

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

4.1.1. Sejarah Usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana

Awal mula berdirinya usaha wisata taman sawah tirta buana yaitu berawal dari diadakannya musyawarah desa antara kepala desa dan perangkat desa dalam rangka pengembangan usaha di Desa Cialam Jaya yang kemudian hasil musyawarah direspon baik oleh masyarakat Desa Cialam Jaya. Kemudian dibuatlah kolam inisebagai sarana wisata yang awalnya untuk menarik minat masyarakat untuk datang ke Desa Cialam Jaya. Adapun alasan diberi nama taman sawah tirta buana karena letaknya yang berada ditengah persawahan dan tirta buana itu sendiri berarti sumber air yang berasal dari bumi

Usaha wisata taman sawah tirta buana didirikan oleh BUMDes pada 1 Januari 2022 di Desa Cialam Jaya dan dikelola oleh anggota bumdes Usaha ini merupakan salah satu dari beberapa program BUMDes yang Dimana usaha wisata ini merupakan kolam renang untuk dewasa dan anak-anak, usaha ini juga bukan kolam renang saja yang dapat dinikmati akan tetapi persawahan yang ada disekitar taman sawah tirta buana juga dapat dinikmati.

4.1.2. Visi Dan Misi

a. Visi

Meningkatkan sarana wisata yang ada di desa dan untuk menjadikan Desa Cialam Jaya menjadi desa wisata.

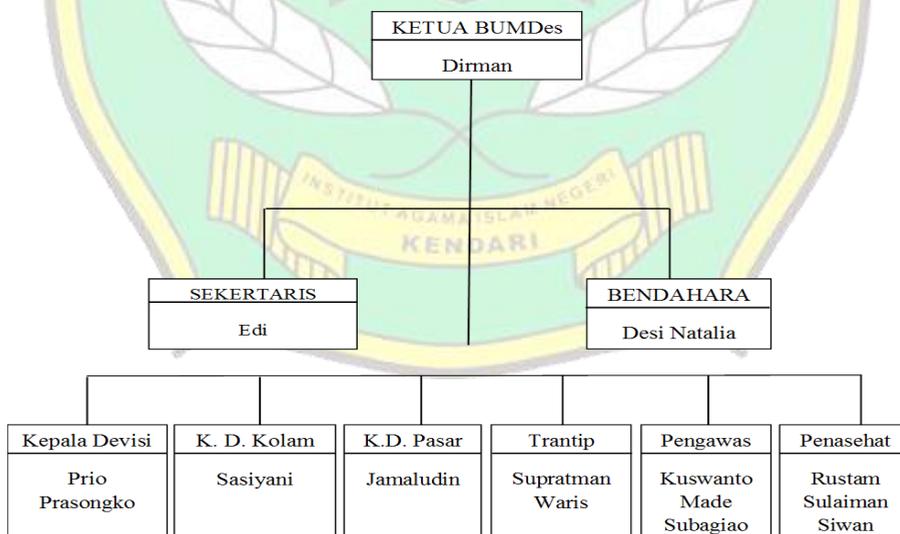
b. Misi

Untuk mencapai kemakmuran masyarakat desa yaitu ketika desa sudah menjadi desa wisata dengan otomatis masyarakat akan mendapatkan keuntungan dari wisata taman sawah tirta buana ini. Dan juga memberikan pelayanan yang baik kepada para pengunjung.

4.1.3. Struktur Organisasi BUMDes

Table 4.1
Struktur Organisasi BUMDes

Struktur Organisasi BUMDes



(sumber: observasi wisata taman sawah tirta buana 23 juli 2022)

1.2. Hasil Penelitian

4.2.1 Strategi Pengembangan Usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana

Pada umumnya setiap perusahaan mempunyai strategi dalam mengembangkan usahanya. Dalam membangun suatu usaha, penting bagi perusahaan memiliki strategi, yang di mana mencakup bagaimana cara mengembangkan usaha dengan meningkatkan kualitas yang bertujuan untuk membuat usaha semakin baik dari waktu ke waktu. Sama halnya dengan strategi yang dilakukan perusahaan Wisata Taman Sawah Tirta Buana dalam mengembangkan usahanya sebagai berikut.

1. Strategi produk/jasa

Strategi produk yang dilakukan oleh perusahaan Wisata Taman Sawah Tirta Buana khususnya wisata kolam memberikan trobosan baru dengan menampilkannya. Sebagaimana wawancara kepada Pak Edi selaku sekretaris perusahaan Wisata Taman Sawah Tirta Buana mengatakan:

”kami punya keunggulan itu yang pertama mata air yang kami punya itu asli dari mata air bukan dari sumur boratau yang lainnya, yang kami punya itu asli dari mata air dan kebersihannya terjamin.kolam ini kami bersihkan sebanyak 4 kali dalam seminggu,serta terdapat kantin. Selain itu kami punya keunggulan lainnya yaitu kolam berada di dekat sawah sehingga meberikan hal

baru bagi pengunjung, selain menikmati kolam pengunjung juga bisa menikmati indahnya alam.”(Edi, Wawancara 23 Juli 2022).

Berdasarkan hasil wawancara penelitian di atas maka dapat di jelaskan bahwa wisata taman sawah tirta buana melakukan strategi produk dalam mengembangkan usahanya dengan memberikan keunggulan pada air yang digunakan dari sumber mata air asli yang terjamin kebersihannya. Yang dimana air tersebut di ganti dan di bersihkan empat kali dalam satu minggu, serta terdapat kantin untuk memudahkan bagi penunjang yang membeli makanan dan minuman. Kemudian keunggulan lainnya yaitu wisata taman sawah tirta buana berada tepat di dekat persawahan sehingga memiliki *view* sawah yang menyegarkan mata pengunjung.

