

**ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PENGEMBANGAN  
PARIWISATA AGRO BELIMBING MOYOKETEN PADA MASA  
PANDEMI COVID-19**

**Devi Nindya Nur. A<sup>1</sup>, Sri Eka Astutiningsih<sup>2</sup>**

*Abstract*

*This research is supported by the tourism that attractive and developed well. One of that tourissm is star fruit agrotourism. The problem and objective research are the constraint faced by the management of Starfruit Agrotourism in Moyoketen Village, Tulungagung Regency during the Covid-19 pandemic, and the application of SWOT analysis as a strategy for developing starfruit agro-tourism. This research uses a qualitative approach while the data is taken from the method of observation, documentation, and interviews. The results show that the constraints experienced by starfruit agro-tourism in Moyoketen have minimal creativity and innovation of human resources, experience a decrease in the visitors' number and income, improvements to several facilities for visitors have not been carried out. By looking at some of these constraints, starfruit agro managers make strategies which include online marketing, prioritizing product quality, converting starfruit into products such as lunkhead, jam, and chips, as well as collaborating with the government.*

**Keywords:** SWOT, Strategy Development, Agrotourism, Covid-19

**Abstrak**

Riset ini di latar belakang oleh berkembangnya pariwisata yang semakin pesat. Dalam mengembangkan suatu pariwisata yang menjadi daya tarik harus dilakukan pengembangan yang baik. Satu di antara tempat wisata yang dimaksud ialah agrowisata belimbing. Perumusan masalah dan tujuan pada riset ini ialah kendala yang dihadapi oleh pengelola Agrowisata Belimbing Desa Moyoketen Kabupaten Tulungagung di masa pandemi Covid-19, dan penerapan analisis SWOT sebagai strategi pengembangan pariwisata agro belimbing di masa pandemi Covid-19. Riset inikenmenggunakan pendekatan dengan kualitatif. Sedangkan data yang diambil ialah menggunakan metode observasi, dokumentasi, dan wawancara. Dengan menggunakan analisa SWOT. Hasil

---

<sup>1,2</sup> UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, devinindyaa@gmail.com

riset ini memperlihatkan bahwa kendala yang dialami wisata agro belimbing di Moyoketen ini memiliki kreativitas dan inovasi sumber daya manusia yang minim, mengalami penurunan pada jumlah pengunjung dan pendapatan, perbaikan beberapa fasilitas untuk pengunjung yang belum dilakukan. Dengan melihat beberapa kendala tersebut, pengelola agro belimbing membuat strategi yang diantaranya melakukan pemasaran secara online, mengutamakan kualitas produk, mengubah belimbing menjadi sebuah produk seperti dodol, selai, dan keripik, serta melakukan kerjasama dengan pemerintah.

*Kata kunci: SWOT, Strategi Pengembangan, Agrowisata, Covid 19*

## 1. PENDAHULUAN

Dengan berkembangnya pariwisata saat ini di Indonesia dengan semakin pesat. Pariwisata memiliki potensi yang layak untuk dikelola dan salah satu sektor yang wajib dikembangkan secara maksimal dari sumber daya yang ada (Gunawan dkk, 2016: 2). Kepariwisataan merupakan satu diantara sektor pembangunan yang diharapkan dapat menjangka laju pemerataan dalam sektor peningkatan ekonomi Indonesia, dengan cara beragam aspek yang tercantum di dalamnya antara lain, penerimaan devisa, pemerataan pendapatan ekonomi rakyat, menjangkau lebih luas kesempatan kerja dan apalagi pariwisata saat ini dibebani juga satu pendekatan ekonomi dengan ikut serta mengentaskan kemiskinan (Prihanta dkk, 2017). Pariwisata di Indonesia sangat unggul dan maju dikarenakan di Indonesia itu sendiri mempunyai banyak tempat dan budaya serta adat juga tradisi yang menjadi daya tarik wisatawan atau pengunjung.

Berdasarkan UU. No. 9 Tahun 1990 Pasal 1 dikutip oleh Oka A. Yoeti pariwisata yakni seluruh obyek yang memiliki hubungan dengan wisata, seperti keterampilan daya tarik dan obyek wisata serta cara yang ada kaitannya terhadap penyelenggaraan pariwisata (Besra, 2021). Dalam pengembangan sektor pariwisata ada harapan supaya dapat menunjang bagaimana cara melestarikan alam, keaneragaman hayati dan budaya bangsa. Sesuatu yang disiapkan lebih dulu agar dapat dinikmati, dilihat, dan dirasakan termasuk perihal ini yaitu tarian, kesenian tradisonal, upacara adat dan lain sebagainya disebut dengan atraksi wisata. Sedangkan daya tarik wisata yaitu suatu yang mempunyai keunikan, keunggulan, dan memegang kualitas tinggi yang menjadi sasaran dan tujuan kunjungan wisatawan (Kepariwisataan, 2009).

Dalam membangun sebuah tempat wisata yang tidak disertai dengan usaha perencanaan, pengelolaan dan pengoperasian penguasaan yang kurang maksimal menjadi kendala untuk para pengelola dalam mengarahkan tujuan dalam mendirikan wisata tersebut, karena itu bisa menghambat dalam proses pengembangan tempat wisata itu sendiri. Seperti minimnya kedatangan wisatawan dikarenakan masih terbatas pembangunan destinasi wisata dan objek wisata, masalah ini akan mengakibatkan menurunnya pendapatan yang didapat pihak pengelola wisata.

