

**STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA
KAMPUNG MADU DESA BRINGIN KECAMATAN
BADAS KABUPATEN KEDIRI**

***TOURISM VILLAGE DEVELOPMENT STRATEGY:
KAMPUNG MADU, BRINGIN VILLAGE, BADAS DISTRICT,
KEDIRI REGENCY***

Syaifulloh Ibnu Alam Nurzaman*¹, Siti Azizah²

^{1,2}Universitas Brawijaya; Jalan Veteran, Malang, 65142, Jawa Timur, +62-341-551611
Program Studi Peternakan, Universitas Brawijaya Malang
e-mail: *syaifulsyf01@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Kampung Madu, Desa Bringin, Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri untuk mengetahui faktor internal dan eksternal, alternatif strategi, serta menentukan strategi terbaik untuk mengembangkan Desa Wisata di Kampung Madu. Penelitian ini dimulai pada tanggal 1 – 30 Maret 2024. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dan menggunakan pendekatan studi kasus. Data diolah dengan analisis Internal-Eksternal, analisis SWOT dan analisis QSPM. Kampung Madu sudah mengalami perkembangan namun upaya yang dilakukan belum cukup untuk meningkatkan jumlah pengunjung secara konsisten. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perkembangan desa wisata ini diantaranya adalah keunikan wisata, ketersediaan lahan, ketersediaan SDM dari pemuda desa, kualitas layanan dan pengalaman, kelengkapan sarana dan prasarana, dukungan pemerintah, dukungan masyarakat sekitar, dukungan dari komunitas peternak lebah madu, dukungan dari objek wisata setempat, serta persaingan antar desa wisata. Berdasarkan analisis SWOT terdapat tujuh strategi alternatif diantaranya adalah memaksimalkan kreativitas dalam membuat forum, memaksimalkan keterlibatan pemuda desa dalam promosi, pengadaan fasilitas pendukung, pengadaan sentra kerajinan, pengoptimalan pusat informasi, meningkatkan keberagaman paket wisata, serta meningkatkan kualitas layanan. Hasil perhitungan QSPM menunjukkan bahwa strategi alternatif dengan skor tertinggi berupa peningkatan kualitas layanan dan persiapan pemandu wisata untuk mengurangi risiko kalah bersaing dengan destinasi wisata lain.

Kata kunci—*Destinasi, SWOT, QSPM*

ABSTRACT

This research was conducted in Kampung Madu, Bringin Village, Badas Sub-district, Kediri District to identify internal and external factors, alternative strategies, and determine the best strategy to develop a Tourism Village in Kampung Madu. This

research began on March 1-30, 2024. The research method used is qualitative and uses a case study approach. Data were processed with Internal-External analysis, SWOT analysis and QSPM analysis. Kampung Madu has experienced development but the efforts made are not enough to increase the number of visitors consistently. Based on the results of the research, there are several internal and external factors that influence the development of this tourism village including the uniqueness of tourism, availability of land, availability of human resources from village youth, quality of service and experience, completeness of facilities and infrastructure, government support, support from the surrounding community, support from the honey beekeeping community, support from local attractions, and competition between tourism villages. Based on SWOT analysis, there are seven alternative strategies including maximizing creativity in creating forums, maximizing the involvement of village youth in promotion, procuring supporting facilities, procuring craft centers, optimizing information centers, increasing the diversity of tour packages, and improving service quality. The results of the QSPM calculation show that the alternative strategy with the highest score in the form of increasing the quality of services.

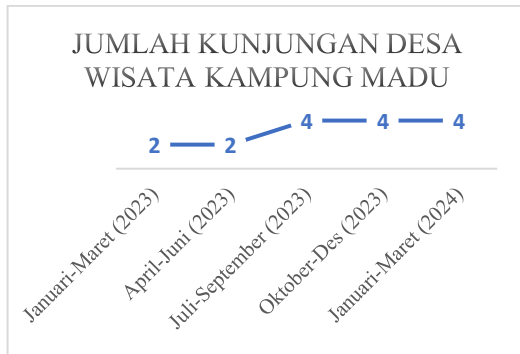
Keywords—Destination, SWOT, QSP

PENDAHULUAN

Pariwisata mempunyai peran yang krusial bagi program pembangunan suatu daerah (Rusyidi dan Fedryansah, 2019). Pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai industri yang menghasilkan pendapatan secara langsung, tetapi juga sebagai katalisator penting dalam pertumbuhan ekonomi lokal secara keseluruhan. Di tengah globalisasi dan mobilitas yang semakin tinggi, sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang responsif terhadap perubahan pasar dan menjadi motor penggerak bagi pengembangan ekonomi suatu daerah. Berkembangnya pariwisata pada suatu daerah akan mendorong berkembangnya sektor lain, seperti perkebunan, peternakan, transportasi, kuliner, kerajinan, dan sebagainya.

Adanya gerakan pembangunan desa wisata juga berdasar pada keinginan pemerintah untuk mendorong sirkulasi perekonomian masyarakat desa yang saat ini masih banyak desa berstatus sebagai desa tertinggal (Herdiana, 2019).

Para wisatawan yang berkunjung tidak hanya dapat menikmati pengalaman unik dalam belajar budidaya lebah madu, tetapi juga berkesempatan untuk membeli produk madu lokal yang dihasilkan oleh peternak setempat. Selain itu, Desa Wisata Kampung Madu juga memberikan kesempatan bagi masyarakat lokal untuk bekerja sebagai pemandu wisata atau menyediakan produk dan layanan terkait pariwisata, seperti transportasi, makanan dan minuman. Dengan demikian, integrasi agrowisata dalam pembangunan ekonomi lokal melalui Desa Wisata Kampung Madu tidak hanya memberikan manfaat ekonomi langsung bagi peternak lokal, tetapi juga menciptakan suasana yang kondusif bagi pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di wilayah tersebut.



