

# Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Kampung Anggur Plumbungan Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta

## *Analysis of Strategy Development of the Kampung Anggur Plumbungan Tourism Object Bantul Special Regions Yogyakarta*

Puri Ayu Pertiwi<sup>1</sup>, Nanik Dara Senjawati<sup>1</sup>, dan Dwi Aulia Puspitaningrum<sup>1</sup>

Program Studi Agribisnis Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta  
Penulis korespondensi: pertiwipuriayu@gmail.com

### **Abstract**

*This study aimed to determine the best strategy in developing the tourism object of Kampung Anggur Plumbungan Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. The method used in this research is descriptive with quantitative research method. The method of taking respondents using Nonprobability Sampling with Purposive Sampling technique. The data sources used are primary data and secondary data. The data collection technique used Focus Group Discussion (FGD), interviews, questionnaires, observation, and documentation. Technical analysis of data using Internal Factor Evaluation (IFE) analysis, Eksternal Factor Evaluation (EFE) analysis, Internal Eksternal (IE) analysis, Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats (SWOT) analysis, and Quantitive Strategic Planning Matrix (QSPM) analysis. The result of the research with the highest score of 17,60 on the QSPM analysis selected were the tourism object development strategy with stakeholders.*

**Keywords:** *development strategy, IE, kampung anggur, QSPM, SWOT*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi terbaik dalam mengembangkan obyek wisata Kampung Anggur Plumbungan Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode yang digunakan ialah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan responden menggunakan *Nonprobability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*. Sumber data yang digunakan merupakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan *Focus Group Discussion* (FGD), wawancara, kuisisioner, observasi, dan dokumentasi. Teknis analisis data menggunakan analisis *Internal Factor Evaluation* (IFE), analisis *Eksternal Factor Evaluation* (EFE), analisis *Internal Eksternal* (IE), analisis *Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats* (SWOT), dan *Quantitive Strategic Planning Matrix* (QSPM). Hasil penelitian dengan skor tertinggi 17,60 pada analisis QSPM yang terpilih ialah strategi pengembangan obyek wisata dengan pendampingan *Stakeholder*.

**Kata Kunci:** IE, Kampung Anggur, QSPM, Strategi Pengembangan, SWOT

## **1. Pendahuluan**

Indonesia dikenal sebagai negara agraris yang berarti negara yang mengandalkan sektor pertanian baik sebagai sumber mata pencaharian maupun sebagai penopang pembangunan. Sektor pertanian meliputi subsektor tanaman bahan makanan, subsektor hortikultura, subsektor perikanan, subsektor peternakan, dan subsektor kehutanan. Pertanian merupakan salah satu sektor yang sangat dominan dalam pendapatan masyarakat di Indonesia karena mayoritas penduduk Indonesia bekerja sebagai petani. Namun produktivitas pertanian masih jauh dari harapan. Salah satu faktor penyebab kurangnya produktivitas pertanian adalah sumber daya manusia yang masih rendah dalam mengolah lahan pertanian dan hasilnya.

Daerah Istimewa Yogyakarta dikenal sebagai provinsi yang memiliki banyak sekali wisata yang menarik untuk dikunjungi. Obyek wisata yang digemari wisatawan ialah dengan nuansa alam. Hampir semua kabupaten yang berada dalam wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki obyek wisata alam. Salah satunya ialah Kabupaten Bantul yang memiliki obyek wisata alam meliputi wisata pantai, hutan, dan juga kebun. Nuansa yang berbeda diciptakan oleh obyek wisata Kampung Anggur Plumbungan, dimana wisatawan dapat memetik buah anggur

secara langsung serta mendapatkan informasi mengenai tanaman anggur. Obyek wisata ini terletak di Kecamatan Bambanglipuro, Kabupaten Bantul. Obyek wisata ini cukup unik, dimana setiap warga Plumbungan diwajibkan untuk menanam tanaman anggur.

Anggur merupakan tanaman buah berupa perdu merambat yang termasuk ke dalam keluarga *Vitaceae*. Buah ini juga dikenal karena mengandung banyak senyawa polifenol dan resvatol yang berperan aktif dalam berbagai metabolisme tubuh, serta mampu mencegah terbentuknya sel kanker dan berbagai penyakit lainnya. Beberapa orang memandangi harga buah anggur hanya dapat dijangkau oleh masyarakat kalangan atas karena harganya yang lumayan tinggi. Oleh karena itu salah seorang warga di Dusun Plumbungan menggerakkan masyarakatnya menjadi daerah yang membudidayakan anggur.

Dusun Plumbungan menggerakkan masyarakatnya menjadi daerah yang membudidayakan anggur. Tanaman anggur yang dibudidayakan adalah jenis anggur varietas Ninel. Bibit varietas anggur Ninel berasal dari Ukraina. Jenis ini dipilih karena perawatannya yang dianggap tidak sulit dilakukan. Selain itu, varietas jenis ini tahan terhadap penyakit dan berbuah tidak mengenal musim atau dapat berbuah setiap tahun. Kelebihan lain yang ada pada buah anggur varietas Ninel ialah buahnya lebih manis dari buah anggur varietas lain.

