

STRATEGI PENGEMBANGAN EKOWISATA BERBASIS KOMODITAS LOKAL DESA KARE KECAMATAN KARE KABUPATEN MADIUN

Ni Made Ida Pratiwi¹, Sri Andayani², Anisya Rahma Oktavia³, Madalena Retno Anggraini⁴

Universitas 17 Agustus Surabaya

Email: idapратиwi@untag-sby.ac.id¹, sri@untag-sby.ac.id², anisjarahmaokta@gmail.com³,
anggrainimadalena@gmail.com⁴

ABSTRAK

Desa Kare ialah suatu daerah berbatasan dengan Kabupaten Ponorogo, Trenggalek, Tulungagung, Nganjuk dan Kediri. Desa Kare, Kec. Kare, Kab. Madiun adalah salah satu desa yang jaraknya sekitar 24 km dari pusat kota atau alun-alun Kota Madiun. Hasil bumi utamanya berasal dari sektor pertanian dan perkebunan. Komoditas utama perkebunannya meliputi kopi, cengkeh, dan coklat. Adapun Potensi Wisata alam biasanya yang lebih banyak ada di daerah Pedesaan seperti halnya di Desa Kare, Kecamatan Kare, Kabupaten Madiun. Tujuan dari penelitian berikut ialah guna mengetahui Komoditas/Potensi Lokal apapun, yang dapat dikembangkan selaku daya Tarik Eko Wisata di Desa Kare dan untuk mengetahui Strategi pengembangan Ekowisata yang berbasis Komoditas Lokal di Desa kare kabupaten Madiun. Metode Penelitian berikut memakai pendekatan deskriptif kualitatif jenis data nominal. Hasil analisis menggunakan SWOT. Hasil Penelitian menunjukkan strategi terbesar pada ranking 1) Streghts Opportunities (SO) dengan nilai matrik sebesar 3,46, Preoritas Strategi adalah Growt dengan Strategi Agresif 2) Weakneses Opportunities dengan nilai matrik sebesar 2,83, Ranking 2 Preoritas Strategi Kombinasi, Strategi Deversifikasi 3) Strenghths Threats (ST) dengan nilai matrik sebesar 2,36, Ranking 3 Strategi Penciutan dengan Strategi Turnaround 4) Weaknesses Threats (WT) dengan nilai matrik 1,93. Preoritas Strategi Penciutan dengan Strategi Defensif . Dengan demikian maka Desa Kare berada pada kuadran I yang menunjukkan bahwa Pengembangan Ekowisata Berbasis Komoditas Lokal mempunyai kekuatan dengan mengambil manfaat pada peluang yang ada.

Kata Kunci: Strategy, Ekowisata, Komoditas, Lokal

ABSTRACT

Kare Village is an area bordering Ponorogo, Trenggalek, Tulungagung, Nganjuk and Kediri Regencies. Kare Village, Kare District, Madiun Regency is one of the villages which is about 24 km from the city center or the town square of Madiun. The main crops come from the agricultural and plantation sectors. The main plantation commodities include coffee, cloves and cocoa. As for natural tourism potential, there are usually more in rural areas, such as in Kare Village, Kare District, Madiun Regency. The purpose of this study was to find out what local commodities/potentials could be developed as ecotourism attractions in Kare Village and to find out strategies for developing ecotourism based on local commodities in Kare village, Madiun district. This research method uses a qualitative descriptive approach with nominal data types. The results of the analysis using SWOT. The research results show that the biggest strategy is ranked 1) Streghts Opportunities (SO) with a matrix value of 3.46, Strategy Priority is Growt with Aggressive Strategy 2) Weaknesses Opportunities with a matrix value of 2.83, Rank 2 Priority is Combination Strategy, Diversification Strategy 3) Strengths Threats (ST) with a matrix value of 2.36, Rank 3 Shrinking Strategy with a Turnaround Strategy 4) Weaknesses Threats (WT) with a matrix value of 1.93. Priority of Shrinking Strategy over

Defensive Strategy. Thus, Kare Village is in quadrant I which shows that Local Commodity-Based Ecotourism Development has strengths by taking advantage of existing opportunities.

Keywords: Strategy, Ecotourism, Local Commodities

A. PENDAHULUAN

1. Latar belakang

Berkembangnya bidang pariwisata pada sebuah daerah tujuan wisata hendaknya memiliki dasar pada perencanaan, pengembangan serta arah pengelolaan secara jelas supaya seluruh potensi yang dipunya oleh semua daerah tujuan wisata bisa dilakukan pemberdayaannya dengan optimal bagi kesejahteraan masyarakat. Potensi Wisata alam biasanya yang lebih banyak ada di daerah Pedesaan seperti halnya pada Desa Kare Kec. Kare Kab.

Madiun. Rencana ke depan Kecamatan Kare akan diusul menjadi daerah pariwisata andalan pada Kabupaten Madiun, Desa Kare ialah desa yang paling luas dari 15 kecamatan yang lain dengan luas 47 % dari Kecamatan Kare ataupun seluas 8.927 Hektar termasuk kawasan hutan lindung yang masih banyak (BPS Kec. Kare ,2020,1). Desa kare ialah Desa paling luas Di Kecamatan Kare, dibawah ini adalah Potensi wisata yang cukup besar berdasarkan Profil Desa Kare Tahun 2020 sebagai berikut:

Tabel 1. Potensi Wisata Desa Kare Kec. Kare Kabupaten Madiun

No	Lokasi Tempat wisata	Luas wilayah	Tingkat pemanfaatan
1	Gunung (Wisata Hutan, Taman Nasional, Bumi Perkemahan)	5. Ha	Pasif
2	Agrowisata	25 Ha	Pasif
3	Hutan Khusus	5 Ha	Aktif
4	Cagar Budaya	1 ha	Pasif
5	Arung Jeram	1 Ha	Aktif
6	Situs Sejarah, dan Museum	3 Ha	Pasif
7	Air Terjun	3 Ha	Aktif

Sumber: Potensi Desa Kare 2020

Berdasarkan data di atas keberadaan Desa Kare dalam kegiatan wisata alamnya cukup potensial namun dalam perjalanan pengembangan banyak mengalami kendala, diberbagai bidang, seperti aspek Kelembagaan yang mengelola Wisata Desa, aspek Produksi / jasa yang mendukung sector Wisata, Aspek Pasar dan Pemasaran serta Aspek Finansial. Adapun Obyek Wisata yang terdapat pada desa Kare diantaranya ialah :

a. Wisata Alam Nongko Ijo

Hutan Pinus Nongko Ijo ialah satu di antara beberapa tempat wisata alam

terbaru pada kota Madiun yang menyuguhkan pesona mendamaikan jiwa.

b. Wisata Alam Air Terjun Tambak Lare Kedung Tuban Desa Kare

Wisata alam Air terjun tambak Lare adalah Air terjun pada kota Madiun tersebut mempunyai ketinggian 15m sampai dengan 20m.

c. Air Terjun Seweru

Air Terjun Seweru Serondo Yang Eksotik Air terjun Seweru tersembunyi di balik pegunungan dan juga perkebunan kopi, yang menjadikannya belum terexplore oleh banyak orang. Air terjun Seweru

berikut amatlah ramai pada hari Minggu ataupun libur nasional. Lokasinya tersembunyi di balik pegunungan dan perkebunan kopi di Dusun Seweru, Desa Kare, Kec. Kare, Kab. Madiun, Jawa Timur. Gemicik suara air terjun yang memiliki ketinggian 15 m.

d. Pasar Wisata Menuju Pendakian Gunung Wilis

Pasar Wisata pendakian Gunung Wilis baru di realisasikan oleh Desa Kare sejak tahun 2021 menurut keterangan kepala desa Kare bapak Sunardi Pasar Desa Kare terletak di bawah gunung wilis tepat di arah pintu masuk perjalanan para pendaki gunung wilis yang cukup dikenal dengan selingkar wilis, pasar wisata secara keseluruhan akan dibangun diatas tanah kas desa sebanyak 1 HA dan dari dana APBDES sudah teresdia secara bertahap untuk membangun pasar desa Wisata tersebut.

