BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Wisata Edukasi Kampung Lele

1. Sejarah Wisata Edukasi Kampung Lele

Wisata Edukasi Kampung Lele didirikan pada 26 November 2016 oleh Bapak Mariyani yang berlatar belakang pembudidaya ikan lele dimana terjadi permasalahan harga ikan lele anjlok dan over produksi yang tidak laku dijual karena ukuran ikan lele sudah melebihi dari ukuran ikan konsumsi. Dengan permasalahan yang dialami, Bapak Mariyani mempunyai keinginan memperkenalkan ikan tidak hanya seputar di goreng ataupun disayur lodeh saja serta ingin masyarakat atau anak-anak bisa mengkonsumsi ikan dengan harga yang ekonomis. Maka munculah ide membuat olahan yang berbahan dasar ikan lele, didukung dengan keluarga yang hobi masak kemudian jadilah ikan lele menjadi sate lele.[1]

Sebelum Bapak Mariyani memasarkan hasil olahannya, beliau memberikan testi olahan lele kepada keluarga, masyarakat ketika ada kegiatan karnafal dan membuka stand pada acara peringatan HUT Kemerdekaan di Kecamatan. Alhamdulillah mendapatkan respon yang sangat baik, selain itu dari isu yang beredar pemerintah memebuat

[1]Wawancara dengan Bapak Mariyani Selaku PemilikWisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

program GEMARIKAN yaitu Gerakan Masyarakat Makan Ikan karena diperoleh kasus bahwa anak-anak terkena penyakit stunting dimana penyakit tersebut salah satu faktornya adalah faktor ekonomi maka Bapak Mariyani mengolah ikan lele dengan harga yang ekonomis.

Dengan demikian, Bapak Mariyani memberanikan diri untuk membuka Wisata Edukasi Kampung Lele dimana pengunjung tidak hanya makan olahan ikan lele saja, tapi bisa beredukasi dengan memperkenalkan apa itu manfaat ikan bagi tubuh, memberi pakan ikan lele d kolam, tangkap ikan lele, outbond dan juga berenang.

Wisata Edukasi Kampung Lele bertempat di Dusun Cakruk Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri seluas 1 Ha. Seiring berjalannya waktu usaha tersebut berkembang dan dikenal oleh masyarakat dalam kota maupun luar kota. Selain itu Wisata Edukasi Kampung Lele, dipilih untuk mewakili ajang perlombaaan baik tingkat provinsi maupun tingkat nasional. Wisata Edukasi kampung Lele sudah memiliki surat izin produksi dari Sertifikat Halal dari MUI, TDT (Tanda Daftar Perusahaan, SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), SPKP (Surat Penyuluh Keamanan Pangan) dan Permohonan izin P-IRT (Produk Industri Rumah Tangga).[2]

[2]Wawancara dengan Bapak Mariyani Selaku PemilikWisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

2. Visi, Misi dan Tujuan Wisata Edukasi Kampung Lele

a. Visi / Komitmen

1. Menjadikan produk-produk makanan olahan berbahan dasar ikan lele aman dan bermutu untuk dikonsumsi oleh masyarakat.

b. Misi

1. Mengolah makanan berbahan dasar ikan lele yang dapat diterima oleh masyarakat.
2. Menerapkan standart mutu produk secara konsisten agar menghasilkan produk olahan ikan dengan baik.
3. Melatih tenaga-tenaga pengolah makanan berbahan dasar ikan lele, serta dapat menyalurkan ilmu kepada masyarakat luas.
4. Memelihara alat yang ada terus melengkapi dan memodernisasi alat produksi agar dapat mengasilkan produk yang layak konsumsi dengan harga terjangkau.

c. Tujuan

Olahan ikan lele dapat diterima masyarakat luas karena nilai rasa dan manfaatnya.Untuk itu ikan lele harus diolah oleh tangan-tangan yang terampil dan benar-benar memahami tentang pengolahan ikan lele.

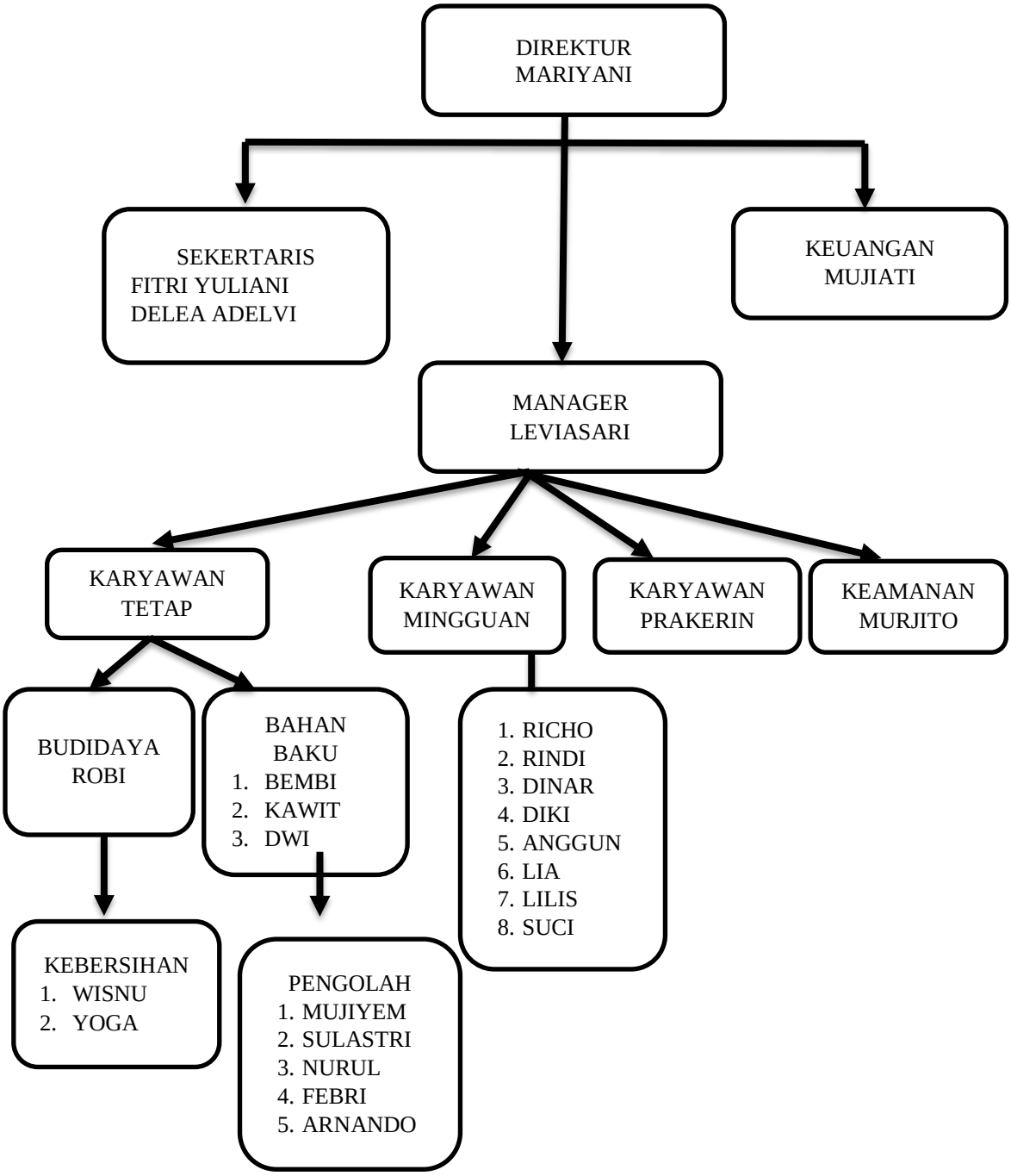
Dalam mencapai hal-hal diatas maka Wisata Edukasi Kampung Lele berkeinginan mendirikan tempat pelatihan untuk masyarakat yang ingin mendalami tentang olahan ikan lele.

