

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Saat ini pertumbuhan di dunia bisnis banyak mengalami perkembangan seiring majunya teknologi serta informasi. Bisnis sekarang ini merambah di dunia pariwisata, mulai dari wisata alam, wisata religi, wisata kuliner dan masih banyak lagi. Dengan dibangun dan dikembangkannya dunia pariwisata, secara tidak langsung aspek lain pun ikut meningkat misalnya di bidang perekonomian, jiwa pengusaha masyarakat setempat akan terbangun sebab dengan banyaknya wisatawan yang datang ke lokasi wisata tentunya hal ini dapat menjadi ladang penghasilan terutama bagi masyarakat lokal, serta terbukanya kesempatan kerja.

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting yang mampu memberikan peningkatan ekonomi terhadap Indonesia, walaupun pencapaiannya belum terlalu maksimal. Peringkat yang dicapai Indonesia dalam forum *World Economic Forum* (WEF) di tahun 2013 ialah diposisikan keenam dan 38 dari 140 negara di planet ini untuk tanggung jawab dan aset sosial. Walaupun begitu, sektor pariwisata memiliki peran yang besar pada perekonomian di Indonesia.¹

Pariwisata merupakan salah satu industri model baru, yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara pesat terutama untuk memperluas bekerja dengan pintu terbuka yang luar biasa, kenaikan gaji dan gaya hidup,

¹ Betty Silfia Ayu Utami dkk, "Sektor Pariwisata Indonesia Di Tengah Pandemi Covid-19", *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan (JDEP)* Vol.4 No.1, (Januari, 2021), 386.

serta meningkatkan sektor produksi lain sebagai negara penerima wisatawan. Menurut Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata pada tahun 2011, sektor pariwisata merupakan penyumbang devisa nomor 5 pada tahun 2008, selanjutnya berada di urutan nomor 4 di tahun 2009 dan berada pada urutan ke 5 kembali di tahun 2010 (setelah migas, minyak kelapa sawit, batubara dan olahan karet). Berdasarkan LAK Kemenpar 2015, informasi faktual per Januari – Desember 2015 menunjukkan capaian peningkatan industri perjalanan wisata Indonesia dapat melampaui target yang telah ditetapkan.²

Pengembangan pariwisata di Indonesia sendiri bertujuan untuk memupuk rasa cinta terhadap tanah air, selain itu juga menanamkan semangat jiwa yang tinggi dan nilai-nilai luhur bangsa demi menguatkan solidaritas dan kejujuran publik, terutama dengan memajukan pemuda dan pemuda industri perjalanan dengan lebih meningkatkan kemudahan mendapatkan administrasi industri perjalanan. Pemeliharaan benda ataupun khasanah bersejarah sangat perlu digalakkan agar selalu terjaga, hal ini juga berguna untuk meningkatkan daya tarik wisatawan mancanegara. Hal lain yang perlu diperhatikan juga ialah harus didukung dengan promosi yang unik dan menarik.

Dari segi sosial, kegiatan industri perjalanan akan memperluas posisi terbuka dari kantor dan latihan kemajuan yayasan baik dari berbagai sektor usaha yang berkaitan dengan kepariwisataan secara langsung maupun tidak langsung. Kesempatan kerja yang ada juga akan berdampak pada tingkat

² Fitra Delita dkk, “Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun”, *Jurnal Geografi* Vol.9 No.1, (2017), 41.

ekonomi masyarakat, sebab secara tidak langsung dengan dibukanya tempat wisata maka pendapatan masyarakat pun juga ikut meningkat seiring pembangunan itu berjalan maupun dibukanya tempat wisata tersebut.³

Pengembangan sendiri merupakan suatu upaya untuk memajukan usaha guna mencapai tujuan tertentu suatu perusahaan ataupun organisasi. Selanjutnya, pengembangan objek wisata merupakan upaya untuk mendorong perubahan kepariwisataan dengan tujuan yang bermanfaat dan memperoleh keuntungan. Menurut GBHN (Garis-garis Besar Haluan Negara) 1998, pengembangan objek wisata bertujuan untuk memanfaatkan sumber daya dan potensi kepariwisataan untuk dijadikan kegiatan perekonomian yang mampu diandalkan sebagai penerimaan devisa, menjadi peluang kerja bagi masyarakat luas terutama penduduk sekitar lokasi pariwisata.