2. Permasalahan

Berdasarkan identifikasi masalah dalam kegiatan ini sehingga masalah pada penelitian dari kegiatan berikut yakni:

- a. Komoditas Lokal apa saja, yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik ekowisata di desa Kare Kecamatan Kare Kabupaten Madiun?
- b. Bagaimanakah Strategi untuk mengembangkan Ekowisata yang berbasis komoditas lokal di Desa Kare Kabupaten Madiun?

3. Tujuan Penelitian

Adapun dari kegiatan penelitian “Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Komoditas Lokal Desa Kare Kecamatan Kare, Kabupaten Madiun” berikut yakni:

- a. Untuk mengetahui komoditas/potensi lokal apa saja, yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik ekowisata di desa Kare Kecamatan Kare Kabupaten Madiun
- b. Untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan ekowisata yang

berbasis komoditas lokal di Desa Kare Kabupaten Madiun.

B. KAJIAN PUSTAKA

1. Strategi Pengembangan

Menurut C Handler, dalam Rangkuti, pemahaman yang baik tentang konsep strategi serta konsep lainnya yang berkaitan amat menjadi penentu akan suksesnya strategi apa yang hendak dilakukan penyusunannya. Beberapa konsep itu ialah:

- a. **Distinctive Competence:** tindakan yang dilaksanakan oleh perusahaan supaya mampu melaksanakan aktivitas lebih baik dilakukan perbandingan bersama kompetitorinya. Distinctive Competence berikut mencakup keahlian tenaga kerja serta kemampuan sumber daya.
- b. **Competitive Advantage:** aktivitas spesifik yang dilakukan pengembangannya oleh perusahaan guna melaksanakan secara lebih baik dibandingkan kompetitorinya. Strategi yang dipakai guna mendapatkan kelebihan ketika melakukan persaingan ialah cost leadership, differensial juga fokus.

2. Ekowisata Berbasis Komoditas Lokal

Ekowisata dimaknai selaku penyelenggaraan aktivitas wisata yang bertanggungjawab pada tempat-tempat alami ataupun daerah yang dilakukan pengelolaannya dengan dasar kaidah alam, yang bertujuan di samping guna menikmati keindahan, menerapkan pula unsur pendidikan pemahaman, serta dukungan pada usaha – usaha konservasi alam serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat (G. Sudarto, 1998). Berdasarkan pengertian itu sendiri diuraikan pada 5 prinsip, yaitu:

- a. Mempunyai kepedulian, tanggung jawab, serta komitmen pada kelestarian lingkungan
- b. Pengembangan yang dilakukan hendaknya memiliki dasar musyawarah serta persetujuan masyarakat pada lingkungan tersebut.
- c. Memberi manfaat pada masyarakat pada lingkungan tersebut
- d. Memiliki kepekaan serta hormat kepada nilai – nilai sosial budaya serta tradisi keagamaan yang dianut masyarakat di lingkungan sekitar.
- e. Memberikan perhatian lebih kepada aturan undang – undang pada bidang lingkungan hidup serta kepariwisataan

3. Komoditas Lokal

a. Definisi Komoditas

Komoditas ialah suatu barang ataupun produk yang bisa diperjualbelikan. Barang ataupun jasa itu sendiri hendaknya mempunyai teladan penuh, ataupun sebagian memiliki sifat yang substantial (Widya Kurniasih, Gramedia Blog)

b. Sifat Komoditas

Berdasar dari definisi komoditas tersebut, ada 2 sifat yang dipunya oleh komoditas. Dua sifat itu sendiri di antaranya:

- Sebuah barang dilakukan proses produksinya serta dijual oleh banyak produsen. Produsen itu sendiri berbeda-beda.
- Sebuah barang menjadi setara pada kualitas di tiap rantai pemasaran.

c. Jenis Komoditas

Adapun jenis jenis komoditas berdasarkan Gramedia blog yang di tulis oleh Widya widiasih adalah sebagai berikut:

- **Logam:** Komoditas dari jenis logam berikut meliputi barang ataupun produk yang dihasilkan dari aktivitas tambang, serta memiliki sifat logam.

- **Energi:** Jenis komoditas energi pun serupa layaknya logam. Komoditas energi bisa berwujud seluruh produk yang dihasilkan dari galian tambang. Dan juga berwujud
- **Pertanian:** Jenis produk komoditas yang ketiga ialah pertanian. Mayoritas produk yang diperoleh dari suatu hasil pertanian dapat diberikan manfaatnya guna melakukan pemenuhan pada kebutuhan manusia.
- **Peternakan:** Jenis komoditas yang paling akhir ialah peternakan. Produk peternakan ialah produk yang bersumber dari hasil peternakan. Meliputi ternak hewan hidup.

4. Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Komoditas Lokal dengan Tahapan Analisis SWOT

Analisis SWOT yakni suatu teknik strategi untuk melakukan evaluasi pada keunggulan, kekurangan, kesempatan dan juga ancaman yang pada persoalan berikut bisa dilakukan penerapannya guna aktivitas mencakup bidang bisnis serta usaha, pendidikan, projek ataupun bahkan kepada dirinya sendiri. Analisis SWOT ialah metode perencanaan yang dipakai guna melakukan evaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), serta ancaman (*threats*) pada sebuah aktivitas ataupun sebuah spekulasi bisnis. Keempat faktor itu yang mewujudkan akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*). SWOT menjadi lebih baik dilakukan pembahasannya melalui penggunaan tabel yang dibentuk pada kertas besar, yang memungkinkan bisa dilakukan analisisnya secara baik hubungan dari tiap aspeknya.

a. Strengths (Kekuatan)

Strength/kekuatan ialah seluruh sumber daya yang dipunya dalam mendukung ekowisata dengan memanfaatkan komoditas Lokal.

b. Weakness (Kelemahan)

Weakness/kelemahan ialah sebuah keterbatasan dan juga kekurangan pada suatu desa (pada bidang sumber daya, kapabilitas masyarakatnya, dan juga penguasaan keterampilan di mana nanti berpotensi memberikan hambatan akan kemajuan desa ke depannya.

c. Opportunities (Peluang)

Peluang ialah sebuah kesempatan yang amat penting yang amat dinanti oleh setiap usaha. Peluang-peluang yang mendatangi secara umum memiliki sifat mampu memberikan keuntungan pada perusahaan.

d. Threats (Ancaman)

Ancaman ialah situasi penting yang tak memberikan keuntungan bagi organisasi

C. METODE

1. Jenis Penelitian

Penelitian berikut mempunyai sifat diskriptif kualitatif dengan mengungkapkan fakta-fakta dari data-data yang telah berhasil dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner dan hasil wawancara secara langsung atau observasi langsung ke tempat penelitian yaitu Desa Kare Kec. Kare Kab. Madiun

2. Lokasi Dan Waktu Kajian

Penelitian berikut dilaksanakan di ekowisata serta komoditas lokal yang terdapat pada Desa Kare Kec. Kare Kab. Madiun. Selama bulan Agustus-Desember 2022

3. Objek Penelitian

Penelitian berikut fokus kepada pengidentifikasian potensi-potensi

kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman Potensi Ekowisata di Desa Kare dengan berbasis Komoditi Lokal. Hasil penelitian ini akan digunakan sebagai referensi dalam mengembangkan ekowisata dan memanfaatkan serta mengembangkan komoditas lokal khususnya pada desa Kare Kec. Kare Kab.Madiun.