Kampung Anggur Plumbungan sangat membantu perekonomian warganya. Selain mendapatkan penghasilan tambahan dari hasil panen dan olahan, beberapa warga juga mendapatkan hasil dari retribusi becak wisata. Wisatawan yang masuk dalam kawasan Kampung Anggur akan disambut oleh becak wisata yang telah disediakan. Biasanya becak wisata tersedia di parkir pintu masuk Kampung Anggur. Becak ini akan mengantarkan wisatawan untuk mengelilingi Kampung Anggur. Pengemudi becak akan menjelaskan secara mengenai apa saja yang tersedia di Kampung Anggur.

Terdapat Kelompok Wanita Tani (KWT) dan organisasi Kampung Anggur Plumbungan yang menjadi wadah diskusi terkait obyek wisata tersebut. Obyek wisata ini juga memiliki produk khas yang dihasilkan oleh KWT. Fasilitas yang terdapat di obyek wisata juga sangat mendukung, diantaranya ialah terdapat becak wisata, tempat cuci tangan, serta fasilitas lain yang membuat nyaman pengunjung. Wisata Kampung Anggur sudah memiliki sosial media yang dapat digunakan sebagai sarana promosi, namun belum dimanfaatkan secara maksimal di masa pandemi *Covid-19* ini sehingga mengalami penurunan jumlah pengunjung.

Angka penurunan jumlah pengunjung pada awal 2020 dapat dikatakan signifikan. Ditemukannya virus baru di Indonesia menjadikan pelaku sektor pariwisata mengalami penurunan pengunjung. Virus ini disebut dengan *Corona Virus Disease 19 (Covid-19)*, penyebaran virus ini salah satunya melalui udara dan tergolong penyakit menular. Kasus pandemi yang pernah terjadi di beberapa negara menunjukkan waktu yang tidak singkat untuk mengakhiri sebuah pandemi. Pelaku bidang ekonomi kreatif perlu menerapkan strategi yang tepat guna mendongkrak usaha yang dijalankan. Memasukkan unsur protokol kesehatan didalamnya merupakan hal penting dan utama. Ketika angka kasus *Covid-19* menurun diharapkan tidak lagi meningkat karena kelalaian manusianya.

Berdasarkan fenomena latar belakang dan uraian di atas, penulis tertarik untuk menjadikan Kampung Anggur Plumbungan sebagai obyek penelitian dalam pembuatan skripsi. Penulis ingin mengetahui strategi pengembangan yang terbaik digunakan oleh Obyek Wisata Kampung Anggur Plumbungan dalam meningkatkan pengunjung.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi terbaik yang dapat digunakan obyek wisata Kampung Anggur Plumbungan dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Penentuan responden menggunakan *Non probability sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*, dimana responden merupakan warga dusun plumbungan yang aktif dan memiliki jabatan pada organisasi Kampung Anggur Plumbungan. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Metode pengambilan data menggunakan empat metode diantaranya ialah Focus Group Discussion (FGD), wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Teknik analisis yang digunakan meliputi analisis faktor internal dan faktor eksternal, analisis internal eksternal, analisis SWOT, dan analisis QSPM. Dalam tahap input digunakan analisis faktor internal dan analisis faktor eksternal guna mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang ada pada obyek wisata Kampung Anggur Plumbungan. Data yang diperoleh merupakan hasil Focus Group Discussion (FGD) dan wawancara terhadap responden yang telah ditentukan. Hasil analisis ini kemudian akan dihitung dengan teknik scoring. Nilai

yang digunakan untuk pemberian bobot ialah 1 sampai dengan 4, dimana memiliki arti tidak setuju sampai dengan sangat setuju. Setelah tahap input, selanjutnya memasuki tahap pencocokan dengan menggunakan analisis internal eksternal dan analisis SWOT. Skor berdasarkan hasil tahap input digunakan dalam matriks IE guna menentukan strategi yang akan digunakan dalam meningkatkan pengunjung obyek wisata Kampung Anggur Plumbungan.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Analisis Internal dan Analisis Eksternal

Analisis internal dan analisis eksternal diperoleh dari data primer dengan metode wawancara dan teknik Focus Group Discussion (FGD). Analisis internal meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh obyek wisata Kampung Anggur Plumbungan. Kekuatan yang dimiliki oleh obyek wisata tersebut meliputi 1) organisasi yang sudah terbentuk, 2) pendataan warga yang memiliki kebun anggur secara periodik (setiap tahun), 3) tersedia buah anggur segar pada pohon anggur yang menjadi Icon Obyek Wisata Kampung Anggur, 4) teknik budidaya tanaman anggur yang baik, serta 5) tersedia fasilitas pendukung yang memadai, meliputi lahan parkir yang luas, tempat cuci tangan, becak wisata, masjid, dan beberapa warung makan. Kelemahan pada obyek wisata ini diantaranya ialah 1) belum memiliki toko khusus oleh-oleh 2) *Display* di beberapa kebun anggur kurang menarik, dan 3) kurang berkembangnya ide dan inovasi dalam pengembangan produk khas wisata Kampung Anggur.