Pandemi global yang berefek buruk pada dimensi sosial dan manusia disebut Covid-19. Virus ini setelah meluas dari China, akhirnya pandemi menyebar begitu cepat ke 210 negara juga Indonesia. Bagai mimpi buruk pandemi Covid-19 untuk ekonomi global. Ekonomi mengalami penurunan dari satu tahun yang lalu dan mungkin akan lebih lama bila penanggulangan wabah Covid-19 tidak efektif (Oktaviyani, 2020: 8). Dimasa transisi atau pandemi Covid-19 telah berdampak terhadap berbagai bidang dalam aktivitas manusia terutama di sektor pariwisata. Tidak adanya kunjungan para wisatawan yang menyebabkan tempat pariwisata ditutup, dan itu berdampak pada penurunan dalam pengembangan sektor pariwisata. Salah satunya berdampak di Agrowisata Belimbing Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung. Dilihat dari data wawancara yang telah dilakukan penelitian pada tanggal 13 Desember 2021 diketahui jumlah pengunjung sebagai berikut:

	Sebelum Pandemi	Saat Pandemi
Jumlah pengunjung	± 450 orang/hari sabtu dan Minggu	-

Di Kabupaten Tulungagung memiliki banyak tempat wisata salah satunya yaitu Agrowisata Belimbing Moyoketen Tulungagung yang saat ini ramai wisatawan yang berkunjung. Agrowisata Belimbing merupakan salah satu di antara tempat wisata yang menggugulkan keelokan lingkungan perkebunan dan wisata edukasi terkait buah belimbing dari sejarahnya sampai meluas ke seluruh Indonesia. Akibat adanya pandemi Covid-19 ini Agrowisata Belimbing Moyoketen Tulungagung mengalami jumlah penurunan pendapatan dan wisatawan. Agrowisata Belimbing Moyoketen Tulungagung, tepatnya beralamat

di Dsn Pacet Ds. Moyoketen RT. 003 RW. 004. Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung.

Bapak Mulyono salah satu pengelola Agrowisata Belimbing Moyoketen Tulungagung. Banyak pohon belimbing yang mengelilingi pekarangannya yang sangat luas, bernuansa alami, dan asri membuat wisatawan merasa santai menikmatinya. Sudah sejak tahun 1992 kebun belimbing berdiri dan akhirnya sekarang berkembang menjadi tempat wisata edukasi Agrowisata Belimbing yang mempunyai nilai edukasi dan estetika tinggi.

Dari uraian yang dipaparkan diatas maka timbul permasalahan yang ada, untuk menanggulinya yaitu seperti penerapan yang sesuai dengan strategi pengembangan. Karena di masa pandemi Covid-19 sekarang ini upaya dalam mengembalikan kestabilan perekonomian sangat penting dilakukan. Mengingat pentingnya pengembangan pariwisata di Agrowisata Belimbing Moyoketen Boyolangu Tulungagung sebagai tempat wisata edukasi dilihat dari permasalahannya maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh pengelola di Agrowisata Bielimbing Desa Moyoketen Kabupaten Tulungagung di masa pandemi Covid-19, dan strategi pengembangan agrowisata belimbing di masa pandemi Covid-19.

## **2. METODE PENELITIAN**

Dalam melakukan penelitian, peneliti memilih lokasi penelitian yaitu tempat wisata edukasi di Agro Belimbing Moyoketen Tulungagung. Penetapan tempat penelitian yang berkaitan dengan tema riset yakni pengembangan pariwisata berkelanjutan. Pada riset ini berupaya dalam melaksanakan kajian seperti apa dampak penerapan analisis SWOT sebagai strategi pengembangan pariwisata Agro Belimbing di Desa Moyoketen Tulungagung dimasa pandemi Covid-19 dan menguraikan potensi yang ada di daerah sasaran seperti potensi fisik ataupun non fisik selaku objek wisata berkelanjutan.

Studi kasus dalam penelitian ini yakni salah satu tingkatan dari *method* kualitatif yang membahas suatu kasus secara mendalam, dengan mengumpulkan beberapa informasi dari para informan (Raco, 2013). Sumber data yang digunakan ialah sumber data sekunder dan sumber data primer. Dalam metode pengumpulan data kualitatif yang dipergunakan oleh peneliti yakni metode

pengamatan, metode wawancara atau interview dan dokumentasi dengan menggunakan teknik analisa data reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Selanjutnya analisa riset ini dengan mempergunakan analisa SWOT. Analisa SWOT dipergunakan dalam dapat mengetahui masalah, kelemahan, ancaman, peluang Agrowisata Belimbing Moyoketen Tulungagung, membuat rumusan strategi untuk kebijakan optimalisasi Agrowisata Belimbing Moyoketen Tulungagung yang berdampak terhadap peningkatan ekonomi masyarakat kelompok tani serta keberlanjutan agrowisata. SWOT adalah suatu instrumen yang mengidentifikasi bermacam-macam faktor yang mem-bentuk secara sistematis untuk dapat digunakan dalam merumuskan strategi perusahaan (Nur'aini, 2016: 8). Pengertian analisis SWOT adalah suatu metode analisa kepada berbagai faktor internal (*Weaknesses, Strengths,*) dan eksternal (*Threats, Opportunities*) dan bagaimana membuat perumusan strategi perkembangan yang cocok pada mengoptimalkan dan membuat perkembangan Agrowisata Belimbing Moyoketen Tulungagung untuk memberikan peningkatan kepada perekonomian ekonomi masyarakat sekitar Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung.

### **3. Kajian Pustaka**

#### **a. Analisis SWOT**

Menurut Philip Kotler analisis SWOT diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (Kotler & Keller, 2009: 63). Analisis SWOT merupakan salah satu instrument analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil. Analisis SWOT terdiri dari *stength, opportunity, weakness, threath* dimana penjelasannya sebagai berikut:

##### 1) Kekuatan (*stength*)

Kekuatan (*stength*) adalah sumberdaya keterampilan atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani oleh perusahaan atau organisasi.

2) Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan (*weakness*) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumberdaya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan atau organisasi.