4. Metode Pengumpulan Data

Guna mengumpulkan data penelitian maka dilaksanakan dalam serangkaian aktivitas yang saling menjadi pelengkap di antaranya:

a. Survey Lapangan, melaksanakan survei diawal guna bisa memberi gambaran pada umumnya keadaan lokasi Ekowisata yang ada di desa Kare dan pelaku UMKM yang memanfaatkan komoditas Lokal di Desa kare Kabupaten Madiun dan potensi kekuatan, kendala, peluang dan ancamannya.

b. Melaksanakan indept interview yang berkaitan potensi ekowisata dan pelaku UMKM yang dapat dilakukan pengembangannya guna melakukan penyusunan akan model strategi pengembangannya.

c. Focus Discusion Group dengan POKDARWIS, Pelaku UMKM komoditas Lokal dan Instansi terkait dengan pengembangan Ekowisata di desa Kare Kabupaten Madiun.

d. Jenis data yang dipakai ialah data Nominal (kategorikal)

5. Jenis Dan Sumber Data

Data-data yang dipakai pada penelitian berikut didapatkan berdasarkan data sekunder serta data primer, tahapan Pengumpulan data dalam penelitian berikut memakai teknik yakni:

a. Kuesioner

Yakni mengumpulkan data yang dilaksanakan melalui memberi rangkaian daftar pertanyaan pada

responden anggota POKDARWIS, Pelaku usaha wisata, pelaku UMKM komoditas lokal sebagai sampel.

b. Wawancara

Yakni mengumpulkan data melalui bertanya jawab pada sumber data dengan mendalam disesuaikan pada masalah yang diteliti.

c. Dokumentasi

Yakni mengumpulkan data melalui memakai data yang telah dilakukan pengumpulannya oleh instansi/unit lain yang berkaitan pada penelitian Strategi pengembangan Ekowisata berbasis Komunitas lokal.

6. Alat Analisis

Metode SWOT yakni metode perencanaan strategis yang dipakai guna melakukan evaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), serta ancaman (*threats*) pada sebuah proyek ataupun sebuah spekulasi bisnis. Keempat faktor itu lah yang menciptakan akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*). SWOT akan lebih baik dilakukan pembahasannya memakai tabel yang dituliskan pada kertas besar, yang memungkinkan bisa dilakukan analisisnya secara baik hubungan dari tiap aspek tersebut yang berkaitan untuk menentukana tujuan secara spesifik dari spekulasi bisnis ataupun proyek serta memberikan identifikasi akan faktor internal serta eksternal yang menunjang serta tak mendukung pada proses untuk meraih tujuan itu sendiri. Analisis SWOT bisa dilakukan penerapannya menggunakan metode melakukan analisis serta pemilahan pada bermacam persoalan yang memberikan pengaruh pada empat faktor, selanjutnya melakukan penerapan pada gambar matriks SWOT, dimana pengaplikasiannya ialah bagaimanakah kekuatan (*strengths*)

sanggup melakukan pengambilan akan *advantage* atau keuntungan dari *opportunities* atau peluang yang ada, bagaimanakah metode memberikan solusi pada *weaknesses* atau kelemahan yang menghambat *advantage* atau keuntungan dari *opportunities* atau peluang yang ada, kemudian bagaimanakah *strengths* atau kekuatan sanggup berhadapan dengan *threats* atau ancaman yang ada, kemudian terakhir ialah bagaimanakah metode mengatasi *weaknesses* atau kelemahan yang sanggup menciptakan *threats* atau ancaman menjadi nyata ataupun membuat suatu ancaman baru.

Setelah diketahui EFA dan IFA maka disusun Strategi Pengembangan Ekowisata berbasis Komoditas Lokal pada desa Kare Kec. Kare Kab. Madiun.

7. Tahapan Pelaksanaan Penelitian

Pada umumnya penyelenggaraan aktivitas kajian berikut digolongkan menjadi beberapa tahapan, yakni:

a. Tahapan Persiapan

Dalam tahapan persiapan, kegiatan yang mencakup aktivitas-aktivitas:

- 1) Menyiapkan Desain Kajian yang disempurnakan terus menerus
- 2) Melakukan koordinasi dengan berbagai pihak untuk penyamaan persepsi maupun persiapan pengumpulan data
- 3) Menyiapkan Instrumen Penelitian dan pematangan petugas survey
- 4) Menyiapkan kegiatan administrasi penunjang lainnya

b. Tahapan Pengumpulan data

Tahapan pengumpulan data ialah tahapan guna menerjunkan peneliti ke lapangan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dengan menggunakan teknik sebagaimana telah dijelaskan tersebut diatas. Tahap pengumpulan data ini memerlukan waktu yang relative

cukup lama dalam rangka untuk mendapatkan data yang valid dan sah.

c. Tahapan Analisis Data

Tahapan Analisis data ialah tahapan guna memilah, mengelompokan, menganalisisi dan menjelaskan berbagai temuan data lapangan sesuai dengan fokus dan arah kajian. Tahap ni diharapkan mampu memberikan gambaran fokus kajian secara mendalam, detail dan valid. Oleh karena itulah untuk mencapai maksud tersebut dalam tahapan ini akan diperbanyak dengan proses diskusi diantara tenaga ahli untuk mendapatkan hasil analisis yang benar-benar komprehensif.

D. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Banyaknya potensi wisata yang sesungguhnya dapat digali dari Desa Kare sebab daerah tersebut sejuk sebab terdapat pada lereng Gunung Wilis. Amat bagus apabila diolah menjadi sentra wisata agro mirip daerah Batu Malang. Air Terjun Seweru/Kedung Malem atau dikenal pula dengan sebutan Air Terjun Serondo yang berlokasi pada Dusun Seweru Desa Kare Kec.Kare yang terdapat pada area hutan Perhutani , dengan jarak 15 Km ke Timur dari kota Madiun dengan luas obyek wisata 6 Ha di lereng Gunung Wilis yang kondisinya masihlah amat asri ialah satu di antara beberapa potensi wisata yang terdapat pada Desa Kare ataupun air terjun Nawangsari yang berlokasi pada area perkebunan Kopi Kandangan serta Sungai Catur yang amat bagus guna aktivitas Rafting ataupun Tubing. Di bawah ini merupakan destinasi wisata yang terdapat pada Desa Kare

Tabel 1 Destinasi Wisata Desa Kare

No.	Destinasi Wisata
1.	Taman Hutan Pinus Nongko Ijo
2.	Air Terjun Kedung Malem
3.	Tambak Lare
4.	Rumah Kopi
5.	Aswin Loka
6.	Wisata Edukasi PLTMH Catur
7.	Air Terjun Nawang Sari
8.	Situs Selo Manten
9.	Kebun Kopi Kandangan
10.	Gua Jepang Longkrap Jepang
11.	Pendakian Gunung Wilis
12.	Monumen Brimob Sakip Sanali
13.	Rute Gerilya Jendral Sudirman
14.	Kawah Gunugn Wilis Purba, Batu Garuda
15.	Belik Sempu
16.	Bumi Perkemahan Lapangan Desa Kare
17.	Situs sejarah dan budaya Pemerintahan Kab.Madiun di Kare
18.	Situs Penggorengan Kopi Peninggalan Belandadi Puncu Gondosuli.
19.	Destinasi Kali Catur, Destinasi Kali Nongko Ijo, Destinasi Kali Gandong, Destinasi Kali Grenjeng.

1. Analisis Data

Berdasar dari tahapan menyajikan data serta deskripsi responden selanjutnya dilaksanakan analisa data menggunakan analisa SWOT (Strengths/kekuatan, Weakness/kelemahan, Opportunities /peluang, Threath /ancaman) analisis itu sendiri dilaksanakan menggunakan analisis IFAS (kekuatan dan kelemahan) serta analisis EFAS (Peluang dan ancaman) untuk melakukan penyusunan pada strategi pengembangan pengembangan eko wisata berbasis komoditas lokal Desa Kare, Kecamatan Kare, Kabupaten.Madiun bisa dilihat yakni:

STRENGTH (KEKUATAN)

Kekuatan adalah potensi yang dimiliki oleh desa Kare dan berdasarkan analisis data maka kekuatan yang dimiliki oleh Desa Kare adalah sebagai berikut:

- a. Pemerintahan Desa Kare memiliki Visi dan Misi yang didefinisikan dalam strategi organisasi yang jelas, terukur dan terarah.
 - b. Komunikasi Kepala Desa dan Perangkat Desa dgn masyarakat berjalan dengan baik.
 - c. Tempat Wisata alam Hutan lindung, Nongk Ijo, bekerjasama dengan Perhutani sangat indah pemandangannya dan Udaranya sangat sejuk
 - d. Lokasi wisata Tambak Lare dengan air terjunnya sangat menarik untuk dikembangkan sebagai obyek ekowisata.
 - e. Lokasi Wisata air terjun Seweru sangat menarik untuk para wisatawan dan digunakan oleh para pendaki menuju gunung Wilis
 - f. Komoditas lokal Kopi Kare yang cukup banyak di desa Kare sebagai potensi Komoditas Lokal
 - g. Pasar wisata yang rencananya terletak di dekat lokasi menuju pendakian gunung Wilis sangat mendukung pengembangan ekowisata desa Kare
 - h. Kebijakan dan Aturan Desa dan Pemda, mendukung tumbuh kembangnya ekowisata, mendukung Wiayah Desa Kare untuk menjadi Desa Ekowisata
 - i. Semua fasilitas di Desa Kare sangat mendukung untuk mengembangkan Desa Wisata (Ekowisata)
- a. SDM/POKDARWIS belum maksimal kegiatannya untuk mengembangkan Desa Wisata (eko wisata)
 - b. Visi dan Misi kurang dimaksimalkan implementasinya
 - c. Tanah bengkok yang cukup luas masih belum dimanfaatkan secara optimal.
 - d. Tempat Wisata alam Hutan lindung, Nongk Ijo, masih sangat minim tempat UMKM dan tempat Parkirnya sangat kurang
 - e. Lokasi wisata Tambak Lare dengan air terjunnya masih belum di dukung oleh fasilitas yang memadai sebagai lokasi ekowisata
 - f. Lokasi Wisata air terjun Seweru sebagai lokasi yang dilewati oleh para pendaki gunung dan wisatawan belum dikelola secara maksimal
 - g. Pasar wisata masih belum terwujud dengan sempurna
 - h. Pasar wisata masih belum banyak ditempati UMKM Lokal untuk memasarkan Produknya
 - i. Beberapa lokasi Wisata seperti, Agrowisata, cagar budaya dan Musium yang pasif tidak dimanfaatkan
 - j. Belum banyak UMKM dengan memanfaatkan komoditas lokal yang ada di lokasi wisata desa Kare.

OPPORTUNITIES (PELUANG)

Peluang merupakan suatu kesempatan yang sangat penting yang sangat ditunggu oleh pemerintahan desa. Peluang-peluang yang datang ini pada umumnya bersifat akan menguntungkan namun terkadang peluang yang datang ini belum tentu langsung bisa diterima dikarenakan kendala-kendala tertentu. Peluang-peluang tersebut meliputi:

- a. Banyaknya Lokasi ekowisata di desa Kare, sangat menyenangkan bagi wisatawan untuk mengunjungi

WEAKNESS (KELEMAHAN)

Weakness/kelemahan merupakan suatu keterbatasan serta kekurangan dalam strategi pengelolaan ekowisata yang dapat menghambat pengembangan wisata seperti misalnya:

- b. Makanan dan minuman khas desa Kare seperti kopi merupakan keunggulan ekowisata desa Kare
- c. Makanan dan minuman khas desa seperti coklat, merupakan keunggulan ekowisata desa Kare
- d. Makanan dan minuman khas desa Kare seperti tanaman stevia yang merupakan merupakan keunggulan ekowisata desa Kare
- e. Mudahnya akses sarana dan prasarana yang ada untuk menuju ke lokasi wisata Desa Kare
- f. Pemerintah Desa, Kecamatan dan Kabupaten, sangat mendukung pengembangan Ekowisata.
- g. Banyak potensi wisata alam yang dapat dikembangkan oleh UMKM sebagai Bisnis pelengkap Ekowisata.
- h. APBDES yang dapat mendukung ekowisata di desa Kare
- i. Banyak komoditas lokal yang bisa dikembangkan UMKM di desa Kare
- j. Pasar wisata yang disediakan oleh Pemerintahan Desa Kare merupakan kesempatan bagi pelaku UKM untuk memasarkan Produk potensi lokal

THREATS (ANCAMAN)

Kebalikan dari peluang, Ancaman ialah situasi penting yang tak memberikan keuntungan. Beberapa analisis kesempatan dilakukan peninjauannya dari faktor external. Peluang dalam pengembangan pariwisata di desa Kare adalah sebagai berikut:

- a. Lokasi wisatanya sulit dijangkau dan sangat jauh
- b. Banyak lokasi wisata dekat Desa kare yang lebih menarik
- c. Banyaknya media Promosi yang menawarkan jasa wisata yang lebih menarik disekitar desa Kare.
- d. Produk UMKM yang ditawarkan kurang menarik mendukung kegiatan eko wisata di desa kare sehingga sulit merebut pangsa pasar