Adapun unsur jasa yang ada pada wisata taman sawah tirta buana yaitu memberikan kualitas pelayanan yang baik, menyediakan fasilitas bagi para pengunjung, dan memberikan kenyamanan. Sebagaimana wawancara kepada saudari Wiwin selaku pengunjung wisata taman sawah tirta buana, mengatakan:

“ iya kerana saya juga baru pertama kali kesini jadi menurut saya pelayanan yang diberikan sudah cukup baik dimana awal datang karyawannya memberi tahukan mengenai tempat pembelian dan harga karcis serta memberi tahu mana kolam untuk orang dewasa dan anak-anak, kalau fasilitasnya itu sudah cukup lengkap karena sudah ada gazebo, kamar mandinya terus ada juga disediakan kantin, kalau untuk nyaman menurut saya sudah nyaman karena suasananya sejuk karena

berada di dekat persawahan dan tempatnya juga bersih”. (wawancara, 1 Oktober 2022)

Berdasarkan hasil wawancara penelitian di atas maka dapat dijelaskan bahwa wisata taman sawah tirta buana dalam hal pelayanan yang diberikan sudah cukup baik, fasilitas yang disediakan juga sudah cukup lengkap serta memberikan kenyamanan bagi para pengunjung.

Wisata taman sawah tirta buana juga menyediakan kantin untuk para pengunjung yang dimana pemilik kantin membayar tempat seharga 20.000 perhari apabila pengunjung pada wisata taman sawah tirta buana ramai pengunjung namun, jika tidak ada pengunjung maka tidak diberlakukan biaya penyewaan pada tempat tersebut. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada ibu Situn, mengatakan bahwa:

“iya disini saya menyewa tempat untuk berjualan itu perharinya 20.000 tapi itu pada saat rame pengunjung kalau nda ada pengunjung itu saya tidak bayar uang sewanya”. (waawancara, 1 Oktober 2022)

2. Harga

Strategi penetapan harga sangat penting bagi perusahaan, maka setiap perusahaan akan melakukan berbagai strategi dalam menetapkan harga yang terbaik. Perusahaan Wisata Taman Sawah Tirta Buana pun melakukan hal demikian, sebagaimana penuturan Pak Edi sebagai berikut:

“Iya sangat terjangkau untuk kalangan masyarakat kebawah karena sebelum kami menetapkan tarif yang disepakati kami melakukan musyawarah dengan masyarakat sesuai *survey* yang kami lakukan di masyarakat kalau untuk harga segitu sangat terjangkau bahkan mungkin kalau di tempat-tempat lain bisa lebih up atau tinggi dari yang kami punya kadang sampe 15 ribu perorang kadang sampe 20 ribu perorang dan kami hanya patok harga cuman 10 ribu rupiah perorang dewasa dan di tempat kami tidak ada harga special misalnya ketika hari-hari tertentu untuk memainkan harga, kami tidak melakukan itu, justru kami menyediakan promosi, apalagi kalau ketika pengunjung itu kolektif atau beberapa orang dalam satu grup atau kelompok kami mempunyai harga promosi disitu, kami tidak mematok untuk ketika ada moment yang bagus terus kita memanfaatkan situasi seperti itu nggak, kita flet saja”(Edi, Wawancara 23 Juli 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Edi di atas maka dapat dijelaskan bahwa perusahaan wisata taman sawah tirta buana melakukan strategi harga yang cukup baik karena sebelum penetapan harga, perusahaan terlebih dahulu melakukan *survey* dan musyawarah kepada masyarakat sehingga wisata taman sawah tirta buana khususnya pada destinasi kolam sangat terjangkau khususnya bagi masyarakat menengah kebawah. Hal ini pula yang cukup menarik pengunjung karena harga tiket sangat terjangkau.

Begitu pula yang diungkapkan oleh saudari Wiwin dalam wawancara yang dilakukan dengan peneliti, mengatakan bahwa:

“ow iya selain harganya terjangkau, fasilitas yang disediakan juga cukup lengkap dengan harga 10.000 itu sudah sesuai dengan kualitas yang diberikan jadi terjangkau harganya”.(wawancara, 1 Oktober 2022)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa perusahaan wisata taman sawah tirta buana, yang dimana harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas yang dapat dinikmati oleh pengunjung.

3. Lokasi

Lokasi merupakan tempat yang menjadi pusat kegiatan perusahaan. Pemilihan lokasi menjadi salah satu aspek yang sangat penting bagi suatu perusahaan dalam mengembangkan suatu usaha. Perusahaan Wisata Taman Sawah Tirta Buana berada pada lokasi yang cukup strategis. Sebagaimana wawancara dengan Pak Edi berikut:

“Tempat ini cukup strategis karena posisinya jangkauannya juga tidak terlalu jauh berada di pusat perkampungan dan juga berada tidak jauh dari pusat kota, *view*nya juga bagus ketika padi itu sudah mulai tinggi itu untuk *view*nya sudah dapat disitu. ketika kita punya tempat wisata atau sarana wisata itu jauh dari jangkauan masyarakat ataukah masuknya kedalam itu jauh terus sarana jalannya juga kurang memadai itu sangat berpengaruh dengan kita punya penjualan atau omset penjualan pada hari itu, omset-omset selanjutnya pasti akan berpengaruh karena orang jelas kalau mau masuk aduh disana jauh aksesnya jauh dan rata-rata pengunjung kitakan menggunakan roda empat” (Edi, Wawancara 23 Juli 2022).

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa perusahaan Wisata Taman Sawah Tirta Buana berada pada lokasi yang cukup strategis karena lokasinya dapat dijangkau oleh masyarakat perkampungan maupun masyarakat perkotaan. Lokasi yang strategis ini pula sangat berpengaruh pada omset perusahaan karena tempatnya mudah diakses bagi pengendara roda dua maupun roda empat. Hal lainnya yaitu perusahaan Wisata Taman Sawah Tirta Buana berada dekat dengan persawahan sehingga memberikan kepuasan tersendiri bagi pengunjung.

Begitupula yang diungkapkan oleh saudari Wiwin dalam wawancara yang dilakukan dengan peneliti, mengatakan bahwa:

“kalau menurut saya akses menuju ke lokasi sudah cukup bagus karena jalan yang di lalui itu sudah beraspal semua selain itu wisata ini berada di pinggir jalan dan di belakang pasar sehingga mudah untuk menemukan tempat ini, untuk waktu tempunya itu kurang lebih 15 menit dari tempat saya tinggal” (wawancara, 1 Oktober 2022)

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat dijelaskan bahwa perusahaan wisata taman sawah tirta buana, akses menuju lokasi mudah dijangkau dan waktu tempuhnya juga tidak begitu lama.