Pada faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman, kampung anggur memiliki beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan guna meningkatkan jumlah pengunjung. Peluang yang dimiliki oleh obyek wisata tersebut diantaranya 1) Yogyakarta sebagai kota wisata yang sudah banyak dikenal wisatawan lokal maupun mancanegara, 2) *Stakeholder* memberikan kontribusi besar dalam pengembangan obyek wisata, dan 3) tersedia beberapa media sosial sebagai sarana mempromosikan obyek wisata. Sedangkan untuk ancaman yang mungkin akan dihadapi oleh obyek wisata tersebut meliputi 1) harga buah anggur di luar obyek wisata relatif rendah, dan 2) pesaing dengan membuka wisata yang sama.

#### Analisis Internal Eksternal (IE)

**Tabel 1. Internal Factor Evaluation (IFE) obyek wisata Kampung Anggur Plumbungan**

Kekuatan ( <i>Strenghts</i> )	Bobot (A)	Rating (B)	Skor (A X B)
Organisasi yang sudah terbentuk	0,13	3,28	0,43
Pendataan warga yang memiliki kebun anggur secara periodik (setiap tahun)	0,12	3,00	0,36
Tersedia buah anggur segar pada pohon anggur yang menjadi <i>Icon</i> Obyek Wisata Kampung Anggur	0,12	3,00	0,36
Teknik budidaya tanaman anggur yang baik	0,11	2,86	0,31
Tersedia fasilitas pendukung yang memadai, meliputi lahan parkir yang luas, tempat cuci tangan, becak wisata, masjid, dan warung makan	0,13	3,28	0,43
Kelemahan ( <i>Weakness</i> )	Bobot (A)	Rating (B)	Skor (A X B)
Belum memiliki toko khusus oleh-oleh	0,14	3,57	0,50
<i>Display</i> di beberapa kebun anggur kurang menarik	0,13	3,28	0,43
Kurang berkembangnya ide dan inovasi dalam pengembangan produk khas wisata Kampung Anggur	0,12	3,14	0,38
<b>Total</b>	<b>1,00</b>	<b>25,41</b>	<b>3,20</b>

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Pembobotan dilakukan guna mengetahui skor yang dimiliki oleh masing-masing faktor kunci pada obyek wisata Kampung Anggur Plumbungan. Nilai yang digunakan dalam tahap pembobotan ialah 1,00 sampai dengan 4,00, dengan keterangan sebagai berikut:

Nilai 1,00 memiliki arti tidak setuju,

Nilai 2,00 memiliki arti kurang setuju,

Nilai 3,00 memiliki arti setuju, dan

Nilai 4,00 memiliki arti sangat setuju.

Internal Factor Evaluation (IFE) obyek wisata Kampung Anggur Plumbungan dapat dilihat pada tabel 3.1. Selanjutnya dilakukan pembobotan pada faktor eksternal. Eksternal Factor Evaluation (EFE) pada obyek wisata tersebut dapat dilihat pada tabel 3.2 di bawah ini.

**Tabel 3.2 Eksternal Factor Evaluation (EFE) obyek wisata Kampung Anggur Plumbungan**

<b>Peluang (Oppoturnities)</b>	<b>Bobot (A)</b>	<b>Rating (B)</b>	<b>Skor (A X B)</b>
Yogyakarta sebagai kota wisata yang sudah banyak dikenal wisatawan lokal maupun mancanegara	0,25	3,43	0,82
Stakeholder memberikan kontribusi besar dalam pengembangan obyek wisata	0,19	2,71	0,51
Tersedia beberapa media sosial sebagai sarana mempromosikan obyek wisata	0,22	3,00	0,66
<b>Ancaman (Threats)</b>	<b>Bobot (A)</b>	<b>Rating (B)</b>	<b>Skor (A X B)</b>
Harga buah anggur di luar obyek wisata relatif rendah	0,19	2,71	0,51
Pesaing dengan membuka wisata yang sama	0,15	2,14	0,32
<b>Total</b>	<b>1,00</b>	<b>13,99</b>	<b>2,82</b>

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan matriks IFE dan EFE maka diperoleh hasil matriks Internal Eksternal (IE) adalah sebagai berikut:

**Total Nilai IFE yang diberi bobot**

	Kuat 3,00 – 4,00	Rata-Rata 2,00 – 2,99	Lemah 1,00-1,99
<b>Total Nilai EFE yang diberi bobot</b> Kuat 3,00 – 4,00	I	II	III
Rata-Rata 2,00 – 2,99	IV	V	VI
Lemah 1,00-1,99	VII	VIII	IX

**Gambar 1.** Matriks IE Kampung Anggur Plumbungan

### 3.2. Analisis SWOT

Penyusunan strategi SWOT yang bertujuan untuk menghasilkan empat alternatif strategi. Alternatif strategi tersebut meliputi strategi *Strengths – Oppoturnities* (S-O), strategi *Strengths – Threat* (S-T), strategi *Weakness – Oppoturnities* (W-O), dan strategi *Weakness – Threat* (W-T). Dalam merumuskan empat strategi tersebut maka perlu mengetahui faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh obyek wisata kampung anggur. Kemudian untuk faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman yang secara langsung atau tidak langsung berpengaruh terhadap perkembangan pada obyek wisata kampung anggur.

Berdasarkan hasil analisis SWOT didapatkan beberapa strategi yang dapat diterapkan pada Obyek Wisata Kampung Anggur Plumbungan, yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T, dan startegi W-T. Selanjutnya dilakukan perhitungan dengan matriks SWOT yang digunakan untuk melakukan penentuan alternatif strategi secara logika dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan juga ancaman. Tahap pertama dalam analisis SWOT adalah mencari posisi perusahaan pada kuadran SWOT.

Hasil Analisis SWOT dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.3 Analisis SWOT

<p><b>INTERNAL</b></p>	<p><b>KEKUATAN (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Organisasi yang sudah terbentuk</li> <li>2. Pendataan warga yang memiliki kebun anggur secara periodik (setiap tahun)</li> <li>3. Tersedia buah anggur segar pada pohon anggur yang menjadi Icon Obyek Wisata Kampung Anggur</li> <li>4. Teknik budidaya tanaman anggur yang baik</li> <li>5. Tersedia fasilitas pendukung yang memadai, meliputi lahan parkir yang luas, tempat cuci tangan, becak wisata, masjid, dan beberapa warung makan</li> </ol>	<p><b>KELEMAHAN (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Belum memiliki toko khusus oleh-oleh</li> <li>2. Display di beberapa kebun anggur kurang menarik</li> <li>3. Kurang berkembangnya ide dan inovasi dalam pengembangan produk khas wisata Kampung Anggur</li> </ol>
<p><b>EKSTERNAL</b></p> <p><b>PELUANG (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Yogyakarta sebagai kota wisata yang sudah banyak dikenal wisatawan lokal maupun mancanegara</li> <li>2. Stakeholder memberikan kontribusi besar dalam pengembangan obyek wisata</li> <li>3. Tersedia beberapa media sosial sebagai sarana mempromosikan obyek wisata</li> </ol>	<p><b>STRATEGI S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memaksimalkan kegiatan promosi dan memperluas jaringan kerja sama untuk pengembangan obyek wisata (S1, S2, S3, – O1, O2, O3)</li> <li>2. Pengembangan obyek wisata dengan pendampingan Stakeholder (S1, S2, S4, S5 - O2, O3)</li> </ol>	<p><b>STRATEGI W-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan ketrampilan sumber daya manusia dalam pengembangan produk (W2, W3 – O1, O2)</li> <li>2. Menumbuhkan inovasi dalam pengembangan obyek wisata (W1, W2, W3 – O1, O2, O3)</li> </ol>
<p><b>ANCAMAN (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga buah anggur di luar obyek wisata relatif rendah</li> <li>2. Pesaing dengan membuka wisata yang sama</li> </ol>	<p><b>STRATEGI S-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kreativitas dalam mempercantik kebun anggur agar lebih menarik (S3, S4, S5 – T2)</li> <li>2. Menjaga kualitas dan ketersediaan produk yang diunggulkan (S3, S4 – T1, T2)</li> </ol>	<p><b>STRATEGI W-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melengkapi obyek wisata dengan toko khusus oleh-oleh (W1, W3 – T2)</li> <li>2. Meningkatkan inovasi dalam kemasan produk agar memiliki nilai jual tinggi (W2, W3 – T1, T2)</li> </ol>

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Berikut merupakan posisi obyek wisata Kampung Anggur Plumbungan dalam kuadran SWOT:

$$\text{Sumbu X} = S - W = 1,89 - 1,31 = 0,58$$

$$\text{Sumbu Y} = O - T = 1,96 - 0,83 = 1,13$$



Gambar 2. Matriks SWOT

Obyek Wisata Kampung Anggur Plumbungan berada pada kuadran I yang menandakan bahwa situasi ini sangat menguntungkan. Obyek wisata kampung anggur tersebut memiliki kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan untuk obyek wisata kampung anggur yang berada pada posisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Berdasarkan matriks SWOT, nilai tertinggi berada pada strategi S-O (*Strengths – Oppoturnities*) yang menunjukkan angka 1,89 pada kekuatan dan 1,96 pada peluang. Sehingga strategi alternatif terpilih guna menganalisis pada matriks QSPM ialah 1) memaksimalkan kegiatan promosi dan memperluas jaringan kerja sama untuk pengembangan obyek wisata. dan 2) pengembangan obyek wisata dengan pendampingan *Stakeholder*.

