

## Strategi Pengembangan Bumdes Berbasis Wisata Desa Menuju Desa Wisata Di Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk

Mohamad Makrup, Eka Askafi, Ahsin Daroini

Magister Manajemen, Pascasarjana Universitas Islam Kadiri

email: mohammadmakruf96@gmail.com

### Abstrak

Pengembangan berbasis ekonomi di pedesaan sudah sejak lama dijalankan oleh Pemerintah melalui berbagai program. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pengembangan bumdes berbasis wisata desa menuju desa wisata di Kecamatan Ngronggot, Kabupaten Nganjuk. Metode penelitian dalam penyusunan tesis ini merupakan metode penelitian kualitatif. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Analisis data menggunakan Analisis SWOT yaitu analisis didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Hasil penelitian bahwa Analisa SWOT dalam penelitian ini menghasilkan total skor faktor internal 2,85 dan total skor faktor eksternal adalah 3,04. Kemudian dari skor tersebut dapat disusun matriks SWOT yang menghasilkan strategi terbaik yaitu S-O atau kombinasi *Strength* dan *Opportunity*. Sedangkan hasil analisa matriks internal eksternal (IE) menghasilkan pilihan strategi jangka panjang sel II yaitu *Growth and Built* atau tumbuh dan membangun. Pada posisi matriks tersebut, maka organisasi dapat melakukan strategi yang intensif, antara lain: penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.

Kata Kunci: Analisis SWOT, BUMDES, Desa Wisata, Strategi Pengembangan, Wisata Desa

### A. Pendahuluan

Pengembangan berbasis ekonomi di pedesaan sudah sejak lama dijalankan oleh Pemerintah melalui berbagai program. Upaya yang dilakukan belum membuahkan hasil yang memuaskan sebagaimana diinginkan bersama. Terdapat banyak faktor yang menyebabkan kurang berhasilnya program-program tersebut. Salah satu faktor yang paling dominan adalah intervensi Pemerintah terlalu besar, akibatnya justru menghambat daya kreativitas dan inovasi masyarakat desa dalam mengelola dan menjalankan mesin ekonomi di pedesaan. Sistem dan mekanisme kelembagaan ekonomi di pedesaan tidak berjalan efektif dan berimplikasi pada ketergantungan terhadap bantuan Pemerintah sehingga mematikan semangat kemandirian (Darwita, & Redana, 2018); Fatkhunnajah, 2022). Konsepsi Tradisi Berdesa merupakan salah satu gagasan fundamental yang mengiringi pendirian BUMDes. Tradisi Berdesa paralel dengan kekayaan modal sosial dan modal politik serta berpengaruh terhadap daya tahan dan keberlanjutan.

BUMDes ini merupakan salah satu di daerah Jawa Timur dengan tujuan menunjang pariwisata khususnya di Kabupaten Nganjuk, dengan objek wisata yang dikelola langsung oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah meliputi Air Terjun Sedudo, Air Merambat Roro Kuning, TRAL, dan Goa Margo Tresno. BUMDesa Podho Joyo menyelenggarakan rekrutmen dengan ketentuan yang bisa jadi pegawai hanyalah penduduk desa Sukorejo. Kabupaten Nganjuk. Wisata yang berada di daerah Kabupaten Nganjuk memiliki daya tarik tersendiri, namun kurangnya dampingan dari pemerintah daerah menyebabkan potensi objek wisata di daerah Nganjuk berkembang kurang maksimal. Peraturan dan kesadaran Pemerintah Daerah mewujudkan potensi wisata yang dimiliki dapat berkembang optimal, selain itu dapat juga dengan adanya pembangunan dengan strategi pola pengembangan kepariwisataan yang terencana dan tersusun. Sektor pariwisata tingkat daerah dalam memajukan peran pemerintah sebagai motor penggerak yang selanjutnya memberikan kewenangan penuh kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk.

Desa wisata “Wisata Taman Cengklok (WTC) Desa Cengklok, Wisata Tani Betet (WTB) Desa Betet, Wisata Pembibitan Desa Juwet Wisata Religi (Sholawat dan Khataman Al Qur’an) dan Wisata Budaya bersih desa (Nyadran)” belum dimanfaatkan secara optimal dikarenakan SDM yang ada kurang memadai, biaya yang sulit didapat, kebiasaan masyarakat yang susah untuk maju dan

berkembang, minat dan daya tarik masyarakat kurang, serta fasilitas yang diberikan kurang memadai. Lokasi penelitian ini berada di kawasan lahan sawah yang jauh dari masyarakat, selain itu letaknya yang tidak strategis menjadi hal utama desa wisata ini kurang menarik perhatian pengunjung. Perlunya usaha BUMDes agen menjadi desa wisata sehingga mendapatkan legalitas dari wisata desa menjadi desa wisata sangat diperlukan