Gambar 1. Grafik jumlah kunjungan Desa Wisata kampung Madu (dalam bentuk kelompok)

Desa Wisata Kampung Madu di Desa Bringin, Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, menghadapi permasalahan stagnasi pertumbuhan jumlah wisatawan. Meskipun memiliki potensi besar dengan produk-produk berbasis madu berkualitas, jumlah pengunjung tidak meningkat secara konsisten. Penelitian ini menjadi penting untuk mengidentifikasi dan merumuskan strategi yang tepat dalam mengatasi stagnasi tersebut. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan jumlah wisatawan tetapi juga mendukung keberlanjutan ekonomi dan lingkungan desa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan deskriptif menggunakan metode studi kasus. Sumber yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini mencakup beberapa pendekatan, termasuk observasi langsung, penggunaan kuisisioner, wawancara, dan dokumentasi.

Metode yang digunakan untuk memilih *key informan* dalam penelitian ini melibatkan pendekatan *purposive* dan *snowball sampling*. *Key informan* terdiri dari lima orang sebagai berikut; Ketua Desa Wisata Kampung Madu, Bendahara Desa Wisata Kampung

Madu, Pemerintah Desa Bringin, Ketua Asosiasi Peternak Lebah Kabupaten Kediri, dan Dinas Budaya dan Pariwisata Kabupaten Kediri.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini mencakup analisis IE, analisis SWOT, dan analisis QSPM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Faktor-Faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman

1. Kekuatan

Keunikan wisata

Desa Wisata Kampung Madu menawarkan wisata yang unik dan juga berbeda dari destinasi wisata lainnya. Keunikan ini terletak pada kombinasi antara keindahan alam pedesaan dan kegiatan budidaya lebah madu yang menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat desa. Menurut Adinugraha, dkk. (2018) desa wisata dalam konteks pariwisata pedesaan adalah sebuah aset pariwisata yang mengandalkan potensi unik pedesaan serta daya tariknya, yang bisa dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai produk pariwisata untuk menarik wisatawan untuk mengunjungi desa tersebut.

Ketersediaan lahan

Salah satu kekuatan utama Desa Wisata Kampung Madu adalah ketersediaan lahan yang luas. Meskipun lahan yang tersedia tidak dimiliki secara resmi melainkan peminjaman dari salah satu aktivis, tetapi juga memberikan ruang untuk aktifitas pariwisata.

Ketersediaan SDM dari pemuda desa

Kekuatan lain dari Desa Wisata Kampung Madu adalah ketersediaan sumber daya manusia (SDM) yang potensial dari pemuda desa. Menurut UU

Nomor Tahun 2009 tentang Kepemudaan, pemuda adalah warga negara yang berumur 16-30 tahun, baik laki-laki maupun perempuan. Lebih lanjut, menurut BPS Kabupaten Kediri tentang Proyeksi Penduduk Kecamatan Badas tahun 2019 jumlah pemuda di Desa Bringin adalah sebanyak 13.546 laki-laki dan perempuan. Dengan keterlibatan aktif pemuda desa dalam pengelolaan dan promosi desa wisata, Desa Wisata Kampung Madu dapat memanfaatkan potensi mereka dalam merancang program-program wisata yang inovatif, mengembangkan produk-produk wisata yang menarik, serta meningkatkan citra dan reputasi desa wisata di mata wisatawan. Menurut Asshofi, dkk. (2023) demi mencapai kesiapan yang matang untuk mengelola desa wisata, tentu harus disertai dengan adanya dukungan sumber daya manusia (SDM) yang mampu untuk bekerja di dalamnya.

2. Kelemahan

Kualitas Layanan dan Pengalaman

Kelemahan yang perlu diperhatikan adalah kualitas layanan dan pengalaman yang belum konsisten. SDM Desa Wisata Kampung Madu hanya berperan sebagai pendamping wisata saat ada kunjungan dan kembali ke pekerjaan mereka masing-masing ketika tidak ada tamu. Hal ini berbeda dengan wisata lain yang beroperasi setiap hari dan memiliki SDM yang terlatih secara khusus dalam industri pariwisata. Keterbatasan ini dapat memengaruhi ketersediaan layanan dan pengalaman wisatawan, serta kesinambungan operasional desa wisata secara keseluruhan. Menurut Raharjana dan Putra (2020) keberagaman daya tarik suatu wisata akan menjadi percuma jika SDM yang dimiliki tidak dibekali dengan berbagai keterampilan yang cukup untuk

melakukan tata kelola desa wisata tersebut.

Kelengkapan sarana dan prasarana

Desa wisata ini belum mendukung beberapa sarana dan prasarana seperti penjemputan dari terminal, toilet khusus wisatawan, hingga tidak adanya sentra kerajinan. Menurut Undang Undang No. 9 Tahun 1990 Tentang : Kepariwisata, pasal 22 menyebutkan bahwa usaha sarana pariwisata meliputi kegiatan pembangunan, pengelolaan dan penyediaan fasilitas, serta pelayanan yang diperlukan dalam penyelenggaraan pariwisata. Lebih lanjut, pada pasal 33 disebutkan pula usaha sarana pariwisata dapat berupa jenis-jenis usaha penyediaan akomodasi, penyediaan makan dan minum, penyediaan angkutan wisata, penyediaan sarana wisata tirta, hingga kawasan pariwisata.

3. Peluang

Dukungan Pemerintah

Peluang besar terbuka melalui dukungan yang diberikan oleh pemerintah, baik di tingkat Desa maupun Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Dukungan ini dapat berupa alokasi anggaran untuk pengembangan infrastruktur pariwisata, bantuan teknis dalam pengelolaan dan promosi destinasi wisata, serta kebijakan yang mendukung pertumbuhan industri pariwisata secara keseluruhan.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 43 tahun 2015 tentang Desa, Pasal 124 menegaskan bahwa Pemerintah Desa bertanggung jawab mengelola potensi desa untuk mencapai tujuan pemberian wewenang dalam kerangka otonomi desa. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, desa memiliki hak dan kewenangan untuk mengatur dan

mengurus masyarakatnya berdasarkan adat istiadat dan nilai-nilai budaya lokal.