### 3.3. Quantitive Strategic Planning Matrix (QSPM)

Matriks perencanaan strategi kuantitatif adalah teknik analisis yang digunakan untuk menentukan daya tarik relatif dari alternatif tindakan yang layak. Teknik ini secara obyektif mengidentifikasi alternatif strategi yang terbaik dan dapat diterapkan. Berdasarkan matriks SWOT (*Strengths, Weakness, Oppoturnities, and Threats*), maka strategi yang dipilih untuk obyek wisata kampung anggur plumbungan adalah:

- 1) Memaksimalkan kegiatan promosi dan memperluas jaringan kerja sama untuk pengembangan obyek wisata,
- 2) Pengembangan obyek wisata dengan pendampingan *Stakeholder*.

Berdasarkan hasil dari analisis QSPM menunjukkan bahwa strategi pengembangan obyek wisata dengan pendampingan *Stakeholder* memiliki nilai yang lebih tinggi yakni 17,60 dari strategi memaksimalkan kegiatan promosi dan memperluas jaringan kerja sama untuk pengembangan obyek wisata sebesar 17,10. Oleh karena itu, berdasarkan hasil analisis QSPM strategi yang baik digunakan oleh Obyek Wisata Kampung Anggur Plumbungan ialah strategi pengembangan obyek wisata dengan pendampingan *Stakeholder*.

Hasil analisis QSPM dapat dilihat pada tabel 3.4.

Tabel 3.4. Analisis QSPM

Faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi			
		Memaksimalkan kegiatan promosi dan memperluas jaringan kerja sama untuk pengembangan obyek wisata		Pengembangan obyek wisata dengan pendampingan Stakeholder	
		AS	TAS	AS	TAS
<b>Kekuatan (Strengths)</b>					
Organisasi yang sudah terbentuk	0,43	4,00	1,72	4,00	1,72
Pendataan warga yang memiliki kebun anggur secara periodik (setiap tahun)	0,36	4,00	1,44	4,00	1,44
Tersedia buah anggur segar pada pohon anggur yang menjadi Icon Obyek Wisata Kampung Anggur	0,36	4,00	1,44	2,00	0,72
Teknik budidaya tanaman anggur yang baik	0,31	4,00	1,24	2,00	0,62
Tersedia fasilitas pendukung yang memadai, meliputi lahan parkir yang luas, tempat cuci tangan, becak wisata, masjid, dan beberapa warung makan	0,43	4,00	1,72	2,00	0,86
<b>Kelemahan (Weakness)</b>					
Belum memiliki toko khusus oleh-oleh	0,50	2,00	1	4,00	2
Display dibeberapa kebun anggur kurang menarik	0,43	1,00	0,43	4,00	1,72
Kurang berkembangnya ide dan inovasi dalam pengembangan produk khas wisata Kampung Anggur	0,38	1,00	0,38	4,00	1,52
<b>Peluang (Opportunities)</b>					
Yogyakarta sebagai kota wisata yang sudah banyak dikenal wisatawan lokal maupun mancanegara	0,82	4,00	3,28	2,00	1,64
Stakeholder memberikan kontribusi besar dalam pengembangan obyek wisata	0,51	2,00	1,02	4,00	2,04
Tersedia beberapa media sosial sebagai sarana mempromosikan obyek wisata	0,66	4,00	2,64	4,00	2,64
<b>Ancaman (Threats)</b>					
Harga buah anggur di luar obyek wisata relatif rendah	0,51	1,00	0,51	4,00	2,04
Pesaing dengan membuka wisata yang sama	0,32	4,00	1,28	2,00	0,64
<b>Total</b>			17,10		17,60

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Obyek wisata kampung anggur berada pada kuadran IV pada analisis Internal Eksternal (IE) yang memiliki arti bahwa obyek wisata tersebut termasuk dalam strategi tumbuh dan bina. Sedangkan dalam perhitungan matriks SWOT, kampung anggur berada pada kuadran I (0,58 – 1,13) yang memiliki arti mendukung pertumbuhan agresif. Berdasarkan analisis SWOT dengan alternatif strategi S-O (*Strengths – Oppoturnities*), W-O (*Weakness – Oppoturnities*), dan S-T (*Strengths – Threats*), W-T (*Weakness – Threats*) yang memiliki nilai tinggi ialah strategi S-O. Nilai *Strenght* sebesar 1,89 dan nilai *Oppoturnities* sebesar 1,96.