- e. Proses produksi menghasilkan komodits lokal pendukung Wisata berdampak yang tidak diterima dengan baik oleh masyarakat sekitar.
- f. Sulit untuk mendapatkan modal dan dana untuk mengembangkan Ekowisata di desa Kare
- g. SDM yang ada belum memadai dan sulit mendapatkan SDM memadai
- h. Promosinya sangat kurang dan media yang digunakan juga harus tepat, sementara para pesaing wisata cukup bagus
- i. Banyak lokasi wisata menawarkan harga yang lebih terjangkau dibandingkan wisata Desa Kare
- j. Komoditas Lokal di Desa Kare sulit dikembangkan

2. Pembahasan

ANALISIS IFAS (OPPORTUNITIES/PELUANG DAN TREATH/ANCAMAN)

Matriks IFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari faktor-faktor internal yang terdapat pada di Desa Kare dalam mengembangkan Eko Wisata menunjukkan kondisi Desa Kare berupa kekuatan dan kelemahan yang dihitung berdasarkan rating dan bobot. Adapaun table SWOT dapat dilihat sebagai berikut:

Dan hal ini berarti tingkat kekuatan masih lebih besar dari kelemahannya. Berdasarkan konsep kekuatan dan kelemahan pada pengembangan eko wisata berbasis komoditas lokal di Desa Kare dapat dianalisis sebagai berikut:

a. STRENGTH/ KEKUATAN

- 1) Desa Kare memiliki komoditas lokal seperti kopi Kare yang sudah cukup terkenal sampai keluar Kota Madiun disamping komoditas lain yang dikembangkan oleh UMKM Desa Kare seperti Coklat, The Mint, Makanan Kemplang dan Batik.

- 2) Desa Kare juga memiliki tempat pariwisata yang menjadi jujukan masyarakat setempat maupun masyarakat diluar kabupaten Madiun seperti Hutan Lindung Nongko Ijo yang bekerjasama dengan Perhutani sangat indah pemandangannya, Air Terjun Tambak Lare dan Seweru yang dilewati oleh pendaki Gunung Wikis dan Gunung Wilis yang banyak dikunjungi oleh para pendaki dari seluruh Indonesia.
- 3) Pengembangan eko wisata berbasis komoditi lokal sangat potensial untuk dikembangkan dengan membangun fasilitas yang memadai untuk memberikan ruang dan tempat bagi komoditas lokal di tempat-tempat wisata tersebut.
- 4) Dengan memfasilitasi komoditas lokal pada obyek-obyek pariwisata diharapkan mampu mengembangkan atau meningkatkan pendapatan daerah di Desa Kare.

b. WEAKNESS (KELEMAHAN)

Dengan kekuatan yang dimiliki diatas akan mengurangi beberapa kelemahan yang ada dalam mengembangkan pariwisata berbasis komoditas lokal adalah sebagai berikut:

- 1) Masih minimnya fasilitas dan tempat yang disediakan bagi UMKM untuk menjual komoditas lokal di tempat-tempat pariwisata di desa Kare.
- 2) Desa Kare memiliki tanah bengkok yang cukup luas tapi tidak dimanfaatkan secara optimal dimana rencana pembangunan pasar wisata di tanah tersebut sampai saat ini belum juga terwujud.
- 3) Belum banyaknya pelaku UMKM yang memanfaatkan tempat wisata

sebagai tempat untuk menjual produknya yang disebabkan karena fasilitas yang belum mendukung.

- 4) Masih banyak tempat wisata seperti agrowisata, cagar budaya dan museum yang massif dan tidak dikelola secara maksimal.

ANALISIS SWOT EFAS (EKSTERNAL FACTOR ANALISIS SWOT)

Matriks EFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari factor-factor eksternal yang terdapat Desa Kare dalam pengembangan eko wisata berbasis komoditas lokal berdasarkan analisis SWOT pada matrik EFAS dicantumkan pada Tabel 3.

Strategi Pengembangan Eko Wisata berbasis Komoditas Lokal mempunyai peluang yang cukup bagus untuk dikembangkan. Adapun Peluang-peluang dalam pengembangannya adalah:

c. OPPORTUNITIES (PELUANG)

Pengembangan eko wisata berbasis komoditas lokal mempunyai peluang yang sangat bagus bagi Desa Kare, peluang tersebut antara lain:

- 1) Banyak lokasi ekowisata di Desa Kare yang sangat bagus dan menyenangkan untuk dikunjungi
- 2) Banyaknya potensi wisata alam yang yang dapat dikembangkan oleh UMKM sebagai bisnis pelengkap ekowisata
- 3) Mempunyai komoditas lokal berupa makanan dan minuman seperti kopi, coklat, the mint dan stevia yang merupakan produk unggulan dan banyak dikembangkan oleh pelaku UMKM di desa Kare
- 4) Mudah akses sarana dan prasarana yang ada untuk menuju ke lokasi ekowisata di desa Kare

- 5) Pemerintah Desa, Kecamatan dan Kabupaten sangat mendukung pengembangan ekowisata di Desa Kare melalui APBEDES yang alokasi dananya dianggarkan cukup besar
- 6) Rencana pembuatan pasar wisata di tanah bengkok yang cukup luas yang merupakan base camp menuju pendakian Gunung Wilis dapat dimanfaatkan oleh pelaku UKM untuk memasarkan produknya.

Tabel. 2. Matriks IFAS

NO	FAKTOR INTERNAL				
	STRENGTHS	JUMLAH	RATING	BOBOT	SKOR
1	Pemerintahan Desa Kare memiliki Visi dan Misi yang didefinisikan dalam strategi organisasi yang jelas, terukur dan terarah.	320	3,47826087	0,052321779	0,181988796
2	Komunikasi Kepala Desa dan Perangkat Desa dgn masyarakat berjalan dengan baik.	322	3,5	0,05264879	0,184270765
3	Pemerintah Desa mempunyai tanah bengkok yang luas, yang rencananya akan dijadikan Pasar wisata	326	3,543478261	0,053302812	0,188877357
4	Tempat Wisata alam Hutan lindung, Nongk Ijo, bekerjasama dengan Perhutani sangat indah pemandangannya dan Udaranya sangat sejuk	308	3,347826087	0,050359712	0,168595558
5	Lokasi wisata Tambak Lare dengan air terjunnya sangat menarik untuk dikembangkan sebagai obyek ekowisata	318	3,456521739	0,051994768	0,179721045
6	Lokasi Wisata air terjun Seweru sangat menarik untuk para wisatawan dan digunakan oleh para pendaki menuju gunung Wilis	308	3,347826087	0,050359712	0,168595558
7	Komoditas lokal Kopi kare yang cukup banyak di desa kare sebagai potensi Komoditas Lokal	331	3,597826087	0,05412034	0,194715571
8	Pasar wisata yang rencananya terletak di dekat lokasi menuju pendakian gunung Wilis sangat mendukung pengembangan ekowisata desa Kare	326	3,543478261	0,053302812	0,188877357
9	Kebijakan dan Aturan Desa dan Pemda, mendukung tumbuh kembangnya ekowisata, mendukung Wiayah Desa kare untuk menjadi Desa Ekowisata	322	3,5	0,05264879	0,184270765
10	Semua fasilitas di Desa kare sangat mendukung untuk mengembangkan Desa Wisata	330	3,586956522	0,053956835	0,19354082
JUMLAH					1,83
WEAKNESS (KELEMAHAN)					
1	SDM/POKDARWIS belum maksimal kegiatannya untuk mengembangkan Desa Wisata (eko wisata)	276	3	0,045127534	0,135382603
2	Visi dan Misi kurang dimaksimalkan implementasinya	266	2,891304348	0,043492479	0,125749993
3	Tanah bengkok yang cukup luas masih belum dimanfaatkan secara optimal.	284	3,086956522	0,046435579	0,143344613
4	Tempat Wisata alam Hutan lindung, Nongk Ijo, masih sangat minim tempat UMKM dan tempat Parkirnya sangat kurang	288	3,130434783	0,047089601	0,147410925
5	Lokasi wisata Tambak Lare dengan air terjunnya masih belum di dukung oleh fasilitas yang memadai sebagai lokasi ekowisata	294	3,195652174	0,048070634	0,153617027
6	Lokasi Wisata air terjun Seweru sebagai lokasi yang dilewati oleh para pendaki gunung dan wisatawan belum dikelola secara maksimal	290	3,152173913	0,047416612	0,149465408
7	Pasar wisata masih belum terwujud dengan sempurna	320	3,47826087	0,052321779	0,181988796
8	Pasar wisata masih belum banyak ditempati UMKM Lokal untuk memasarkan Produknya	296	3,217391304	0,048397646	0,155714164
9	Beberapa lokasi Wisata seperti, Agrowisata, cagar budaya dan Musium yang pasif tidak dimanfaatkan	301	3,27173913	0,049215173	0,161019208
10	Belum banyak UMKM dengan memanfaatkan komoditas lokal yang ada di LOKASI wisata desa Kare	290	3,152173913	0,047416612	0,149465408
JUMLAH					1,50
TOTAL		5198		1,00	3,34