Strategi pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) berbasis wisata desa menuju desa wisata di Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk, khususnya Desa wisata “Wisata Taman Cengkok (WTC) Desa Cengkok, Wisata Tani Betet (WTB) Desa Betet, Wisata Pembibitan Desa Juwet dan Wisata Religi (Sholawat dan Khataman Al Qur’an), Wisata Budaya bersih desa (Nyadran)” belum dimanfaatkan secara optimal dikarenakan SDM yang ada kurang memadai, biaya yang sulit didapat, kebiasaan masyarakat yang susah untuk maju dan berkembang, minat dan daya tarik masyarakat kurang, serta fasilitas yang diberikan kurang memadai. Hal ini dibuktikan dengan tujuan BUMDes sebagai instrumen merupakan modal sosial (*social capital*) yang diharapkan menjadi *prime mover* dalam menjembatani upaya penguatan ekonomi di pedesaan belum terlaksana. Maka dari itu strategi pengembangan BUMDes berbasis wisata desa menuju desa wisata di Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk di laksanakan agar pelayanan dan pendapatan masyarakat di Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk dapat meningkat. Berdasarkan permasalahan tersebut maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi pengembangan bumdes berbasis wisata desa menuju desa wisata di kecamatan ngronggot Kabupaten Nganjuk

## B. Metode Penelitian

Metode penelitian dalam penyusunan tesis ini merupakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif yang menyajikan secara jelas pokok persoalan yang diteliti dan memberikan uraian secara deskriptif, yang menggambarkan secara jelas, nyata, sistematis dan cermat tentang pokok permasalahan yang dijumpai (Emzir, 2014), (Cresswell, 2013), (Punch, K.F. 2013). Penelitian kualitatif untuk melakukan eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan yang terjadi dimasyarakat (Ibrahim, 2015). Penelitian kualitatif dapat dicari jalan keluarnya untuk pemecahan permasalahan yang secara umum tidak bisa dipecahkan dengan pendekatan kualitatif (Putra, 2014). Penelitian ini mendeskripsikan strategi pengembangan bumdes berbasis wisata desa menuju desa wisata di kecamatan ngronggot Kabupaten Nganjuk. Informan dalam penelitian ini meliputi Pengurus Wisata Desa sebagai Obyek Penelitian. Pengurus Wisata Desa tersebut adalah Kepala Desa dan Perangkat Desa, Pengurus BPD, Pengurus LPM, Pengurus Karang Taruna, Pengurus PKK.

Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer direncanakan diperoleh dengan beberapa metode, antara lain wawancara langsung, metode observasi atau pengamatan terstruktur, dokumentasi studi lapang (Poerwandari, 2013), (Sugiyono, 2017). Tempat penelitian ini dilaksanakan di lima desa yaitu Desa Cengkok, Betet, Juwet, Kelutan dan Banjarsari, Ngronggot, Kaloran dan Mojokendil. Data primer berasal dari Wawancara dilakukan secara mendalam (*indept interview*) kepada Pengurus Wisata Desa sebagai Obyek Penelitian. Pengurus Wisata Desa tersebut adalah Kepala Desa dan Perangkat Desa, Pengurus BPD, Pengurus LPM, Pengurus Karang Taruna, Pengurus PKK. Sedangkan Data sekunder diambil dari dokumentasi kantor-kantor yang berhubungan dengan penelitian, yaitu: Badan Pusat Statistik (BPS), Ngronggot Dalam Angka, DISPENDUK CAPIL, DTKS DIMSOS Kabupaten Nganjuk dan Profil Desa Kabupaten Nganjuk.

Analisis data menggunakan Analisis SWOT yaitu analisis didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*) (Wijaya *et al.*, 2022). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan dari area pengelolaan yang diterapkan. Perencana strategi (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan Analisis Situasi.

### C. Hasil Dan Pembahasan

Strategi pengembangan adalah usaha menyeluruh, yang memerlukan dukungan dari pimpinan atas yang dirancang untuk meningkatkan efektifitas dan kesehatan organisasi melalui penggunaan beberapa tehnik intervensi dengan menerapkan pengetahuan yang berasal dari ilmu-ilmu perilaku. Strategi pengembangan adalah suatu proses yang meningkatkan efektifitas keorganisasian dengan mengintergrasikan keinginan individu akan pertumbuhan dan perkembangan tujuan keorganisasian. secara khusus proses ini merupakan usaha mengadakan perubahan secara berencana yang meliputi suatu system total sepanjang periode tertentu, dan usaha mengadakan perubahan ini berkaitan dengan misi organisasi (James L, 1990), (Umar, 1997).

