

**STRATEGI PENGEMBANGAN KAMPUNG LELE SEBAGAI DESA
WISATA DI KECAMATAN SAWIT KABUPATEN BOYOLALI****DEVELOPMENT STRATEGY OF KAMPUNG LELE IN SAWIT
DISTRICT BOYOLALI****Shinta Febriyana Widyaswari Saputri , Suminah , Agung Wibowo**

Study Program of Agribusiness Faculty of Agriculture, Sebelas Maret University

Email : shintafebriyanaws@yahoo.co.id

Abstract : The purpose of this research is to know what is the internal factor and external factor of development Kampung Lele, to finding the strategy's alternative and to choose the strategy's priority of development Kampung Lele. The research's basic using qualitative descriptive analytical method. The place choosing by purposive in Kampung Lele Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali because Kampung Lele is one of minopolitan's area in Central Java. The method to choose Key Informant is by purposive sampling. They are three key informant, vice chairman of Kampung Lele's farmers group, marketing and vice chairman of Karmina's group. The technique of collecting data by observation, interview, and documentation. To analyze the data for internal and external factor by using IFE (*Internal Factor Evaluation*) and EFE (*External Factor Evaluation*) matrix, to analyze alternative strategy by using SWOT matrix and to analyze priority strategy by using QSP matrix. The result of this research are there are four alternative strategy, increasing the quality of the service in Kampung Lele, optimizing and adding facilities, using media social to promote Kampung Lele and improving also having a connection with government or companies. Then analyzing the four strategies to take a strategy's priority and it is a optimizing and adding facilities.

Key words : tourism village, Kampung Lele, Lele, Strategy

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal pengembangan Kampung Lele, merumuskan alternative strategi serta menentukan prioritas strategi pengembangan Kampung Lele. Metode dasar penelitian menggunakan metode deskriptif analitis kualitatif. Lokasi penelitian ditentukan secara purposive yaitu di Kampung Lele Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali dengan pertimbangan Kampung Lele merupakan kawasan minopolitan. Metode penentuan *Key Informan* yaitu dengan *purposive sampling*. *Key informan* dalam penelitian ini ada tiga orang yaitu wakil ketua Kelompok tani Kampung Lele, sie pemasaran dan wakil ketua kelompok Karmina. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis faktor internal dan eksternal dengan menggunakan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*), analisis alternative strategi menggunakan matriks SWOT dan tahapan terakhir yaitu analisis prioritas strategi menggunakan matriks QSP (*Quantitative Strategic Planning*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada empat alternative strategi pengembangan Kampung Lele yaitu meningkatkan kualitas pelayanan kepada pengunjung, mengoptimalkan dan menambah fasilitas yang belum ada maupun yang sudah ada, memanfaatkan sosial media untuk mempromosikan Kampung Lele serta memperbaiki dan menjalin hubungan yang baik dengan Pemerintah dan swasta. Keempat strategi tersebut dianalisis lagi untuk mendapatkan prioritas strategi yaitu mengoptimalkan dan menambah fasilitas yang belum ada atau yang sudah.

Kata kunci : Desa Wisata, Kampung lele, Lele, Strategi

PENDAHULUAN

Indonesia mempunyai keunggulan sebagai negara agraris dan maritime, namun pengalaman masa lalu membuktikan bahwa pembangunan pertanian tidak disertai pengembangan industri hulu dan hilir pertanian maupun jasa-jasa pendukung pertanian. Oleh karena itu perlu adanya pengembangan pertanian yang menyertakan pengembangan hulu dan hilir pertanian maupun jasa-jasa pendukung pertanian. Salah satu usaha yang dapat dilakukan yaitu adanya desa wisata dengan memanfaatkan potensi masing-masing daerah, seperti memanfaatkan sumber daya perikanan untuk dijadikan sebuah wisata. Desa wisata yaitu sebuah desa yang memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas baik berupa karakter fisik lingkungan alam, pedesaan, maupun kehidupan sosial budaya masyarakat yang dikelola secara menarik dan alami (Atmoko, 2014). Adanya desa wisata ini akan meningkatkan perekonomian desa, menciptakan lapangan kerja baru, mengurangi pengangguran, sehingga tidak ada lagi kesenjangan ekonomi antara perkotaan dan pedesaan. Mengembangkan desa wisata diperlukan strategi. Strategi merupakan pilihan-pilihan tentang bagaimana cara terbaik mencapai misi organisasi (Basri, 2013). Subsektor perikanan mempunyai peranan yang penting untuk meningkatkan pendapatan bagi petani ikan maupun masyarakat yang berperan serta. Salah satu ikan yang paling banyak dibudidayakan adalah ikan lele yang banyak dibudidayakan