4. Promosi

Suatu perusahaan akan di kenal dan terus eksis ketika perusahaan melakukan langkah promosi. Promosi adalah sebuah strategi yang dilakukan untuk menginformasikan serta mempengaruhi target konsumen untuk akhirnya membeli produk. Sama halnya dengan

perusahaan Wisata Taman Sawah Tirta Buana, untuk menarik pengunjung maka penting untuk melakukan promosi. Sebagaimana wawancara kepada Pak Edi selaku sekretaris perusahaan Wisata Taman Sawah Tirta Buana sebagai berikut:

“kami melakukan strategi promosi itu melalui media sosial terus melalui teman-teman bumdes itu dari 50 bumdes yang tergabung di asosiasi bumdes di konawe selatan itu kita tour untuk masing-masing bumdes dan itu kita memperkenalkan kepada teman-teman bumdes agar nanti di daerahnya bisa mempromosikan kami punya wisata jadi bukan hanya lewat sosial media saja”(Edi, Wawancara 23 Juli 2022).

Sama halnya dengan yang dikatakan oleh Ibu Yustiani (pengunjung) dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti, menatakan bahwa:

“saya tahu tempat ini, itu dari teman saya yang sudah pernah datang di tempat ini karena lokasinya juga dekat dari rumah jadi saya ajak anak-anak kesini ” (Yustiani, wawancara 06 Agustus 2022)

Begitu pula yang dikatakan oleh Bapak binarto (pengunjung) dari hasil wawancara yang dilakukan dengan peneliti, mengatakan bahwa:

“saya tau tempat ini dari musyawarah BUMDes dan juga saya tinggal di Desa Cialam Jaya jadi saya sering kesini bembawa anak-anak untuk berenang dalam satu bulan itu kadang 2 atau 3 kali kesini ” (Binarto, wawancara 06 Agustus 2022).

Begitupula yang diungkapkan oleh saudari wiwin pada wawancara yang dilakukan dengan peneliti, mengatakan:

“saya mengetahui tempat ini dari salah satu postingan teman di FB jadi membuat saya penasaran ingin kesini dan lokasinya juga dekat dari rumah jadi tidak perlu lagi jauh-jauh ke tempat lain” (wawancara, 1 Oktober 2022)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa perusahaan Wisata Taman Sawah Tirta Buana telah melakukan berbagai upaya promosi yakni melalui sosial media *Facebook*. Tidak hanya itu perusahaan Wisata Taman Sawah Tirta Buana juga menjalin kerja sama kepada 50 BUMDes yang tergabung di asosiasi BUMDes di Konawe Selatan sehingga dapat mempromosikan perusahaan Wisata Taman Sawah Tirta Buana yang ada di Kecamatan Konda tersebut. perusahaan Wisata Taman Sawah Tirta Buana juga melakukan tour ke seluruh BUMDes yang ada di Konawe Selatan untuk mempromosikan Wisata Taman Sawah Tirta Buana .

Pak Edi juga menuturkan bahwa dari empat strategi yang dilakukan perusahaan Wisata Taman Sawah Tirta Buana yang paling berpengaruh pada perusahaan adalah lokasi. Sebagaimana beliau menuturkan:

“Sebenarnya semua itu berpengaruh dengan kita punya usaha jadi yang paling berpengaruh disini adalah wilayah yang strategis karena ketika kita mempunyai lokasi yang strategis itu mempunyai nilai

plus kepada customer atau konsumen kita nah ketika lokasi kita kurang strategis viewnya nggak dapat terus akses masuknya juga kurang ini dan harganya juga mungkin agak tinggi jelas sangat berpengaruh” (Edi, Wawancara 23 Juli 2022).

Berdasarkan hasil wawancara di atas mengenai strategi pengembangan usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana dapat disimpulkan bahwa perusahaan melakukan berbagai strategi dalam mengembangkan usahanya, diantaranya perusahaan melakukan strategi produk, harga, lokasi dan promosi. Namun dari sejumlah strategi pengembangan usaha tersebut yang paling berpengaruh pada perusahaan Wisata Taman Sawah Tirta Buana adalah lokasi yang erikan nilai plus, baik bagi pengunjung strategis, hal ini juga yang memb .maupun bagi perusahaan itu sendiri

Adapun analisis SWOT pengembangan usaha dari pengembangan usaha wisata taman sawah tirta buana yakni:

1. Kekuatan (*strenght*)

Kekuatan merupakan unsur yang menjadi keunggulan bagi suatu usaha dari hasil bauran pemasaran diatas usaha wisata taman sawah tirta buana memiliki kekuatan sebagai berikut.

- a) Harga yang cukup terjangkau
- b) Lokasi yang cukup strategis
- c) Pelayanan yang sangat baik
- d) Melakukan promosi di sosial media

- e) Air yang digunakan berasal dari sumber mata air langsung
- f) Bebas membawa konsumsi dari luar

2. Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan adalah kekurangan dalam perusahaan sehingga membuat posisi menjadi tidak menguntungkan dan tidak dapat bersaing dengan para pesaing dalam suatu industry. Dari hasil bauran pemasaran di atas usaha wisata taman sawah tirta buana memiliki kelemahan yakni sebagai berikut

- a) Kurangnya tenaga kerja/karyawan
- b) Kurangnya produk yang ditawarkan kepada konsumen
- c) Belum ada pencatatan keuangan
- d) Belum adanya tempat ibadah untuk konsumen muslim.