Maka dari itu Wisata Edukasi Kampung Lele mempunyai keinginan memiliki gedung lengkap dengan sewa peralatan yang memenuhi srandart pengolahan ikan sehingga dapat menyalurkan ilmu kepada masyarakat. Dengan demikian, program pemerintah Gemar Makan Ikan akan segera tercapai.

3. Struktur Organisasi Wisata Edukasi Kampung Lele

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Wisata Edukasi Kampung Lele



Sumber : Dokumen dari Wisata Edukasi Kampung Lele

4. Tugas dan Tanggung Jawab

Tabel 4.1

Tugas dan Tanggung Jawab Wisata Edukasi Kampung Lele

NO	NAMA	JABATAN	TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB
1.	MARIYANI	PEMILIK / DIREKTUR	1. Menetapkan kebijakan mutu. 2. Mengesahan dokumen dan standar lainya. 3. Menentukan tata cara produksi yang baik. 4. Menentukan spesifikasi bahan baku, bahan pengemas. 5. Menentukan prosedur pembelian
2.	MUJIATI	KEUANGAN	1. Memantau dana keluar masuk. 2. Menetapkan dana keluar masuk. 3. Menerapakan prosedur pembelian.
3.	LEVIASARI	MANAGER	1. Menerapkan tata cara produksi sesuai standar. 2. Menerapkan spesifikasi bahan baku, bahan pengemas sesuai standar. 3. Mengadakan bahan baku sesuai standar. 4. Mengkoordinasikan kegiatan processing gudang, mesin, karyawan dan masalah dalam alur kegiatan produksi. 5. Bertanggung jawab atas kegiatan pendistribusian barang kepada konsumen. 6. Mereview HACCP.
4.	YULI FITRIANI DELEA ADELVI	SEKERTARIS	1. Membuat dokumen. 2. Dokumentasi dan updating.
5.	ROBI	KARYAWAN BUDIDAYA	1. Memelihara ikan hasil budidaya dari nener hingga konsumsi. 2. Menjaga kebersihan kolam. 3. Memelihara sarana dan prasarana aliran air dari sumber hingga kolam ikan.

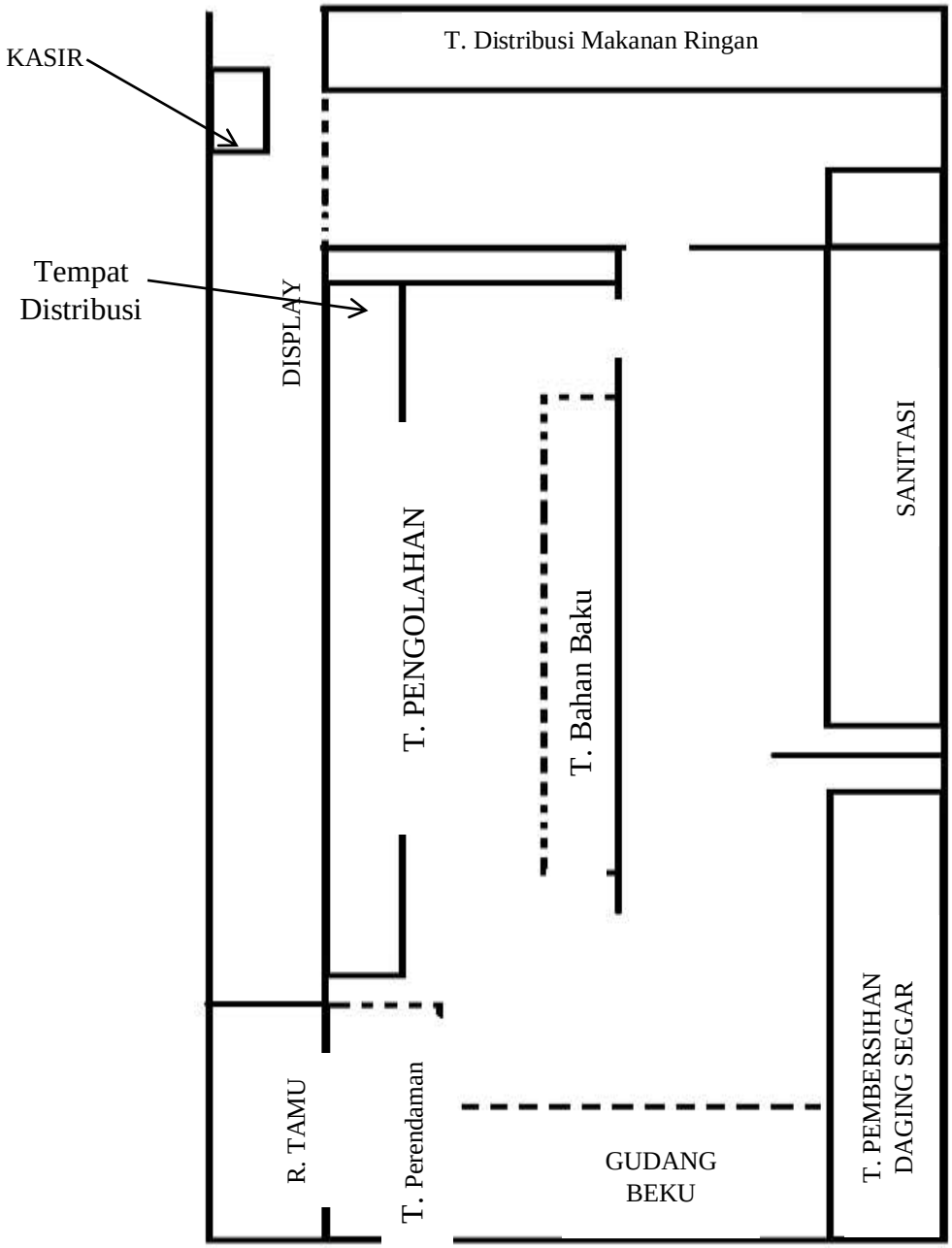
6.	TIM BAHAN BAKU	KARYAWAN BAHAN BAKU	1. Mendistribusikan ikan hasil budidaya hingga ke tangan konsumen dalam keadaan segar dan sehat 2. Mendistribusikan ikan hasil panen hingga ke tangan tim pengolah dalam keadaan segar dan sehat.
7.	TIM PENGOLAH	KARYAWAN PENGOLAH	Menjalankan kegiatan di dapur yang berhubungan dengan kuliner sesuai standar yang di tetapkan.
8.	PRAKERIN	KARYAWAN PRAKERIN	Menjalankan kegiatan di tempat usaha sesuai dengan standar tempat usaha dan materi kegiatan dari sekolah.
9.	MURJITO	KEAMANAN	Menjaga keamanan kegiatan yang ada di kampung lele.

Sumber : Dokumen Wisata Edukasi Kampung Lele

5. Layout Pengolahan Wisata Edukasi Kampung Lele

Gambar 4.2

Layout Pengolahan Wisata Edukasi Kampung Lele



B. Hasil Temuan Penelitian

1. Faktor-Faktor Internal Kekuatan dan Kelemahan pada Wisata Edukasi Kampung Lele

a. Faktor-faktor Kekuatan (*Strengths*) pada Wisata Edukasi Kampung Lele

1) Kekuatan yang pertama dari Wisata Edukasi Kampung Lele adalah mempunyai menu atau produk yang beragam dan inovatif. Pernyataan tersebut disampaikan oleh Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Menu yang kami tawarkan sekarang banyak mbak, yang dulunya hanya sate lele, sempol lele, lele terbang, nugget lele, bakso lele dan lele bakar. Alhamdulillah sekarang sudah beragam dan inovatif sesuai dengan perkembangan ada 15 menu masakan, seperti tahu bakso lele, sosis solo lele, rolade lele, martabak lele, samosa lele dll".*[3]

Pernyataan serupa juga disampaikan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Dulu menunya masih sedikit mbak, dan Alhamdulillah sekrang menunya lebih beragam dan inovatif sehingga konsumen tidak bosan dengan menu yang cenderung itu-itu saja".*[4]

Dari pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa didalam usaha kuliner seperti Wisata Edukasi Kampung Lele produk

---

[3]Wawancara dengan Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[4]Wawancara dengan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

atau menu yang beragam dan inovatif sangatlah penting karena itu sangat menarik minat banyak konsumen di berbagai kalangan.