Dukungan masyarakat sekitar

Desa Wisata dapat memperoleh dukungan dalam berbagai aspek melalui partisipasi aktif masyarakat lokal, mulai dari pengelolaan lingkungan, promosi pariwisata, hingga pengembangan produk wisata. Menurut Sutiani (2022) pembangunan pariwisata membutuhkan partisipasi aktif dan dukungan masyarakat dalam upaya pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Penting untuk memperhatikan posisi, potensi, dan peran masyarakat baik sebagai subjek atau pelaku maupun penerima manfaat dari pengembangan pariwisata. Menurut Khairunnisa dan Trias (2020) desa wisata merupakan hasil dari pemberdayaan dan kreativitas masyarakat melalui sektor pariwisata, di mana masyarakat desa menjadi aktor utama. Dalam konteks ini, masyarakat diberdayakan secara menyeluruh dalam aspek sosial, ekonomi, dan budaya.

Dukungan dari komunitas ternak lebah madu

Kolaborasi dengan komunitas ini dapat memberikan akses ke pengetahuan dan keterampilan yang mendalam tentang budidaya lebah madu, serta memfasilitasi integrasi produk madu lokal ke dalam pengalaman wisata. Anggota dari komunitas lebah madu secara bergilir akan mendapatkan kesempatan untuk mengisi materi ketika ada tamu serta menjaga nilai kearifan lokal. Materi pada edukasi lebah berupa sejarah kampung madu, jenis-jenis lebah, simulasi panen, serta produk lebah. Menurut Komariah, dkk. (2018) untuk menjaga keberlanjutan nilai-nilai kearifan lokal di kawasan pariwisata, penting melibatkan aktif partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat.

Dukungan dari objek wisata setempat

Desa Wisata Kampung Madu memiliki peluang untuk menjalin kerjasama dengan objek wisata setempat lainnya, seperti tempat-tempat bersejarah (Candi Tegowangi dan Candi Surowono), wisata alam (Gua Surawana, Wisata Air Grojong Wariti, Cagar Alam Manggis Gadungan, dll.), atau atraksi budaya di sekitar wilayah tersebut. Kerjasama ini dapat menciptakan paket wisata yang lebih menarik dan beragam bagi pengunjung, serta memperluas jangkauan pasar melalui promosi bersama. Menurut Astari dan Rochman (2023) dalam pengembangan pariwisata, modal sosial merupakan kekuatan positif berupa jaringan sosial antar pihak yang membangun kepercayaan untuk bekerja sama dan menjalin hubungan saling menguntungkan, seperti kolaborasi untuk mempromosikan destinasi wisata.

4. Ancaman

Persaingan antar desa wisata

Desa Wisata Kampung Madu harus menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan desa wisata lain di sekitar wilayahnya. Saat ini, dengan semakin berkembangnya industri pariwisata, banyak desa di sekitar Kediri yang juga mengembangkan destinasi wisata serupa. Persaingan ini tidak hanya terkait dengan desa-desa yang menawarkan atraksi alam yang serupa, tetapi juga dengan mereka yang memiliki produk wisata unggulan yang menarik bagi wisatawan. Hasil penelitian Aslamiyah (2022) menunjukkan bahwa terdapat berbagai keindahan pada jenis sektor pariwisata, mulai dari wisata alam, wisata buatan, wisata budaya, wisata edukasi, wisata kuliner, wisata religi, wisata sejarah dan cagar budaya yang saling bersaing di Kabupaten Gresik.

Analisis Matrix IFE

Analisis IFE digunakan untuk menganalisis kondisi lingkungan internal desa wisata, faktor-faktor kunci yang digunakan adalah faktor kekuatan (*strengths*) dan faktor kelemahan (*weakness*).

Tabel 1. Analisis Matriks IFE

Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (strength)			
1. Keunikan Wisata			
Keberagaman paket wisata	0.0811	2.5000	0.20 27
Kreativitas dalam membuat forum untuk menyajikan ilmu perlebahan	0.1081	2.6667	0.28 83
2. Ketersediaan lahan			
Tersedianya pusat Informasi Wisata (Tempat untuk mendapatkan informasi tentang desa wisata, kegiatan yang tersedia, dan layanan lainnya)	0.1081	2.6667	0.28 83
Ketersediaan lahan yang luas di Desa Wisata Kampung Madu untuk menampung banyak wisatawan (<i>Bee Garden</i>)	0.0541	2.6667	0.14 41
3. Ketersediaan SDM dari pemuda desa			
Keterlibatan aktif pemuda desa dalam pengelolaan Desa Wisata Kampung Madu	0.0811	2.5000	0.20 27
Kemampuan pemuda desa dalam mempromosikan Desa Wisata Kampung Madu secara efektif	0.0541	2.8333	0.15 32
Subtotal	0.4865		1.27 93
Kelemahan (weakness)			
1. Kualitas layanan dan pengalaman			

Kurangnya kualitas layanan yang diberikan kepada wisatawan selama kunjungan	0.1622	2.6667	0.43 24
Kurangnya kesiapan pemandu wisata dalam menerima wisatawan sewaktu-waktu	0.1622	2.5000	0.40 54
2. Kelengkapan sarana dan prasarana		0.0000	
Kurangnya fasilitas pendukung seperti penjemputan dari terminal	0.0811	2.5000	0.20 27
Tidak tersedianya sentra kerajinan atau tempat-tempat di mana wisatawan dapat melihat langsung proses pembuatan kerajinan tangan lokal dan membeli produk-produk tersebut	0.1081	3.0000	0.32 43
Sub total	0.5135		1.36 49
Total	1.0000		2.64 41

Sumber: data primer diolah 2024

Analisis Matrix EFE

Analisis EFE (Evaluasi Faktor Eksternal) digunakan untuk menganalisis kondisi lingkungan-eksternal Desa Wisata Kampung Madu, faktor-faktor yang digunakan adalah faktor peluang (*opportunities*) dan faktor ancaman (*threats*).