3. Peluang (*opportunitiy*)

Peluangan adalah situasi yang membantu perusahaan dalam mengetahui apa yang menjadi peluang perusahaan dalam menjalankan bisnis sehingga dapat bersaing dengan para pesaing di bidang industry. Dari hasil bauran pemasaran di atas usaha wisata taman sawah tirta buana memiliki peluang sebagai berikut:

- a) Bisa menjadi rekomendasi hiburan wisata air bagi masyarakat Konda.
- b) Memiliki keindahan lokasi tersendiri
- c) Banyaknya pelanggan dari daerah kota

4. Ancaman (threhts)

Ancaman adalah hal-hal yang tidak menguntungkan bagi perusahaan sehingga menjadi hambatan. Dari hasil bauran pemasaran diatas usaha wisata taman sawah tirta buana memiliki an, caman sebagai berikut:

- a) Munculnya pesaing baru dibidang wisata di daerah Konda
- b) Iklim/cuaca (hujan)
- c) Masih kurangnya dana dalam menambah fasilitas baru

1. Matriks SWOT

a. Internal factor evaluation (IFE) Matriks

Berdasarkan analisis swot yang telah ditentukan diatas maka dapat disusun internal factor evaluation (kekuatan dan kelemahan) yang terdiri dari bobot dan rating, penilaian bobot dan rating akan dilakukan oleh peneliti pada usaha wisata taman sawah tirta buana.

Tabel 4.2

IFE (*internal factor evaluation*) Usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana

Faktor -faktor strategi internal	Bobot item	Rating	Bobot x rating	Keterangan
Kekuatan 1. Harga yang cukup terjangkau	0,10	3	0,3	Harga yang cukup terjangkau sehingga menarik banyak konsumen
2. Lokasi yang	0,15	3	0,45	Lokasi yang cukup

cukup strategis				strategis mampu dikenal banyak orang
3. Pelayanan yang sangat baik	0,10	3	0,3	Pelayanan yang sangat baik dapat membuat konsumen nyaman
4. Melakukan promosi di sosial media	0,10	3	0,3	Melakukan promosi di sosial media dapat memperluas jangkauan
5. Air yang digunakan berasal dari sumber mata air langsung	0,15	4	0,6	Air yang digunakan bersumber dari mata air langsung
6. Bebas membawa konsumsi dari luar	0,10	2	0,2	Bebas membawa konsumsi dari luar dapat menghemat biaya
Kelemahan	0,10	3	0,3	Kurangnya tenaga kerja yang dimiliki
1. Kurangnya tenaga kerja/karyawan				usaha wisata taman sawah tirta buana dapat menghambat proses pekerjaan
2. Kurangnya produk yang ditawarkan kepada konsumen	0,10	3	0,3	Kurangnya produk yang ditawarkan menyebabkan konsumen tidak dapat memilih

3. Belum ada pencatatan keuangan	0,10	3	0,3	Belum adanya pencatatan keuangan membuat pemilik tidak dapat melihat pengeluaran dan pemasukan
4. Belum adanya tempat ibadah untuk konsumen muslim	0,10	3	0,3	Belum adanya tempat ibadah membuat para konsumen kesulitan dalam melaksanakan ibadah.
Total	1,00		3,35	

(sumber: data diolah peneliti tahun 2022)

Berdasarkan tabel diatas, total bobot x rating menghasilkan 3,35 yang diperoleh dari penjumlahan bobot x rating faktor kekuatan dan kelemahan. Kemudian digunakan untuk menjadi acuan titik kondisi internal pada usaha wisata taman sawah tirta buana.

b. External factor evaluation (EFE)

Setelah mengetahui faktor internal factor evaluation (EFE) kekuatan dan kelemahan, kini EFE matriks (peluang dan ancaman) yang dilengkapi bobot dan rating. Penilaian bobot dan rating akan dilakukan oleh peneliti pada usaha wisata taman sawah tirta buana.

Tabel 4.3

EFE (external factor evaluation) Usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana

Faktor-faktor strategi eksternal	Bobot item	Rating	Bobot x rating	Keterangan
Peluang 1. Bisa menjadi rekomendasi hiburan wisata air bagi masyarakat Konda.	0,20	4	0,8	Bisa menjadi rekomendasi hiburan bagi masyarakat kota kendari khususnya daerah konda.
2. Memiliki keindahan lokasi tersendiri	0,15	3	0,45	Memiliki keindahan lokasi tersendiri seperti berada di dekat persawahan
3. Banyaknya pelanggan dari daerah kota	0,10	3	0,3	Banyaknya pelanggan dari daerah kota membuat tempat wisata ini cukup diminati
Ancaman 1. Munculnya pesaing baru dibidang wisata di	0,15	3	0,45	Dengan munculnya pesaing baru dapat mengurangi

daerah Konda				jumlah konsumen
2. Iklim/cuaca (hujan)	0,15	2	0,3	Dengan adanya perubahan iklim seperti hujan dapat mempengaruhi keadaan lokasi
3. Fasilitas yang kurang memadai	0,10	2	0,2	Kurangnya fasilitas membuat konsumen kurang dapat memilih
4. Masih kurangnya dana dalam menambah fasilitas baru	0,15	3	0,45	Dengan kurangnya dana dari si pemilik sehingga fasilitas belum bisa dilengkapi
Total	1,00		2,95	

(sumber: data diolah peneliti tahun 2022)

Berdasarkan tabel diatas, total bobot x rating menghasilkan 2,95. Bahwa identifikasi usaha wisata taman sawah tirta buana merespon peluang yang ada serta berusaha meminimalisir ancaman-ancaman yang ada.

Dari tabel 4.2 Yakni tabel IFE dan tabel 4.3 yakni tabel EFE tentang lebih besar total IFE dengan total 3,35, dibandingkan tabel EFE dengan total 2,95. Maka dapat disimpulkan faktor internal dari usaha

wisata taman sawah tirta buana lebih besar dibandingkan faktor eksternal. Sehingga dapat dipastikan usaha wisata taman sawah tirta buana dapat berkembang yakni dengan memanfaatkan kekuatan yang ada seperti Harga yang cukup terjangkau, Lokasi yang cukup strategis, Pelayanan yang sangat baik, Melakukan promosi di sosial media, Air yang digunakan berasal dari sumber mata air langsung, Bebas membawa konsumsi dari luar.