Alternatif strategi yang baik digunakan oleh obyek wisata dalam pengembangan obyek wisata ialah 1) memaksimalkan kegiatan promosi dan memperluas jaringan kerja sama untuk pengembangan obyek wisata dan 2) pengembangan obyek wisata dengan pendampingan *Stakeholder*. Dua strategi ini memiliki tujuan yang sama untuk melakukan pengembangan pada obyek wisata kampung anggur.

Hasil dari analisis QSPM menunjukkan bahwa strategi pengembangan obyek wisata dengan pendampingan *Stakeholder* memiliki nilai yang lebih tinggi yakni 17,60 dari strategi memaksimalkan kegiatan promosi dan memperluas jaringan kerja sama untuk pengembangan obyek wisata sebesar 17,10. Oleh karena itu, berdasarkan

hasil analisis QSPM strategi yang baik digunakan oleh Obyek Wisata Kampung Anggur Plumbungan ialah strategi pengembangan obyek wisata dengan pendampingan *Stakeholder*.

Memaksimalkan kegiatan promosi dan memperluas jaringan kerja sama untuk pengembangan obyek wisata merupakan strategi yang digunakan dalam memperluas jaringan pasar pada obyek wisata kampung anggur. Strategi dengan melakukan promosi digunakan mendorong obyek wisata kampung anggur untuk lebih dikenal masyarakat luas. Salah satunya dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk melakukan pemasaran. Dalam hal ini obyek wisata kampung anggur dapat memanfaatkan Platform digital marketing.

Dewasa ini banyak masyarakat yang menggunakan Platform digital sebagai sarana berkomunikasi maupun mencari informasi. Tentu saja ini merupakan peluang yang baik bagi obyek wisata kampung anggur untuk menjangkau lebih banyak calon wisatawan. Dengan menampilkan keunggulan yang dimiliki oleh kampung anggur akan berpotensi untuk wisatawan mengunjungi obyek wisata tersebut.

Selain melakukan promosi menggunakan Platform digital, obyek wisata kampung anggur juga dapat melakukan kerjasama dengan penyedia jasa dibidang pariwisata. Seperti halnya dengan pengusaha transportasi wisata yakni penyewaan transportasi atau yang sering disebut *Tour and Travel* maupun *Travel Agent*. Obyek wisata kampung anggur plumbungan dapat melakukan penawaran kerjasama dengan usaha-usaha tersebut, agar obyek wisata tersebut menjadi salah satu destinasi wisata yang ditawarkan.

Kerjasama juga dapat ditawarkan pada penyedia jasa layanan wisata yakni *Event Organizer*. Banyak diketahui bahwa usaha tersebut melayani wisatawan baik dalam melakukan perencanaan perjalanan maupun membuat acara saat berada pada lokasi tujuan. Kerjasama ini merupakan peluang bagi obyek wisata kampung anggur untuk melakukan pemasaran secara *Offline*. Pemasaran juga dapat dilakukan menggunakan papan reklame (*Billboard*) yang berada di lokasi strategis.

Pembuatan desain pada papan reklame dapat mencantumkan gambar obyek wisata kampung anggur yang menarik. Dalam mempermudah wisatawan mendapatkan informasi mengenai obyek wisata tersebut, maka dapat ditambahkan kontak untuk melakukan pelayanan pada calon wisatawan. Tidak lupa juga untuk menambahkan keunggulan yang dimiliki oleh obyek wisata kampung anggur. Pemasangan papan reklame sebaiknya merupakan lokasi yang ramai dan banyak dikunjungi wisatawan domestik maupun mancanegara.

Kampung Anggur Plumbungan termasuk salah satu obyek wisata yang mengalami penurunan pengunjung saat terjadi pandemi *Covid-19* diawal tahun 2020. Akibat dari menurunnya jumlah pengunjung obyek wisata tersebut membuat beberapa petani anggur kurang tertarik untuk mempercantik tampilan kebun anggur yang dimiliki. Oleh karena itu, beberapa kebun anggur memiliki tampilan yang kurang menarik serta tanaman anggur yang kurang dirawat. Kebun anggur dengan tampilan yang tidak menarik merupakan salah satu kelemahan yang dimiliki oleh obyek wisata Kampung Anggur Plumbungan saat ini.

Langkah awal dalam pengembangan obyek wisata ialah untuk memperbaiki dan mempercantik kebun anggur pada obyek wisata Kampung Anggur Plumbungan. Tampilan yang baik pada kebun anggur akan membuat calon wisatawan tertarik untuk mengunjungi obyek wisata tersebut. Selain tampilan kebun anggur yang menarik, ketrampilan dalam pelayanan dan kesediaan petani anggur menjawab pertanyaan wisatawan juga mempengaruhi kualitas obyek wisata. Pertanyaan yang sering dilontarkan oleh wisatawan ialah seputar cara budidaya tanaman anggur.