Tabel 2. Analisis Matriks EFE

Peluang (Opportunities)	Bobot	Rating	Skor
1. Dukungan dari Pemerintah			
Alokasi anggaran untuk pengembangan pariwisata	0.1351	3.0000	0.4054
Kebijakan yang mendukung pertumbuhan pariwisata	0.1081	2.6667	0.2883
2. Dukungan dari Masyarakat sekitar			
Dukungan masyarakat dalam menyediakan beragam kuliner	0.0811	2.6667	0.2162

Partisipasi aktif masyarakat sekitar dalam menyediakan penginapan	0.1081	2.8333	0.3063
3. Dukungan dari komunitas lebah madu			
Kontribusi komunitas lebah madu dalam menyediakan pengetahuan dan keterampilan tentang budidaya lebah madu	0.0811	3.5000	0.2838
Kerjasama antara komunitas Desa Wisata dan komunitas lebah madu dalam penyediaan produk madu lokal	0.1081	2.8333	0.3063
4. Dukungan dari objek wisata setempat			
Kerjasama antara Desa Wisata Kampung Madu dengan objek wisata setempat dalam menyusun paket wisata bersama	0.1081	2.3333	0.2523
Upaya promosi bersama antara Desa Wisata Kampung Madu dan objek wisata setempat untuk meningkatkan kunjungan wisatawan	0.1081	2.0000	0.2162
Subtotal	0.8378		2.2748
Ancaman (Threats)			
1. Persaingan antar desa wisata			
Tingkat popularitas dan ketertarikan dari destinasi	0.0811	2.5000	0.2027

wisata lain di sekitar wilayah			
Upaya pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh destinasi wisata lain untuk bersaing dengan Desa Wisata Kampung Madu	0.0811	2.6667	0.2162
Subtotal	0.1622		0.4189
Total	1.0000		2.6937

Sumber: data primer diolah (2024)

Analisis Matrix IE

Penggunaan matriks IE bertujuan untuk merumuskan strategi usaha secara lebih mendetail berdasarkan kondisi internal dan eksternal yang terukur. Hasil analisis matriks IE didapatkan dengan memadukan hasil analisis matriks IFE pada sumbu x dan matriks EFE pada sumbu y.

Tabel 3. Matrik I-E

IFE	Tinggi (3-3,99)	Sedang (2-2,99)	Rendah (1-1,99)
Tinggi (3-3,99)	I	II	III
Sedang (2-2,99)	IV	V	VI
Rendah (1-1,99)	VII	VIII	IX

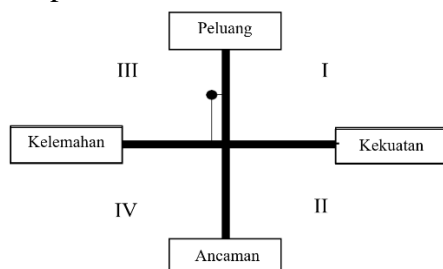
(2.6441 : 2.6937)

Perolehan nilai matriks IE dari Desa Wisata Kampung Madu berada pada sel V tepatnya di koordinat (2.6441 : 2.6937). Hasil pemetaan matriks IE menunjukkan Desa Wisata Kampung Madu pada lokasi penelitian berada pada kondisi mempertahankan atau memelihara (*hold and maintain*). Menurut Maulida, dkk. (2020) strategi yang tepat dalam kondisi ini adalah *market penetration strategy* dan *product*

development strategy. Strategi-strategi ini direkomendasikan untuk mengoptimalkan kinerja desa wisata dalam menghadapi kondisi yang ada.

Analisis Matrix SWOT

Matriks SWOT disusun dari hasil analisis faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada. Matriks SWOT menghasilkan empat strategi utama, yaitu SO (*strength-opportunities*), WO (*weaknesses-opportunities*), ST (*strength-threats*), dan WT (*weaknesses-threats*). Tujuan dari strategi-strategi ini adalah untuk memanfaatkan secara maksimal kekuatan dan peluang, serta mengurangi dampak kelemahan dan ancaman yang dihadapi.



Gambar 2. *Cartesius* SWOT

= Nilai koordinat analisis internal ; nilai koordinat analisis eksternal

$$= \frac{\text{kekuatan} - \text{kelemahan}}{2}, \frac{\text{peluang} - \text{ancaman}}{2}$$

$$= \frac{S-W}{2}, \frac{O-T}{2}$$

$$= \frac{1,2793-1,3649}{2}, \frac{2,2748-0,4189}{2}$$

$$= \frac{-0,0856}{2}, \frac{1,8559}{2}$$

$$= -0,043 ; 0,928$$

Jadi titik koordinat terletak pada (-0,043 ; 0,928)

Berdasarkan hasil analisis pada diagram Cartesius SWOT di diagram 2, dapat diketahui bahwa Desa Wisata Kampung Madu berada di kuadran III. Menurut Maulida, dkk. (2020) bisnis yang berada dalam kuadran ini mengalami pertumbuhan yang melambat dimana produknya kurang mampu bersaing dengan pesaing yang ada di pasar. Strategi yang tepat yaitu strategi diversifikasi yang apabila tetap gagal maka opsi terakhir adalah strategi divestasi atau strategi likuidasi.