2) Faktor kekuatan yang kedua yang ada di Wisata Edukasi Kampung Lele adalah meminimalisir kerugian biaya operasional budidaya, sebagai berikut:

> *"Iya mbak, dengan mengolah ikan lele yang sudah tidak laku dijual di pasaran menjadi berbagai macam olahan sangat meminimalisir kerugian biaya operasional budidaya seperti PLN, pakan dan tenaga kerja perawatannya. Karena dengan mengolah meningkatka harga jual ikan lele".*

Hal serupa juga dikatakan oleh Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Setuju mbak, dengan mengolah menjadi berbagai macam olahan seperti sempol lele dan bakso lele harga jualnya meningkat dan bisa menutup kerugian".*

Berdasarkan penjelasan Bapak Mariyani, dapat disimpulkan bahwa dengan mengolah ikan lele yang over produksi dan harga ikan lele yang anjlok dapat di olah menjadi berbagai macam olahan ikan lele guna untuk meminimalisir kerugian biaya operasional budidaya.

3) Kekuatan yang ketiga adalah mengenai mesin atau alat kerja yang lengkap. Untuk menunjang kualitas dan kuantitas suatu produk, maka diperlukan mesin atau alat yang memadai sehingga memudahkan karyawan dalam melayani pesanan dari konsumen. Berikut adalah penjelasan Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele mengenai mesin atau alat kerja.

> *"Kalau untuk mesin Alhamdulillah sudah cukup memadai, seperti pemanggang kita sudah termasuk modern dimana dalam 1 alat bisa melayani kurang lebih 10 porsi, mesin penggiling ikan, blender, kompor tungku besar dll. Dengan mempunyai peralatan yang lengkap kita bisa memproduksi atau melayani konsumen dengan jumlah yang banyak".*[5]

Pernyataan dari Bapak Mariyani juga senada dengan pernyataan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Iya bener mbak, Alhamdulillah untuk panggangan udah modern jadi bisa bakar lele bakar atau sate dengan jumlah lebih banyak, menggunakan kompor yang tungku besar ada jumlah banyak dan setiap orang mempunyai tanggung jawab dengan menu yang di pegang, blender,dll".*[6]

Pernyataan dari Bapak Mariyani dan Ibu Sulastri diperkuat dengan Mas Robi selaku karyawan di Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Iya mbak, disini peralatannya yang lengkap sehingga proses melayani konsumen tidak membutuhkan waktu yang cukup lama".*[7]

Dari pernyataan diatas dapat disimpulakan bahwa mesin atau peralatan yang dimiliki oleh perusahaan merupakan salah satu kekuatan yang dimiliki oleh Wisata Edukasi Kampung Lele. Dengan adanya mesin atau peralatan yang lengkap, maka bisa melayani

---

[5]Wawancara dengan Bapak Mariyani selakupemilikWisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[6]Wawancara dengan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[7]Wawancara dengan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

konsumen dengan jumlah yang besar dan kualitas produk yang dapat dipertanggungjawabkan.

4) Kekuatan yang keempat yang dimiliki oleh Wisata Edukasi Kampung Lele adalah mutu dan kualitas produk terjamin. Dengan mutu dan kualitas produk terjamin maka akan menarik pengunjung ataupun konsumen untuk datang lagi ke Wisata Edukasi Kampung Lele. Hal tersebut dinyatakan oleh Bapak Mariyani selaku pemilik di Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Untuk mutu dan kualitas produk inshaAllah terjamin, karena pada saat awal proses sampai akhir diawasi oleh saya ataupun istri saya. Misalnya ketika akan membuat sempol maka dari awal peracikan bumbu dan bahan-bahan seperti ikan lele segar yang sudah di fiilet, terigu dll dicek terlebih dahulu kemudian baru mulai penggilingan sampai selesai, selain itu ketika penyajian istri atau anak saya bertugas mengecek menu pesanan yang akan diantar ke konsumen adapun menu pesanan yang tidak termasuk kriteria kita sortir".*[8]

Pernyataan dari Bapak Mariyani juga senada dengan pernyataan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Iya mbak, setiap proses diawasi oleh Bapak Mariyani kalau gak begitu diawasi dengan istrinya".*[9]

[8]Wawancara dengan Bapak Mariyani selaku pemilikWisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[9]Wawancara dengan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

Pernyataan dari Bapak Mariyani dan Ibu Sulastri diperkuat oleh pernyataan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Iya mbak benar, semua proses dan kegiatan dapur diawasi langsung oleh Bapak Mariyani beserta istri sampai ditangan konsumen".*[10]

Dari pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mutu dan kualitas olahan ikan yang terjamin dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen.Sehingga perlu mempertahankan citra usaha olahan yang ada demi kelangsungan hidup Wisata Edukasi Kampung Lele.

5) Kekuatan yang kelima dari Wisata Edukasi Kampung Lele adalah rasa dan penentuan harga yang terjangkau bagi berbagai kalangan. Pernyataan berikut disampaikan oleh Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Tujuan dan keinginan saya membuat olahan lele yaitu mengolah lele dengan berbagai menu masakan dengan harga yang terjangkau dimana bisa dinikmati dari semua kalangan masyarakat, seperti sempol harga 1 tusuk cuma Rp. 500, nugget lele Rp. 5000, Bakso lele Rp. 6000, sate lele Rp. 15000/10 tusuk, otak-otak lele Rp. 13.000/pack dll. Yang paling laris yaitu sempol lele karena disini kan pengunjung banyak anak-anaknya ya biasanya renang sambil pesan sempol".*[11]

---

[10]Wawancara dengan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[11]Wawancara dengan Bapak Mariyani selakupemilikWisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

Pernyataan serupa juga disampaikan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Iya mbak, disini untuk harga sangat terjangkau dan rasanya juga enak sehingga bisa memuaskan konsumen. Yang paling laku dan cepat habis yaitu sempol sampai kita gak berhenti menggoreng untuk sempol setiap sekali goring langsung habis dst".*[12]

Pernyataan serupa juga disampaikan Ibu Ana selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Untuk harga sangat terjangkau, rasanya enak dan harganya sangat terjangkau di kantong.Jadi saya sangat sering kesini karena anak saya suka makan ikan lele".*[13]

Pernyataan dari Bapak Mariyani, Ibu Sulastri dan Ibu diperkuat oleh pernyataan Ibu Nur Arifah selaku pengunjung Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Saya suka kesini karena menu masakannya rasanya enak dan harganya juga terjangkau cocok untuk liburan keluarga dan tidak menguras kantong".*[14]

Dari pernyataan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa rasa dan penentuan harga yang terjangkau sangat penting di Wisata Edukasi Kampung Lele.Karena untuk menarik minat banyak

---

[12]Wawancara dengan Ibu Sulastri selakupemilikWisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[13]Wawancara dengan Ibu Sulastri selakupengunjung Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[14]Wawancara dengan Ibu Nur Arifah selakupengunjung Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

konsumen di berbagai kalangan serta secara tidak langsung konsumen sebagai media promosi.

6) Faktor kekuatan yang keenam dari Wisata Edukasi Kampung Lele adalah tidak hanya tempat wisata tetapi juga tempat edukasi seperti diungkapkan oleh Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Di sini menyediakan fasilitas tidak hanya menjadi tempat wisata saja tetapi juga tempat edukasi pada anak, tak jarang disini ada event mengenai sosialisasi tentang manfaat makan ikan dan juga bisa berinteraksi langsung dengan ikan lele dengan cara memberikan pakan dan bisa juga menangkap ikan lele".*[15]

Pernyataan yang serupa di ungkapkan oleh Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Iya mbak disini tidak hanya tempat wisata tetapi juga wahana edukasi karena melatih anak menjadi berani ketika berinteraksi dengan ikan lele".*[16]

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa di Wisata Edukasi Kampung Lele tidak hanya memberikan fasilitas wisata tetapi juga edukasi kepada anak. Hal ini dapat menjadi kekuatan atau unggulan karena menjadi ciri khas dari Wisata Edukasi Kampung Lele.