Sumber: Data Diolah

Tabel 3. Matriks EFAS

NO	FAKTOR EKSTERNAL	JUMLAH	RATING	BOBOT	SKOR
	OPPURTUNITIES (PELUANG)				
1	Banyaknya Lokasi ekowisata di desa Kare, sangat menyenangkan bagi wisatawan untuk mengunjungi	315	3,423913043	0,054640069	0,187082846
2	Makanan dan minuman khas desa Kare seperti Kopi merupakan keunggulan ekowisata desa Kare	320	3,47826087	0,055507372	0,19306912
3	Makanan dan minuman khas desa seperti coklat, merupakan keunggulan ekowisata desa Kare	302	3,282608696	0,052385082	0,171959727
4	Makanan dan minuman khas desa Kare seperti tanaman stevia yang merupakan merupakan keunggulan ekowisata desa Kare	292	3,173913043	0,050650477	0,16076021
5	Mudahnya akses sarana dan prasarana yang ada untuk menuju ke lokasi wisata Desa Kare	318	3,456521739	0,055160451	0,190663298
6	Pemerintah Desa, Kecamatan dan Kabupaten, sangat mendukung pengembangan Ekowisata.	317	3,445652174	0,05498699	0,189466043
7	Banyak potensi wisata alam yang dapat dikembangkan oleh UMKM sebagai Bisnis pelengkap Ekowisata .	321	3,489130435	0,055680833	0,194277688
8	APBDES yang dapat mendukung ekowisata di desa Kare	325	3,532608696	0,056374675	0,199149666
9	Banyak komoditas lokal yang bisa dikembangkan UMKM di desa Kare	323	3,510869565	0,056027754	0,196706135
10	Pasar wisata yang disediakan oleh Pemerintahan Desa Kare merupakan kesempatan bagi pelaku UKM untuk memasarkan Produk potensi lokal	328	3,565217391	0,056895056	0,202843244
JUMLAH					1,89
THREATS (ANCAMAN)					
1	Lokasi wisatanya sulit dijangkau dan sangat jauh	224	2,434782609	0,03885516	0,094603869
2	Banyak lokasi wisata dekat Desa kare yang lebih menarik	277	3,010869565	0,048048569	0,14467974
3	Banyaknya media Promosi yang menawarkan jasa wisata yang lebih menarik disekitar desa Kare.	268	2,913043478	0,046487424	0,135419888
4	Produk UMKM yang ditawarkan kurang menarik mendukung kegiatan eko wisat di desa kare sehingga sulit merebut pangsa pasar	274	2,97826087	0,047528187	0,141551341
5	Proses produksi menghasilkan komodits lokal pendukung Wisata berdampak yang tidak diterima dengan baik oleh masyarakat sekitar.	248	2,695652174	0,043018213	0,11596214
6	Sulit untuk mendapatkan modal dan dana untuk mengembangkan Ekowisata di desa Kare	275	2,989130435	0,047701648	0,142586447
7	SDM yang ada belum memadai dan sulit mendapatkan SDM memadai	266	2,891304348	0,046140503	0,133406237
8	Promosinya sangat kurang dan media yang digunakan juga harus tepat, sementara para pesaing wisata cukup bagus	282	3,065217391	0,048915872	0,14993778
9	Banyak lokasi wisata menawarkan harga yang lebih terjangkau dibandingkan wisata Desa Kare	252	2,739130435	0,043712056	0,119733022
10	Komoditas Lokal di Desa Kare sulit dikembangkan	238	2,586956522	0,041283608	0,106798899
JUMLAH					1,28
TOTAL		4906		1,00	3,17

Sumber: Data Diolah

d. THREATS (ANCAMAN)

Sedangkan kebalikan dari peluang, ancaman ialah situasi penting yang tak memberikan keuntungan. Beberapa analisis kesempatan dilakukan peninjauan dari faktor external adalah sebagai berikut:

- 1) Lokasi wisata yang sulit dijangkau dan akses jalan yang belum memadai
- 2) Banyak tempat wisata didekat desa Kare yang tak kalah menariknya dan promosi yang dilakukan jauh lebih menarik dibandingkan yang dilakukan oleh Desa Kare.
- 3) Produk UKM yang ditawarkan kurang menarik dan tidak

mendukung ekowisata sehingga tidak mampu menarik pangsa pasar

- 4) Sulitnya mendapatkan dana dan modal untuk mengembangkan ekowisata di Desa Kare
- 5) SDM yang masih sangat minim dan sulit dikembangkan sehingga tidak mampu melakukan promosi yang menarik pada era digital seperti sekarang ini.

Penghitungan Matrik Dan Prioritas Strategi

Berdasarkan analisis tabel faktor internal serta faktor eksternal di atas memperlihatkan faktor kekuatan (S) memiliki skor 1,83 juga kelemahan (W)

yang memperoleh skor 1,50. Sementara itu, faktor peluang (O) memiliki skor 1,89 serta faktor ancaman (T) yang memperoleh skor 1,28. Yang menjadikan diperoleh skor IFAS yakni berjumlah 3,34 serta skor EFAS berjumlah 3,17.

Total skor analisis factor strategi internal (IFAS) mendapatkan skor 3,34 yang memperlihatkan bahwasanya pada Desa Kare mempunyai kekuatan yang besar guna menghadapi peluang serta ancaman yang ada. Jumlah skor EFAS yang sudah dilaksanakan pembobotan yang berating sejumlah 3,17 memperlihatkan bahwa Desa Kare cukup tanggap ataupun responsif dengan terdapatnya peluang serta ancaman yang terjadi.