Tabel 4. Analisis Matriks SWOT (Strategi SO dan WO)

	<p style="text-align: center;">S</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Keberagaman paket wisata mendukung keberlanjutan Desa Wisata Kampung Madu 2.Kreativitas dalam membuat forum untuk menyajikan ilmu perlebaran mendukung keberlanjutan Desa Wisata Kampung Madu 3.Tersedianya pusat Informasi Wisata sebagai tempat untuk mendapatkan informasi tentang desa wisata, kegiatan yang tersedia, dan layanan lainnya. 4.Ketersediaan lahan yang luas di Desa Wisata Kampung Madu (Bee Garden) untuk menampung banyak wisatawan 5.Adanya keterlibatan aktif pemuda desa dalam pengelolaan Desa Wisata Kampung Madu 6.Pemuda desa mempromosikan Desa Wisata Kampung Madu secara efektif 	<p style="text-align: center;">W</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya kualitas layanan yang diberikan kepada wisatawan selama kunjungan 2. Kurangnya kesiapan pemandu wisata dalam menerima wisatawan sewaktu-waktu 3. Kurangnya fasilitas pendukung seperti penjemputan dari terminal dan toilet khusus wisatawan 4. Tidak tersedianya sentra kerajinan atau tempat-tempat di mana wisatawan dapat melihat langsung proses pembuatan kerajinan tangan lokal dan membeli produk-produk tersebut
<p style="text-align: center;">O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat alokasi anggaran untuk pengembangan pariwisata dari pemerintah Desa 2. Kebijakan pemerintah mendukung pertumbuhan pariwisata 3. Dukungan masyarakat dalam menyediakan beragam kuliner 4. Partisipasi aktif masyarakat sekitar dalam menyediakan penginapan 5. Kontribusi komunitas lebah madu dalam menyediakan pengetahuan dan keterampilan tentang budidaya lebah madu 6. Kerjasama antara Desa Wisata dan komunitas lebah madu dalam penyediaan produk madu lokal 7. Kerjasama antara Desa Wisata Kampung Madu dengan objek wisata setempat dalam menyusun paket wisata bersama 8. Upaya promosi bersama antara Desa Wisata Kampung Madu dan objek wisata setempat untuk meningkatkan kunjungan wisatawan 	<p style="text-align: center;">Strategi S-O (Strength-Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memaksimalkan kreativitas dalam membuat forum belajar (S2) untuk menarik lebih banyak wisatawan melalui kerjasama dengan komunitas lebah madu dan objek wisata setempat (O5, O7). • Memaksimalkan keterlibatan aktif pemuda desa dalam promosi (S6) melalui kerjasama antara Desa Wisata Kampung Madu dengan objek wisata setempat (O8) 	<p style="text-align: center;">Strategi W-O (Weakness-Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pengadaan fasilitas pendukung seperti penjemputan dari terminal (W3) dengan menggunakan alokasi anggaran (O1). • Membuat sentra kerajinan (W4) yang bisa didukung oleh kontribusi komunitas lebah madu (O5) untuk menarik minat wisatawan.

Tabel 5. Analisis Matriks SWOT (Strategi ST dan WT)

	<p style="text-align: center;">S</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keberagaman paket wisata mendukung keberlanjutan Desa Wisata Kampung Madu 2. Kreativitas dalam membuat forum untuk menyajikan ilmu perlebaran mendukung keberlanjutan Desa Wisata Kampung Madu 3. Tersedianya pusat Informasi Wisata sebagai tempat untuk mendapatkan informasi tentang desa wisata, kegiatan yang tersedia, dan layanan lainnya. 4. Ketersediaan lahan yang luas di Desa Wisata Kampung Madu (Bee Garden) untuk menampung banyak wisatawan 5. Adanya keterlibatan aktif pemuda desa dalam pengelolaan Desa Wisata Kampung Madu 6. Pemuda desa mempromosikan Desa Wisata Kampung Madu secara efektif 	<p style="text-align: center;">W</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya kualitas layanan yang diberikan kepada wisatawan selama kunjungan 2. Kurangnya kesiapan pemandu wisata dalam menerima wisatawan sewaktu-waktu 3. Kurangnya fasilitas pendukung seperti penjemputan dari terminal dan toilet khusus wisatawan 4. Tidak tersedianya sentra kerajinan atau tempat-tempat di mana wisatawan dapat melihat langsung proses pembuatan kerajinan tangan lokal dan membeli produk-produk tersebut
<p style="text-align: center;">T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat popularitas dan ketertarikan dari desa wisata lain di sekitar wilayah 2. Upaya pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh desa wisata lain untuk bersaing dengan Desa Wisata Kampung Madu 	<p>Strategi S-T (Strength-Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan penggunaan pusat informasi dan akses publikasi kegiatan (S3, S6) untuk memberikan informasi yang lebih lengkap dan menarik untuk wisatawan sehingga dapat bersaing dengan destinasi wisata lain (T1, T2) 2. Meningkatkan keberagaman paket wisata (S1) untuk membuat strategi pemasaran yang lebih menarik dibandingkan destinasi wisata lain (T1, T2) 	<p>Strategi W-T (Weakness-Threat)</p> <p>Meningkatkan kualitas layanan (W1) dan kesiapan pemandu wisata (W2) untuk mengurangi risiko kalah bersaing dengan destinasi wisata lain (T2).</p>

Analisis QSPM

Matriks QSPM merupakan tahap terakhir dalam proses pengambilan keputusan untuk menganalisis strategi. Analisis QSPM digunakan untuk mengevaluasi strategi dari setiap tahap analisis strategis dengan tujuan mengidentifikasi strategi utama yang optimal untuk pengembangan Desa Wisata Kampung Madu. Hasil dari analisis QSPM ini ditentukan berdasarkan total TAS (*Total Attractiveness Scores*) dari masing-masing strategi, dengan strategi yang

memiliki skor tertinggi diambil sebagai strategi utama.

Penilaian strategi dilakukan berdasarkan dari;

1. Memaksimalkan kreativitas dalam membuat forum belajar untuk menarik lebih banyak wisatawan melalui kerjasama dengan komunitas lebah madu dan objek wisata setempat
2. Memaksimalkan keterlibatan aktif pemuda desa dalam promosi melalui kerjasama antara Desa Wisata

- Kampung Madu dengan objek wisata setempat
3. Pengadaan fasilitas pendukung seperti penjemputan dari terminal dengan menggunakan alokasi anggaran
 4. Membuat sentra kerajinan yang bisa didukung oleh kontribusi komunitas lebah madu untuk menarik minat wisatawan
 5. Memaksimalkan penggunaan pusat informasi dan akses publikasi kegiatan untuk memberikan

- informasi yang lebih lengkap dan menarik untuk wisatawan sehingga dapat bersaing dengan destinasi wisata lain
6. Meningkatkan keberagaman paket wisata untuk membuat strategi pemasaran yang lebih menarik dibandingkan destinasi wisata lain
 7. Meningkatkan kualitas layanan dan kesiapan pemandu wisata untuk mengurangi risiko kalah bersaing dengan destinasi wisata lain