Kabupaten Nganjuk merupakan daerah yang masih sangat jarang dikenal oleh masyarakat Indonesia. Karena kawasannya yang lumayan kecil dibandingkan kota/kabupaten lainnya. Selain itu, potensi yang ada di kawasan kabupaten belum terlalu berkembang atau masih sangat alami. Di beberapa daerah atau kecamatan yang ada di Kabupaten Nganjuk, sebenarnya juga telah menyediakan tempat-tempat wisata entah alami ataupun buatan manusia. Sayangnya, hingga kini pengunjung yang berasal dari dalam kota ataupun luar kota masih jarang ditemui.

Wana wisata sendiri ialah kawasan yang dikhususkan, dibina, maupun dipelihara untuk kepentingan pariwisata. Sedangkan konsep edukasi yakni

³ Edi Suarto, "Pengembangan Objek Wisata Berbasis Analisis SWOT", *Jurnal Spasial*, 51-52.

bertujuan memberikan pengetahuan ataupun pengalaman kepada para pengunjung agar mengetahui dan lebih menghargai hasil alam yang ada di lokasi wisata yang dimana hal ini berguna untuk menjaga keaslian, menumbuhkan kreatifitas ataupun inovasi, dan juga memberikan hasil yang baik di masa mendatang.

Dalam meningkatkan pengembangan serta pengoptimalan di bidang pariwisata, Kabupaten Nganjuk terus berupaya untuk menggali potensi yang ada di sekitar wilayah Nganjuk khususnya. Dalam penelitian ini, objek yang akan diteliti ialah Wana Wisata Edukasi Manyung yang berada di Dusun Manyung, Desa Bagor Kulon, Kecamatan Bagor, Kabupaten Nganjuk, Provinsi Jawa Timur. Wisata ini dikelola oleh kepala dusun manyung Wisata edukasi ini terbangun sejak tahun 2018 yang berdiri diatas lahan seluas 10 hektar dengan menyediakan wisata edukasi berupa cara mengolah daun minyak kayu putih menjadi minyak oles yang biasa digunakan untuk mengobati keluhan masuk angin/minyak angin, selain itu juga terdapat wahana untuk anak-anak, warung kopi, aula pertemuan, dan juga kolam renang.⁴Wana wisata edukasi manyung ini merupakan kawasan hutan peredu dan dekat dengan jalan raya Nganjuk-Madiun, selain itu kawasan ini sangat sejuk sehingga sangat cocok untuk dijadikan wisata edukasi, karena di lokasi ini juga ditumbuhi pohon jati yang masuk dalam kawasan Bagian Kesatuan Pemangkuan Hutan (BKPH) Bagor.

⁴m.bangsaonline.com/berita/82467/perhutani-nganjuk-tawarkan-wisata-mengenal-dan-mengolah-tanaman-kayu-putih, diakses pada hari Sabtu, 10 Oktober 2021 pukul 20.38 WIB.

Selain memiliki kawasan yang luas dan nyaman, sejak wana wisata ini berdiri kegiatan perekonomian warga semakin meningkat dan membaik. Seperti halnya terbuka lapangan kerja baik untuk bekerja di lokasi wana wisata ataupun membuka usaha dibidang kuliner. Tidak hanya warga sekitar lokasi saja yang berjualan, namun juga pedagang kaki lima yang berasal dari luar kawasan. Pekerja di wana wisata ini sebagian besar ialah masyarakat sekitar lokasi selebihnya berasal dari luar Desa Bagor seperti halnya ketika memerlukan tenaga professional untuk keperluan pariwisata.

Peneliti tertarik untuk meneliti wana wisata ini karena dahulu tempat ini menjadi lahan yang tidak terpakai ataupun tempat yang kumuh bahkan kerap kali digunakan sebagai tempat pembuangan sampah oleh masyarakat sekitar, sehingga menimbulkan ketidaknyamanan ditambah lagi lahan ini penuh dengan semak-semak belukar yang bisa menimbulkan banyak sarang penyakit ataupun hewan liar, apalagi lahan ini dekat dengan perhutanan. Hal ini membuat banyak warga yang protes terhadap keadaan lingkungan tersebut. Meskipun begitu, disini ada potensi yang besar untuk dapat dikembangkan menjadi wana wisata yang mana hasilnya akan dapat bermanfaat untuk berbagai sektor terutama untuk peningkatan taraf hidup masyarakat desa ini. Melihat kondisi tersebut salah satu perangkat desa yakni Kepala Dusun Manyung berinisiatif mengusulkan agar lahan tersebut dapat digunakan sebagai tempat wisata sekaligus edukasi yang dapat memberikan manfaat atau dampak baik bagi masyarakat sekitar.⁵

⁵ Hasil wawancara dengan Kepala Dusun Manyung, pada 13 Februari 2022.