Guna melakukan penentuan akan posisi koordinat kuadran, bisa dilakukan pencarian melalui metode melakukan perhitungan selisih dari total faktor kekuatan (S) dengan total faktor kelemahan (W). Selanjutnya dilakukan

perhitungan pun selisih dari total skor peluang (O) dengan total skor ancaman (T) yakni:

$$\text{IFAS} = \text{Total Skor Kekuatan} - \text{Total Skor Kelemahan}$$

$$= 1,83 - 1,50$$

$$= 0,33$$

$$\text{EFAS} = \text{Total Skor Peluang} - \text{Total Skor Ancaman}$$

$$= 1,89 - 1,28$$

$$= 0,61$$

Setelah diketahui titik pertemuan diagonal-diagonal tersebut (X), maka posisi Desa Kare diketahui pada kuadran I yang menunjukkan bahwa Pengembangan Ekowisata Berbasis Komoditas Lokal memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*). Hasil perhitungan dari masing-masing kuadran dapat digambarkan pada table berikut ini:

Tabel 4. Strategi yang mendukung pertumbuhan yang agresif

KUADRAN	POSISI TITIK		LUAS MATRIK	RANGKING	PRIORITAS STRATEGI	STRATEGI
SO	1,83	1,89	3,46	1	GROWTH	STRATEGI AGRESIF
WO	1,50	1,89	2,83	2	KOMBINASI	STRATEGI DIVERSIFIKASI
WT	1,50	1,28	1,93	4	PENCIUTAN	STRATEGI DEFENSIF
ST	1,83	1,28	2,36	3	STABILITAS	STRATEGI TURNAROUND

Keterangan:

1. Kuadran I (SO Strategi) strategi umum yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengambil setiap keunggulan pada kesempatan yang ada.
2. Pada kuadran II (WO Strategi) perusahaan dapat membuat keunggulan pada kesempatan sebagai acuan untuk memfokuskan kegiatan dengan menghindari kelemahan.
3. Pada kuadran III (WT Strategi) Meminimumkan segala kelemahan untuk menghadapi setiap ancaman.

4. Pada kuadran IV (ST Strategi) Menjadikan setiap kekuatan untuk menghadapi setiap ancaman dengan menciptakan diversifikasi untuk menciptakan peluang.

Dari pengolahan data untuk mengetahui luas matrik dan prioritas strategi pada tabel di atas, maka diperoleh hasil luas matrik terbesar pada kuadran I dengan luas matrik 3,39. Uraian mengenai posisi ranking luas matrik kuadran pada Tabel di atas antara lain:

- a. Ranking ke 1: Pada kuadran ke I dengan luas matrik 3,46

- b. Ranking ke 2: Pada kuadran II dengan luas matrik 2,83
 - c. Ranking ke 3: Pada kuadran IV dengan luas matrik 1,93
 - d. Ranking ke 4: Pada kuadran III dengan luas matrik 2,36
- Berdasarkan perolehan rangking tersebut maka dapat di gambarkan dalam tabel kombinasi Strategi matrik SWOT sebagai berikut:

Tabel 5. Kombinasi Strategi Matrik SWOT

	STRENGTH (S) WEAKNES (W)	STRENGTH (S) WEAKNES (W)
OPPORTUNITIES (O)	Strategi SO 1,83 + 1,89 3,72 I	Strategi WO 1,50 + 1,89 3,39 II
THREATS (T)	Strategi ST 1,50 + 1,28 2,78 III	Stretegi WT 1,83 + 1,28 3,11 IV

Hasil pada table diatas tersebut menunjukkan bahwa strategi utama yang dihasilkan adalah strategi SO dengan nilai tertinggi 3,72 pada posisi 1 yaitu menggunakan kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar – besarnya.

Pembahasan Strategi Optimalisasi Pengembangan Ekowisata Berbasis Komoditas Lokal

Berdasarkan kombinasi alternatif strategi diatas, maka Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Komoditas Lokal di Desa Kare adalah sebagai berikut:

1. Rangking Pertama Adalah Strategi Agresif

Strategi agresif adalah strategi S-O, yaitu strategi menggunakan kekuatan (strength) yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang (opportunity) yang ada. Desa Kare mempunyai kekuatan internal yang dapat digunakan untuk mengambil keuntungan dari berbagai trend dan kejadian eksternal. Jika Desa Kare memiliki kekurangan, maka Desa Kare akan berjuang untuk mengatasinya dan mengubah kelemahannya menjadi

kekuatan dalam mengembangkan ekowisata berbasis komoditas lokal. Pada saat Desa Kare dihadapkan pada ancaman yang besar, maka Desa Kare akan berusaha menghindarinya untuk berkonsentrasi pada peluang. Dengan mengacu pada strategi agresif ini, maka sebaiknya strategi yang dilakukan adalah:

- a. Mempercepat pembangunan pasar wisata di daerah selingkar Wilis agar segera dapat digunakan untuk memasarkan produk UKM sehingga dapat menjadi jujukan bagi wisatawan untuk mencari oleh-oleh khas Desa Kare
- b. Memperbaiki akses jalan menuju tempat wisata dan sarana prasarana yang mendukung agar memudahkan wisatawan untuk berkunjung.
- c. Melakukan pembinaan SDM dan mendorong pokdarwis untuk lebih berperan dalam memperkenalkan ekowisata di Desa Kare
- d. Memberikan pelatihan kepada pelaku UKM agar komoditas lokal desa Kare lebih menarik dan mempunyai nilai jual

- e. Menyediakan sarana dan prasana bagi komoditas lokal yang dihasilkan oleh UMK di tempat-tempat wisata yang banyak dikunjungi oleh masyarakat.
- f. Melakukan promosi secara digital melalui media sosial yang selalu diupdate agar dapat lebih mengenalkan potensi ekowisata yang ada di desa Kare.

2. Rangkaing Kedua Adalah Strategi Diversifikasi

Strategi pengembangan ekowisata berbasis komoditas lokal di Desa Kare yang sebaiknya dilakukan dalam Strategi Deversifikasi ini adalah :

- a. Komoditas lokal hasil UMKM di desa Kare melakukan inovasi dalam produknya agar lebih menarik dan diminati oleh pengunjung
- b. Pembinaan oleh dinas terkait untuk melakukan pendampingan, pelatihan teknis dalam hal pembuatan produk UMKM
- c. Bekerjasama secara intens dengan pendampingan dari Lembaga Perguruan Tinggi untuk meningkatkan nilai jual produk UMKM
- d. Pemerintahan desa atau Pemda bisa melengkapi dengan sarana -prasarana lain untuk mendukung pengembangan ekowisata di Desa Kare
- e. Bekerjasama dengan Lembaga keuangan untuk mendapatkan pinjaman dana untuk pengembangan ekowisata dan UMKM
- f. Melakukan riset pasar terhadap harga dan kualitas produk UMKM Desa Kare agar dapat bersaing dengan produk UMKM dari desa sekitar

3. Rangkaing Ketiga adalah Strategi Turn Around

Strategi Turn Arraound adalah memperbaiki kelemahan internal Desa Kare dengan cara meningkatkan Sumber Daya manusia dan tata Kelola

kelembagaan Desa Kare. Strategi yang dapat dilakukan adalah:

- a. Memberikan pelatihan agar dapat meningkatkan ketrampilan peserta Pokdarwis dalam mengembangkan ekowisata Desa Kare
- b. Memaksimalkan implementasi visi misi Desa Kare
- c. Memanfaatkan secara optimal penggunaan tanah bengkok untuk kegiatan UMKM yang dapat mendukung pengembangan ekowisata
- d. Menyediakan fasilitas bagi UMKM di lokasi ekowisata dengan tujuan untuk memudahkan UMKM dalam memasarkan produknya
- e. Segera menyelesaikan pembangunan pasar wisata agar dapat ditempati oleh UMKM untuk memasakan produknya.
- f. Memanfaatkan kembali tempat-tempat wisata yang selama ini pasif seperti Agrowisata, cagar budaya dan Musium
- g. Mengajak para pelaku UMKM untuk memanfaatkan komoditas lokal yang ada di sekitar tempat wisata.