Tabel 6. Hasil perhitungan QSPM

EFE		Bobot	Strategi Alternative													
No.	Opportunities		Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4		Strategi 5		Strategi 6		Strategi 7	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
	1 Terdapat alokasi anggaran untuk pengembangan pariwisata dari pemerintah Desa	0.1351	0.0000	0.0000	3.0000	0.4053	4.0000	0.5404	3.0000	0.4053	4.0000	0.5404	0.0000	0.0000	3.0000	0.4053
	2 Kebijakan pemerintah mendukung pertumbuhan pariwisata	0.1081	4.0000	0.4324	4.0000	0.0467	3.0000	0.3243	4.0000	0.4324	4.0000	0.4324	4.0000	0.4324	4.0000	0.4324
	3 Dukungan masyarakat dalam menyediakan beragam kuliner	0.0811	1.0000	0.0811	2.0000	0.1622	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	3.0000	0.2433	2.0000	0.1622	2.0000
	4 Partisipasi aktif masyarakat sekitar dalam menyediakan penginapan	0.1081	0.0000	0.0000	1.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	4.0000	0.4324	3.0000	0.3243	3.0000
	5 Kontribusi komunitas lebah madu dalam menyediakan pengetahuan dan keterampilan tentang budidaya lebah madu	0.0811	4.0000	0.3244	4.0000	0.3244	0.0000	0.0000	4.0000	0.3244	3.0000	0.2433	3.0000	0.2433	4.0000	0.3244
	6 Kerjasama antara Desa Wisata dan komunitas lebah madu dalam penyediaan produk madu lokal	0.1081	3.0000	0.3243	3.0000	0.0351	0.0000	0.0000	1.0000	0.1081	3.0000	0.3243	4.0000	0.4324	4.0000	0.4324
	7 Kerjasama antara Desa Wisata Kampung Madu dengan objek wisata setempat dalam menyusun paket wisata bersama	0.1081	4.0000	0.4324	4.0000	0.4324	3.0000	0.3243	3.0000	0.3243	4.0000	0.4324	4.0000	0.4324	4.0000	0.4324
	8 Upaya promosi bersama antara Desa Wisata Kampung Madu dan objek wisata setempat untuk meningkatkan kunjungan wisatawan	0.1081	2.0000	0.2162	4.0000	0.0234	2.0000	0.2162	4.0000	0.4324	4.0000	0.4324	3.0000	0.3243	4.0000	0.4324
Threats																
	1 Tingkat populasitas dan ketertarikan dari desa wisata lain di sekitar wilayah	0.0811	3.0000	0.2433	4.0000	0.0197	3.0000	0.2433	4.0000	0.3244	4.0000	0.3244	4.0000	0.3244	4.0000	0.3244
	2 Upaya pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh desa wisata lain untuk bersaing dengan Desa Wisata Kampung Madu	0.0811	3.0000	0.2433	4.0000	0.3244	3.0000	0.2433	4.0000	0.3244	4.0000	0.3244	4.0000	0.3244	4.0000	0.3244
Total EFE Weight		1.000														
Strengths																
	1 Keberagaman paket wisata mendukung keberlanjutan Desa Wisata Kampung Madu	0.0811	4.0000	0.3244	4.0000	0.3244	3.0000	0.2433	4.0000	0.3244	4.0000	0.3244	4.0000	0.3244	4.0000	0.3244
	2 Kreativitas dalam membuat forum untuk menyajikan ilmu perlebahian mendukung keberlanjutan Desa Wisata Kampung Madu	0.1081	4.0000	0.4324	4.0000	0.0467	0.0000	0.0000	3.0000	0.3243	4.0000	0.4324	3.0000	0.3243	4.0000	0.4324
	3 Tersedianya pusat Informasi Wisata sebagai tempat untuk mendapatkan informasi tentang desa wisata, kegiatan yang tersedia, dan layanan lainnya.	0.1081	4.0000	0.4324	4.0000	0.4324	0.0000	0.0000	2.0000	0.2162	4.0000	0.4324	4.0000	0.4324	3.0000	0.3243
	4 Ketersediaan lahan yang luas di Desa Wisata Kampung Madu (<i>Bee Garden</i>) untuk menampung banyak wisatawan	0.0541	4.0000	0.2164	4.0000	0.0117	1.0000	0.0541	3.0000	0.1623	3.0000	0.1623	4.0000	0.2164	3.0000	0.1623
	5 Adanya keterlibatan aktif pemuda desa dalam pengelolaan Desa Wisata Kampung Madu	0.0811	4.0000	0.3244	4.0000	0.3244	0.0000	0.0000	4.0000	0.3244	4.0000	0.3244	4.0000	0.3244	4.0000	0.3244
	6 Pemuda desa mempromosikan Desa Wisata Kampung Madu secara efektif	0.0541	3.0000	0.1623	4.0000	0.0088	2.0000	0.1082	4.0000	0.2164	4.0000	0.2164	4.0000	0.2164	2.0000	0.1082
Weakness																
	1 Kurangnya kualitas layanan yang diberikan kepada wisatawan selama kunjungan	0.1622	4.0000	0.6488	2.0000	0.1052	3.0000	0.4866	4.0000	0.6488	0.0000	0.0000	2.0000	0.3244	4.0000	0.6488
	2 Kurangnya kesiapan pemandu wisata dalam menerima wisatawan sewaktu-waktu	0.1622	2.0000	0.3244	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	4.0000	0.6488
	3 Kurangnya fasilitas pendukung seperti penjemputan dari terminal dan toilet khusus wisatawan.	0.0811	1.0000	0.0811	1.0000	0.0066	4.0000	0.3244	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
	4 Tidak tersedianya sentra kerajinan atau tempat-tempat di mana wisatawan dapat melihat langsung proses pembuatan kerajinan tangan lokal dan membeli produk-produk tersebut	0.1081	2.0000	0.2162	1.0000	0.1081	2.0000	0.2162	4.0000	0.4324	0.0000	0.0000	4.0000	0.4324	0.0000	0.0000
Total IFE		1.000														
TOTAL SKOR				5.4602		3.1419		3.3246		5.3249		5.6220		5.5952		6.5682