#### Penghitungan Bobot dan Rating

Tahap awal dari analisis SWOT adalah perhitungan bobot dan rating atas faktor pendukung dan penghambat secara internal serta faktor pendukung dan penghambat secara eksternal. Rating berkisar 1 -4 sesuai dengan pedoman: 4 (sangat kuat), 3 (kuat), 2 (lemah), dan 1 (sangat lemah). Sedangkan bobot berkisar dari 0,00 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Kemudian masing-masing bobot harus dikonversikan ke dalam bobot relatif agar jumlah totalnya sama dengan 1,0. Selanjutnya bobot relatif dan rating dikalikan dan ditotal seluruh skor faktor pendukung dan penghambat internal serta ditotal juga seluruh skor faktor pendukung dan penghambat eksternal. Kemudian skor total tersebut dikategorikan menjadi tiga:

Skor Total : 3,0 - 4,0 artinya faktor kuat  
 Skor Total : 2,0 - 2,9 artinya faktor sedang  
 Skor Total : 1,0 - 1,9 artinya faktor lemah

Berikut ini disajikan rincian perhitungan bobot dan rating wisata desa di Kecamatan Ngronggot dalam penelitian ini:

No.	Indikator	Bobot	Bobot Relatif	Rating	Bobot Relatif x Rating
<b>Faktor Pendukung Internal (<i>Strength</i>)</b>					
1	Lokasi objek wisata strategis	0,7	0,06	4	0,23
2	Akses jalan menuju objek wisata memadai	0,8	0,07	3	0,20
3	Harga tiket masuk terjangkau	0,9	0,07	4	0,30
4	Tempat parkir luas untuk motor dan mobil	0,9	0,07	4	0,30
5	Objek wisata memiliki daya saing yang unik	0,8	0,07	3	0,20
6	Objek wisata memiliki spot yang beragam	0,7	0,06	3	0,17
7	Terdapat produk unggulan khas yang dijual	0,6	0,05	2	0,10
8	Fasilitas umum lengkap (mushola, toilet, dll)	0,7	0,06	2	0,12
9	Potensi UMKM bagi warga sekitar	0,8	0,07	3	0,20
10	Potensi meningkatkan pendapatan desa	0,8	0,07	2	0,13
<b>Total <i>Strength</i></b>		<b>7,7</b>	<b>0,6</b>		<b>1,94</b>
<b>Faktor Penghambat Internal (<i>Weakness</i>)</b>					

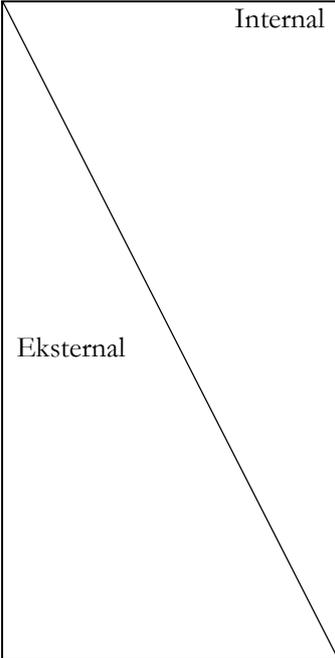
1	Manajemen masih belum profesional	0,8	0,07	2	0,13
2	Belum didukung sistem teknologi informasi	0,8	0,07	3	0,20
3	Tidak memiliki sumber dana yang besar	0,7	0,06	2	0,12
4	Kompetensi SDM masih rendah	0,7	0,06	2	0,12
5	Belum memiliki perencanaan pengembangan yang sistematis dan terukur	0,7	0,06	3	0,17
6	Kurangnya pelatihan bagi para pengurus	0,7	0,06	3	0,17
<b>Total Weakness</b>		<b>4,4</b>	<b>0,4</b>		<b>0,91</b>
<b>Total Faktor Internal</b>		<b>12,1</b>	<b>1,00</b>		<b>2,85</b>
<b>Faktor Pendukung Eksternal (<i>Opportunity</i>)</b>					
1	Dukungan keamanan dari warga sekitar	0,8	0,12	4	0,48
2	Dukungan dari pemerintah daerah	0,8	0,12	4	0,48
3	Dukungan instansi terkait (PLN, PDAM, Puskesmas, dll)	0,8	0,12	4	0,48
4	Media sosial sebagai sarana pemasaran	0,8	0,12	2	0,24
5	Tersedia sarana transportasi umum	0,7	0,10	2	0,21
6	Berpotensi menarik investor swasta	0,6	0,09	3	0,27
<b>Total Opportunity</b>		<b>4,5</b>	<b>0,7</b>		<b>2,15</b>
<b>Faktor Penghambat Eksternal (<i>Threath</i>)</b>					
1	Makin banyak objek wisata pesaing	0,8	0,12	2	0,24
2	Daya beli masyarakat rendah	0,8	0,12	4	0,48
3	Ancaman pandemi COVID-19	0,6	0,09	2	0,18
<b>Total Threath</b>		<b>2,2</b>	<b>0,3</b>		<b>0,90</b>
<b>Total Faktor Eksternal</b>		<b>6,7</b>	<b>1,00</b>		<b>3,04</b>