Tabel 1.1
Perkembangan Usaha Di Wana Wisata Edukasi Manyung

Tahun	Perkembangan Usaha Di Wisata
2017	Lokasi masih berupa lahan pembuangan atau lahan yang kumuh, sehingga banyak warga yang demo, akhirnya Kepala Dusun berinisiatif untuk membuat kolam pemancingan.
2017-2018	Berawal dari membuat kolam pemancingan yang hanya berjumlah 1 kolam.
2018 awal	Mulai ada pengunjung yang datang ke tempat wisata
2018 pertengahan	Mulai ramai pengunjung dan saat itu juga sudah tersedia 5 kolam renang, 1 kolam belum difungsikan.
2018-2019	Pembangunan wahana edukasi flying fox dan panahan, pembangunan beberapa gazebo. Selain itu mulai membangun paving di lokasi wisata
2020	Membangun latar depan lokasi wisata, serta melanjutkan pembangunan gazebo.
2021	Melanjutkan pembangunan latar depan serta menambah sarana MCK.

(Sumber: wawancara dengan pengelola Wana Wisata Edukasi Manyung, April 2022)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas maka dapat diartikan bahwa pengelola tempat wisata ini terus berupaya untuk mengembangkan usaha dan berinovasi agar tujuan yang ingin dicapai segera terwujud, seperti halnya dalam mengenalkan tempat wisata ini ke khalayak umum dan bisa bermanfaat bagi banyak orang terutama masyarakat seitar lokasi wisata. Tempat wisata ini terbangun bukan rencana dari awal, justru di awal pembangunan lokasi ini dijadikan kolam pemancingan, namun seiring berkembangnya zaman tidak

banyak orang yang berkunjung hanya orang-orang tertentu saja yang berminat selain itu rata-rata hanya kaum laki-laki saja yang berkunjung. Sehingga pengelola berinisiatif untuk membangun sesuatu yang lebih besar dan memberikan banyak manfaat, ide yang muncul saat itu ialah dengan membangun tempat wisata. Dengan dibangunnya wisata, maka semua orang dari anak kecil hingga dewasa dapat menikmatinya.

Tabel 1.2

Jumlah Pendapatan Wana Wisata Edukasi Manyung Tahun 2021

Bulan	Pendapatan
Januari	Rp. 23.256.000
Februari	Rp. 18.145.000
Maret	Rp. 26.857.500
April	Rp. 21.175.000
Mei	Rp. 53.397.000
Juni	Rp. 47.535.000
Juli	Rp. 18.216.000
Agustus	Rp. 18.622.500
September	Rp. 56.405.500
Oktober	Rp. 107.454.000
November	Rp. 43.150.000
Desember	Rp. 77.782.000

(sumber: observasi dan wawancara dengan pengelola wana wisata, April 2022)

Peneliti tertarik meneliti sebab berdasarkan data dari tabel 1.2 diatas, menunjukkan penjualan tiket yang terjadi pada bulan Januari-Desember tahun 2021, penjualan tiket masih mengalami kenaikan dan penurunan. Menariknya lagi dari data diatas, terlihat pada bulan Oktober, hasil penjualan mencapai Rp. 107.454.000. yang mana pada bulan tersebut, Indonesia sedang mengalami pandemic Covid-19 dan pastinya banyak yang terdampak terutama dalam

bidang ekonomi. Namun, pada bulan tersebut justru mengalami peningkatan drastis dibandingkan dengan bulan-bulan yang lainnya.