di Jawa terutama Jawa Tengah. Letak Jawa Tengah sangat strategis karena diapit oleh Laut Jawa dan Samudera Indonesia. Hal ini mempunyai peluang besar untuk budidaya perikanan.

Menurut Kepala Dinas Perikanan Kabupaten Boyolali, Kabupaten Boyolali merupakan pusat budidaya lele di Jawa Tengah. Kabupaten Boyolali juga merupakan kawasan minopolitan. Kawasan minopolitan merupakan program dari Kementerian Kelautan dan Perikanan sebagai upaya mendorong pengembangan kawasan budidaya di daerah untuk meningkatkan perekonomian dan pertumbuhan wilayah. Wilayah Boyolali yang menjadi kawasan minopolitan yaitu Desa Tegalrejo Kecamatan Sawit lebih terkenal dengan nama Kampung Lele. Kampung Lele mempunyai potensi yang bagus untuk menjadi sebuah desa wisata karena tempatnya yang asri, akses jalan yang mudah. Selain itu, Kampung Lele juga menyediakan jasa wisata yaitu menyediakan outbond maupun jasa layanan bagi pengunjung yang ingin melihat proses budidaya ikan lele hingga pengolahan produk olahan lele. Menjadi sebuah desa wisata memerlukan beberapa strategi yang nantinya bisa diterapkan untuk mengembangkan Kampung Lele. Namun, beberapa kendala yang dihadapi Kampung Lele seperti masih kurangnya promosi, minimnya fasilitas, pembenihan yang masih dipasok dari luar daerah. Oleh karena itu perlu adanya strategi untuk mengembangkan Kampung Lele menjadi lebih maju dan berkembang. Penentuan strategi dalam

pengembangan desa wisata sangatlah penting dilakukan, tujuannya untuk meningkatkan kualitas desa wisata dan memperbaiki hal-hal yang menjadi kelemahan dan ancaman yang akan berpengaruh nanti (Mujana dkk, 2016).

Sebelum dibuat strategi maka perlu mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal untuk merumuskan strategi yang bisa diterapkan untuk pengembangan Kampung Lele. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang dimiliki Kampung Lele, menentukan alternatif strategi yang bisa diterapkan dan menentukan prioritas strategi yang paling tepat untuk diterapkan di Kampung Lele.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analitis kualitatif. Metode penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (purposive) yaitu dipilih di Kampung Lele Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali dengan pertimbangan Kampung Lele merupakan kawasan minopolitan yang merupakan salah satu program dari pemerintah pusat untuk mengembangkan daerah sesuai dengan potensinya.

Metode penentuan key informant dengan purposive sampling. Purposive sampling merupakan metode penentuan key informant dengan menentukan narasumber dengan sengaja. Key informant pada penelitian ini yaitu wakil ketua Kampung Lele, sie pemasaran dan wakil ketua kelompok Karmina. Kelompok karmina merupakan kelompok wanita yang mengolah lele

menjadi olahan seperti keripik, kerupuk dan abon lele.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapat dari hasil wawancara dengan key informant dan data sekunder yang diambil dari kantor desa. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis faktor internal dan faktor eksternal. Setelah mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal maka dianalisis menggunakan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) untuk menganalisis faktor internal dan matriks EFE (*External Factor Evaluation*) untuk menganalisis faktor eksternal. Matriks SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity dan Threath*) untuk merumuskan alternatif strategi. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2006). Tahap terakhir adalah menganalisis alternative strategi untuk menentukan strategi prioritas dengan menggunakan matriks QSP. QSPM merupakan matriks tahap akhir daam formulasi strategi, teknik ini menunjukkan strategi alternatif yang paling baik untuk dipilih (Purwanto, 2008).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Kampung Lele