3) Peluang (*opportunity*)

Peluang (*opportunity*) adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan atau organisasi.

4) Ancaman (*threat*)

Ancaman (*threat*) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang yang diinginkan organisasi. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli, perubahan teknologi serta peraturan baru atau direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan organisasi.

**b. Strategi Pengembangan**

Strategi berdasarkan Kenneth R. Andrews, ialah sebuah tahapan dalam mengevaluasi kelemahan dan kekuatan yang diperbandingkan dengan ancaman dan peluang untuk memutuskan strategi pasar di dalam lingkungan yang ada untuk menyesuaikan kemampuan perusahaan (Anoraga, 2004: 338–339). Menurut Yoeti pengembangan ialah cara atau usaha dalam mengembangkan serta memajukan suatu hal yang telah tersedia (Yoeti, 2008: 273). Strategi pengembangan yaitu suatu cara yang terencana dan terus-menerus dalam menerapkan pengetahuan karakter untuk mengembangkan sistem dengan memanfaatkan *method* dan analisis diri (Nimran, 1997: 109). Sedangkan pengertian strategi pengembangan secara syariah artinya suatu disiplin bisnis strategis yang mengacu proses penawaran, penciptaan, dan perubahan *value* dari sebuah *inisiator* pada *stakeholder*, yang mana pada keseluruhan tahapannya sejalan dengan prinsip-prinsip dan akad muamalah (bisnis) dalam islam (Syula, 2004: 425).

Berdasarkan Hisyam Alie, agar dapat meraih strategi yang strategis wajib mengetahui komponen seperti dibawah: (Rafi'un & Djalil, 2001: 76)

- a) Kekuatan, yang umumnya berkenaan dengan dana dan manusia.
- b) Kelemahan, ialah kelemahan yang memperhitungkan dan menyangkut beberapa aspek sebagai kekuatan.
- c) Peluang, ialah teknis dalam mengungkap kepercayaan atau pengetahuan bahwa sebuah kejadian akan ada.
- d) Ancaman, ialah memperhitungkan kemungkinan yang akan terjadi dari luar.

### **c. Pariwisata**

Istilah pariwisata memiliki arti pergi dengan lengkap meninggalkan kampung (rumah) berkeliling pada sebuah daerah dan tidak mempunyai maksud agar dapat tinggal di tempat ditujunya (Suwanto, 2001: 3). Secara teknis pariwisata ialah serangkaian kegiatan yang melibatkan seseorang baik kelompok atau perorangan, bisa di negara lain ataupun di negara sendiri. Aktivitas tersebut digunakan untuk kemudahan, jasa dan faktor pendukung lainnya yang diselenggarakan oleh masyarakat setempat atau oleh pemerintah guna menciptakan daya tarik para wisatawan (Karyono, 1997: 15).

Sedangkan pengertian dari pengembangan pariwisata yaitu sebuah upaya dalam melaksanakan pengembangan atau kemajuan obyek wisata tersebut supaya lebih baik serta lebih menjadi daya tarik dilihat dari sisi komponen atau tempat yang ada supaya dapat memberi kesan menjadi daya tarik wisatawan dalam mengunjungi wisata tersebut. Pentingnya pengembangan pariwisata dalam sebuah daerah tujuan wisata, baik secara regional ataupun lokal dan pada lingkup nasional di sebuah negara sangat berkaitan dengan pengembangan ekonomi negara ataupun daerahnya. Pengembangan kepariwisataan dalam sebuah wilayah sasaarn wisata akan senantiasa diperhitungkan dengan manfaat dan keuntungan untuk khalayak luas.

Dalam hal konsepasi Islam memiliki konsep yang jelas mengenai pentingnya hal tersebut, pelestarian, dan penyelamatan lingkungan. Konsep lainnya mengenai lingkungan tersebut beberapa telah diambil dan menjadi prinsip ekologi yang dilakukan pengembangan oleh para ilmuwan lingkungan. Hal ini dinyatakan dalam al Qur'an surat Luqman ayat 20:

أَلَمْ تَرَوْا أَنَّ اللَّهَ سَخَّرَ لَكُمْ مَّا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ وَأَسْبَغَ عَلَيْكُمْ نِعْمَهُ ظَاهِرَةً  
وَبَاطِنَةً ۗ وَمِنَ النَّاسِ مَن يُجَادِلُ فِي اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَلَا هُدًى وَلَا كِتَابٍ مُّنِيرٍ

*“Tidakkah kamu perhatikan sesungguhnya Allah telah menundukkan untuk (kepentingan)mu apa yang di langit dan apa yang di bumi dan menyempurnakan untukmu nikmat-Nya lahir dan batin. dan di antara manusia ada yang membantah tentang (keesaan) Allah tanpa ilmu pengetahuan atau petunjuk dan tanpa kitab yang memberi penerangan”.(Q.S Lukman, 31: 20)*

Pemanfaatan usaha pertanian (*agro*) selaku obyek wisata yang didasari dalam tujuan meluaskan pengetahuan, pengalaman wisata yang berhubungan dengan usaha di sektor pertanian (Mayasari & Ramadhan, 2013: 22). Istilah lain dari agrowisata yaitu aktivitas ataupun wisata yang mengarah kepada aktivitas melaksanakan kunjungan pada petani yang sedang bekerja pada lahan pertaniannya, dengan kata lain wisatawan dapat melihat para petani dalam memproses penanaman, pembibitan, panen, dan aktivitas pengelolaan produk tani menjadi produk olahan pada konteks aktivitas agrobisnis (Kurniati, 2015: 10).

Dalam mengembangkan agrowisata ada beberapa orang yang berperan penting yaitu manajemen, wisatawan atau pengunjung, dan institusi atau pemerintah. Untuk menuju kesuksesan dalam pengembangan agrowisata, peranan dan interaksi mereka sangat diperlukan. Dari beberapa peran di atas, tempat juga termasuk faktor penting untuk membentuk kesuksesan pengembangan pusat agrowisata. Lokasi yang mudah diakses dan mempunyai keunikan dan latar belakang panorama yang indah.