Table 1.3
Jumlah Pengunjung Wana Wisata Edukasi Manyung Pada Bulan Januari-
Desember 2021

Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	2.137
Februari	1.617
Maret	2.453
April	1.653
Mei	4.005
Juni	4.157
Juli	527
Agustus	602
September	5.644
Oktober	11.002
November	4.133
Desember	7.183

(Sumber: wawancara dengan pengelola Wana Wisata Edukasi Manyung, April 2022)

Dari pemaparan tabel 1.3, dapat dipahami jumlah wisatawan yang berkunjung ke lokasi wisata mengalami kenaikan dan penurunan di tahun 2021. Hal ini wajar dialami oleh setiap usaha atau bisnis termasuk bisnis di bidang pariwisata. Namun yang menarik dari paparan data jumlah pengunjung

mengalami kenaikan yang sangat drastis pada bulan November, kenaikan jumlah pengunjung pada bulan ini melebihi prediksi bahkan mencapai lebih dari 100% .

Table 1.4

Perbandingan Wana Wisata Edukasi Manyung dan Taman Edukasi Desa Gejagan

Wana Wisata Edukasi Manyung	Taman Edukasi Desa Gejagan
<p>Lokasi: Dusun Manyung, Desa Bagor Kulon, Kec. Bagor, Kab. Nganjuk</p> <p>Jam Operasional: 07.00-17.00</p> <p>Harga Tiket: Dewasa: Rp. 5000 Paket outbond: Rp 200.000 – Rp. 300.000</p> <p>Fasilitas:</p> <ol style="list-style-type: none"> Lokasi yang nyaman dan luas berdiri diatas tanah (5,7 hektar), rindang dekat dengan perhutanan. Terdapat 20 gazebo, 10 mck, dan aula pertemuan/pendopo Terdapat food court ataupun café. Selain itu, penjual dari luar lokasi wisata disediakan tempat sendiri untuk berjualan Taman bermain sekaligus edukasi yakni flying fox, jaring laba-laba, panahan, bumi perkemahan, kolam renang (4 kolam renang anak dan 1 kolam renang dewasa), penanaman, penyulingan minyak kayu putih. <p>Pemasaran: Media sosial youtube, instagram, dan facebook.</p>	<p>Lokasi: Desa Gejagan, Kec. Loceret, Kab. Nganjuk</p> <p>Jam operasional: 07.30-17.00</p> <p>Harga tiket: Semua kalangan: Rp. 5.000</p> <p>Fasilitas:</p> <ol style="list-style-type: none"> Berdiri diatas tanah seluas 1,7 hektar, berlokasi di dekat pertanian/sawah. Terdapat sekitar 7 gazebo, 2 mck Taman bermain serta edukasi seperti flying fox, 1 kolam renang anak, media tanam. <p>Pemasaran: Media sosial youtube, instagram, facebook, twitter.</p>

(sumber: observasi dan wawancara dengan pengelola tempat wisata)

Berdasarkan tabel 1.4 paparan data mengenai Wana Wisata Edukasi Manyung lebih banyak memiliki keunggulan yakni tersedia banyak tempat-tempat edukasi bagi wisatawan seperti flying fox, jaring laba-laba, panahan, bumi perkemahan, taman baca, serta kolam renang khususnya penyulingan minyak kayu putih atau proses pembuatan minyak kayu putih, yang mana edukasi ini hanya satu-satunya yang ada di Nganjuk yang disediakan di dalam lokasi wisata. Selain itu, di wisata ini juga menyediakan aula pertemuan terbuka yang bisa digunakan untuk acara-acara semi formal. Selain dapat bersantai, di wisata ini juga disediakan food court serta makanan khas desa hutan yang juga menjadi khas dari Desa Bagor Kulon. Tidak hanya pedagang dari wilayah desa Bagor Kulon saja yang diperbolehkan jualan di lokasi wisata, namun pedagang dari luar wilayah Bagor Kulon juga diperbolehkan untuk berdagang di wisata bahkan disediakan tempat sendiri agar memudahkan pengunjung serta pedagang yang berjualan.

Saat ini pemasaran yang dilakukan oleh pihak wisata tidak hanya melalui media offline, namun juga dengan media online seperti youtube, instagram, dan facebook untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan tentunya hal ini akan berdampak baik pada pengembangan dan pendapatan wisata serta seluruh pihak yang terlibat di sekitar lokasi wisata yakni masyarakat lokal ataupun para pedagang yang berjualan di lokasi wisata. Meskipun jika dibandingkan dengan Taman Wisata Edukasi Gejagan, media online yang digunakan untuk promosi lebih minim. Sedangkan biaya yang perlu dikeluarkan untuk menikmati wisata ini sangat terjangkau yakni: Rp. 5.000.