Kampung Lele terletak di Desa Tegalrejo Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali. Penamaan Kampung Lele oleh Gubernur Jawa Tengah tahun 2006 yaitu Bapak Mardiyanto karena melihat hampir

sebagian warga berprofesi sebagai petani lele dan membudidayakan lele. Kampung Lele termasuk wilayah yang ditunjuk oleh Pemerintah pusat sebagai kawasan minopolitan, yaitu kawasan yang menjadi pusat percontohan dalam memanfaatkan potensi daerahnya. Kawasan minopolitan merupakan salah satu program Revitalisasi Pertanian, Perikanan, dan Kehutanan (RPPK). Kampung Lele saat ini menyediakan layanan outbond berupa menangkap lele di lahan, melihat proses budidaya lele, memberi pakan lele, melihat proses produksi olahan lele.

Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Faktor internal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam Kampung Lele. Faktor internal yang diteliti pada penelitian ini meliputi sumber daya manusia, keadaan Kampung Lele, produksi dan pengelolaan serta pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian maka didapat kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Kampung Lele sebagai berikut : (1) Kekuatan. Pengetahuan warga sudah bagus terkait budidaya lele, pelayanan yang bagus kepada pengunjung, akses menuju lokasi mudah, pasokan lele selalu tersedia, kualitas produk yang terjaga, produk olahan lele yang bervariasi, harga lele dan produk olahan mudah dijangkau oleh semua kalangan. (2) Kelemahan. Masih kurangnya rasa tanggungjawab, belum adanya pembukuan tentang data produksi lele dan penjualan, masih minimnya fasilitas, beberapa fasilitas belum dioptimalkan, pembenihan masih dipasok dari luar, produk olahan lele

masih terbatas pembuatannya, dan promosi masih kurang.

Faktor eksternal. Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar Kampung Lele yang akan mempengaruhi. Faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Faktor eksternal yang diteliti adalah pengunjung, pesaing, kondisi lingkungan sosial masyarakat dan kebijakan pemerintah. Berdasarkan hasil penelitian maka didapat beberapa peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Kampung Lele : (1) Peluang. Respon pengunjung bagus, sudah ada pelanggan, permintaan pasar tinggi, tidak ada pesaing sejenis untuk budidaya lele, adanya dukungan warga, adanya dukungan dari program pemerintah. (2) Ancaman. Jumlah pengunjung yang belum banyak, adanya pesaing untuk produk olahan lele, harga bahan baku yang fluktuatif untuk pengolahan produk lele, adanya konflik, belum adanya bantuan dari pemerintah lagi, isu yang kurang baik tentang Kampung Lele.

Analisis Strategi Pengembangan Kampung Lele

Matriks IFE (Internal Factor Evaluation). Matriks IFE digunakan untuk menganalisis faktor internal yang dimiliki oleh Kampung Lele serta menentukan faktor utama yang mempunyai pengaruh yang besar.

Tabel 1. Matriks IFE Kampung Lele di Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali

IFE	Bobot (a)	Rating (b)	Skor (a x b)
Kekuatan (S)			
1 Pengetahuan petani tentang budidaya yang bagus	0,0769	3	0,2307
2 Pelayanan baik kepada pengunjung	0,0684	4	0,2736
3 Akses menuju lokasi mudah	0,0684	4	0,2736
4 Pasokan lele selalu tersedia	0,1026	4	0,4104
5 Kualitas produk yang terjaga	0,0855	4	0,342
6 Produk olahan lele yang bervariasi	0,0684	3	0,2052
7 Harga lele dan produk olahan mudah dijangkau oleh semua kalangan	0,0684	4	0,2736
Kelemahan (W)			
1 Masih kurangnya tanggungjawab dalam bekerja	0,0513	2	0,1026
2 Belum adanya pembukuan tentang data produksi lele dan penjualan	0,0427	2	0,0854
3 Minimnya fasilitas	0,0598	1	0,0598
4 Beberapa fasilitas belum dioptimalkan	0,0855	1	0,0855
5 Pembenihan masih dipasok dari luar	0,1026	1	0,1026
6 Produk olahan lele masih terbatas pembuatannya	0,0427	2	0,0854
7 Promosi yang masih kurang (belum adanya media promosi)	0,0769	2	0,1538
Jumlah	1		2,6842