---

[15] Wawancara dengan Bapak Mariyani selaku pemilikWisata Edukasi Kampung Lele ada tanggal 26 Januari 2019

[16] Wawancara dengan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

7) Faktor kekuatan yang ketujuh dari Wisata Edukasi Kampung Lele adalah pelayanan yang ramah dan memuaskan seperti diungkapkan oleh Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Kami disini sangat memperhatikan dan mengutamakan kualitas pelayanan. Dengan memberikan senyum dan keramahan kepada pengunjung guna untuk memberikan kenyamanan kepada pengunjung. Secara tidak langsung dengan akan menarik pengunjung untuk datang lagi ke Wisata Edukasi Kampung Lele karena mereka merasa puas dengan pelayanan yang ditawarkan".*[17]

Pernyataan serupa juga diungkapkan oleh Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Iya mbak, disini memberikan pelayanan yang ramah dan berusaha memuaskan pengunjung."*[18]

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa Wisata Edukasi Kampung Lele mengutamakan pelayanan dan kepuasan pengunjung dimana secara tidak langsung bisa menarik pengunjung untuk berkunjug kembali ke tempat wisata. Dan ini merupakan keunggulan dari Wisata Edukasi Kampung Lele.

---

[17] Wawancara dengan Bapak Mariyani selaku pemilikWisata Edukasi Kampung Lele Pada tanggal 26 Januari 2019

[18] Wawancara dengan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

b. Faktor-faktor Kelemahan *(Weaknes)* pada Wisata Edukasi Kampung Lele

1) Faktor Internal pertama yang menjadi kelemahan dari Wisata Edukasi Kampung Lele adalah seperti yang diungkapkan oleh Bapak Mariyani mengenai sumber daya manusia:

> *"Kelemahan dari wisata edukasi kampung lele salah satunya yaitu sumber daya manusia yang minim, karena saya dulunya berlatar belakang teknik dan sekarang berkecimbung di dunia wisata kuliner dan edukasi jadi kurang menguasai, selain itu dari karyawan juga masih sumber daya manusianya kurang karena di ambil dari tetangga sekitar yang belum berpengalaman di bidang wisata dan kuliner. Tetapi saya terus belajar dan mengikuti pelatihan yang diadakan oleh Dinas perikanan sehingga saya sedikit demi sedikit bertambah ilmu"*[19]

Pernyataan serupa juga disampaikan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Iya mbak saya mengakui kalau SDM saya rendah karena saya hanya lulusan SMP dengan ijazah SMP mau nglamar kerja kan sulit jadi pengalaman kerja saya hanya disini".*[20]

Pernyataan dari Bapak Mariyani dan Mas Robi diperkuat oleh pernyataan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Iya mbak benar, saya juga belum menguasai mengenai bidang wisata dan kuliner.Namun dari Bapak Mariyani beserta istri terus membimbing sehingga saya sedikit demi sedikit bisa".*[21]

---

[19]Wawancara dengan Bapak Mariyani selaku pemilikWisata Edukasi Kampung Lele Pada tanggal 26 Januari 2019

[20]Wawancara dengan Mas Robi selakukaryawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

Dari penjelasan Bapak Mariyani diatas, mengakui bahwa sumber daya manusia yang dimiliki oleh wisata edukasi kampung lele rendah.Tetapi Bapak Mariyani tidak patah semangat untuk terus belajar demi mengembangkan wisata edukasi kampung lele.

2) Faktor kelemahan yang kedua dari Wisata Edukasi Kampung Lele Modal usaha untuk pengembangan fasilitas. Pernyataan berikut disampaikan oleh Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Saya memepunyai kendala dimodal untuk pengembangan fasilitas, karena pembangunan fasilitas membutuhkan dana yang cukup banyak, tetapi Alhamdulillah untuk fasilitas cukup memadai dari outbond, wifi, 3 pusat tempat makan, kamar mandi, kolam renang, atv area dan musholla".*[22]

Pernyataan serupa juga disampaikan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Iya mbak, untuk fasilitas cukup memadai namun waktu ketika pengunjung ramai, untuk kolam renang terlalu ramai sehingga anak-anak kurang leluasa renang."*[23]

Pernyataan dari Bapak Mariyani dan Mas Robi diperkuat oleh pernyataan Ibu Ana selaku pengunjung Wisata Edukasi Kampung Lele.

---

[21]Wawancara dengan Ibu Sulastri selakukaryawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[22]Wawancara dengan Bapak Mariyani selaku pemilikWisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[23]Wawancara dengan Mas Robi selaku karyawanWisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

"Iya mbak, untuk fasilitas cukup memadai, tapi untuk kolam dan permainan sebaiknya di tambah lagi supaya anak-anak lebih nyaman".[24]

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa modal adalah kendala untuk pengembangan fasilitas Wisata Edukasi Kampung Lele karena untuk pengembangan fasilitas membutuhkan dana yang cukup besar. Namun meskipun demikian, Wisata Edukasi Kampung lele cukup berkembang dengan pesat karena sering melakukan pengembangan-pengembangan yang kurang dari Wisata Edukasi Kampung Lele.

3) Faktor kelemahan yang ketiga dari Wisata Edukasi Kampung Lele penjualan masih ruang lingkup lokal. Pernyataan berikut disampaikan oleh Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele.

"Untuk saat ini saya masih melayani secara langsung, jadi pembeli datang langsung ke wisata edukasi kampung lele. Untuk melayani pesnan ke luar kota masih kendala diproses pengiriman karena untuk yang produk frozen dalam pengiriman harus dalam keadaan dingin".[25]

Pernyataan serupa juga disampaikan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

---

[24]Wawancara dengan Mbak Ana selaku pengunjung Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[25]Wawancara dengan Bapak Mariyani selaku pemilikWisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

"Iya mbak, disini masih melayani untuk pembelian secara langsung belum kirim ke luar kota".[26]

Pernyataan dari Bapak Mariyani dan Ibu Sulastri diperkuat oleh pernyataan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

"Iya mbak benar, untuk penjualan masih melayani datang langsung kesini".[27]

Dari penjelasan Bapak Mariyani diatas untuk pembelian produk pembeli datang langsung ke wisata edukasi kampung lele. Oleh karena itu menjadi kelemahan wisata edukasi kampung lele dikarenakan belum bisa melayani pembeli atau pesanan dari jarak jauh.

4) Faktor kelemahan yang keempat dari Wisata Edukasi Kampung Lele tempat yang kurang strategis. Pernyataan berikut disampaikan oleh Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele.

"Posisi Wisata Edukasi Kampung Lele masuk gang mbak, jadi untuk pengunjung menggunakan bis besar kesulitan. Tetapi untuk menemukan Wisata Edukasi Kampung Lele inshaAllah mudah karena di jalan raya sebelum 500 m di kasih petunjuk arah sampai dilokasi.Sehingga para pengunjung tidak kesulitan untuk menemukannya".[28]

---

[26]Wawancara dengan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[27]Wawancara dengan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[28]Wawancara dengan Bapak Mariyani selaku pemilikWisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

Pernyataan serupa juga disampaikan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Iya mbak untuk lokasinya agak masuk gang jadi agak sulit masuk".*[29]

Pernyataan dari Bapak Mariyani dan Mas Robi diperkuat oleh pernyataan Ibu Nur Arifah selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Iya mbak, lokasinya masuk gang tapi mudah kok untuk di cari karena ada petunjuk arahnya sampai ke lokasi Wisata Edukasi Kampung Lele".*[30]

Dari pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kelemahan lokasi Wisata Edukasi Kampung Lele berada di gang masuk kecil sehingga untuk bis kesulitan untuk masuk. Namun untuk menemukan lokasi wisata tidak sulit karena dari jalan raya sebelum 500 meter sudah ada petunjuk jalan sampai ke lokasi.