Berdasarkan hasil perhitungan QSPM pada Tabel, strategi yang mendapatkan skor tertinggi adalah strategi ke-7, dengan total skor QSPM sebesar 6.5682. Strategi alternatif ini

mencakup peningkatan kualitas layanan dan persiapan pemandu wisata untuk mengurangi risiko kalah bersaing dengan destinasi wisata lain. Di posisi kedua, terdapat strategi alternatif yang

melibatkan maksimalisasi penggunaan pusat informasi dan peningkatan akses publikasi kegiatan, untuk menyediakan informasi yang lebih komprehensif dan menarik bagi wisatawan, sehingga dapat bersaing dengan destinasi wisata lain, dengan total skor QSPM sebesar 5.6220.

Implikasi Strategi Alternatif

1. Memaksimalkan kreativitas dalam membuat forum belajar untuk menarik lebih banyak wisatawan melalui kerjasama dengan komunitas lebah madu dan objek wisata setempat.

Pada penelitian Maharani dkk. (2022) diketahui bahwa sumber daya manusia yang kreatif, inovatif, rajin, dan memiliki semangat kerja tinggi dapat mengembangkan sektor pariwisata. Lebih lanjut, dijelaskan pula faktor-faktor yang mendukung kemajuan desa wisata meliputi kemauan masyarakat untuk berpartisipasi aktif, tingginya kreativitas masyarakat, keindahan sumber daya alam, serta solidaritas yang kuat di antara warga untuk memajukan desa. Implikasi kreativitas di Desa Wisata Kampung madu bisa seperti tur virtual peternakan lebah, menambah cakupan materi edukasi seperti edukasi pertanian, dan lain-lain.

2. Memaksimalkan keterlibatan aktif pemuda desa dalam promosi melalui kerjasama antara Desa Wisata Kampung Madu dengan objek wisata setempat.

Menurut studi yang dilakukan oleh Kurniawan, dkk. (2021) pemuda desa yang memiliki pemahaman yang lebih baik tentang teknologi informasi dianggap sebagai sumber daya berharga dalam mempromosikan desa wisata. Saat ini, kegiatan promosi cenderung memanfaatkan platform media sosial

seperti Instagram dan Tiktok yang fokus pada konten. Situasi ini mengharuskan Desa Wisata Kampung Madu menerapkan pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial dan konten-konten yang menarik, serta pelatihan pembuatan konten pemasaran yang dapat menarik calon wisatawan.

3. Pengadaan fasilitas pendukung seperti penjemputan dari terminal dengan menggunakan alokasi anggaran.

Menurut studi yang dilakukan oleh Risandewi (2017), pembangunan infrastruktur pariwisata harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan, baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitatif, infrastruktur pariwisata merujuk pada jumlah sarana dan prasarana yang harus tersedia, sementara secara kualitatif, fokus pada tingkat pelayanan yang diberikan dan tercermin dalam kepuasan wisatawan terhadap layanan tersebut. Pembangunan infrastruktur Desa Wisata kampung Madu dapat berupa meningkatkan keamanan dan kenyamanan layanan transportasi dengan menambah penerangan jalan dan rambu-rambu petunjuk, menyediakan transportasi lokal sebagai ikon promosi desa wisata, serta meningkatkan pengawasan terhadap pohon-pohon di tepi jalan agar tidak roboh dan mengganggu saat terjadi bencana alam.

4. Membuat sentra kerajinan yang bisa didukung oleh kontribusi komunitas lebah madu untuk menarik minat wisatawan

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Widyaningsih (2019) di Desa Sendangagung, beberapa pusat kerajinan menggunakan bahan baku

bambu, mendong, dan kayu. Kerajinan bambu di desa ini mencakup karya tradisional dan inovatif dengan variasi dan kombinasi yang beragam. Produk kerajinan tradisional yang dihasilkan mencakup perabot rumah tangga seperti besek, tenggok, tumbu, tambir, wakul, tampah, kalo, dan kepang. Sementara itu, Desa Wisata Kampung Madu juga mempunyai peluang dalam membuat sentra kerajinan bambu. Hal ini didukung banyaknya produksi bambu di wilayah sekitar Kampung Madu.

5. Memaksimalkan penggunaan pusat informasi dan akses publikasi kegiatan untuk memberikan informasi yang lebih lengkap dan menarik untuk wisatawan sehingga dapat bersaing dengan destinasi wisata lain

Menurut hasil penelitian oleh Kirana dan Artisa (2020), keberadaan pusat-pusat informasi memainkan peran penting dalam mendorong pengembangan agrowisata secara menyeluruh. Selain itu, peran media juga dianggap krusial karena mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi terkait desa wisata atau acara yang akan diadakan. Pusat informasi yang ada di Desa Wisata Kampung Madu masih sangat perlu untuk ditingkatkan. Sebab sejauh ini, perawatan yang ada di Pusat informasi hanya dilakukan ketika ada kunjungan-kunjungan tertentu. Desa Wisata Kampung Madu juga dapat memanfaatkan media online untuk pengenalan pada masyarakat dalam skala yang lebih luas.

6. Meningkatkan keberagaman paket wisata untuk membuat strategi pemasaran yang lebih menarik dibandingkan destinasi wisata lain

Menurut penelitian Kusuma (2022), perencanaan dan penyusunan paket wisata di Desa Wisata Sidorejo telah mempertimbangkan layanan yang dibutuhkan wisatawan saat berkunjung, namun paket wisata yang ditawarkan kurang beragam dan memiliki durasi yang cukup panjang. Paket-paket wisata tersebut juga tidak menjelaskan secara detail program tur dan harga masing-masing paket, serta tidak menyebutkan durasi setiap aktivitas. Desa Wisata Kampung Madu dapat memperluas penawaran wisata seperti menambah wisata edukasi pertanian. Hal ini juga mempertimbangkan potensi pertanian di Desa Bringin.