Kunjungan ini merupakan kunjungan utama di daerah Bagor, dengan kawasan yang luas dan nyaman untuk bersantai ataupun bertamasya dengan keluarga ataupun teman-teman. Hal ini merupakan peluang yang bagus sebab di Nganjuk sendiri masih sangat jarang ada tempat wisata yang memiliki lokasi yang luas serta menyediakan tempat untuk pertemuan semi formal dekat alam seperti ini. Kebanyakan wisata di Nganjuk mengusung tema alam dan disana hanya menyediakan wisata alam saja, selain itu masih minim sarana dan prasarana. Berbeda dengan Wana wisata Edukasi Manyung, yang menyediakan banyak wahana untuk para pengunjung.

Melihat potensi yang besar pada objek wisata ini maka perlu dilakukan strategi yang tepat untuk mengembangkan dan mengelola objek wisata ini agar tujuan yang diharapkan oleh para pihak terkait dan masyarakat dapat tercapai sesuai harapan. Apalagi saat ini banyak destinasi wisata baru yang bermunculan, sehingga persaingan di bidang pariwisata semakin ketat. Dengan perencanaan strategi pengelolaan yang tepat, maka jalannya suatu organisasi akan lebih mudah dan sesuai sasaran yang akan dicapai melalui sumber daya alam ataupun sumber daya manusia yang ada. Dalam penetapan strategi pengembangan ini, maka sangat penting untuk mengkaji kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang ada di wilayah desa wisata tersebut. Dengan mengkaji unsur-unsur tersebut diharapkan agar wana wisata yang dikelola dapat bertahan dalam jangka panjang di segala kondisi serta memberikan dampak yang baik terutama bagi pendapatan daerah serta meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar.

Berkaitan dengan hal tersebut maka analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats*) menjadi salah satu alat yang berguna bagi dunia industri, salah satunya yang berkaitan dengan kepariwisataan serta tidak menutup kemungkinan untuk dijadikan sebagai ilmu pengembangan pariwisata dalam menghadapi persaingan di zaman sekarang. Selain itu juga dapat digunakan sebagai pedoman dasar dalam melihat dan mengamati kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dalam kebijakan pengembangan pariwisata. Analisis SWOT menjadi hal yang sangat penting, hal ini berkaitan guna untuk mempertahankan usaha ataupun dapat bersaing di dunia usaha kepariwisataan.⁶

Berdasarkan uraian dari latar belakang, peneliti tertarik untuk meneliti karena dengan adanya analisis SWOT dalam pengembangan wana wisata edukasi, maka akan dapat ditemukan solusi ataupun strategi yang tepat dalam memecahkan suatu permasalahan yang mungkin bisa terjadi di lokasi. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **“Penerapan Analisis SWOT Untuk Pengembangan Wana Wisata Edukasi Manyung (Studi Kasus Wana Wisata Edukasi Manyung Di Dusun Manyung, Desa Bagor Kulon, Kecamatan Bagor, Kabupaten Nganjuk)”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas dapat disimpulkan yang menjadi rumusan masalah ialah sebagai berikut:

⁶ Yulius Habita Nggini, “Analisis SWOT (Strength, Weakness, opportunities, Threats) Terhadap Kebijakan Pengembangan Pariwisata Provinsi Bali”, *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, Vol.3 No.1 (Februari, 2019), 143.

1. Bagaimana kondisi Wana Wisata Edukasi Manyung di Dusun Manyung, Desa Bagor Kulon, Kecamatan Bagor, Kabupaten Nganjuk?
2. Bagaimana penerapan analisis SWOT untuk mengembangkan Wana Wisata Edukasi Manyung di Dusun Manyung, Desa Bagor Kulon, Kecamatan Bagor, Kabupaten Nganjuk?

C. Tujuan Penelitian

Dari fokus penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ialah:

1. Untuk mengetahui kondisi Wana Wisata Edukasi Manyung yang berada di Dusun Manyung, Desa Bagor Kulon, Kecamatan Bagor, Kabupaten Nganjuk.
2. Untuk mengetahui penerapan analisis SWOT guna mengembangkan Wana Wisata Edukasi Manyung di Dusun Manyung, Desa Bagor Kulon, Kecamatan Bagor, Kabupaten Nganjuk.

D. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini yang diharapkan oleh peneliti ialah dapat memberikan manfaat yang penting baik secara teoritis maupun praktis, yakni sebagai berikut.

1. Kegunaan Teoritis

Dari hasil penelitian tersebut diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang analisis SWOT untuk pengembangan tempat wisata guna mempertahankan usaha dalam jangka panjang.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian yang dilakukan ini, harapannya mampu menjadi motivasi hidup, memperluas pengetahuan, serta menambah pengalaman.

b. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini ditujukan guna menjadi sumber informasi untuk penelitian selanjutnya untuk menambah wawasan serta referensi pembaca yang berkaitan dengan analisis SWOT.

c. Bagi Pemilik Usaha

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk memperluas pengetahuan sehingga diterapkan dalam pengembangan pariwisata yang bermaksud untuk meningkatkan mutu dan kualitas di Wana Wisata Edukasi Manyung.

E. Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan beberapa penelitian yang dilakukan oleh para peneliti terdahulu sebagai bahan pertimbangan dalam menemukan penelitian yang memfokuskan pada analisis SWOT untuk pengembangan:

1. *Analisis SWOT dan Strategi Keunggulan Bersaing Pada BMT Artha Buana Desa Canggu, Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri*. Oleh Nafi'ah Imroatun (2017), mahasiswa IAIN Kediri.⁷

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data yang diperoleh menggunakan metode wawancara, observasi, serta dokumentasi. Hasil dari penelitian ini yakni variable solidaritas IFE adalah 1,70 dan kekurangannya adalah 0,75, hal ini menunjukkan bahwa solidaritas BMT Artha Buana lebih diperhatikan daripada kekurangannya. Komponen peluang EFE adalah 1,50 dan bahayanya sebesar 0,70, hal ini menunjukkan bahwa BMT Artha Buana memiliki pintu terbuka yang

⁷ Nafi'ah Imroatun, *Analisis SWOT dan Strategi Keunggulan Bersaing Pada BMT Artha Buana Desa Canggu, Kec. Badas, Kab. Kediri*, (Skripsi S1, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, 2017).

cukup besar jika dibandingkan dengan bahaya yang dihadapinya. Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu yakni sama-sama menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya ialah terletak pada objeknya, yakni penelitian terdahulu di BMT Artha Buana sedangkan objek penelitian ini berada di Wana Wisata Edukasi Manyung.

2. *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan PT Al Muchtar Tour Dan Travel Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Oleh Muhammad Andika (2020), mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh.⁸

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Sementara untuk memperoleh data maka dilakukan melalui pertemuan selanjutnya dokumentasi. Konsekuensi dari ulasan ini ialah berdasarkan perhitungan IFAS hasil kondisi internal dari PT. Al Muchtar mendapatkan skor 2,8 untuk faktor kekuatan sedangkan faktor kelemahan sebesar 0,78. Hal tersebut berarti bahwa kekuatan PT. Al-Muchtar lebih besar dibandingkan dengan kelemahan yang ada. Selanjutnya untuk kondisi internal yang berkaitan dengan peluang yakni memiliki skor 1,94 dan faktor ancaman sebesar 1,36. Maka dari skor tersebut dapat disimpulkan bahwa PT. Al-Muchtar memiliki peluang yang lebih besar daripada ancaman yang ada. Persamaan pada penelitian terdahulu dengan peneliti ialah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan

⁸ Muhammad Andika, *Penerapan Analisis SWOT Sedagai Strategi Pengembangan PT Al Muchtar Tour Dan Travel Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Skripsi S1, Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, 2020)

perbedaannya yakni terletak pada objek penelitian, yakni penelitian terdahulu di PT. Al-Muchtar Tour dan Travel sedangkan pada peneliti ialah di Wana Wisata Edukasi Manyung.