5) Faktor kelemahan yang kelima dari Wisata Edukasi Kampung Lele adalah pelayanan yang lama saat over order seperti yang diungkapkan oleh Bapak Mariyani selaku Pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele.

---

[29]Wawancara dengan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[30]Wawancara dengan Ibu Nur Arifah selaku pengunjung Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

> *"Karena Wisata Edukasi Kampung Lele produknya diolah secara fresh seperti menu lele terbang,ketika ada pesanan lele terbang, devisi fillet mrngsmbil ikan dari kolam kemudian diolah oleh devisi lele terbang. jadi ya cukup lama karena kita menyediakan produk yang fresh. Dan untuk menu frozen kita menggoreng dan disediakan dalam keadaan hangat".*[31]

Hal serupa di ungkapkan oleh Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Iya mbak, saya adalah devisi fillet jadi ketika ada pesanan lele terbang saya mengambil ikan dari kolam penampungan kemudian saya fillet kemudian diolah devisi lele trerbang".*[32]

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa Wisata Edukasi Kampung Lele mempunyai kelemahan melayani konsumen cukup lama ketika ada banyak pesanan hal ini disebabkan karena produk diolah dengan fresh.

c. Faktor-faktor peluang *(Opportunities)* pada Wisata Edukasi Kampung Lele

Dari wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti di Wisata Edukasi Kampung Lele ada beberapa peluang untuk mengembangkan perushaan. Adapun peluangnya sebagai berikut:

1) Peluang yang pertama dari Wisata Edukasi Kampung Lele adalah Budaya konsumtif dan kebutuhan masyarakat terhadap kuliner

[31] Wawancara dengan Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[32] Wawancara dengan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

cukup tinggi. Seperti yang telah di nyatakan oleh Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *”Tentu saja itu sebuah peluang yang cukup baik usaha seperti ini.Karena makan adalah kebutuhan setiap manusia untuk memenuhi nutrisi dan gizi pada tubuh kita.Dan disini bisa berkuliner sekalian berwisata“.*[33]

Pernyataan senada juga diungkapkan oleh pernyataan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *“Iya mbak,menurut saya usaha pengolahan ikan ini ramai dan terusberkembang. Karena makan kan juga merupakan salah satu kebutuhan pokok kita”.*[34]

Pernyataan dari Bapak Mariyani dan Ibu Sulastri diperkuat oleh pernyataan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *“Iya mbak benar sekali, untuk saat ini budaya konsumtif masyarakat dan kebutuhan masyarakat cukup tinggi.Karena juga di barengi dengan trend foto selfie,disini selain makan juga ada spot-spot fto yang menarik”.*[35]

Dari pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa budaya konsumtif dan kebutuhan masyarakat terhadap kuliner/ makanan merupakan peluang yang sangat bagus bagi Wisata Edukasi Kampung Lele sekarang ini.Banyak pengunjung maka dapat

---

[33]Wawancara dengan Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[34]Wawancara dengan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[35]Wawancara dengan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

menjadi peluang untuk mengembangkan usahanya ke skala yang lebih besar.

2) Peluang yang kedua dari Wisata Edukasi Kampung Lele adalah ketersediaan bahan baku dengan harga yang terjangkau. Seperti yang telah di nyatakan oleh Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Bahan baku diperoleh dengan harga yang terjangkau karena kita bahan dasar ikan tidak perlu beli karena kita membudidayakan sendiri selain itu kalau pasokan ikan sendiri tidak terpenuhi saya cari pasokan ikan dari petani langsung sehingga memperoleh harga yang terjangkau. Dan untuk bahan baku yang lain saya langsung order diagen".*[36]

Pernyataan senada juga diungkapkan oleh pernyataan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Kalau bahan baku, Bapak biasanya ngambilnya dari ikan budidaya sendiri apabila tidak mencukupi ngambil dari pembudidaya yang lain, jadi harganya terjangkau".*[37]

Pernyataan dari Bapak Mariyani dan Ibu Sulastri diperkuat oleh pernyataan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Iya mbak benar, bahan baku ikan dari hasil produksi budidaya Bapak sendiri kalau kekurangan ya beli di petani luar sehingga mendapatkan harga yang terjangkau".*[38]

---

[36]Wawancara dengan Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[37]Wawancara dengan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[38]Wawancara dengan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa ketersediaan bahan baku dengan harga yang terjangkau merupakan peluang yang sangat bagus karena dapat meningkatkan keuntungan dimana bisa merambah ke skala yang lebih besar.

3) Peluang yang ketiga dari Wisata Edukasi Kampung Lele adalah kepercayaan dan kepuasan konsumen. Seperti yang telah di nyatakan oleh Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Alhamdulillah untuk kepercayaan dan kepuasan konsumen yang sudah menjadi langganan, mereka merasa puas dengan rasa, suasana dan pelayanan kami".*[39]

Pernyataan senada juga diungkapkan oleh pernyataan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Iya mbak Alhamdulillah, yang saya liat dari pengunjung banyak yang kesini tidak hanya 1 kali tapi sampai berkali-kali".*[40]

Pernyataan dari Bapak Mariyani dan Ibu Sulastri diperkuat oleh pernyataan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Iya mbak benar, untuk pengunjung banyak yang sudah sering kesini".*[41]

---

[39]Wawancara dengan Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[40]Wawancara dengan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

4) Peluang yang keempat dari Wisata Edukasi Kampung Lele adalah peran konsumen sebagai media promosi. Seperti yang telah di nyatakan oleh Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Peran konsumen sebagai promosi menurut saya itu sangat berpengaruh terhadap pengunjung Wisata Edukasi Kampung Lele. Karena apabila pengunjung merasakan atau menikmati suasana, rasa dan pelayanan yang bagus maka akandi recommended kan ke teman ataupun tetangganya sehingga secara tidak langsung tetangganya akan terpengaruh dan berminat untuk mengunjungi Wisata Edukasi Kampung Lele".*[42]

Pernyataan senada juga diungkapkan oleh pernyataan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Iya mbak, kebanyakan pengunjung adalah recomendasi dari konsumen yang sudah berkunjung kesini".*[43]

Pernyataan dari Bapak Mariyani dan Ibu Sulastri diperkuat oleh pernyataan Ibu Ana selaku pengunjung Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Iya mbak, saya kesini sudah sering sekali, kemudian saya kasih tau ke teman atau saudara kalau wisata itu gak perlu mahal di Wisata Edukasi Kampung Lele lo enak, makanannya enak bergizi dengan harga yang terjangkau".*[44]

---

[41]Wawancara dengan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[42]Wawancara dengan Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[43]Wawancara dengan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[44]Wawancara dengan Ibu Ana selaku pengunjung Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa peran konsumen sebagai media promosi sangat penting karena mempromosikan secara real merasa puas sebagai pengunjung Wisata Edukasi Kampung Lele. Selain itu Wisata Edukasi Kampung Lele menjadi semakin dikenal oleh masyarakat luas, hal tersebut juga akan dapat meningkatkan pengunjung dan keuntungan bagi tempat wisata.