KESIMPULAN

Hasil identifikasi faktor internal dan faktor eksternal pada Desa Wisata Kampung Madu adalah sebagai berikut:

- Faktor Internal
Keunikan wisata, ketersediaan lahan, ketersediaan SDM dari pemuda desa, kurangnya kualitas layanan, serta kurangnya kelengkapan sarana dan prasarana.
- Faktor Eksternal
Dukungan dari Pemerintah, dukungan dari komunitas peternak lebah madu, dukungan dari masyarakat sekitar, dukungan dari objek wisata setempat, dan persaingan antar desa wisata.

Strategi alternatif yang dapat digunakan diantaranya adalah memaksimalkan kreativitas dalam membuat forum belajar, memaksimalkan keterlibatan aktif pemuda desa dalam promosi, pengadaan fasilitas pendukung, membuat sentra kerajinan, memaksimalkan penggunaan pusat informasi dan akses publikasi, meningkatkan keberagaman paket

wisata, meningkatkan kualitas layanan dan kesiapan pemandu wisata.

Prioritas strategi terbaik yang didapatkan adalah dengan meningkatkan kualitas layanan dan kesiapan pemandu wisata untuk mengurangi risiko kalah bersaing dengan destinasi wisata lain.

SARAN

Perlu pendampingan terkait pengembangan SDM kampung madu. Hal ini bisa diupayakan melalui pembinaan ilmu kepariwisataan hingga pembelajaran pemasaran di era digital

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., Mila Sartika, & Ana Kadarningsih. 2018. Desa Wisata Halal: Konsep dan Implementasinya di Indonesia. *HUMAN FALAH*. Vol. 5(1): 28–48.
- Aslamiyah, S. 2022. Implementasi Strategi Desa Wisata Lontar Sewu, Desa Hendrosari, Kabupaten Gresik. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*. 292–300.
- Asshofi, I. U. A., Irawan, J. A., & Rahayu, E. 2023. Pelatihan Kompetensi Pemandu Wisata Serikat Pekerja Pariwisata Borobudur di Desa Wisata Candirejo dalam Persiapan Sertifikasi. *Jurnal Abdimas Pariwisata*. Vol. 4(2): 133–142. <https://doi.org/10.36276/jap.v4i2.451>
- Astari, W. Y., & Rochman, G. P. 2023. Hubungan Timbal Balik antar Aktor dalam Pengembangan Wisata Budaya Keraton Kota Cirebon. *Jurnal Riset Perencanaan Wilayah dan Kota*. Vol. 3(1):47–54. <https://doi.org/10.29313/jrpwk.v3i1.1950>
- Herdiana, D. 2019. Peran Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*. Vol. 6(1): 63–86. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2019.v06.i01.p04>
- Khairunnisa, H., & Trias Shofi Nur'aini. 2020. Potensi Pengembangan Wisata Berbasis Masyarakat di Desa Banyuanyar, Boyolali. *EDUTOURISM Journal of Tourism Research*. Vol. 2(1), 55–63. <https://doi.org/10.53050/ejtr.v2i01.129>
- Kirana, C. A. D., & Artisa, R. A. 2020. Pengembangan Desa Wisata Berbasis Collaborative Governance di Kota Batu. *Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik*. Vol. 6(1): 68–84.
- Komariah, N., Saepudin, E., & Yusup, P. M. 2018. Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Pariwisata Pesona*. Vol. 3(2): 158–174. <https://doi.org/10.26905/jpp.v3i2.2340>
- Kurniawan, D. T., Fauzan, S., Rozana, K., & Suwanan, A. F. 2021. Pemberdayaan Pemuda Desa Dalam Strategi Promosi Digital Pada Desa Ledokombo Sebagai Desa Wisata di Kabupaten Jember. *VIVABIO: Jurnal Pengabdian Multidisiplin*. Vol. 3(1): 1–9
- Kusuma, P. A., & Salindri, Y. A. 2022. Pengembangan Potensi Wisata di Desa Wisata Sidorejo Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo. *J Maharani, Tri Sakti, Amalia Nuril Hidayati, Muhammad Alhada Fuadilah Habib. 2022. Peran Pokdarwis Dewi 86 Arum Pulosari dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Wisata Pandean Berbasis Bisnis Kreatif. Jurnal*

- Ilmiah Akuntansi dan Keuangan.
Vol. 4(10): 4581-4587
- Maulida, E., Gustian Djuanda, Ira Valentina Silalahi, Ni Nyoman Kerti Yasa, Putu Laksmi Dewi Rahmayanti Tasrim, Aditya Wardhana, I Gusti Ngurah Jaya Agung Widagda K, Hani Damayanti Aprilia, Ekalia Yusiana, Atika, & R. Suryanti Ismail. 2020. *Manajemen Strategik*. CV. Media Sains Indonesia.
- Raharjana, D. T., & Putra, H. S. A. 2020. Penguatan SDM dalam e-Marketing untuk Promosi Desa Wisata di Kabupaten Malang. *Jurnal Nasional Pariwisata*. Vol. 12(2): 140-151.
<https://doi.org/10.22146/jnp.60403>
- Risandewi, T. 2017. Analisis Infrastruktur Pariwisata dalam Mendukung Pengembangan Desa Wisata Candirejo Kabupaten Magelang. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*. Vol. 15(1): 103-117.
- Sutiani, N. W. 2022. Peran Serta Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dalam Pengembangan Desa Wisata di Desa Taro Kecamatan Tegallalang Kabupaten Gianyar. *JURNAL CAKRAWARTI*. Vol. 4(2): 70-79.
- Widyaningsih, H. 2019. Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata dan Implikasinya Terhadap Sosial Budaya di Desa Sendangagung, Minggir, Sleman. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*. Vol. 2(1): 68-76.
<https://doi.org/10.17509/jithor.v2i1.16433>