Adapun beberapa uraian tentang pentingnya pengembangan pariwisata bahwa sasaran pengembangan daerah agrowisata yaitu:

- a. Memberi dorongan dalam meningkatkan visi pada jangka panjang pengembangan industri pariwisata, terkhusus agrowisata, selaku satu diantara media dalam meningkatkan perekonomian serta melestarikan sumber daya alam dimasa depan.
- b. Memberikan kerangka dasar untuk perencanaan dan pengembangan agrowisata secara umum.
- c. Memberi dorongan usaha dalam mengembangkan industri wisata terpadu dengan basis kawasan, potensi kewilayahan, budaya daerah dan sosial.

#### **d. Pandemi Covid-19**

Pengertian Pandemi bersumber dari dua suku kata yakni, *Pan* yang artinya “semua” dan *Demos* yang maknanya “orang”. Penyebaran penyakit yang sangat cepat dari orang satu ke lainnya, hal ini didefinisikan sebagai pengertian dari pandemi. Istilah pandemi itu sendiri ialah sebuah epidemi yang meluas ke berbagai benua dan negara (Amar’s, 2020: 7). Kini disemua negara, diantaranya Indonesia sedang dilanda pandemi yang dikenal sebagai Covid-19, virus ini ditemui pada tahun 2019.

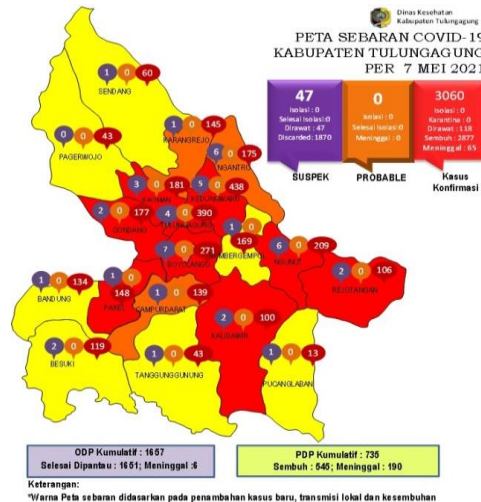
Penyakit ini tergolong dalam kategori penyakit menjangkit paru-paru bagi yang terkena. Dan Covid-19 saat ini sudah mewabah keseluruh penjuru dunia. Pandemi Covid-19 ini sangat mempengaruhi laju perekonomian yang mengakibatkan penurunan dari tahun lalu sampai saat ini bahkan akan lebih lama bila sikap penghambatan Covid-19 tidak efektif. Akibat wabah Covid-19 tidak terjadi keraguan lagi akan terasa di sejumlah rantai pariwisata.

#### **4. Hasil dan Pembahasan**

Suatu usaha untuk mengembangkan potensi pariwisata dibutuhkan tindakan dalam penanganan harus strategis serta tersusun dengan baik untuk mencapai sebuah tujuan. Sesuai dengan teori Marpaung yang menyatakan bahwa strategi mengakibatkan sebuah komitmen untuk organisasi terkait pada berbagai tindakan mengacu kepada masa depan. Selanjutnya, berdasarkan manajemen strategis pariwisata rata-rata mempunyai sebuah rancangan untuk melihat setiap fakta untuk mencapai tujuan jangka panjang (Centre, 2011). Dan juga pada riset yang dilakukan oleh Evi Fitriana (2018: 102) dengan hasil riset yakni membangun prasarana dan sarana misalnya sarana akomodasi dan alat angkut, yang telah melibatkan pemerintah dan instansi lainnya dalam pengelolaan wisata tersebut.

Manajemen strategis berperan kecil dalam pengaruhi jalannya suatu usaha guna memperoleh hasil yang sudah ditetapkan serta direncanakan sebelumnya (Suaedi, 2019: 21). Langkah dalam mempersiapkan manajemen strategi yang dilakukan Agro Belimbing Moyoketen Tulungagung yaitu dengan cara menyeimbangkan uraian rencana dengan misi dan visi yang telah tersedia supaya dapat dipakai sebagai landasan ketika menghitung segala suatu saat merencanakan, termasuk aspek pariwisata serta perubahan yang dapat terjadi di

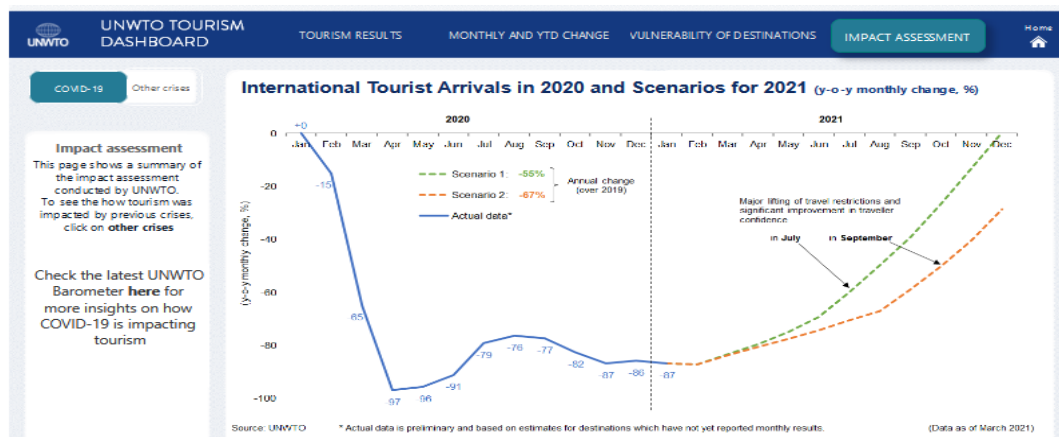
masa mendatang baik itu dengan langsung ataupun tidak langsung tahapan jalannya Desa Agrowisata petik belimbing ini.