5) Peluang yang kelima dari Wisata Edukasi Kampung Lele adalah memanfaatkan hasil panen ikan lele yang over produksi. Seperti yang telah di nyatakan oleh Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Iya mbak, saya sekarang tidak khawatir kalau harga ikan lele anjlok ataupun over produksi, karena saya bisa memanfaatkannya dengan cara mengolah menjadi berbagai menu masakan. Sehingga saya tidak rugi untuk memenuhi biaya operasional budidaya ikan lele dan sekarang lebih menguntungkan".*[45]

Pernyataan senada juga diungkapkan oleh pernyataan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Iya mbak, Bapak itu sangat kreatif sehingga hasil panen yang tidak laku untuk ikan konsumsi bisa dijadikan olahan ikan".*[46]

---

[45]Wawancara dengan Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[46]Wawancara dengan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

Pernyataan dari Bapak Mariyani dan Ibu Sulastri diperkuat oleh pernyataan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Iya mbak benar, dulu sebelum Bapak mempunyai ide mengolah ikan lele setiap ada ikan lele yang di sortir karena melebihi ukuran ikan konsumsi bingung untuk menjualnya kemana.Alhamdulillah sekarang tidak bingung lagi karena bisa mengolah dan memasarkannya".*[47]

6) Kekuatan yang keenam dari Wisata Edukasi Kampung Lele adalah membantu ekonomi keluarga atau menyerap tenaga kerja. Pernyataan berikut disampaikan oleh Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Alhamdulillah iya mbak, untuk saya pribadi dengan mendirikan Wisata Edukasi Kampung Lele perekonomian saya meningkat dan permasalahan saya sebagai pembudidaya ikan teratasi karena ikan lele yang tidak laku dijual untuk lele konsumsi bisa diolah menjadi berbagai macam olahan ikan lele sehingga sebagai pembudidaya ikan lele tidak mengalami kerugian karena over produksi, selain itu dengan saya mendirikan Wisata Edukasi Kampung Lele saya menyerap tenaga kerja dari masyarakat sekitar dimana mereka bisa membantu perekonomian keluarganya".*[48]

Pernyataan serupa juga disampaikan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

---

[47]Wawancara dengan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[48]Wawancara dengan Bapak Mariyani selakupemilik Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

"Iya mbak, dulu saya jadi pengangguran kemudian di tawari pekerjaan oleh Bapak Mariyani.Alhamdulillah saya nyaman dan bisa membantu perekonomian keluarga".[49]

Pernyataan dari Bapak Mariyani dan Mas Robi diperkuat oleh pernyataan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

"Iya mbak, saya merasa terbantu dengan di pekerjakan disini dulunya saya hanya ibu rumah tangga yang tidak punya penghasilan dan Alhamdulillah saya sekarang bisa membantu perekonomian keluarga saya".[50]

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa membantu perekonomian keluarga menjadi kekuatan karena dengan adanya Wisata Edukasi Kampung Lele hidupnya lebih sejahtera karena bisa membantu perekonomian keluarga.

d. Faktor-faktor Ancaman *(Threats)* dalam pada Wisata Edukasi Kampung Lele

Faktor ancaman yang telah di dapatkan oleh peneliti dari hasil wawancara oleh pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele adalah sebagai berikut:

1) Ancaman yang pertama dari Wisata Edukasi Kampung Lele adalah menjual produk pesaing. Seperti yang dinyatakan oleh Bapak Mariyani.

[49]Wawancara dengan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[50]Wawancara dengan Ibu Sulastri selakukaryawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

"Iya disini juga menjual produk dari luar. Tetapi menurut saya tidak begitu mengancam karena setiap produk punya cita rasa masing-masing dan saya menjual produk pesaing dengan jenis yang berbeda dari olahan produksi kami tetapi tetap berbahan dasar dari ikan lele segar".[51]

Pernyataan senada juga diungkapkan oleh pernyataan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

"Iya mbak, disini juga ada produk dari luar tetapi berbeda dari produk yang kita produksi".[52]

Pernyataan dari Bapak Mariyani dan Ibu Sulastri diperkuat oleh pernyataan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

"Iya mbak benar, tetapi tidak mengurangi penjualan produk. Karena kan konsumen mempunyai selera masing-masing ".[53]

Dari Pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa menjual produk pesaing di Wisata Edukasi Kampung Lele tidak terlalu mengancam karena produk yang dijual berbeda dengan apa yang diproduksi oleh Wisata Edukasi Kampung Lele

2) Ancaman yang kedua dari Wisata Edukasi Kampung Lele adalah persaingan harga jual. Seperti yang dinyatakan oleh Bapak Mariyani.

---

[51]Wawancara dengan Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[52]Wawancara dengan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[53]Wawancara dengan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

"Persaingan harga itu sudah biasa mbak, tetapi saya tidak terlalu khawatir karena memberikan harga yang terjangkau dan sesuai dengan pasaran.Jadi kalau rezeki gak akan kemana mbak".[54]

Pernyataan senada juga diungkapkan oleh pernyataan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

"Disini itu harganya terjangkau mbak dan sesuai dengan pasaran, jadi gak perlu khawatir dengan persaingan harga".[55]

Pernyataan dari Bapak Mariyani dan Ibu Sulastri diperkuat oleh pernyataan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

"Menurut saya harga jual produk disini sangat terjangkau dan sesuai dengan pasaran, dan tak jarang pengunjung mengatakan seperti itu".[56]

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa persaingan harga jual di Wisata Edukais Kampung Lele tidak menjadi ancaman yang serius karena sudah menentukan harga yang terjangkau dan sesuai dengan pasaran.

3) Ancaman yang ketiga dari Wisata Edukasi Kampung Lele adalah kenaikan harga BBM (Bahan Bakar Minyak). Seperti yang dinyatakan oleh Bapak Mariyani.

---

[54]Wawancara dengan Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[55]Wawancara dengan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[56]Wawancara dengan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

"Kenaikan harga BBM cukup mengancam karena disini dalam produksi menggunakan kompor gas dan proses penggantian air kolam membutuhkan solar, tentu saja itu sangat merugikan karena biaya operasional otomatis naik dan tidak bisa dihindari. Tapi Alhamdulillahuntuk saat ini harga BBM normal dan stabil".[57]

Pernyataan senada juga diungkapkan oleh pernyataan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

"Iya mbak, karena disini proses proses produksinya kan menggunakan gas kalau harga naik ya cukup mengancam".[58]

Pernyataan dari Bapak Mariyani dan Ibu Sulastri diperkuat oleh pernyataan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

"Kalau harga BBM naik otomatis harga solar dan harga gas naik ya mbak, nah padahal itu adalah pendukung produksi".[59]

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa kenaikan harga BBM cukup mengancam untuk kelangsungan proses produksi dan operasional Wisata Edukasi Kampung lele.

4) Ancaman yang keempat dari Wisata Edukasi Kampung Lele adalah kenaikan harga bahan baku. Seperti yang dinyatakan oleh Bapak Mariyani.

---

[57]Wawancara dengan Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[58]Wawancara dengan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[59]Wawancara dengan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

> *"Kenaikan harga bahan baku untuk ikan lele tidak begitu mengancam malah yang mengancam yaitu harga pakan ikan lele yang mahal.Selain ikan lele bahan baku lain yaitu sembako seperti tepung terigu, beras, cabai, bawang dll karena itu merupakan bahan baku yang penting dan tindak bisa dihindari untuk menghasilkan menu yang enak".*[60]

Pernyataan senada juga diungkapkan oleh pernyataan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Kalau harga sembako naik mbak, jadi semua bahan baku juga ikut naik, padahal setiap hari kita butuh beras, tepung dan bumbu-bumbu yang lain".*[61]

Pernyataan dari Bapak Mariyani dan Ibu Sulastri diperkuat oleh pernyataan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele.

> *"Yang cukup mengancam yaitu harga sembako naik mbak, padahal setiap produksi butuh bumbu dan tepung untuk proses produksi".*[62]

Dari Pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa kenaikan harga bahan baku cukup mengancam dalam proses produksi khususnya kenaikan harga sembako karena setiap menu membutuhkan tepung, cabai, bawang putih, bawah merah dan bahan pelengkap lainnya. Dengan demikian untuk memproduksi suatu menu membutuhkan

---

[60]Wawancara dengan Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[61]Wawancara dengan Ibu Sulastri selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

[62]Wawancara dengan Mas Robi selaku karyawan Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

biaya produksi yang tinggi dan tidak menguntungkan bagi Wisata Edukasi Kampung Lele.

5) Faktor ancaman yang kelima dari Wisata Edukasi Kampung Lele adalah usaha yang lain kurang fokus, seperti yang di ungkapkan oleh Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele.

"Saya ditawari tempat untuk membuka cabang di pasar ikan Gampeng Rejo dekat Wisata Bendungg Gerak Waru Turi tetapi saya tidak mengambilnya, takutnya yang disini kurang fokus karena Wisata Edukasi Kampung Lele masih dalam perkembangan".[63]

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa ada tawaran atau peluang untuk pengembangan Wisata EdukasiKampung Lele, tetapi juga harus memperhatikan kemampuan dalam menghandle sebuah usaha. Karena bisa menyebabkan ancaman pada perusahaan.