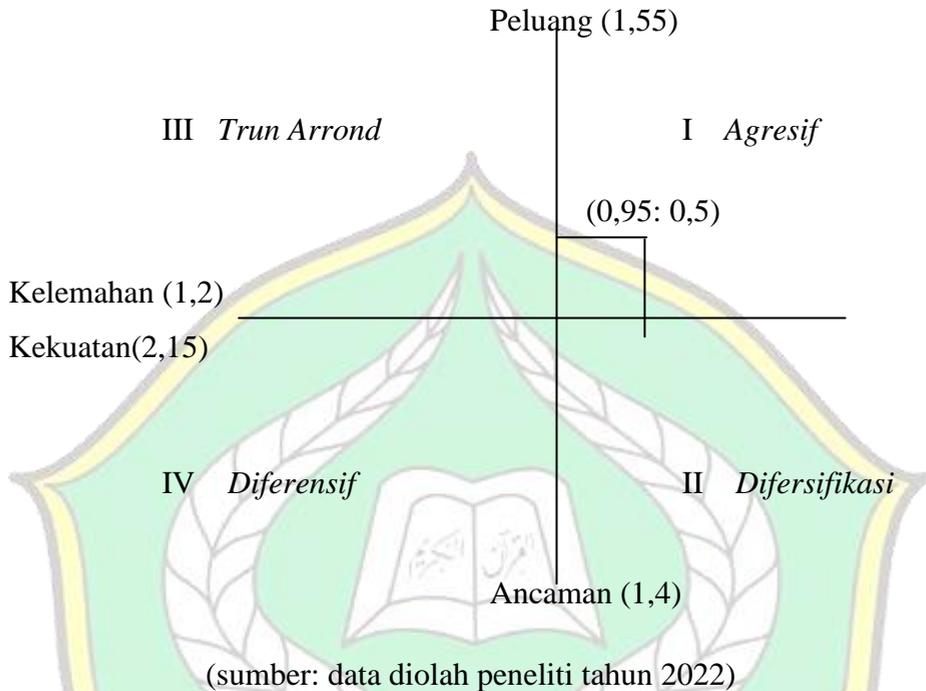
Total nilai skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut:

Tabel 4.4
Analisis SWOT Usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana

No.	Faktor	Total
1.	Kekuatan (strenght)	2,15
2.	Kelemahan (weakness)	1,2
3.	Peluang (opportunity)	1,55
4.	Ancaman (threats)	1,4

(Sumber: data diolah peneliti tahun 2022)

Dari tabel diatas maka dapat diketahui bahwa nilai faktor kekuatan lebih tinggi dibandingkan faktor kelemahan dengan selisih 0,95. Sedandkan faktor peluang lebih tinggi debandingkan faktor ancaman dengan selisih 0,15. Dari hasil identifikasi faktor internal dan eksternal maka dapat digambarkan dalam diagram SWOT yakni sebagai berikut :

Gambar 4.1**Diagram Analisis SWOT Usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana**

Berdasarkan diagram analisis SWOT diatas menunjukkan bahwa posisi usaha wisata taman sawah tirta buana terletak pada kuadrat agresif, dengan begitu usaha wisata taman sawah tirta buana dapat memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada.

Dari hasil analisis dengan diagram swot maka dapat disusun empat strategi utama yakni SO (*strength, opportunity*), WO (*weakness, opportunity*), ST (*strength, threat*), WT (*weakness, threat*). Maka dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5

Analisis Matriks SWOT Usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>Strength (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang cukup terjangkau 2. Lokasi yang cukup strategis 3. Pelayanan yang sangat baik 4. Melakukan promosi di sosial media 5. Air yang digunakan berasal dari sumber mata air langsung 6. Bebas membawa konsumsi dari luar. 	<p>Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya tenaga kerja atau karyawan 2. Kurangnya produk yang ditawarkan kepada konsumen 3. Belum adanya pencatatan keuangan 4. Belum adanya tempat ibadah untuk konsumen muslim.
<p>Opportunity (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bisa menjadi rekomendasi liburan wisata air bagi masyarakat konda. 2. Memiliki keindahan lokasi tersendiri 3. Banyaknya pelanggan dari daerah kota. 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadi rekomendasi wisata yang terjangkau bagi kalangan masyarakat bawa 2. Meningkatkan kualitas pelayanan ketika konsumen bertambah banyak 3. Promosi yang dilakukan tidak hanya di facebook tapi disemua 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah tenaga kerja sebab konsumen yang selalu bertambah 2. Membuat pencatatan keuangan 3. Menyediakan tempat ibadah bagi konsumen muslim 4. Menjadikan keindahan tempat tersebut sebagai ciri khas untuk

	<p>media sosial</p> <p>4. Menyediakan kantin bagi para konsumen yang tidak membawa makanan.</p> <p>5. Menarik banyak konsumen dari kota karena lokasi wisata memiliki keindahan tersendiri.</p>	menarik konsumen.
<p>Threat (T)</p> <p>1. Munculnya pesaing baru dibidang wisata di daerah konda</p> <p>2. Iklim atau cuaca (hujan)</p> <p>3. Fasilitas yang kurang memadai</p> <p>4. Masih kurangnya dana dalam menambah fasilitas baru</p>	<p>Startegi ST</p> <p>1. Mampu mempertahankan harga dengan adanya usaha yang sama</p> <p>2. Menjaga kualitas air agar tetap bersih meskipun cuaca tidak baik</p> <p>3. Mencari sponsor untuk menambah dana dalam meningkatkan fasilitas</p>	<p>Strategi WT</p> <p>1. Memaksimalkan pelayanan agar mampu bersaing dengan pesaing lainnya</p> <p>2. Melakukan inovasi terbaru dengan menambah wahana bermain agar konsumen tidak merasa bosan.</p>

(Sumber: Data Diolah Peneliti Tahun 2022)

Berdasarkan analisis di atas maka kinerja usaha dapat ditentukan oleh kombinasi dari faktor internal dan faktor eksternal.

Dengan kombinasi kedua faktor tersebut dapat ditunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT dibawah ini.