Sumber : Data Analisis Primer 2017

Berdasarkan analisis maka didapat kekuatan utama Kampung Lele yaitu pasokan lele selalu tersedia dengan nilai 0,4104. Sedangkan kelemahan utama yaitu promosi yang masih kurang dengan nilai 0,1538. Hal ini dilihat dari skor yang paling besar. Total nilai keseluruhan adalah 2,6842 yang berarti kekuatan yang dimiliki mempunyai pengaruh yang lebih besar daripada kelemahannya.

Hal ini berdasarkan David, 2006 yang menyatakan bahwa jika total nilai keseluruhan > 2,5 maka kekuatan ataupun peluang mempunyai pengaruh yang lebih besar daripada kelemahan ataupun ancamannya. Jika total nilai keseluruhan < 2,5 maka kelemahan ataupun ancaman mempunyai pengaruh yang

lebih besar daripada kekuatan maupun peluangnya. Nilai 2,5 didapat dari hasil penjumlahan antara bobot yang sudah ditentukan yang kemudian hasil penjumlahan dibagi empat sehingga didapat nilai 2,5.

Matriks EFE (External Factor Evaluation). Matriks EFE digunakan untuk menganalisis faktor eksternal yang dimiliki oleh Kampung Lele. matriks EFE juga menentukan faktor eksternal utama yang mempunyai pengaruh yang besar terhadap Kampung Lele. Dalam pemberian bobot dan rating berdasarkan key informant yang sudah ditunjuk sebelumnya. Key informan inilah yang memberikan bobot dan rating untuk masing-masing faktor eksternal. Sedangkan skor didapat dari hasil perkalian antara bobot dengan rating. Berdasarkan hasil analisis maka didapat hasil sebagai berikut :

Tabel 2. Matriks EFE Kampung Lele di Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali

EFE	Bobot (a)	Rating (b)	Skor (a x b)
Peluang (O)			
1 Respon pengunjung bagus	0,0860	3	0,258
2 Sudah ada pelanggan	0,0968	4	0,3872
3 Permintaan pasar tinggi	0,1075	4	0,43
4 Tidak ada pesaing sejenis untuk budidaya lele	0,0860	4	0,344
5 Adanya dukungan masyarakat	0,0860	3	0,258
6 Adanya program Pemerintah yang mendukung	0,0602	3	0,1806
Ancaman (T)			
1 Jumlah pengunjung yang belum banyak	0,0538	2	0,1076
2 Adanya pesaing untuk produk olahan lele	0,0323	2	0,0646
3 Belum ada bantuan lagi dari Pemerintah	0,1183	1	0,1183
4 Harga bahan baku untuk pengolahan produk lele yang fluktuatif	0,0753	1	0,0753
5 Adanya konflik	0,1290	1	0,129
6 Kasus lama yang kurang baik tentang Kampung Lele	0,0753	2	0,1506
Jumlah	1		2,5032

Sumber : Data Analisis Primer 2017

Berdasarkan hasil analisis maka didapat peluang utama yaitu permintaan pasar tinggi dengan skor tertinggi yaitu 0,43. Sedangkan ancaman utama yaitu adanya isu yang kurang baik tentang Kampung Lele dengan skor tertinggi 0,1506. Total skor keseluruhan adalah 2,5032 yang berarti bahwa peluang dan ancaman mempunyai pengaruh yang sama-sama kuat.