#### Bobot dan Rating Faktor Pendukung

Berdasarkan perhitungan bobot dan rating faktor internal dan eksternal pada Tabel 4.5, dapat diketahui bahwa total skor faktor internal adalah 2,85, artinya faktor internal bernilai sedang. Sedangkan total skor faktor eksternal adalah 3,04, artinya faktor eksternal bernilai kuat.

#### Matriks SWOT

Selanjutnya berdasarkan faktor-faktor pendukung dan penghambat secara internal maupun eksternal di atas, maka dapat disusun matriks SWOT sebagai berikut:

Eksternal 	Internal  <b>Strength</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi objek wisata strategis</li> <li>2. Akses jalan menuju objek wisata memadai</li> <li>3. Harga tiket masuk terjangkau</li> <li>4. Tempat parkir luas untuk motor dan mobil</li> <li>5. Objek wisata memiliki daya saing yang unik</li> <li>6. Objek wisata memiliki spot yang beragam</li> <li>7. Terdapat produk unggulan khas yang dijual</li> <li>8. Fasilitas umum lengkap (mushola, toilet, dll)</li> <li>9. Potensi UMKM bagi warga sekitar</li> <li>10. Potensi meningkatkan pendapatan desa</li> </ol>	<b>Weakness</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manajemen masih belum profesional</li> <li>2. Belum didukung sistem teknologi informasi</li> <li>3. Tidak memiliki sumber dana yang besar</li> <li>4. Kompetensi SDM masih rendah</li> <li>5. Belum memiliki perencanaan pengembangan yang sistematis dan terukur</li> <li>6. Kurangnya pelatihan bagi para pengurus</li> </ol>
	<b>Opportunity</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kabupaten Nganjuk merupakan salah satu sentra produksi pertanian di Jawa Timur</li> <li>2. Dukungan keamanan dari warga sekitar</li> <li>3. Dukungan dari pemerintah daerah</li> <li>4. Dukungan instansi terkait (PLN, PDAM, Puskesmas, dll)</li> <li>5. Media sosial sebagai sarana pemasaran</li> <li>6. Tersedia sarana transportasi umum</li> <li>7. Berpotensi menarik investor swasta</li> </ol>	<b>S-O</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ikon Nganjuk sebagai sentra produksi pertanian didukung oleh lokasi yang strategis dan akses jalan yang memadai berpotensi bagi pengembangan fisik wahana-wahana destinasi wisata berbasis pertanian dengan cara BUMDes menggandeng investor swasta untuk sumber permodalan.</li> <li>2. Dukungan warga, pemerintah daerah dan instansi terkait dapat digunakan untuk meningkatkan fasilitas penunjang tempat wisata, antara lain penambahan pojok layanan medis, hot spot internet, UMKM retail, pusat oleh-oleh, pusat kuliner, dll.</li> <li>3. Keunikan objek wisata desa dapat menjadi keunggulan yang menarik untuk dipasarkan melalui media sosial dengan cara menggandeng penggiat media sosial atau <i>influencer</i> lokal.</li> </ol>
<b>Threat</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Makin banyak objek</li> </ol>	<b>S-T</b> <p>Harga tiket masuk yang murah</p>	<b>W-T</b> <p>Dalam suasana pandemi</p>

wisata pesaing 2. Daya beli masyarakat rendah 3. Ancaman pandemi COVID-19	menjadi strategi untuk memberikan solusi terhadap persaingan objek wisata yang semakin banyak dan memberikan solusi bagi daya beli masyarakat yang masih rendah, sehingga terjangkau bagi semua orang dari berbagai kalangan.	COVID-19 yang masih bisa mengancam sewaktu-waktu, maka BUMDes sebaiknya <i>wait and see</i> , tidak melakukan investasi pengembangan sementara waktu karena terlalu berisiko.
---	---	---

Matriks SWOT Wisata Desa di Kecamatan Ngronggot

Pemilihan strategi yang tepat dari seluruh strategi yang ditawarkan pada Gambar 4.3 di atas dapat dilakukan dengan cara memilih skor kombinasi terbanyak berdasarkan skor total pada tabel 4.5, yaitu sebagai berikut:

S-O :  $1,94 + 2,15 = 4,09$

S-T :  $1,94 + 0,90 = 2,84$

W-O :  $0,91 + 2,15 = 3,06$

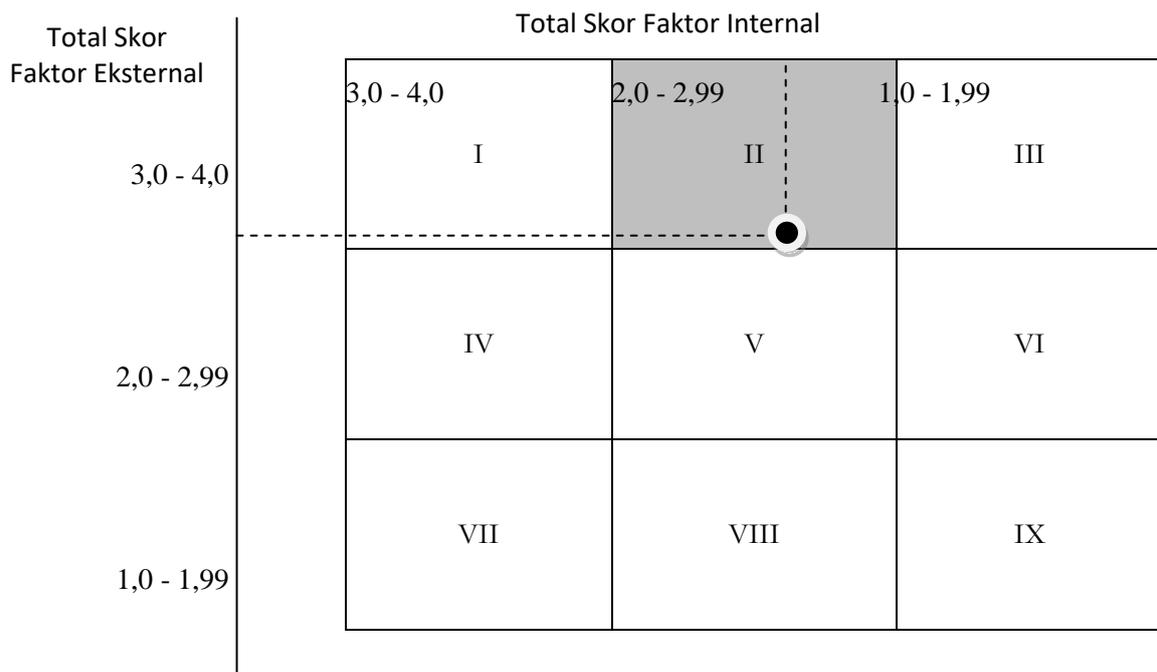
W-T :  $0,91 + 0,90 = 1,80$

Dengan demikian skor kombinasi tertinggi adalah S-O yaitu kombinasi antara *Strength* dengan *Opportunity* yang berupa:

- a) Pengembangan fisik wahana-wahana destinasi wisata berbasis pertanian dengan cara BUMDes menggandeng investor swasta untuk sumber permodalan.
- b) Meningkatkan fasilitas penunjang tempat wisata, antara lain penambahan pojok layanan medis, hot spot internet, UMKM retail, pusat oleh-oleh, pusat kuliner, dll.
- c) Pemasaran melalui media sosial dengan cara menggandeng penggiat media sosial atau *influencer* lokal.