Gambar 2. Data Persebaran Covid-19 Kabupaten Tulungagung 2021.

Covid-19 termasuk wabah yang penyebarannya cukup cepat yang menjangkit hampir di seluruh wilayah Indonesia. Tidak terkecuali Kabupaten Tulungagung yang menjadi sebuah kota yang terkena Covid-19 dan telah tersebar dengan luas pada berbagai daerah di Tulungagung yang salah satunya tempat pariwisata. Oleh sebab itu perlu adanya pembenahan pada sektor wisata, dikarenakan pariwisata ini merupakan salah satu jalan penunjang ekonomi sebelum pandemi, ketika pandemi, maupun setelah pandemi.

Dari gambar di bawah juga membuktikan adanya penurunan sebesar 22% terhadap kedatangan wisatawan yang disebabkan pandemi. Pariwisata termasuk sektor yang terpengaruhi oleh beraneka ragam aspek pelaksanaan serta penanganannya, dan satu diantaranya yang sangat berpengaruh yaitu pariwisata karena rentan terhadap fenomena alam serta perkembangan kondisi saat ini yang berubah di suatu wilayah (Félix dkk, 2020: 63).



Gambar 3. Dashboard Terbaru UNWTO Memperlihatkan Efek Covid-19 dalam Pariwisata Dunia.

(Sumber: [www.unwto.org](http://www.unwto.org) )

Wabah Covid-19 mengakibatkan terjadinya gangguan dalam rantai pasok global, pada negeri, volatilitas pasar keuangan, guncangan permintaan konsumen dan dampak negatif di sektor utama misalnya pariwisata dan perjalanan. Efek pandemi Covid-19 telah dirasakan dalam semua aspek pariwisata. Terdapat banyaknya Industri pariwisata dihadapkan dalam menurunnya kunjungan wisata (Sugihamretha, 2020: 192).

Satu diantara bidang pariwisata yang terkena pandemi Covid-19 ialah Agrowisata Belimbing di Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung yang termasuk sebuah pariwisata berbasis desa, pihak manajemen harus mengimplementasikan tahapan strategis dan teknis yang tepat dan cepat agar langkah jalannya Desa Agrowisata ini dapat tetap berjalan dan bertahan. Di dukung oleh pernyataan penelitian oleh Masduki dkk. (2020) dengan hasil penelitian sebagian usaha strategi senantiasa dilaksanakan supaya industri ini tetap eksis pada masa pandemi, diantara lain promo massiv, melalui media sosial, dan tetap mengimplementasikan protokol kesehatan supaya para pengunjung tetap nyaman dan aman serta melakukan pengujian sertifikasi CHSE (cleanliness, health, safety, environment) dari Kementerian Pariwisata Ekonomi Kreatif. Perubahan serta perancangan suatu langkah yang diambil dapat berpengaruh pada

terlaksanakannya kegiatan organisasi supaya kemudian dilaksanakan dengan seefisien dan seefektif mungkin untuk meraih tujuan.

### **Kendala dan Upaya dalam Pengembangan Agrowisata Belimbing Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung dimasa pandemi Covid-19**

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dan hasil pengamatan dari peneliti, terdapat kendala yang dialami oleh pihak agrowisata belimbing Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung dalam pengembangan usahanya, yaitu :

- a. Minimnya kreatifitas dan inovasi dari sumber daya manusia.

Kendala yang dihadapi ini seperti kurangnya berinovasi dalam pengelolaan buah belimbing sebagai bahan dasar untuk dijadikan olahan makanan, minuman, dan olahan lainnya.

- b. Penurunan Pengunjung dan pendapatan Agro belimbing Moyoketen.

Adanya wabah pandemi Covid-19 menyebabkan area wisata tidak diperbolehkan untuk beroperasi. Hal tersebut menyebabkan pengunjung menjadi berkurang dan tidak seperti sebelumnya. Penurunan pengunjung secara tidak langsung akan mengurangi jumlah pemasukan di Agro Belimbing Desa Moyoketen Kec. Boyolangu Kab. Tulungagung ini. Sistem dana khusus dalam mengelola Agrowisata terpaksa diperalihak dalam dana penanganan Covid-19 yang menyebabkan berkurangnya dana dalam agrowisata selaku dana operasional dalam mengembangkan program.

- c. Perbaikan beberapa fasilitas untuk pengunjung belum dilakukan.

Masih terdapat beberapa tempat duduk yang sudah rusak sehingga membuat pengunjung kurang nyaman. Adapun sarana yang dirasakan masih sangat kurang untuk mendukung beropreasinya agrowisata ini dikarenakan oleh Covid-19 yang mempengaruhi tertundanya pembangunan sarana tambahan pada wisata tersebut.

Dengan adanya kendala dalam mengembangkan agrowisata belimbing, pengelola memiliki upaya dalam menghadapi kendala tersebut yaitu :

- a) Memberikan pelatihan kepada masyarakat terkait pengolahan makanan yang berbahan dasar buah belimbing. Dengan adanya pelatihan pengelola agrowisata

tidak hanya menjual buah belimbingnya saja akan tetapi bisa melakukan pengolahannya menjadi makanan yang lebih menjadi daya tarik dan mempunyai harga jual yang lebih besar.

- b) Melakukan kerjasama bersama pemerintah dalam mengembangkan agrowisata dengan cara menambah jenis tanaman baru yaitu tanaman berbagai jenis jambu.
- c) Meningkatkan fasilitas untuk menarik perhatian pengunjung dan memberikan kenyamanan bagi pengunjung, seperti me-nyediakan spot foto untuk menarik minat pengunjung.