[63] Wawancara dengan Bapak Mariyani selaku pemilik Wisata Edukasi Kampung Lele pada tanggal 26 Januari 2019

2. Rangkuman Analisis SWOT *(Strength, Weakness, Opportunities, Threats)* pada Wisata Edukasi Kampung Lele

Setelah melakukan wawancara dan pemaparan, maka hasil paparan dirangkum ke dalam:

a. Kekuatan *(Strength)* yang dimiliki oleh Wisata Edukasi Kampung Lele

1) Produk beragam dan Inovatif
2) Memiliki mesin atau alat kerja yang lengkap
3) Meminimalisir kerugian operasional budidaya
4) Mutu dan Kualitas produk terjamin
5) Rasa dan penentuan harga yang terjangkau
6) Tidak hanya tempat wisata tetapi juga edukasi
7) Pelayanan yang ramah dan memuaskan

b. Kelemahan *(Weakness)* yang dimiliki oleh Wisata Edukasi Kampung Lele

1) Sumber daya manusia rendah
2) Modal dalam pengembangan atau fasilitas wisata
3) Penjualan masih ruang lingkup lokal
4) Tempat yang kurang strategis
5) Pelayanan lama saat over order

c. Peluang *(Oppportunities)* yang dimiliki oleh Wisata Edukasi Kampung Lele

1) Budaya konsumtif dan kebutuhan masyarakat terhadap kuliner
2) Ketersediaan bahan baku dengan harga yang terjangkau
3) Kepercayaan dan kepuasan konsumen
4) Peran konsumen dalam promosi produk
5) Memanfaatkan hasil panen ikan lele yang over produksi
6) Menyerap tenaga kerja

d. Ancaman *(Threats)* yang dimiliki oleh Wisata Edukasi Kampung Lele

1) Menjual produk pesaing di tempat wisata
2) Persaingan harga jual
3) Kenaikan harga BBM
4) Kenaikan harga bahan baku
5) Usaha yang lain kurang fokus

Dari data yang telah didapat, selanjutnya peneliti akan melakukan beberapa langkah pertama yaitu pembuatan matrik analisis SWOT dengan dibuatnya tabel IFAS dan EFAS. Di dalam tabel tersebut faktor-faktor internal maupun faktor-faktor eksternal akan diberikan pembobotan dan penilaian *(rating)* untuk mengetahui

berapa skor yang akan dijadikan sebagai strategi.[64] Menyusun dan menghitung nilai bobot, rating dan skor untuk tabel eksternal dan internal dibuat dengan teknik skala berikut:[65]

Tabel 4.2

Pembobotan dan Rating

Bobot ditentukan sebagai berikut:		Rating nilai ditentukan sebagai berikut:	
Bobot	**Keterangan**	**Rating nilai**	**Keterangan**
0,20	Sangat Kuat	4	Major Strength
0,15	Diatas Rata-rata	3	Minor Strength
0,10	Rata-rata	2	Major weakness
0,05	Dibawah Rata-rata	1	Minor weakness

Dari uraian pernyataan diatas dapat diketahui pembobotan dari setiap faktor sebagai berikut:

[64]Husein Umar, *Strategic Management in Action*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), hal.250

[65] Irham Fahmi, *Kewirausahaan Teori, Kasus dan Solusi*, (Bandung: ALFABETA, cv, 2014), hal.

Tabel 4.3

Pembobotan Faktor-Faktor SWOT Pada Wisata Edukasi Kampung Lele

Faktor-Faktor Dalam Analisis SWOT	Bobot
a. Kekuatan 1. Produk beragam dan inovatif 2. Memiliki mesin atau alat kerja yang lengkap 3. Meminimalisir kerugian biaya operasional budidaya 4. Mutu dan Kualitas produk terjamin 5. Rasa dan penentuan hargayang terjangkau 6. Tidak hanya tempat wisata tetapi juga edukasi 7. Pelayanan ramah dan memuaskan **b. Kelemahan *(Weakness)*** 1. Sumber daya manusia rendah 2. Modal dalam pengembangan atau fasilitas wisata 3. Penjualan masih ruang lingkup lokal 4. Tempat yang kurang strategis 5. Pelayanan lama saat over order **c. Peluang *(Oppportnities)*** 1. Budaya konsumtif dan kebutuhan masyarakat terhadap kuliner 2. Ketersediaan bahan baku dengan harga yang terjangkau 3. Kepercayaan dan kepuasan konsumen 4. Peran konsumen dalam promosi produk	

5. Memanfaatkan hasil panen ikan lele yang over produksi 6. Menyerap tenaga kerja **d. Ancaman *(Threats)*** 1. Menjual produk pesaing di tempat wisata 2. Persaingan harga jual 3. Kenaikan harga BBM 4. Kenaikan harga bahan baku 5. Usaha yang lain kurang fokus	

Sumber: Data yang diolah dari hasil wawancara

Adapun matrik IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut:

a. Matrik IFAS

Tabel 4.4

Matrik IFAS

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Rating X Rating
a. Kekuatan			
1. Produk beragam dan inovatif	0,10	4	0,40
2. Memiliki mesin atau alat kerja yang lengkap	0,10	4	0,40
3. Meminimalisir kerugian biaya operasional budidaya	0,10	4	0,40
4. Mutu dan Kualitas produk terjamin	0,10	4	0,40
5. Rasa dan penentuan harga yang terjangkau	0,15	4	0,60
6. Tidak hanya tempat wisata tetapi juga	0,05	3	0,15

edukasi 7. Pelayanan ramah dan memuaskan	0,10	4	0,40
Total	**0,70**		**2,75**
a. Kelemahan *(Weakness)*			
1. Sumber daya manusia rendah	0,05	2	0,10
2. Modal dalam pengembangan atau fasilitas wisata	0,10	1	0,10
3. Penjualan masih ruang lingkup lokal	0,05	1	0,05
4. Tempat yang kurang strategis	0,05	1	0,05
5. Pelayanan lama saat over order	0,05	1	0,05
Total	**0,30**		**0,35**
Total S + W	**1,00**		**3.10**

Sumber: Data yang diolah dari hasil wawancara

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui variable internal kekeuatan *(Strength)* memiliki skor total 2,75 dan skor total kelemahan *(Weakness)* 0,35. Sehingga total skor variabel internal 3.10.

b. Matrik EFAS

Tabel 4.5

Matrik EFAS

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Rating X Rating
a. Peluang *(Oppportnities)*			
1. Budaya konsumtif dan kebutuhan masyarakat terhadap kuliner	0,15	4	0,60
2. Ketersediaan bahan baku dengan harga yang terjangkau	0,10	4	0,40
3. Kepercayaan dan kepuasan konsumen	0,10	3	0,30
4. Peran konsumen dalam promosi produk	0,10	3	0,30
5. Memanfaatkan hasil panen ikan lele yang over produksi	0,15	3	0,45
6. Menyerap tenaga kerja	0,10	3	0,30
Total	**0,70**		**2,35**
b. Ancaman *(Threats)*			
1. Menjual produk pesaing di tempat wisata	0,05	1	0,05
2. Persaingan harga jual	0,05	1	0,05
3. Kenaikan harga BBM	0,05	1	0,05
4. Kenaikan harga bahan baku	0,10	2	0,20
5. Usaha yang kurang fokus	0,05	3	0,15
Total	**0,30**		**0,50**
Total O + T	**1,00**		**2,85**

Sumber: Data yang diolah dari hasil wawancara

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui variable internal peluang *(opportunities)* memiliki skor total 2,35 dan skor total ancaman *(threath)* 0,50. Sehingga total skorvariabel internal 2,85. Kesimpulan dari kedua matrik IFAS dan matrik EFAS dapat diketahui sebagai berikut:

1. Strategi SO = 2,75 + 2,35 = 5.10
2. Strategi ST = 2,75 + 0,50 = 3,25
3. Strategi WO = 0,35 + 2,35 = 2,70
4. Strategi WT = 0,35 + 0,50 = 0,85

Langkah kedua setelah pembuatan matrik IFAS dan EFAS, peneliti akan membuat matrik SWOT.