### 3) Matriks Internal Eksternal (IE)

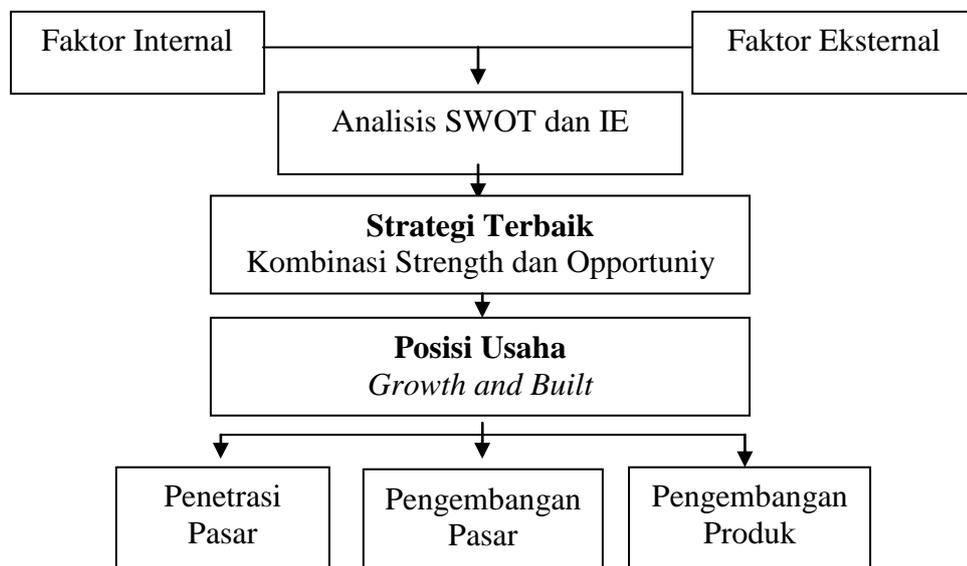
Selanjutnya untuk mengetahui posisi usaha BUMDes berbasis wisata desa di Kecamatan Ngronggot dan kelangsungan usaha di masa depan, maka disusun matriks internal eksternal (IE). Total skor faktor internal adalah 2,85, sedangkan total skor faktor eksternal adalah 3,04, sehingga dapat disusun matriks sebagai berikut:



Gambar 4.4. Matriks Internal Eksternal (IE)

Pada Gambar 4.4 disajikan titik pertemuan koordinat antara faktor internal dan eksternal sehingga didapatkan hasil matriks internal eksternal (IE) adalah pada sel II yaitu *Growth and Built* atau tumbuh dan membangun. Pada posisi matriks tersebut, maka organisasi dapat melakukan strategi yang intensif, antara lain: penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.

Hasil analisa matriks SWOT menunjukkan bahwa skor kombinasi tertinggi adalah S-O yaitu kombinasi antara *Strength* dengan *Opportunity*. Menurut Rangkuti (dalam Firdaus, 2017), strategi ini merupakan upaya menggunakan kekuatan yang dimiliki guna mengembangkan peluang yang ada. Dalam penelitian ini strategi yang dapat dikembangkan pada kombinasi ini antara lain: pengembangan wahana wisata dengan menggandeng investor swasta, meningkatkan fasilitas penunjang tempat wisata, dan kegiatan pemasaran melalui media sosial dengan menggandeng penggiat media sosial atau *influencer* lokal. Selanjutnya hasil analisa matriks internal eksternal (IE) dalam penelitian ini menghasilkan pilihan strategi sel II yaitu *Growth and Built* atau tumbuh dan membangun. Pada posisi matriks tersebut, maka strategi jangka panjang digambarkan dalam bagan berikut:



Bagan Strategi Pengembangan Usaha Wisata Desa di Kecamatan Ngronggot

1) Penetrasi Pasar

Menurut Hooley, dkk (2012), penetrasi pasar mengasumsikan bahwa ada permintaan yang belum terpenuhi dalam pasar dan bahwa konsumen masih mempunyai sumber daya yang belum digunakan. Hal ini dapat dicapai dengan cara mendapatkan pembeli yang lebih banyak dari pasar sasaran yang sama atau membuat pembeli yang telah ada lebih sering membeli produk yang telah ada. Dalam konteks penelitian ini, strategi penetrasi pasar yang dapat diterapkan pada destinasi desa wisata di Kecamatan Ngronggot adalah pemasangan iklan secara intensif melalui berbagai media sosial, sehingga pengunjung tempat wisata meningkat dan omzet juga meningkat. Pihak manajemen tempat wisata dapat menggandeng para *influencer* atau penggiat media sosial untuk membuat konten-konten yang memperkenalkan berbagai keunggulan wahana tempat wisata tersebut. Pemasangan poster dan baliho di ruas-ruas jalan juga dapat menjadi alternatif strategi iklan konvensional yang masih relevan untuk diterapkan.

2) Pengembangan Pasar

Menurut Assauri (2014), strategi pengembangan pasar merupakan salah satu usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan atas produk yang sudah ada pada pasar yang baru. Kegiatan ini merupakan salah satu bagian kecil dari berbagai

kemungkinan perusahaan untuk mencapai pertumbuhan. Strategi ini bertujuan untuk memperkenalkan produk-produk atau jasa yang ada sekarang ke daerah-daerah yang secara geografis merupakan daerah baru. Dalam konteks penelitian ini, strategi pengembangan pasar yang dapat diterapkan pada destinasi desa wisata di Kecamatan Ngronggot adalah dengan membuka cabang destinasi wisata di lokasi yang baru. Namun strategi ini membutuhkan modal yang sangat besar, sehingga agak sulit direalisasikan, kecuali manajemen tempat wisata mau menggandeng investor atau pemodal besar. Strategi ini berpeluang menghasilkan pengembangan yang besar, namun juga memiliki risiko kegagalan yang besar pula, sehingga diperlukan perencanaan dan studi kelayakan usaha yang betul-betul detail dan terukur.