### **Penerapan Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Pariwisata Agro Belimbing Moyoketen di Masa Pandemi Covid-19**

Agrowisata belimbing di Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung merupakan agrowisata yang terfokus pada buah belimbing organik. Jumlah produksi belimbing mengalami peningkatan sehingga dapat di ekspor dan dapat diperjual belikan di supermarket di seluruh Indonesia melalui kelompok dasar wisata argo belimbing. Pada tahun 2016 mendapatkan perhatian dari pihak pariwisata setempat dan dijadikan suatu obyek wisata.

Ketrampilan yang dikembangkan oleh kelompok tani ini antara lain, mengemas produk dengan baik agar tahan lama, memasarkan atau menjajakan produk buah belimbing, mendekorasi tempat untuk menarik minat pengunjung, membuat pupuk organik sendiri, menghasilkan buah belimbing organik kualitas premium tanpa bahan pestisida.

Adanya wabah pandemi Covid-19 saat ini menjadikan perlu setiap agrowisata mengambil sebuah jalan preventif berkenaan dengan peristiwa tersebut. Strategi dalam mengelola pariwisata baru dengan pedoman kepada aturan Kemenkes terkait pandemi Covid-19 sepertinya harus dirumuskan kembali. Satu diantaranya sektor pariwisata yang terkena oleh pandemi Covid-19 ialah Agrowisata Belimbing di Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung, pihak manajemen perlu mengimplementasikan tahapan cara dan strategis yang tepat dan cepat maka tahapan dalam operasional agrowisata ini agar tetap berjalan dan bertahan. Perancangan dan perubahan tahapan yang diputuskan sangat mempengaruhi dalam berjalannya organisasi supaya kemudian akan dilaksanakan dengan seefisien dan seefektif mungkin untuk meraih sasaran.

Menurut observasi yang telah dilaksanakan oleh peneliti, pihak Agrowisata Belimbing Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung telah melaksanakan sebagian supaya dapat menanggulangi masalah yang sedang ada karena dari pandemi Covid-19 yang berefek kepada operasional sistem manajemen agrowisata tersebut. Keterampilan yang dimiliki oleh para petani dapat dijadikan untuk sarana peningkatan pengembangan agrowisata. Program pengembangan yang dilakukan yaitu melalui promosi di media sosial, petani mengikuti pameran pertanian organik, meningkatkan sarana dan prasarana wilayah agrowisata.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti bersama pengelola agrowisata belimbing yaitu bapak Mulyono, dengan hasil bahwa strategi yang dilakukan dalam mengembangkan agrowisata belimbing yaitu sebagai berikut:

a. Pemasaran dilaksanakan dengan online

Dalam pandemi Covid-19 jumlah pengunjung di agrowisata belimbing mengalami penurunan bahkan pengunjungpun tidak diperbolehkan mengunjungi tempat wisata tersebut selama 1 tahun silam. Hal tersebut mengakibatkan penurunan jumlah penjualan buah belimbing. Sehingga pemilik agrowisata belimbing memiliki strategi dalam meningkatkan jumlah penjualan yaitu dengan memasarkan secara online kepada beberapa komunitas yang ada diberbagai daerah. Seperti komunitas ibu PKK, komunitas chinise dan lain-lain.

Dengan adanya sistem pemasaran online, diperkirakan cukup membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar terhadap produk mereka.

b. Mengutamakan kualitas produk

Di masa pandemi ini pemilik sangat memperhatikan kualitas produknya dengan cara mensterilkan wadah untuk menjaga kebersihan produk. Pemilik tidak menghiraukan pesaing di luar terkait harga, karena pemilik memperhatikan kualitas produk dan mempertahankan harga jual. Di sisi lain pemilik juga memperhatikan kepercayaan pembeli dengan cara melakukan pembelian sistem bayar ditempat.

c. Mengolah belimbing menjadi sebuah produk

Penerapan strategi lain yang dilakukan oleh Agro Belimbing Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung saat ini yakni memberikan

optimalisasi kepada hasil produk belimbing namun dengan pengeluaran yang sangat minim. Menekan total biaya operasional termasuk salah satu jalan efektif yang dilaksanakan pada sisi manajemen wisata pada saat ini ataupun dalam pengolahan produk. Dalam mengolah produk belimbing tersebut masih mempunyai konsep yang sama seperti yang dilaksanakan pada saat sebelum Covid-19, yang mana hal ini dikelola oleh ibu-ibu warga sekitar Desa Moyoketen tersebut. Dalam mengelola mengolah produk belimbing tersebut akan menghasilkan beberapa produk misalnya selai belimbing, belimbing keripik, belimbing dan sari belimbing.

Dalam mengolah produk belimbing tersebut supaya dapat mengoptimalkan hasil kebun belimbing saat panen. Disamping itu juga dapat menjadi objek wisata yang dapat dipanen langsung oleh para pengunjung selain itu juga buahnya dapat dioptimalkan supaya dapat memperkenalkan bahwa buah belimbing tidak hanya dapat dikonsumsi secara langsung namun dapat diolah kembali. Perihal ini dilaksanakan sebagai operasi untuk mengoptimalkan program agrowisata supaya dapat beroperasi dengan optimal karena pada pengelolaan fasilitas wisata ini sendiri masih belum terlalu lengkap.

d. Melakukan kerjasama dengan pemerintah

Banyaknya pesaing di kawasan agro belimbing, menjadikan pemilik agrowisata belimbing tidak hanya mengembangkan tanaman belimbing tetapi juga mengembangkan tanaman berbagai jenis jambu yang berada di kawasan agro wilis dengan melakukan kerjasama bersama pemerintah.