1. Strategi SO (*strenght-oppoturnity*)

- a) Menjadi rekomendasi wisata yang terjangkau bagi kalangan masyarakat bawa.
- b) Meningkatkan kualitas pelayanan ketika konsumen bertambah banyak.
- c) Promosi yang dilakukan tidak hanya di facebook tapi di semua media social.
- d) Menyediakan kantin bagi para konsumen yang tidak membawa makanan.
- e) Menarik banyak konsumen dari kota karena lokasi wisata memiliki keindahan tersendiri.

2. Strategi ST (*strenght-threats*)

- a) Mampu mempertahankan harga dengan adanya usaha yang sama
- b) Menjaga kualitas air agar tetap bersih meskipun cuaca tidak baik
- c) Mencari sponsor untuk menambah dana dalam meningkatkan fasilitas.

3. Strategi WO (*weakness-oppoturnity*)

- a) Menambah tenaga kerja sebab konsumen yang selalu bertambah
- b) Membuat pencatatan keuangan
- c) Menyediakan tempat ibadah bagi konsumen muslim

- d) Menjadikan keindahan tempat tersebut sebagai ciri khas untuk menarik konsumen.
4. Strategi WT (*weakness-threats*)
- a) Memaksimalkan pelayanan agar mampu bersaing dengan pesaing lainnya
 - b) Melakukan inovasi terbaru dengan menambah wahana bermain agar konsumen tidak merasa bosan

4.2.2. Kendala Dan Tindakan Dalam Pengembangan Usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana

Perusahaan yang sukses tidak akan terlepas dari kendala-kendala yang berhasil dilalui. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengetahui apa saja kendala yang mungkin akan mereka hadapi dan bagaimana tindakan yang perusahaan lakukan untuk mengatasi kendala. Sebagaimana wawancara yang dilakukan peneliti kepada pak Edi selaku sekretaris perusahaan wisata taman sawah tirta buana menuturkan:

“yang sangat ada kendala itu kemarin itu kan utamanya fasilitas karena kita kan tahap awal yaa sementara tahap pengembangan juga sih jadinya kalau kendala awal yaa itu mungkin fasilitas kami masih banyak kekurangan dan itu kami sadar dan akan segera kami fasilitasi dengan baik untuk wacana kami kedepan, dan memang itulah sebenarnya kendala kami, karena namanya pengembangan usaha itu berdampak kepada anggaran

jadi mungkin itu juga sangat berpengaruh jadinya untuk saat ini yang kita fokuskan untuk pengembangan usaha itu yaa itu dulu fasilitas yang kita lengkapi untuk kenyamanan pengunjung, yang utamanya kemari waktu kan kebetulan kami launching juga masih ada dampak-dampak covid ya sampai mungkin sekarang juga masih ada dampak covid tapi kan sekarang sudah terlalu signifikan jadi sudah mulai jalan karena dampak covid juga sangat mempengaruhi usaha kami pada waktu itu””(Edi, Wawancara 23 Juli 2022).

Dari hasil wawancara diatas dapat dijelaskan bahwa perusahaan wisata taman sawah tirta buana mengalami kendala yaitu dari fasilitas yang masih kurang lengkap dikarenakan masih di tahap awal pengembangan yakni baru berdiri sekitar 6 bulan. Kemudian anggaran juga termasuk kendala perusahaan dikarenakan masih kurang untuk memenuhi atau melengkapi fasilitas itu sendiri. Tidak hanya itu, hal ini juga menjadi kendala bagi masyarakat yaitu adanya Covid-19, mengingat awal *launching* perusahaan wisata taman sawah tirta buana masih berada di era Covid-19 sehinggamasih ada dampak-dampak dari Covid-19 tersebut sehingga tidak begitu banyak pengunjung yang melakukan kunjungan.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan saudari Sasiyani mengatakan bahwa:

“ow iya menurut saya kendalanya itu karcisnya belum ada, juga fasilitasnya masih kurang, terus belum ada pencatatan pembukuan keuangan itu aja sih menurut saya’ (Sasiyani, wawancara 20 September 2022).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan narasumber dapat disimpulkan bahwa Wisata Taman sawah tirta buana ini selain fasilitas yang masih kurang, karcis juga belum ada serta pencatatan keuangannya belum ada.

4.2.3 Strategi Pengembangan Usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana dalam Perspektif Ekonomi Islam

Strategi pengembangan usaha merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pengembangan merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai bagi suatu perusahaan. Begitu pula dengan menjalankan suatu bisnis tidak hanya memiliki kemampuan tetapi memiliki etika atau nilai-nilai keislaman dalam berbisnis. Sebagaimana wawancara yang dilakukan peneliti kepada pak Edi selaku sekretaris wisata taman sawah tirta buana mengatakan:

“utamanya untuk nilai keislamannya itu kayak begini yang pertama kita itu kerja disitu sebenarnya kalau untuk yaa kita lebih banyak ikhlas yak karena apa ketika penghasilan itu yang kita dapat dari bekerja disitu jelas ya bukan untuk tahap awal itu belum bisa memberikan full secara sesuai

dengan UMR yang jelas kita kerja ikhlas dulu untuk bagaimana caranya kita itu bisa mengemngkan usaha dan yang utamanya disitu untuk nilai-nilai keislamannya sih memang secara manajemen kita juga pake nilai-nilai keislaman itu, ya seperti dalam hal penggunaan anggaran itu harus kita sesuai kaidah-kaidah dan syariat yang kita gunakan karena ketika syariat itu kita tidak gunakan baik itu di kehidupan kita sehari-hari ya hasilnya kurang maksimal atau kurang bagus yaa itu berdampak pada diri kita masing-masing” (Edi, Wawancara 23 Juli 2022).

Dari hasil wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa perusahaan wisata taman sawah tirta buana menggunakan nilai-nilai keislaman dalam pekerjaan, seperti menerapkan rasa ikhlas karena penghasilan yang didapat dari bekerja di wisata taman sawah tirta buana belum bisa memberikan upah atau gaji pekerja dengan full dikarenakan masih dalam tahap awal. Kemudian, satu hal yang paling peting adalah dalam penggunaan anggaran, perusahaan wisata sawah tirta buana memegang prinsip-prinsip dan kaidah-kaidah yang sesuai dengan syariat Islam.