### 3) Pengembangan Produk

Menurut Kotler (2015), strategi pengembangan produk merupakan suatu usaha dalam meningkatkan jumlah konsumen ataupun nasabah dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru perusahaan. Salah satu kunci utama dalam strategi pengembangan produk adalah inovasi dan juga kreativitas dalam penciptaan produk. Perusahaan selalu berusaha melakukan pembaharuan atau pengenalan produk baru kepada konsumen. Perusahaan terus melakukan eksplorasi kebutuhan pasar dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen. Dalam konteks penelitian ini, strategi pengembangan produk yang dapat diterapkan pada destinasi desa wisata di Kecamatan Ngronggot adalah dengan menambah wahana wisata atau menambah layanan dan produk yang dijual, sehingga pengunjung semakin termotivasi untuk membelanjakan uang lebih banyak. Manajemen tempat wisata juga dapat menambah *stand* kuliner yang bisa disewakan kepada UMKM, menambah jumlah wahana penunjang, dan menambah kapasitas ruang yang dapat dimanfaatkan sebagai areal wisata.

## D. Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan: Analisa SWOT dalam penelitian ini menghasilkan total skor faktor internal 2,85 dan total skor faktor eksternal adalah 3,04. Kemudian dari skor tersebut dapat disusun matriks SWOT yang menghasilkan strategi terbaik yaitu S-O atau kombinasi *Strength* dan *Opportunity*. Sedangkan hasil analisa matriks internal eksternal (IE) menghasilkan pilihan strategi jangka panjang sel II yaitu *Growth and Built* atau tumbuh dan membangun. Pada posisi matriks tersebut, maka organisasi dapat melakukan strategi yang intensif, antara lain: penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.

Saran: Organisasi dapat melakukan strategi yang intensif, antara lain: penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Tahap awal dari strategi tersebut yang paling memungkinkan untuk dilakukan tanpa membutuhkan biaya yang besar adalah melakukan promosi gencar melalui media sosial (*Youtube, Facebook, Instagram, TikTok, Whatsapp*, dan sebagainya) dengan cara melibatkan para *influencer* atau penggiat media sosial di Kabupaten Nganjuk, sehingga tempat wisata tersebut semakin dikenal masyarakat luas. Jika popularitas tempat wisata sudah berhasil dicapai, maka akan semakin banyak pengunjung yang tertarik untuk datang ke tempat wisata tersebut, sehingga akan mampu meningkatkan omzet usaha dan pada akhirnya juga dapat meningkatkan pendapatan BUMDes.

## E. Daftar Pustaka

- Amin, R., & Febrina, R. (2017). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Kapasitas Kelembagaan Kampung Adat Di Kabupaten Siak Provinsi Riau. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 15(26), 65-77.
- Aransha, A. S. (2019). Kontribusi Masyarakat Desa Dalam Mengembangkan Desa Wisata Brayut Kabupaten Sleman. *E-Societas*, 8(1).
- Astuti, A. T. (2020). Peran Lembaga Penelitian Dan Pengembangan Sumber Daya & Lingkungan Hidup (LPPSLH) Dalam Pemberdayaan Petani Penderes. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 9.
- Creswell W. John. 2013. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