Ketrampilan sumber daya manusia dalam memberikan pelayanan dapat ditingkatkan dengan adanya edukasi dan evaluasi. Adanya organisasi Kampung Anggur Plumbungan sebagai wadah berdiskusi memudahkan dalam melakukan pengelolaan obyek wisata. Pengelola obyek wisata dapat memberikan edukasi pada petani anggur dalam mempercantik kebun anggur yang dimiliki. Evaluasi dengan periode tertentu sangat penting dilakukan oleh pengelola obyek wisata Kampung Anggur Plumbungan. Adanya evaluasi akan diketahui data kebun anggur yang memiliki tampilan yang baik hingga kurang layak untuk dikunjungi.

Peran penting dari pengelola ialah menumbuhkan ketrampilan petani anggur dalam penataan kebun anggur agar lebih menarik. Edukasi yang disampaikan dapat berupa contoh penataan kebun anggur yang baik dan layak untuk dikunjungi wisatawan. Pengelola juga dapat melakukan evaluasi dengan memberikan contoh kebun anggur dengan penataan yang baik pada obyek wisata tersebut. Obyek wisata kampung anggur memiliki peluang bekerja sama dengan pihak pemangku kepentingan. *Stakeholder* atau pemangku kepentingan dalam hal ini ialah dinas dan lembaga yang terkait. Edukasi terkait pelayanan obyek wisata kampung anggur dapat diberikan oleh dinas



pariwisata. Sedangkan dalam teknik budidaya dan pemeliharaan tanaman, obyek wisata kampung anggur berpeluang untuk mendapatkan edukasi dari dinas pertanian.

Lembaga yang terkait dalam hal ini ialah lembaga keuangan. Modal sangat berpengaruh dalam pengembangan obyek wisata. Diharapkan obyek wisata tersebut menjalin hubungan kerjasama dengan lembaga keuangan. Pengurus obyek wisata dapat mengajukan peminjaman dana yang bertujuan untuk pengembangan obyek wisata yang dikembangkan. Alokasi dana dapat digunakan untuk perbaikan budidaya tanaman anggur, perawatan fasilitas pendukung, inovasi produk, serta fasilitas toko oleh-oleh.

Fasilitas umum obyek wisata kampung anggur sudah cukup baik, salah satunya dengan tersedianya becak wisata. Namun obyek wisata kampung anggur belum memiliki spot foto. Pada umumnya, obyek wisata memiliki spot foto yang menjadi ciri khas obyek wisata itu sendiri. Wisatawan akan melakukan pengambilan gambar pada spot yang dianggap menarik dan menjadi suatu ciri khas yang dimiliki oleh wisata yang dikunjunginya. Adanya spot foto akan melengkapi fasilitas suatu obyek wisata.

Kelemahan lain yang dimiliki oleh kampung anggur ialah belum adanya toko oleh-oleh. Tersedianya toko oleh-oleh bertujuan untuk mempermudah wisatawan dalam mengetahui produk-produk yang dihasilkan oleh obyek wisata tersebut. Toko oleh-oleh juga merupakan sarana dalam mempromosikan produk yang dimiliki oleh kampung anggur. Produk yang dihasilkan obyek wisata ini meliputi souvenir dan olahan khas kampung anggur. Souvenir yang ditawarkan diantaranya ialah mug atau gelas, payung, dan *Ecoprint*. Sedangkan untuk produk olahan khas kampung anggur yakni dodol pisang anggur, keripik daun anggur, dan dawet anggur.

Produk olahan khas kampung anggur memiliki rasa dan kualitas yang baik. Perlu dilakukannya inovasi dalam pengembangan produk tersebut. Packaging yang digunakan memiliki tampilan yang kurang menarik sehingga akan mengurangi minat wisatawan untuk melakukan pembelian produk tersebut. Perlu dilakukannya diversifikasi produk agar lebih menarik minat wisatawan. Selain itu, izin produk yang tersedia masih pada tingkatan PIRT atau izin Pangan Industri Rumah Tangga. Sebaiknya obyek wisata kampung anggur memperhatikan perizinan produk pangan yang ditawarkan. Pengelola obyek wisata tersebut dapat membantu dalam mengurus perizinan BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) akan menambah kualitas obyek wisata karena produk olahan yang disediakan memiliki legalitas yang jelas.

#### **4. Kesimpulan dan Saran**

Alternatif strategi pengembangan obyek wisata Kampung Anggur Plumbungan didasarkan pada hasil analisis matriks SWOT dengan menggunakan strategi S-O yang artinya strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Alternatif strategi usaha tersebut adalah:

1. Memaksimalkan kegiatan promosi dan memperluas jaringan kerja sama untuk pengembangan obyek wisata
2. Pengembangan obyek wisata dengan pendampingan *Stakeholder*

Obyek wisata Kampung Anggur Plumbungan memiliki kekuatan dan peluang yang dapat baik. Maka strategi terbaik ialah *Stakeholder* atau pemangku kepentingan melakukan pendampingan dalam pengembangan obyek wisata Kampung Anggur Plumbungan Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta.