Tidak hanya itu perusahaan taman sawah tirta buana juga menggunakan prinsip-prinsip Islam dalam mengembangkan usahanya, sebagaimana pak Edi mengatakan:

“Betul, walaupun kami di bumdes yang ada sekarang itu tidak belum punya usaha bahan campuran usaha kami di

wisata kolam kami tetap menetapkan apa yang telah anda sampaikan hari ini dari 7 prinsip itu kita jadikan prinsip utama dalam mengembangkan jenis apapun usaha itu.”(Edi, Wawancara 23 Juli 2022).

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana menerapkan prinsip-prinsip keislaman yaitu jujur, longgar dan bermurah hati, membangun hubungan baik, tertib administrasi dan menerapkan harga dengan transparan.

4.3. Pembahasan

4.3.1 Strategi Pengembangan Usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana

1. Strategi Produk

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada usaha wisata taman sawah tirta buana dapat diperoleh sebuah data dan fakta tentang teori dan fakta dilapangan mengenai strategi produk yang diterapkan usaha wisata taman sawah tirta buana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi produk yang diterapkan pada usaha wisata taman sawah tirta buana untuk mengembangkan produknya yaitu dengan memberikan keunggulan pada air yang digunakan yang berasal dari sumber mata air asli yang terjamin kebersihannya. Kemudian keunggulan lainnya yaitu wisata

taman sawah tirta buana yang berada di dekat persawahan yang menyegarkan mata.

Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (2016) dalam buku Bukhari Alma manajemen pemasaran jasa menyatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang dan jasa, pengalaman, *events*, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi, dan ide. Jadi produk itu bukan hanya berbentuk sesuatu berwujud saja, seperti makanan, pakaian, dan sebagainya, akan tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa.

Menurut Goetsc dan Davis dalam Fandy Tjiptono, kualitas produk merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Jadi harapan kualitas tidak hanya terbatas pada produk akhir yang dihasilkan suatu perusahaan. (Fandy Tjiptono, 2016).

2. Strategi harga

Hasil penelitian mengenai strategi harga yang diterapkan usaha wisata taman sawah tirta buana menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan cukup terjangkau bagi para konsumen yakni Rp.10.000 perorang untuk dewasa dan Rp.5.000 perorang untuk anak-anak. Hal ini sesuai dengan teori Sofjan Assauri (2013) Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau

menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Jika salah menentukan harga maka akan berakibat tidak lakunya produk yang ditawarkan. Strategi harga harus ditentukan terlebih dahulu agar dalam pemasaran tidak memberikan harga sembarangan atau semau-maunya.

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Harga berinteraksi dengan seluruh elemen lain dalam bauran pemasaran untuk menentukan efektivitas setiap elemen dan keseluruhan elemen. Untuk menetapkan harga harus dipertimbangkan tiga elemen penting biaya, margin atau kenaikan harga, dan kompetisi. Langkah awal dalam penetapan harga adalah menghitung biaya-biaya yang secara langsung berhubungan dengan produk atau jasa. (Sudaryono, 2016)

3. Strategi promosi

Hasil penelitian mengenai strategi promosi yang diterapkan usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana menggunakan sosial media untuk memasarkan produknya. Adapun sosial media yang digunakan usaha wisata taman sawah tirta buana yakni *facebook*.

Usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana juga menjalin kerja sama dengan 50 BUMDes yang tergabung dalam asosiasi BUMDes di

Konawe Selatan dan kemudian melakukan *tour* ke seluruh BUMDes yang ada di Konawe Selatan. Hal ini juga sesuai dengan pendapat lupiyoadi (2013) promosi merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa.

Sebagaimana menurut Buchari Alma (2016) promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan dan meyakinkan konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi adalah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen.

4. Strategi tempat

Hasil penelitian mengenai strategi lokasi yang diterapkan usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana menunjukkan bahwa lokasi usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana berada di tempat yang cukup strategis karena posisi jangkauannya juga tidak terlalu jauh, berada dipusat perkampungan dan juga berada tidak jauh dari pusat kota. Setiap perusahaan memiliki strategi lokasi yang berbeda dengan pemilihan lokasi. Sebagaimana menurut Tjiptono dalam Syardiansya 2017 ada beberapa pertimbangan dalam menentukan pilihan lokasi diantaranya akses, yaitu kemudahan untuk menjangkau, misalnya lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana/transfortasi umum, visiabilitas, yaiu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.

Untuk menentukan strategi pengembangan usaha perlu mengidentifikasi berbagai faktor yakni faktor internal dan eksternal setelah mengetahui faktor internal dan eksternal dari suatu usaha kemudian diolah menggunakan matriks SWOT yakni tabel IFE (**internal factor evaluation**) dan EFE (**external factor evaluation**) sehingga menghasilkan diagram analisis SWOT untuk menentukan strategi pengembangan suatu usaha.

Hasil penelitian dari usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana menunjukkan bahwa diagram analisis SWOT dari usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana terletak pada kuadran agresif dengan begitu usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk mengembangkan usahanya.

Hal ini juga sesuai dengan teori Sari 2020 analisis SWOT didahului dengan identifikasi posisi perusahaan atau institusi faktor internal dan faktor eksternal. Sama halnya dengan usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana yang memiliki kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman kemudian faktor-faktor tersebut diolah menggunakan matriks SWOT untuk menghasilkan strategi pengembangan usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana.

Setelah menghasilkan strategi pengembangan usaha melalui analisis SWOT maka dapat peneliti simpulkan bahwa strategi yang telah dilakukan oleh Wisata Taman Sawah Tirta Buana apabila dilihat

dari teori yang telah disebutkan oleh peneliti yakni unsur-unsur pengembangan usaha.