3. *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Oleh Ulfa Hidayati (2018), mahasiswi Universitas Islam (UIN) Negeri Raden Intan Lampung.⁹

Penelitian ini berjenis penelitian lapangan (*field research*) serta penelitian pustaka (*library research*). Sedangkan data yang didapatkan melalui metode wawancara dan dokumen-dokumen terdahulu. Hasil dari penelitian ini ialah kondisi usaha para pengrajin genteng yang mereka tekuni berkembang secara positif sehingga dengan begitu pendapatan para pengrajin juga tumbuh secara pesat. Namun dalam proses pengembangannya, para pengrajin juga mengalami beberapa kendala. Hal ini disiasati oleh para pengrajin dengan beberapa cara seperti ikut serta dalam mempersiapkan, lebih mengembangkan kualitas barang, memasarkan secara luas, serta bekerja sama dengan para pengrajin genteng dari luar daerah serta dengan pemerintah guna mendukung sarana dan prasarana yang diperlukan. Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini ialah sama-sama menggunakan teknik wawancara untuk memperoleh data. Sedangkan perbedaannya ialah pada objeknya, penelitian terdahulu memiliki objek

⁹ Ulfa Hidayati, *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Skripsi S1, Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung, 2018).

di Desa Jatirenggo, Kecamatan Pringsewu, Kabupaten Pringsewu pada pengrajin genteng, sedangkan pada penelitian ini objeknya ialah Wana Wisata Edukasi Manyung.

4. *Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Objek Wisata Air Terjun Pengantin Dusun Besek, Desa Hargomulyo Kabupaten Ngawi.* Oleh Alfiani (2021), Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.¹⁰

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Data-data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi. Sedangkan hasil pada penelitian ini ialah bahwa strategi yang digunakan yakni *Marketing Mix 4P*. secara *product*, *price* pengelola wisata air terjun pengantin telah melakukan strategi sebagaimana teori yang ada. Namun, untuk peningkatan serta perbaikan perlu adanya pembenahan serta evaluasi. Secara *place*, masih kurang maksimal yakni beberapa gazebo ataupun spot selfi tata letak masih kurang tepat. Dari segi *promotion* juga masih kurang begitu maksimal, hal ini dapat terlihat dari kurangnya keaktifan promosi ataupun kurangnya metode promosi. Strategi yang bisa diterapkan dalam wisata ini ialah matriks SWOT yakni dengan memanfaatkan dukungan dari pemerintah, memaksimalkan promosi, memperhatikan kualitas produk, serta kepuasan para pengunjung. Persamaan pada penelitian ini dengan

¹⁰ Alfiani, *Analisis Swot Terhadap Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Objek Wisata Air Terjun Pengantin Dusun Besek, Desa Hargomulyo Kabupaten Ngawi*, (Skripsi S1, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021).

penelitian terdahulu ialah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya ialah terletak pada objek, yakni penelitian terdahulu ialah Wisata Air Terjun Pengantin, sedangkan pada penelitian ini ialah Wana Wisata Edukasi Manyung.

5. *Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Parang Ijo Di Kecamatan Ngargoyoso (Studi Kasus: Objek Wisata Air Terjun Parang Ijo, Jl.Munggur Raya, Mlinggur, Girimulyo, Ngargoyoso, Kab, Karanganyar, 57793)*. Oleh Chairunisa Arlia Nurhidayah (2019), Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta.¹¹

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode *field research*. Sedangkan data yang didapatkan berdasarkan observasi serta wawancara dengan pihak yang terkait. Berkaitan dengan hasil penelitian ini, Wisata Air Terjun Parang Ijo memiliki potensi yang dapat dikembangkan menjadi pariwisata berkelanjutan. Potensi tersebut termasuk sarana dan prasarana yang dapat dimanfaatkan kembali, lokasi yang masih sangat normal, serta dukungan dari daerah sekitarnya untuk mendorong bisnis bersama. Berdasarkan *diagram cartesius*, objek wisata ini berada pada kuadran I yakni strategi SO (*Strenghts – Opportunities*) atau *Growth Oriental Strategy* yakni Manfaatkan kualitas dan kesempatan sebaik mungkin agar objek traveller ini

¹¹ Chairunisa Arlia Nurhidayah, *Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Parang Ijo Di Kecamatan Ngargoyoso (Studi Kasus: Objek Wisata Air Terjun Parang Ijo, Jl.Munggur Raya, Mlinggur, Girimulyo, Ngargoyoso, Kab, Karanganyar, 57793)*, (Skripsi S1, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2019)

bertahan dan terus berkembang. Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah terletak pada fokus penelitian yakni sama-sama mengkaji dengan analisis SWOT. Adapun perbedaannya terletak pada objek, penelitian terdahulu objek yang diteliti ialah Wisata Air Terjun Parang Ijo sedangkan pada penelitian ini objeknya ialah Wana Wisata Edukasi Manyung.