Pemilik dan pemerintah melakukan kerjasama yang mana pihak pemerintah menyediakan lahan untuk ditanami tanaman jambu. Dalam pengelolaannya, pemilik menawarkan kepada masyarakat untuk ikut serta dalam penanaman kebun jambu. Maka dari itu pemilik memberi kontribusi kepada masyarakat dengan sistem bagi hasil. Bagi hasil dalam perihal ini dimaksudkan sebagai pembagian hasil untuk pihak yang menanam atau mengolah tanah dari yang dihasilkan misalnya satu per tiga setengah ataupun lebih dari itu hal tersebut berdasarkan kesepakatan kedua pihak di antara pemilik tanah dan petani. Pada pelaksanaan perjanjiannya dalam memelihara silaturahmi serta kepercayaan di antara dua pihak sehingga perlu dilakukan dengan kesepakatan secara tertulis

dan juga dalam memelihara supaya tidak terdapat kesalahpahaman diantara dua pihak. Seperti yang dijabarkan pada QS. Al- Baqarah ayat 282 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّىٰ فَاكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ

“Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar?”(Q.S Al-Baqarah, 2: 282)

Berdasarkan data sekunder dan yang didapatkan dari wawancara dan observasi, dapat ditentukan strategi kebijakan berkelanjutan dengan hasil analisis SWOT, yaitu (1) mengidentifikasi faktor kekuatan yang dimiliki agrowisata baik internal maupun eksternal dan (2) mengidentifikasi faktor peluang dan ancaman terhadap agrowisata buah belimbing. Faktor eksternal meliputi faktor wilayah lingkungan sekitar agrowisata. Faktor tersebut terdiri dari dua aspek, yaitu faktor peluang dan ancaman (*treaths*). Faktor peluang meliputi media informasi untuk memasarkan agrowisata, dukungan masyarakat sekitar, perluasan-perluasan wilayah pemasaran. Berdasarkan data primer penelitian dapat dilihat hasil analisis SWOT pada tabel berikut ini:

<p>Faktor Internal</p> <p>Faktor Eksternal</p>	<p><i>Strength</i> (Kekuatan)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Memperoleh pelatihan yang berkaitan dengan cara mengelola belimbing menjadi bermacam-macam produk dan menghasilkan sumber daya manusia Agro Belimbing Moyoketen Tulungagung ini unggul.</li> <li>Adanya dukungan masyarakat setempat secara langsung maupun tidak langsung untuk Agro Belimbing Moyoketen.</li> </ol>	<p><i>Weakness</i> (Kelemahan)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Kurangnya sarana dan prasarana untuk mendukung Agro Belimbing Moyoketen Tulungagung.</li> <li>Pengelolaan agrowisata terpaksa dialihkan untuk penanggulangan Covid-19 yang mengakibatkan kurangnya pemasukan dana untuk Agro Belimbing Moyoketen.</li> </ol>
	<p><i>Opportunity</i> (Peluang)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Mengelola lahan kosong agar dapat dimanfaatkan untuk</li> </ol>	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Pembangunan sarana dan prasarana untuk memenuhi kebutuhan</li> </ol>

<p>membangun kawasan wisata yang kreatif dan unik dan memberikan kesan menarik untuk para wisatawan.</p> <p>2. Agro Belimbing Moyoketen Tulungagung yang mempunyai lokasi serta akses jalan dengan mudah dilalui dan ditemukan oleh wisatawan.</p>	<p>wisatawan Agro Belimbing Moyoketen Tulungagung.</p> <p>2. Memanfaatkan media informasi untuk melakukan promosi agrowisata melalui berbagai media social apalagi dimasa pandemi Covid-19 banyak masyarakat yang beraktivitas secara <i>online</i>.</p>	<p>untuk bersama-sama mengembangkan Agro Belimbing Moyoketen Tulungagung.</p> <p>2. Memberikan pendidikan tentang agrowisata dan pelatihan pengelolaan belimbing.</p>
<p><i>Threats (Ancaman)</i></p> <p>1. Banyaknya pesaing yang ada di beberapa desa wisata yang baru maupun yang sudah lama beroperasi.</p> <p>2. Adanya wabah Covid-19 menyebabkan turunnya presentase pengunjung dan pemasukan dana di Agro Belimbing Moyoketen Tulungagung.</p>	<p>Strategi ST</p> <p>1. Melalui peningkatan keterampilan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia untuk daya saing dalam mengembangkan Agro Belimbing Moyoketen Tulungagung.</p> <p>2. Memanfaatkan media sosial dalam melakukan penjualan buah belimbing untuk menstabilkan pendapatan di Agro Belimbing Moyoketen Tulungagung.</p>	<p>Strategi WT</p> <p>1. Kebijakan Pemerintah yang mendukung pengembangan Agro Belimbing Moyoketen Tulungagung.</p> <p>2. Pemerintah kiat mendukung hasil olahan produk yang berbahan dasar buah belimbing.</p>

Adapun hasil simpulan pada tabel SWOT di atas ialah, Pertama berkenaan dengan perumusan strategi yang dilaksanakan oleh Agro Belimbing Desa Moyoketen pada pengelolaan agrowisata petik belimbing untuk menanggulangi pandemi Covid-19 yang mempengaruhi kepada operasional wisata dengan memperhatikan bermacam faktor eksternal organisasi yakni peluang atau *opportunity* yaitu Agrowisata Moyoketen yang mempunyai akses jalan dan lokasi yang mudah dijangkau dan ditemui oleh khalayak luar maka hal ini dapat mempermudah dalam pembuatan pengelolaan lahan yang cukup luas sehingga dapat dipergunakan untuk pembangunan kawasan wisata yang bermacam-macam

yang dapat menjadi daya tarik pengunjung. Disamping hal tersebut lokasi ini juga telah diliputi oleh sebagian media yang menghasilkan *feedback* yang baik atas desa agrowisata tersebut. Sementara untuk ancaman atau *threat* ini yakni terdapatnya pesaing yakni sebagian wisata yang baru ataupun yang telah lama berjalan menimbulkan ancaman berkenaan dengan persaingan yang semakin tinggi ditambah pula dengan pandemic Covid-19 yang akhirnya kemudian menjadikan agrowisata belimbing Moyoketen terjadi penurunan presentasi kunjungan wisatanya. Dengan adanya pembatasan aktivitas yang dihimbau oleh pemerintahan mengakibatkan masyarakat masih belum bisa untuk berwisata secara bebas.