Berdasarkan pembahasan diatas, terdapat beberapa saran yang diberikan pada Obyek Wisata Kampung Anggur Plumbungan, yakni (1) melakukan pengembangan obyek wisata dengan pendampingan *Stakeholder* serta meningkatkan ketrampilan dan kemampuan sumber daya manusia dalam pengembangan obyek wisata kampung anggur. (2) Menjaga kualitas dan ketersediaan produk yang diunggulkan serta menambahkan legalitas pada perizinan produk olahan yang tersedia pada obyek wisata kampung anggur. (3) Memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi serta memperluas jaringan kerjasama guna meningkatkan eksistensi obyek wisata kampung anggur. (4) Melengkapi fasilitas pendukung dengan menambah toko oleh-oleh serta merawat fasilitas pendukung yang sudah ada pada obyek wisata kampung anggur.

## Daftar Pustaka

- Aliyah, Istijabatul. Yudana, Galing. Sugiarti, Rara. (2020). Desa Wisata Berwawasan Ekobudaya: Kawasan Wisata Industri Lurik. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- David, Fred. (2016). Manajemen Strategi: Konsep-Konsep. Jakarta: PT Indeks.
- \_\_\_\_\_. (2019). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Dirgantoro, Crown. 2001. Manajemen Stratejik. Jakarta: Penerbit PT Grasindo. Anggota Ikapi Jakarta.
- Halim, Moh. Saharuddin. (2017). Analisis Potensi Obyek Wisata Alam di Kelurahan Kambo Kecamatan MungkJang Kota Palopo. Jurnal Akuntansi 3 (1), 24-34.
- Hulu, Victor Trismanjaya. Sinaga, Taruli Rohana. (2019). Analisis Data Statistik Parametik Aplikasi SPSS dan STATKAL. Sumatera Utara: Yayasan Kita Menulis.
- Kurniasanti, Sandryas Alif. 2019. Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata (Studi Kasus Kampung Petani Buah Jeruk Siam di Kecamatan Bangorejo - Banyuwangi). Journal of Tourism and Creativity, 3 (1), 65-76.
- Kosasih, H. (2021). Manajemen Strategik. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Maulida, Ervina. Djuanda, Gustian. Silalahi, Ira Valentina. Yasa, Ni Nyoman K. Rahmayani, Putu LD. Tasrim. Wardhana, Aditya. Widadga, I Gusti NJ. Aprilia, Hani Damayanti. Yusiana, Ekalia. Atika. Ismail RS. (2021). Manajemen Strategik. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Marimin. (2004). Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk. Yogyakarta: Grasindo.
- Moh, Nazir. (2011). Metode Penelitian. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Perdede, Novitasari. Muhdi. Hartini, Kansih Tri. (2017). Analisis Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Alam Karanganyar, Kecamatan Gunung Maligas, Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara. Fakultas Kehutanan: Universitas Sumatera Utara.
- Puspitaningrum, Dwi Aulia. Ilcham, Adi. Hikmah, Khoirul. (2021). Manajemen Strategi Dalam Agroindustri Nusantara. UPN Veteran Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.
- Rama, Bhayu. (2020). Tata Kelola Destinasi Wisata dan Peraturan Perundangan Wisata. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Ramayanti. (2007). Modul Praktikum: Metode Riset Untuk Bisnis dan Manajmen. Bandung: Utama Universitas Widyatama.
- Sambodo, Maxensius Tri. (2008). Energy Sector in Indonesia and Enviromental Impact's: From Fossil Fuel to Bioful. Pusat Riset Ekonomi: Institut Ilmu Pengetahuan Indonesia.
- Sarwono, Jonathan. Budiono, Herlina. (2012). Statistik Terapan: Aplikasi untuk Riset Skripsi, Tesis, dan Disertasi. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sedjati, Retina Sri. (2019). Manajemen Strategis. Yogyakarta: Budiutama.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: CV. Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2015). Metode Penelitian dan Pengembangan. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sutiksno, Dian Utamu. Revida, Erika. Hengki, Muhammad Munsarif. Simarmata. Saputra, Didin Hadi. Sudirman Agung PA. sisca. Napitupulu, Darmawan. Purba, Sukarman. (2020). Tourism Marketin. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Yatim, Faisal. (2007). *Macam-macam Penyakit Menular dan Cara Pencegahannya (Jilid 2)*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Yudiaris, I Gde. (2015). *Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada CV. Puri Lautan Mutiara*. Singaraja: Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha, 5 (1).

Diajukan: 13 Desember 2022

Diterima: 12 Maret 2023

Dipublikasikan: 28 April 2023