sehingga tata letak atau denah tapak desain dapat dijadikan sebagai gambaran dan dilanjutkan dengan praktik langsung oleh wisatawan dalam pengolahan limbah padi dan produksi di penggilingan. Dimana dari ketiga unsur tersebut akan menghasilkan pengalaman eduwisata dengan beberapa pilihan eduwisata yang telah disesuaikan menjadi 3 pilihan perjalananyang disajikan.

Dengan adanya eduwisata Tambelang pengelola serta pemilik harus berfikir kreatif untuk menggaet para wisatawan untuk lebih tertarik berkunjung dengan melakukan beberapa strategi pengembangan melalui banyak hal dengan mengoptimalkan segala sesuatu yang ada di eduwisata Tambelang, tempat eduwisata yang terbilang sangat baru membuat wisatawan belum mengenal tempat eduwisata dengan baik. Selain itu potensi sumberdaya wisatayang ada masih belum optimal dalam pemanfaatannya menjadikan Eduwisata Tambelang perlu untuk merumuskan model bisnis yang sesuai dengan kondisi yang ada dan pengembangan strategi-strategi untuk meningkatkan minat pengunjung serta nilai tambah bagi Eduwisata Tambelang. Salah satu konsep bisnis yang digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha adalah Business Model Canvas (BMC) dan dipertajam dengan analisis SWOT untuk mendapatkan strategi yang tepat dalam pengembangan Eduwisata Tambelang.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di lokasi Eduwisata Tambelang yang berlokasi di Kp. Pakuning RT 01/01 Desa Sukarahayu, Kecamatan Tambelang, Kabupaten Bekasi dengan waktu penelitian dilakukan dari Februari 2023 hingga April 2023. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas dan sempurnakan dengan SWOT untuk memperoleh strategi-strategi pengembangan Eduwisata Tambelang. Penelitian kualitatif adalah penelitian untuk mengeksplor serta mengerti suatu kondisi individu dan kelompok dalam lingkup masalah sosial (Kusumastuti & Khoiron, 2019). Dalam hal penelitian kualitatif melibatkan beberapa tindakan untuk menggali informasi lebih lanjut seperti upaya mengajukan pertanyaan- pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari parapartisipan, serta menganalisis data (Kusumastuti & Khoiron, 2019).

Jenis dan sumber data, yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan observasi datang secara langsung ke tempat penelitian hingga lebih memahami kondisi real lapangan, dilanjutkan dengan wawancara kepada pihak yang bersangkutan mencakup pemerintah desa hingga tingkat kecamatan Tambelang, pemilik, perwakilan masyarakat sekitar dan pakar. Sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur-literatur serta laporan yang relevan dengan penelitian ini.

Dalam penentuan model bisnis yang dijalankan peneliti menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* untuk mempermudah pemetaan dalam perancangan strategi nantinya *Business Model Canvas* (BMC) adalah pendekatan yang

digunakan untuk memvisualisasikan, mengevaluasi, dan mempersonalisasi model bisnis dan meringkas bagaimana perusahaan berencana untuk membeli kembali proposisi nilainya untuk melayani pelanggannya dengan cara yang menguntungkan menggunakan sumber dayanya sendiri dan sumber daya mitra (Manalu et al., 2022). Pada *Business Model Canvas* terdapat sembilan blok yang menjelaskan tentang elemen kunci pada bisnis. Kesembilan blok tersebut adalah *Customer Segments*, *Channels*, *Customer Relationship*, *Revenue Stream*, *Value Propositions*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnership*, *Cost Structure* (Osterwalder et al., 2013). Setelah mendapatkan kesembilan kunci bisnis dalam Eduwisata Tambelang selanjutnya adalah analisis di setiap bagian unsur dinilai secara detail dengan analisis SWOT. Analisis SWOT (*SWOT analysis*) yakni mencakup upaya- upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan (Mashuri & Nurjannah, 2020).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Potret *Business Model Canvas* Eduwisata Tambelang