Sementara dalam berbagai faktor dari dalam tersendiri kekuatan atau *Strength* perihal tersebut yakni sumber daya manusia yang dipunyai oleh agrowisata belimbing Moyoketen sebagai pengelola wisata dapat dinyatakan memperoleh pelatihan yang berkenaan dengan dengan pengolahan belimbing menjadi beberapa produk maka hal ini membuat sumber daya manusia agar bisa menjadi unggul. Selain itu juga produk olahan yang dapat dibeli atau dijual lagi kepada masyarakat sebagai buah tangan. Pada analisa berkenaan dengan kelemahan atau *weakness* yakni adanya masalah dalam manajemen biaya. Sistem dana atau biaya ini sepenuhnya mempunyai dana khusus dalam mengelola atau wisata yang terpaksa diperalihkan untuk mengatasi Covid-19 yang mengakibatkan berkurangnya penghasilan dana dari agrowisata selaku dana operasional supaya dapat mengembangkan program wisata ini. Disamping itu juga masih berkurangnya prasarana dan sarana di dalam wisata menjadi kelemahan tersendiri. Sebagian fasilitas yang masih dirasa kurang dalam mendorong agrowisata dikarenakan adanya Covid-19 yang berpengaruh terhadap tertundanya pembangunan sarana tambahan di wisata ini.

## **5. Kesimpulan**

Menurut hasil data yang diperoleh dari riset berkenaan dengan analisa strategi pengembangan pariwisata agrowisata belimbing di desa Moyoketen Tulungagung dapat disimpulkan bahwa, kendala yang dialami wisata agro belimbing di Moyoketen ini diantaranya memiliki kreativitas dan inovasi sumber daya manusia yang minim, mengalami penurunan pada jumlah pengunjung dan

pendapatan, perbaikan beberapa fasilitas untuk pengunjung yang belum dilakukan. Dengan melihat beberapa kendala tersebut, pengelola agro belimbing membuat strategi yang diantaranya melakukan pemasaran secara online, mengutamakan kualitas produk, mengubah belimbing menjadi sebuah produk seperti dodol, selai, dan keripik, serta melakukan kerjasama dengan pemerintah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amar's, I. P. I. (2020). *Analisis Kendala Dan Alternatif Pembelajaran Biologi Pada Masa Pandemi Covid 19 Di SMA Swasta Yapim Taruna Dolok Masihul*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Anoraga, P. (2004). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Besra, E. (2021). Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 12(1), 11.
- Centre, L. I. (2011). Econstor. Diambil 7 Mei 2021, dari <https://www.econstor.eu/>
- Félix, Á., Reinoso, N. G., & Vera, R. (2020). Participatory diagnosis of the tourism sector in managing the crisis caused by the pandemic (COVID-19). *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 16(1), 67.
- Fitriana, E. (2018). Strategi Pengembangan Taman Wisata Kum Kum Sebagai Wisata Edukasi Di Kota Palangkaraya. *Jurnal Pendidikan Geografi*, 23(2), 102.
- Gunawan, A. S., Goretti, M., & Endang, W. (2016). Analisis Pengembangan Pariwisata Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 32(1), 2.
- Karyono, H. (1997). *Kepariwisataan*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kepariwisataan. (2009). *Undang-undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan Pasal 1 ayat 5*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kurniati, D. (2015). *Potensi Pengembangan Agrowisata Sebagai Kawasan Eduwisata Lokal Di Agrowisata Cilangkap Jakarta Timur*. universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Masduki, Mursidah, I., & Jamaluddin. (2020). Strategi Pengembangan Potensi Wisata Pantai Anyer Provinsi Banten pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 15(2), 76–87.
- Mayasari, K., & Ramadhan, T. (2013). Strategi Pengembangan Agrowisata Perkotaan. *Buletin Pertanian Perkotaan*, 3(1), 22.
- Nimran, U. (1997). *Perilaku Organisasi*. Surabaya: Citra Media.
- Nur'aini, F. (2016). *Teknik Analisis Swot*. Jakarta: Anak Hebat Indonesia.

- Oktaviani, T. E. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Pengelolaan Wisata Telaga Sarangan Di Kabupaten Magetan*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Prihanta, W., Syarifuddin, A., & Zainuri, A. M. (2017). Pembentukan Kawasan Ekonomi Melalui Pengembangan Ekowisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Dedikasi*, 14, 73–84.
- Q.S Al-Baqarah. (2). *Al Qur'an*.
- Q.S Lukman. (31). *Al Qur'an*.
- Raco, J. R. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Rafi'un, & Djalil, M. A. (2001). *Prinsip Dan Strategi Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Suaedi, F. (2019). *Dinamika Manajemen Strategis Sektor Publik di Era Perubahan*. Airlangga university Press.
- Sugihamretha, I. D. G. (2020). Respon Kebijakan: Mitigasi Dampak Wabah Covid-19 Pada Sektor Pariwisata. *Jurnal Perencanaan Pembangunan*, IV(2), 192.
- Suwantoro, G. (2001). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- Syula, M. S. (2004). *Asuransi Syariah (Life and General): Konsep dan Sistem Operasional*. Jakarta: Gema Insani.
- Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan pariwisata*. Jakarta: Pradaya Pratama.