- Darwita, I. K., & Redana, D. N. (2018). Peranan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Dalam Pemberdayaan Masyarakat Dan Penanggulangan Pengangguran Di Desa Tejakula Kecamatan Tejakula Kabupaten Buleleng. *Locus*, 9(1).
- Doa, S. I. G., Fitri, M., & T ARIFIN, MUHAMAD. (2022). Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Mts Muhammadiyah Wuring. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3(12), 43-54.
- Efendi, K. N., & MARUF, M. F. (2019). Peran Badan Usaha Milik Desa (Bumdesa Podho Joyo) Sebagai Lembaga Ekonomi Desa Di Desa Sukorejo Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik. *Publika*, 7(2).
- Fatkunnajah, E. (2022). Kemandirian Bumdes Menyongsong Pemulihan Ekonomi Nasional Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 2(1), 47-54.
- Hanik, U., & Mas' Ud, M. I. (2019). Perencanaan Inovasi Pengembangan Agrowisata Bukit Flora Dengan Pendekatan Metode Bisnis Model Kanvas. *JKIE (Journal Knowledge Industrial Engineering)*, 6(3), 91-100.
- Iskandar Wiryokusumo dan J. Mandilika, *Kumpulan-Kumpulan Pemikiran dalam Pendidikan* (Jakarta: CV. Rajawali, 1982), 93
- James L. Gibson, *Organisasi Dan Manajemen, Perilaku Struktur Dan Proses*, Terj. Djoerban Wahid (Jakarta: Erlangga, 1990), 658
- Kafabih, A. (2018). Analisis Peran Modal Sosial Badan Usaha Milik Desa (Bum Desa) Terhadap Pengentasan Kemiskinan. *OECONOMICUS Journal Of Economics*, 3(1), 51-70.
- Kasian, A. (2019). Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Desa Selong Belanak, Kabupaten Lombok Tengah Nusa Tenggara Barat. *JUPE: Jurnal Pendidikan Mandala*, 4(5).
- Kholil, A. Y., & Khoirunnisa, N. (2018). Strategi Pengembangan Desa Wisata Gubugklakah. *OPTIMA*, 2(1), 27-40.
- Nurjani, M., Sudarmanto, E., & Surono, S. E. (2021). Peranan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Desa Pada Bumdes Yang Terdapat Di Kecamatan Megamendung Periode 2016-2018. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Akuntansi*, 8(3).
- Purnamasari, S. D., & Ma'ruf, M. F. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)(Studi Bumdes Mawar Desa Kepel, Kecamatan Ngetos, Kabupaten Nganjuk). *Publika*, 8(5).
- Rahmah, Z. Z., Rahmah, Y., Purnama, C., Fatmah, D., & Rahmah, M. (2022). Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap UMKM Di Desa Kintelan (Studi Kasus UMKM Di Desa Kintelan Kelurahan Puri Kabupaten Mojokerto). *BUDIMAS: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 4(1).
- Rakib, M. (2017). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Sebagai Penunjang Daya Tarik Wisata. *Jurnal Kepariwisata*, 1(2), 54-69.
- Soetrisno, E. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Kencana.
- Soleh, A. (2017). Strategi Pengembangan Potensi Desa. *Jurnal Sungkai*, 5(1), 32-52.
- Sudibya, B. (2018). Wisata Desa Dan Desa Wisata. *Jurnal Bali Membangun Bali*, 1(1), 22-26.
- Susan, E. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 952-962.
- Umar Nimran, *Perilaku Organisasi*, Surabaya: Citra Media, 1997), 109
- Widiastuti, A., & Nurhayati, A. S. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Desa Wisata Nganggring Sleman. *Jurnal Ilmiah WUNY*, 1(1).
- Wijaya, I. K., Muchsin, S., & Abidin, A. Z. (2022). Strategi Pengelolaan Wisata Buper Bedengan Dalam Upaya Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Oleh Perum Perhutani Kph Malang Dan Pengelola Wisata (Studi Kasus Wisata Buper Bedengan Desa Solorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang). *Respon Publik*, 16(7), 34-41.
- Wiwin, I. W. (2019). Faktor Sukses Dalam Pengembangan Wisata Pedesaan. *PARIWISATA BUDAYA: JURNAL ILMIAH AGAMA DAN BUDAYA*, 4(2), 17-24.
- Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Danang Sunyoto. 2015. *Keunggulan Bersaing, Competitive Advantage*. Jakarta. CAPS (Center for Academic Publishing Service).

- Firdaus, Keni. 2017. *Strategi Pengembangan Usahatani Padi di Daerah Perbukitan Dengan Metode Jajar Legowo Desa Kaliwungu Kecamatan Bruno Kabupaten Purworejo*. Skripsi Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purworejo.
- Ghosh, B., Kumuthadevi, K., and Jublee, D. (2016). Linkage Among Competitiveness, Competitive Advantage and Competitive Priority of Apparel Export Firms at Tirupur. *International Journal of Management Research and Review*, 1012-1029.
- Hooley, G., Saunders, J., & Piercy, N. 2012. *Marketing Strategy & Competitive Positioning*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip. 2015. *Marketing an Introducing Preiece Hall*. twelfth edition". England: Pearson Education, Inc.
- Permenbudpar Nomor PM.04/UM.001/MKP/08 tentang *Sadar Wisata*.
- Raharjo, T. W. 2021. *Pengembangan Desa Wisata (Model Pengembangan Kattasikung di Jawa Timur)*. Jakad Media Publishing.
- Revida, E., Purba, S., Permadi, L. A., Putri, D. M. B., Tanjung, R., Djumaty, B. L., Suwandi, A., Nasrullah, N., Simarmata, J., & Handiman, U. T. (2021). *Inovasi Desa Wisata: Potensi, Strategi dan Dampak Kunjungan Wisata*. Yayasan Kita Menulis.