Tabel 4.6

Matrik SWOT

IFAS / EFAS	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	1. Produk beragam dan inovatif 2. Memiliki mesin atau alat kerja yang lengkap 3. Meminimalisir kerugian biaya operasional budidaya 4. Mutu dan Kualitas produk terjamin 5. Rasa dan penentuan harga yang terjangkau 6. Tidak hanya tempat wisata tetapi juga edukasi 7. Pelayanan ramah dan memuaskan	1. Sumber daya manusia rendah 2. Modal dalam pengembangan atau fasilitas wisata 3. Penjualan masih ruang lingkup lokal 4. Tempat yang kurang strategis 5. Pelayanan lama saat over order

Peluang (O)	**Strategi SO**	**Strategi WO**
1. Budaya konsumtif dan kebutuhan masyarakat terhadap kuliner 2. Ketersediaan bahan baku dengan harga yang terjangkau 3. Kepercayaan dan kepuasan konsumen 4. Peran konsumen dalam promosi produk 5. Memanfaatkan hasil panen ikan lele yang over produksi 6. Menyerap tenaga kerja	1. Meningkatkan inovasi-inovasi terbaru menu karena kebutuhan kuliner masyarakat tidak terbatas. 2. Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk untuk menjaga citra wisata edukasi kampung lele. 3. Mengadakan event-event mengenai perikanan supaya wisata edukasi lebih dikenal lagi dan memberikan edukasi bahwa ikan itu mempunyai nilai gizi tinggi bagi tubuh. 4. Mengatasi kerugian dan memanfaatkan hasil panen dengan mengolah ikan lele menjadi berbagai olahan.	1. Pelatihan tenaga kerja yang mencakup semangat, wawasan, keahlian dan profesionalisme dalam bekerja untuk meningkatkan motivasi dan pengalaman kerja. 2. Meningkatkan ruang lingkup penjualan yang tidak hanya lokal saja, namun bisa merabah ke pesananan online kota sekitar seperti Nganjuk dan Tulungagung. Untuk pemesanan bisa bekerjasama dengan aplikasi Gosend atau Grabsend jadi kita tidak perlu mengantarkan pesanan tetapi driver aplikasi online yang datang langsung ke Wisata.

Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. Menjual produk pesaing di tempat wisata 2. Persaingan harga jual 3. Kenaikan harga BBM 4. Kenaikan harga bahan baku 5. Usaha lain kurang fokus	1. Mengembangkan daya saing seperti menyediakan variasi menu olahan agar diminati oleh masyarakat. Dan tetap konsisten terhadap harga dan cita rasa untuk menekan persaingan harga jual.	1. Mengembangkan pelatihan mengenai packaging dan cara bagaimana produk frozen tidak busuk ketika melayani pesanan luar kota atau luar pulau. 2. Melakukan pinjaman kepada pihak bank sebagai modal usaha untuk mengembangkan fasilitas yang ada. Penambahan fasilitas meliputi kolam renang, area bermain dan juga di tambah spot foto lebih menarik dengan demikian pengunjung akan lebih tertarik.

Dari tabel diatas dapat diketahui berbagai macam strategi yang dihasilkan, muilai dari strategi SO, WO, ST, dan WT. Mencipatakan strategi dilakukan dengan cara menggabungkan antara faktor-faktor IFAS dan EFAS. Dari tabel IFAS dan EFAS yang telah digambarkan diatas dapat menunjukkan posisi Wisaha Edukasi Kampung Lele sebagai berikut.

Tabel 4.7

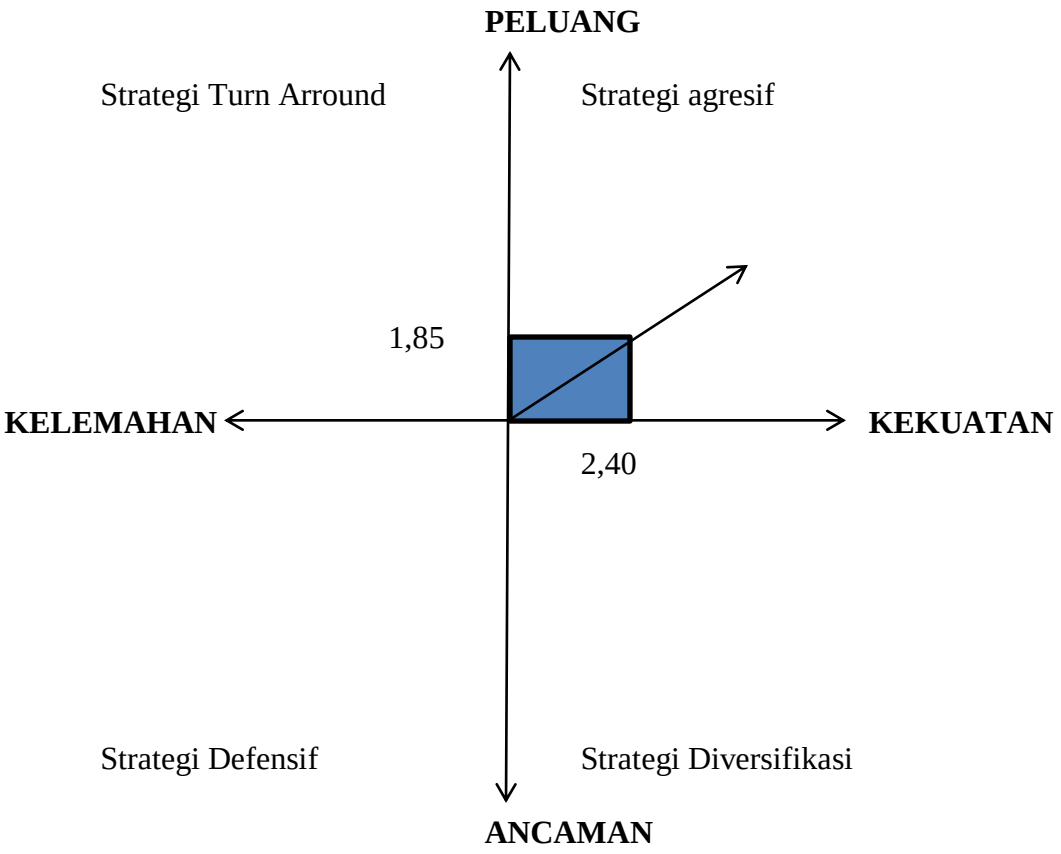
Posisi Wisata Edukasi Kampung Lele

IFAS		EFAS	
Kekuatan	2,75	Peluang	2,35
Kelemahan	(0,35)	Ancaman	(0,50)
Hasil	2,40	Hasil	1,85

Dari data tersebut diketahui bahwa: Analisis faktor IFAS lebih besar dari analisis faktor EFAS. Faktor IFAS sebesar 2,40, sedangkan analisis faktor EFAS sebesar 1,85. Apabila dimasukkan dalam diagram analisis SWOT ditunjukkan sebagai berikut.

Diagram 4.1

Posisi Wisata Edukasi Kampung Lele



Berdasarkan diagram diatas dapat diketahui bahwa posisi Wisata Edukasi Kampung Lele berada pada kuadran I dengan manerapkan strategi agresif. Hal ini sesuai dengan pendapat Freddy Rangkuti dalam bukunya yang berjudul Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, yang menyatakan bahwa keadran I ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Dimana perusahaan tersebut memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan

usaha wisata kuliner di Kediri. Mengembangkan Wisata Edukasi Kampung Lele dapat dilakukan dengan meningkatkan jumlah produksi, meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk, meningkatkan kualitas SDM, memperluas area penjualan sehingga bisa menyerap tenaga kerja lebih banyak, mengembangkan fasilitas tempat wisata, selalu berinovasi dengan menu yang baru sesuai dengan perkembangan, mengadakan event-event yang memberikan edukasi dan wawasan mengenai perikanan guna meningkatkan minat pengunjung.