Kondisi Business Model Canvas (BMC) pada Eduwisata Tambelang ditentukan berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber yang kemudian menghasilkan informasi akurat mengenai sembilan elemen BMC pada Eduwisata Tambelang. Proses identifikasi kesembilan unsur tersebut melibatkan pihak terkait yakni mewawancarai pihak pemilik selaku pengelola tempat Eduwisata Tambelang, dan dilanjutkan mewawancarai pihak pemangku kebijakan hingga tingkat kecamatan Tambelang sebagai stakeholder sekaligus pintu untuk mengakses kerja sama kepada pemerintah dengan tingkat lebih tinggi lagi.

Business Model Generation (Osterwalder et al., 2012), Osterwalder dan Pigneur yang juga merupakan penulis buku tersebut mengembangkan sebuah model bisnis yang saat ini dikenal sebagai Business Model Canvas (BMC), dimana untuk mempermudah pemetaan pada bisnis yang sedang dijalankan maupun baru dibangun dan juga bisa digunakan untuk menyusun strategi untuk pemasaran. Berikut adalah Business Model Canvas dari Eduwisata Tambelang berbasis agroindustri beras:

Business Model Canvas		Dibuat di: Model Bisnis Eduwisata	Dibuat di: Pariwisata	Date 4/04/2023	Version 2
<b>Key Partners</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Masyarakat yang memiliki lahan untuk lahan perkebun pertanian eduwisata</li> <li>Pemerintah desa Solareng dan Solomere</li> <li>Pemerintah Kecamatan Tambelang</li> <li>Direktorat Kebudayaan dan Pariwisata Kota</li> <li>Dinas Pertanian dan Kependidikan</li> </ul>	<b>Key Activities</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mengajar Fakta Pertanian Eduwisata</li> <li>Membuat Jasa Produk Pengolahan Beras</li> <li>Mengajar produk-produk bahan sebagai jasa</li> <li>Prosesi upacara adat untuk masyarakat eduwisata Tambelang</li> </ul> <b>Key Resources</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Koleng Tani Desa (Sebagai Karyawan Pengelola Tempat)</li> <li>Pusat Pelayanan Teknologi PISIVANTUN (Sebagai Stakeholder)</li> <li>Masyarakat Umum Desa</li> </ul>	<b>Value Propositions</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Menyediakan paket perjalanan eduwisata yang menarik dengan akses dari fasilitas lokal langsung</li> <li>Terdapat asuransi yang nyaman dalam perjalanan</li> <li>Terdapat tempat istirahat yang nyaman dan fasilitas yang nyaman di dalam akses dari lokasi pariwisata</li> </ul>	<b>Customer Relationships</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Membuatkan Pemasukan melalui</li> <li>Melayankan Paket Wisata Berombongan 10 Pengunjung atau lebih</li> <li>Melayanin Paket Eduwisata dan tempat eduwisata</li> </ul> <b>Channels</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Desa Tu Doo Keresidenan untuk melakukan promosi langsung</li> <li>Prosesi melalui pameran sebagai lokasi di pameran oleh Pihak Desa Solareng</li> <li>Media sosial dengan video tentang perjalanan eduwisata</li> </ul>	<b>Customer Segments</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Target Utama: Siswa Sekolah Dasar (SD) kelas 3 hingga Sekolah Menengah Pertama (SMP) berwisata di sekitar Kecamatan Solareng, Solomere, Kota, dan Jakarta</li> <li>Target lain: Wisatawan Keluarga Mahasiswa</li> </ul>	
<b>Cost Structure</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dana Pengadaan fasilitas dan alat</li> <li>Dana Pemasaran dan alat (instrumen)</li> <li>Dana Pemasaran Karyawan</li> <li>Uang Karyawan</li> </ul>		<b>Revenue Streams</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dana perjalanan eduwisata</li> <li>Pemasukan dari kegiatan pendidikan di lokasi</li> <li>Jasa pengolahan beras</li> </ul>			