4. Rangkaing keempat adalah Strategi Divensif

Strategi Divensif adalah mempertahankan kekuatan yang dimiliki oleh desa Kare untuk mengembangkan ekowisata berbasis komoditas lokal. Strategi yang dapat dilakukan adalah:

- a. Mempertahankan visi dan misi yang telah didefinisikan secara jelas, terukur dan terarah dalam strategi organisasi kelembagaan Desa Kare
- b. Mempertahankan pola komunikasi yang sudah berjalan dengan baik antara kepala desa dengan perangkat desa dan masyarakat.
- c. Merealisasikan Pasar Wisata di lahan tanah bengkok sudah direncanakan
- d. Bekerjasama dengan Perhutani untuk mengembangkan tempat wisata

- e. Mengembangkan wisata Tambak Lare dengan air terjunnya yang indah menjadi obyek ekowisata
- f. Meningkatkan potensi Kopi Kare sebagai komoditas lokal
- g. Pendukung pengembangan pasar wisata yang rencananya dibangun didekat lokasi menuju pendakian gunung Wilis
- h. Mendukung kebijakan dan aturan desa dan Pemda dalam menumbuh kembangkan ekowisata dan Desa Kare menjadi Desa Ekowisata
- i. Mempertahankan semua fasilitas di Desa Kare yang mendukung pengembangan Desa Wisata.

E.KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil Analisis SWOT maka dapat diambil kesimpulan yang menunjukkan kondisi desa Kare Kecamatan Kare Kabupaten Madiun dalam upaya mengembangkan Ekowisata berbasis komoditas Lokal sebagai berikut:

- a. Hasil analisis menggunakan IFAS matrik menunjukkan tingkat kekuatan masih lebih besar dari kelemahannya. Kekuatan utama yang dimiliki Desa Kare adalah komoditas lokal Kopi Kare yang cukup banyak di Desa Kare sebagai potensi komoditas dengan skor yang dimiliki dan semua fasilitas di Desa Kare sangat mendukung untuk mengembangkan desa wisata dan kelemahan utama yang dimiliki Desa Kare adalah pasar wisata belum terwujud secara sempurna
- b. Hasil analisis menggunakan IFAS matrik menunjukkan peluang lebih besar daripada ancaman. Peluang utama yang dimiliki Desa Kare adalah Pasar Wisata yang disediakan oleh Pemerintah Desa

Kare merupakan kesempatan bagi pelaku UKM untuk memasarkan produk lokal mereka. Sedangkan ancaman utama yaitu promosi sangat kurang dan media yang digunakan kurang tepat sementara para pesaing wisata cukup bagus. Dengan demikian dalam Strategi Pengembangan Eko Wisata berbasis Komoditas Lokal mempunyai peluang yang cukup bagus untuk dikembangkan.

- c. Hasil analisis menggunakan SWOT menunjukkan strategi terbesar pada Strengths Opportunities (SO) dengan nilai matrik sebesar 3,46, Weaknesses Opportunities dengan nilai matrik sebesar 2,83, Strengths Threats (ST) dengan nilai matrik sebesar 2,36 dan terakhir Weaknesses Threats (WT) dengan nilai matrik 1,93.
- d. Hasil analisis posisi menunjukkan Desa Kare berada pada kuadran I yang menunjukkan bahwa Pengembangan Ekowisata Berbasis Komoditas Lokal memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

2. Rekomendasi

Mengingat Desa Kare Kecamatan Kare Kabupaten Madiun mempunyai kekuatan dan peluang yang cukup besar dalam pengembangan ekowisata berbasis komoditas lokal maka beberapa saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

- a. Pasar wisata yang masih dalam tahap perencanaan segera diwujudkan sehingga dapat menjadi tempat bagi UMKM untuk memasarkan produknya dalam upaya menunjang

- pengembangan ekowisata yang ada di Desa Kare
- b. Melakukan promosi yang lebih gencar menggunakan media sosial seperti Intragram, Face Book, TikTok ataupun media sosial lainnya yang terus diperbaharui informasinya mengenai tempat-tempat pariwisata dan komoditas lokal desa Kare sehingga dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas
 - c. Mengadakan berbagai event dilokasi pariwisata pada hari-hari tertentu seperti misalnya pada saat liburan sekolah, tahun baru, hari raya tertentu dan lain-lainnya dengan menampilkan berbagai produk unggulan UMKM agar menarik minat para pengunjung.
 - d. Meningkatkan skill anggota pokdarwis agar lebih dapat memaksimalkan kemampuan mereka dalam memandu pariwisata yang ada di Desa Kare dengan cara mengikut sertakan dalam pelatihan, workshop dan event-event kepariwisataan yang ada diluar Desa Kare.

REFERENSI

- Dwi Bhakti Iriantini, Markus Patiung, Soemaryono dan Kholidiah, Identifikasi Komoditi Unggulan Sektor Ekonomi Kabupaten Madiun, Jurnal Pemerintahan, Pembangunan dan Inovasi Daerah, Vol. 1, No. 2, Desember 2019, Hal 119-132,
- Kotler, Philip and Keller, Kevin, (2009). Management pemasaran. Edisi tiga belas jilid 1. Jakarta: PT. Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad, 2009”*Ekonomi Pembangunan, Teori, Masalah dan Kebijakan*”, UPP AMP YKPN, Yogyakarta
- Nawawi, Hadari. 2009. “Metode Penelitian Bidang Sosial”. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Peraturan Menteri BUMN No. PER-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan
- Radiosunu, 2001. “Manajemen Pemasaran” Yogyakarta. BPFE UGM
- Sugiyono. 2012. “Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D”, Cetakan ke-15 Bandung: Alfabeta
- Sukirno Sadono, 2010 “*Ekonomi Pembangunan*” Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- Tjiptono, Fandy 2015. strategi pemasaran edisi 4. Yogyakarta: Andi offset
- Todaro, Michael P & Smith, Stephen C, 2014.*Pembangunan Ekonomi di Dunia ketiga*” Erlangga, Jakarta
- Tikson, Dedi. 2009. Teori Pembangunan Indonesia Malaysia dan Thailand: Keterbatasan dan Ketergantungan: Makasar: Inninnawa