Unsur-unsur penting dalam mengembangkan usaha ada 2 yakni (Mutalib, 2016 : 173)

1. Unsur Internal (Pihak dari Dalam)

- a. Memiliki kemauan dan tekad dari wirausaha untuk mengembangkan bisnis kearah kemajuan.
- b. Mengetahui dan menguasai aspek teknis produksi yaitu seperti teknik yang digunakan untuk mengembangkan produk dan jumlah prduk yang akan diproduksi
- c. Melakukan pembukuan dan pencatatan anggaran yang bertujuan untuk mengetahui jumlah banyaknya pemasukan dan pengeluaran.

2. Unsur Eksternal (Pihak dari Luar)

- a. Mengikuti pola perkembangan usaha yang sedang berkembang
- b. Memperhatikan kondisi lingkungan yang akan dijadikan tempat untuk berbisnis.
- c. Memperoleh suntikan dana segar/investasi dari pihak lain dan tidak selalu menggantungkan kepada kemampuan usaha sendiri.
- d. Menciptakan variasi produk yang beragam untuk ditawarkan kepada konsumen sehingga memiliki berbagai macam pertimbangan.

Berdasarkan unsur-unsur pengembangan usaha diatas maka salah satu unsur pengembangan usaha yang berkaitan dengan hasil penelitian ini yakni dengan memiliki tekad dari si pengusaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih baik yakni dengan cara mempromosikan usahanya melalui sosial media yaitu *facebook* dan mempromosikan secara langsung kepada masyarakat melalui asosiasi BUMDes se-Konawe Selatan. Kemudian harga dan kualitas. Usaha wisata Taman sawah Tirta Buana memberikan harga yang terjangkau dan kualitas yang berbeda dengan usaha wisata lainnya.

4.3.2 Kendala dan Tindakan dalam Pengembangan Usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti di wisata taman sawah tirta buana dapat diperoleh sebuah data dan fakta dilapangan mengenai kendala dan tindakan yang dihadapi pada usaha wisata taman sawah tirta buana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kendala yang ada di wisata taman sawah tirta buana yaitu:

1. Fasilitas

fasilitas yang masih kurang lengkap dikarenakan baru didirikan. Fasilitas ini pada dasarnya sangat menunjang untuk pengembangan Wisata Taman Sawah Tirta Buana.

2. Anggaran

Anggaran yang masih kurang untuk memenuhi atau melengkapi fasilitas itu sendiri dikarenakan usaha ini masih tahap awal pengembangan yakni baru berdiri sekitar enam bulan.

3. covid-19

Adanya covid-19 juga menjadi dampak yang menyebabkan pengunjung pada Wisata Taman Sawah Tirta Buana berkurang. Namun seiring berjalannya waktu Covid-19 mulai mereda sehingga menyebabkan pengunjung mulai ramai.

4. Karcis

Belum adanya karcis yang disediakan oleh pengelola usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana bagi para pengunjung dapat menyebabkan pelayanan yang kurang efektif.

5. Pencatatan keuangan

Belum adanya pencatatan keuangan pada usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana dapat menyebabkan pengelolaan pengeluaran dan pemasukan keuangan pada usaha ini belum bisa dihitung secara efektif, yang dimana pencatatan keuangan dalam suatu usaha itu sangat penting karena bisa mengontrol biaya operasional usaha itu sendiri.

Adapun tindakan yang dilakukan pengelola usaha taman sawah tirta buana untuk mengatasi kendala tersebut yaitu dengan cara meningkatkan pendapatan dengan cara meningkatkan promosi agar pengunjung bertambah sehingga dapat menambah pendapatan usaha ini. Dengan bertambahnya pendapatan pada usaha wisata taman sawah tirta buana, sehingga bisa melengkapi fasilitas yang masih kurang lengkap. Selain itu, pengelola sesegera mungkin menyediakan karcis bagi para pengunjung dan juga harus membuat pencatatan keuangan agar dapat memudahkan dalam menghitung pemasukan dan pengeluaran.

Menurut Yoeti dalam (Sulistiana, 2015) Fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisata yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang di kunjungi, dimana mereka dapat santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut.

4.3.3. Strategi Pengembangan Usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana dalam Perspektif Ekonomi Islam

Berdasarkan hasil temuan peneliti tentang strategi pengembangan usaha dalam perspektif ekonomi Islam, Strategi pengembangan usaha Taman Sawah Tirta Buana menggunakan nilai-nilai keislaman dalam mengembangkan usahanya seperti ikhlas dalam bekerja artinya menerima penghasilan atau gaji yang masih minim, mengingat usaha Taman Sawah Tirta Buana masih dalam tahap awal. Sebagaimana dalam Islam ada keutamaan dan jaminan bagi siapa saja yang ikhlas dalam menjalankan pekerjaan. Ketika ikhlas

terimplementasi dalam bekerja maka segalanya hanya berharap dapat memberikan maanfaat bagi setiap orang. Hal ini sesuai dengan tujuan BUMDes yaitu dapat bermanfaat bagi masyarakat. Allah SWT. telah memberikan jaminan bagi siapa saja yang ikhlas dalam bekerja, sebagaimana dalam QS. At-Taubah ayat 105:

(وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَّ بِاللّٰهِ عَمَلُكُمْ مَوْرَ سُوْلِهِوَالْمُؤْمِنُوْنَ سَيَرُّوْنَ دُوْنَ الدّٰلِمِ الْغٰيِبِوَالشّٰهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُوْنَ ﴿١٠٥﴾ (التوبة/9:105)

Terjemahan: Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan.” (At-Taubah/9:105).

Usaha Taman Sawah Tirta Buana juga menggunakan prinsip-prinsip etika Islam dalam mengembangkan usahanya. Hal ini sesuai dengan prinsip-prinsip etika dalam mengembangkan usaha menurut Djakfar (2012) jujur, longgar dan bermurah hati, membangun hubungan baik, tertib administrasi, menerapkan harga dengan transparan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat di simpulkan bahwa perusahaan Taman Sawah Tirta Buana dalam penggunaan strategi pengembangan usaha sudah sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip keislaman, hal ini perlu dilakukan karena menurut Islam kegiatan ekonomi harus sesuai dengan hukum syara' artinya dalam konsep hukum Islam ada yang boleh dan ada yang tidak boleh dilakukan.