Gambar 1. Identifikasi Blok Bangun Business Model Canvas Eduwisata Tambelang  
Sumber: Hasil Pengolahan Penelitian 2023

### Analisa SWOT Pada Eduwisata Tambelang

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa pihak terkait seperti pihak masyarakat dan calon customer yang diwakilkan oleh sebagian pihak warga, guru-guru sekolah dan siswa/i yang sekolahnya berada di dekat lokasi Eduwisata Tambelang, pemilik, dan pemangku kebijakan Kecamatan Tambelang sebagai narasumber untuk mendapatkan BMC setelah itu peneliti melakukan analisa dan mendapatkan hasil dari SWOT dimana didalamnya berisi *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threats* yaitu :

Tabel 1. Hasil Analisis SWOT Eduwisata Tambelang

Aspek	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>	<i>Opportunity</i>	<i>Threats</i>
<i>Customer Segments</i>	Dapat fokus pada target customer karena lokasi dekat dengan banyak target customer	Sulitnya mengatur tingkah laku customer anak-anak dan rawan terjadi kecelakaan kunjungan pada customer	Sangat diminati customer untuk berkunjung karena rasa ingin tahu sangat besar untuk kalangan siswa/i SD hingga SMP	Akan ada pesaing dalam usaha paket perjalanan eduwisata sejenis
<i>Channels</i>	Promosi dilakukan dengan gencar dan door to door, dan membuat video promosi di media sosial yang berbayar secara luas sehingga informasi dapat disebarkan secara luas	Biaya promosi akan mengalami pembengkakan dan belum mendalami cara promosi dengan media sosial secara mendalam	Kemajuan perkembangan media sosial yang pesat	Persaingan ajang promosi tempat wisata semakin gencar
<i>Customer Relationship</i>	Memberikan pelayanan yang nyaman dan baik, serta sistem kemitraan/member	Belum lengkapnya fasilitas sarana penunjang dengan baik	Pemanfaatan media sosial untuk menggaet customer	Kurang nyamannya perasaan pengunjung atas kegiatan
<i>Revenue Stream</i>	Pendapatan tidak berfokus pada satu kegiatan saja	Tidak fokusnya pekerjaan dalam satu tempat	Terbukanya sumber pemasukan baru	Pengeluaran dana yang tidak merata dan stabil

<i>Value Propositions</i>	Potensi persawahan dan penggilingan dalam pengembangan kearifan lokal sebagai perjalanan wisata	Fasilitas dan aksesibilitas kurang memadai	Dapat dikembangkan lebih jauh untuk meningkatkan minat pengunjung	Timbulnya persaingan yang kompetitif dalam perkembangan wisata tambelang
<i>Key Resources</i>	Mudahnya mendapatkan SDM dari masyarakat setempat untuk menjalankan pengelolaan	Belum terlatihnya SDM dan harus menjalani pelatihan	Cepatnya mendapatkan SDM untuk menjadi karyawan yang dipercaya karena dari masyarakat setempat	Tidak berminatnya masyarakat untuk menjadi SDM dan bekerja di tempat eduwisata
<i>Key Activities</i>	Aktivitas yang dijalankan adalah paket perjalanan eduwisata, jasa penggilingan, dan penjualan produk di satu tempat sekaligus	Terganggunya proses satu aktivitas dengan aktivitas lainnya	Semua kegiatan yang ada di eduwisata menghasilkan pendapatan	Dominasi kegiatan lain
<i>Key Partnership</i>	Banyaknya mitra kerjasama kepada pihak pemangku kebijakan dan pemerintahan  Pemilik memiliki hubungan yang baik kepada pihak pemerintahan daerah	Kerjasama dominan berfokus kepada pemerintah daerah setempat untuk menunjang jalannya eduwisata	Mendapatkan pendanaan yang cukup untuk eduwisata tambelang dan menjadi Icon daerah setempat	Dijadikannya tempat eduwisata umum dan milik pemerintah
<i>Cost Structure</i>	Pendapatan besar karena memiliki kegiatan penghasil pendapatan lainnya	Pemasukan dan pengeluaran yang tidak stabil	Pendapatan yang optimal jika dikelola dengan baik	Lebih besarnya pengeluaran dari pada pendapatan

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2023

## Matriks SWOT Pada Eduwisata Tambelang

Dari hasil analisa SWOT langkah berikutnya adalah rekomendasi pengeembang strategi yang dituangkan dalam matriks SWOT dan strategi pengembangan Eduwisata Tambelang disajikan dalam tabel 2 sebagai berikut :

	<b>Strengths (Kekuatan)</b>	<b>Weakness (Kelemahan)</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memiliki target customer yang mudah dan banyak untuk di dekat lokasi</li> <li>Promosi dilakukan dengan gencar online maupun offline</li> <li>pelayanan yang nyaman dan baik</li> <li>Potensi persawahan dan penggilingan dalam pengembangan kearifan local</li> <li>Mudahnya mendapatkan SDM</li> <li>Hubungan kerjasama yang baik</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Rawan terjadi kecelakaan kunjungan</li> <li>Biaya promosi besar</li> <li>Fasilitas dan aksesibilitas kurang</li> <li>Kurang fokusnya kegiatan eduwisata</li> <li>Mudah mendapatkan SDM namun belum terlatih</li> <li>Kerjasama yang dominan kepada satu pihak</li> <li>Manajemen terbilang sangat kurang</li> </ol>
<b>Opportunity (Peluang)</b>	<b>Strategi SO (Strengths-Opportunity)</b>	<b>Strategi WO (Weakness - Opportunity)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>Sangat diminati customer sesuai targetnyaPerkembangan media sosial dalam promosi</li> <li>Terbukanya sumber pemasukan baru</li> <li>Dapat dikembangkan lebih jauh untuk meningkatkan minat pengunjung</li> <li>Mendapatkan pendanaan yang cukup untuk eduwisata tambelang dan menjadi Icon daerah setempat</li> <li>Pendapatan yang optimal jika dikelola dengan baik</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Lebih inovatif dan kreatif dalam menawarkan paket perjalan eduwisata serta memaksimalkan marketing dalam media sosial seperti Instagram, youtube, dan tiktok (S2-O1, S4, O2, O3, O4)</li> <li>Peningkatan pelayanan dengan memberikan pelayanan yang sesuai untuk pengunjung terkhusus anak-anak sebagai customer utama dan pendampingan yang baik (S3-O4, O6)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pengelola mengidentifikasi terkait keperluan customer Eduwisata Tambelang dan mencoba untuk merealisasikannya dalam peningkatan pelayanan (W1-O1, W2, W4, O3)</li> <li>Melakukan optimalisasi tata kelola eduwisata yang lebih baik dengan mempertimbangkan keunikan Eduwisata Tambelang dan alur cost dengan ketat lagi (W2-O5, O6)</li> </ol>

<b>Threats (Ancaman)</b>	<b>Strategi ST (Strengths-Threats)</b>	<b>Strategi WT (Weakness – Threats)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akan ada pesaing baru</li> <li>2. Ketidaknyamanan kunjungan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengelola dapat menjadikan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperbaiki manajemen</li> </ol>
<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Pengeluaran dana yang tidak merata dan stabil</li> <li>4. Timbulnya persaingan yang kompetitif</li> <li>5. Tidak berminatnya masyarakat untuk menjadi SDM pengelola</li> <li>6. Dijadikannya tempat eduwisata umum dan milik pemerintah</li> <li>7. Besarnya pengeluaran</li> </ol>	<p>customer sebagai sumber inspirasi untuk pelayanan yang lebih baik dengan mencoba membuat kotak masukan terhadap Eduwisata Tambelang untuk berinovasi lebih jauh lagi serta menjadikan customer sebagai ajang promosi dengan memberikan pelayanan dan pengalaman yang tak terlupakan (S1-T1, S2, S3,T2, T4, )</p>	<p>pengelolaan eduwisata dengan lebih baik dan diperketat dalam keuangan, pelatihan karyawan, keselamatan pengunjung, dan kenyamanan semua orang ada di lokasi eduwista (W1, W2-T3, W3-T2, W4, W5-T5.W7)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Terus mengembangkan paket perjalanan eduwisata dengan hal baru untuk menggaet minat dengan paket perjalan yang lebih beragam dan murah untuk pengunjung serta fokus kepada pengelolaan eduwisata (W4-T1, T4 )</li> </ol>

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dalam analisis SWOT pengembangan strategi Eduwisata Tambelang dapat dikembangkan lebih jauh lagi untuk menarik daya tarik wisatawan untuk berkunjung dan menambah nilai lebih dalam dengan meningkatkan manajemen pengelolaan destinasi wisata dengan baik dan benar seperti digambarkan dalam analisis matriks SWOT yang menghasilkan strategi yaitu :

1. kreatif dalam menawarkan paket perjalan eduwisata serta memaksimalkan marketing dalam media sosial seperti Instagram, youtube, dan tiktok. (S2-O, S4, O2, O3, O4).
2. Peningkatan pelayanan dengan memberikan pelayanan yang sesuai untuk pengunjung terkhusus anak-anak sebagai customer utama dan pendampingan yang baik. (S3-O4, O6).
3. Pengelola mengidentifikasi terkait keperluan customer Eduwisata Tambelang dan mencoba untuk merealisasikannya dalam peningkatan pelayanan (W1-O1, W2, W4, O3).
4. Melakukan optimalisasi tata kelola eduwisata yang lebih baik dengan mempertimbangkan keunikan Eduwisata Tambelang dan alur cost dengan ketat lagi (W2-O5, O6).
5. Pengelola dapat menjadikan customer sebagai sumber inspirasi untuk pelayanan



yang lebih baik dengan mencoba membuat kotak masukan terhadap Eduwisata Tambelang untuk berinovasi lebih jauh lagi serta menjadikan customer sebagai ajang promosi dengan memberikan pelayanan dan pengalaman yang tak terlupakan (S1-T1, S2, S3, T2, T4,)

6. Memperbaiki manajemen pengelolaan eduwisata dengan lebih baik dan diperketat dalam keuangan, pelatihan karyawan, keselamatan pengunjung, dan kenyamanan semua orang ada dilokasi eduwisata (W1, W2-T3, W3-T2, W4, W5-T5, W7).
7. Terus mengembangkan paket perjalanan eduwisata dengan ha baru untuk menggaet minat dengan paket perjalan yang lebih beragam dan murah untuk pengunjung serta fokus kepada pengelolaan eduwisata(W4-T1, T4).

**DAFTAR PUSTAKA**

- Irwan, S. N. R., Perwitasari, H., & Muhamad, M. (2021). Pendampingan Identifikasi Potensi Pengembangan Agrowisata Berbasis Partisipasi Masyarakat di Desa Tirtomulyo, Kretek, Bantul, Yogyakarta. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 122–130.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif* (F. Annisa & Sukarno (eds.)). Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Mahendra, et al. (2021). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Pertanian di Desa Pelaga Kecamatan Petang Kabupaten Badung. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata*, 10(1), 354–363.
- Manalu, D. S. T., Tiofani, Y. A., & Sari, A. G. (2022). *Publikasi penelitian terapan dan kebijakan*. 5(2).
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Movement, T. (2013). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers* (Tim Clark). Patrick van der Pijl.
- Syahkhaafi, M. F. Al, Gustina, D., Ferianto, F., & Setyawati, E. (2022). Analisis Penerapan Ghp (Good Handling Practice) Dan Gmp (Good Milling Practice) Pada Usaha Penggilingan Padi Kecil Di Tambelang, Bekasi. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1, 391–400.
- Yakup, A. P. (2019). *Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).