Matriks SWOT. Matriks SWOT digunakan untuk merumuskan alternative strategi yang bisa diterapkan oleh Kampung Lele berdasarkan faktor internal dan eksternal. Berdasarkan hasil penelitian maka didapat beberapa alternative strategi sebagai berikut : (1) Strategi SO. Strategi SO (*Strenght Opportunity*) didapat dari analisis faktor internal kekuatan dengan faktor eksternal peluang. Ada tiga alternatif strategi yaitu

menjaga kontinuitas produksi lele, meningkatkan pelayanan kepada pengunjung, dan menjaga ataupun meningkatkan kualitas lele ataupun produk olahan lele. (2) Strategi WO. Strategi WO (*Weakness Opportunity*) didapat dari analisis faktor internal kelemahan dan faktor eksternal peluang. Ada tiga alternatif strategi yaitu mengoptimalkan dan menambah fasilitas yang sudah ada maupun yang belum ada, memanfaatkan sosial media untuk promosi dan meningkatkan kontinuitas produksi produk olahan lele. (3) Strategi ST. Strategi ST (*Strenght Threath*) merupakan strategi yang didapat dari analisis kekuatan dan ancaman. Ada tiga alternative strategi yaitu meningkatkan kualitas dan pelayanan, menyelesaikan permasalahan dan meminimalisir terjadinya konflik yang sama dan membeli bahan baku dalam jumlah banyak. (4) Strategi WT. Strategi WT (*Weakness Threath*) merupakan strategi yang didapat dari analisis kelemahan dan ancaman. Ada

satu alternative strategi yaitu memperbaiki dan menjalin hubungan yang baik dengan Pemerintah maupun swasta.

Matriks QSP. Matriks QSP digunakan untuk menentukan prioritas strategi yang paling tepat untuk diterapkan di Kampung Lele. Berdasarkan analisis menggunakan matriks SWOT maka didapat sepuluh alternatif strategi kemudian didapat empat pokok alternatif strategi untuk dianalisis dengan menggunakan matriks QSP. Sepuluh alternatif strategi tersebut yaitu menjaga kontinuitas produksi lele, meningkatkan pelayanan kepada pengunjung, menjaga ataupun meningkatkan kualitas lele maupun produk olahan lele, mengoptimalkan dan menambah fasilitas yang sudah ada maupun yang sudah ada, memanfaatkan sosial media untuk promosi, meningkatkan kontinuitas produksi produk olahan lele, meningkatkan kualitas pelayanan, menyelesaikan permasalahan dan meminimalisir terjadinya konflik yang sama dan membeli bahan baku dalam jumlah banyak, memperbaiki dan menjalin hubungan yang baik dengan Pemerintah maupun swasta. Empat pokok alternatif strategi tersebut yaitu meningkatkan kualitas kepada pengunjung, mengoptimalkan dan menambah fasilitas yang belum ada maupun yang sudah ada, memanfaatkan sosial media untuk mempromosikan Kampung Lele, memperbaiki dan menjalin hubungan yang baik dengan

Pemerintah maupun swasta. Empat pokok strategi ini akan dianalisis menggunakan matriks QSP untuk menentukan prioritas strategi yang paling tepat untuk diterapkan di Kampung Lele.

Tabel 3. Matriks QSP

Faktor-Faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi							
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Faktor-faktor Internal									
Kelebihan									
1. Pengetahuan petani tentang budidaya bagus	0,0769	4	0,3076	1	0,0769	3	0,2307	2	0,1538
2. Pelayanan baik kepada pengunjung	0,0684	4	0,2736	1	0,0684	2	0,1368	3	0,2052
3. Akses menuju lokasi mudah	0,0684	1	0,0684	3	0,2052	4	0,2736	2	0,1368
4. Pasokan lele selalu tersedia	0,1026	2	0,2052	3	0,3078	4	0,4104	1	0,1026
5. Kualitas produk yang terjaga	0,0855	1	0,0855	3	0,2565	4	0,342	2	0,171
6. Produk olahan lele yang bervariasi	0,0684	1	0,0684	3	0,2052	4	0,2736	2	0,1368
7. Harga lele dan produk olahan mudah dijangkau oleh semua kalangan	0,0684	1	0,0684	2	0,1368	3	0,2052	4	0,2736
Kelemahan									
1. Masih kurangnya tanggungjawab dalam bekerja	0,0513	4	0,2052	2	0,1026	1	0,0513	3	0,1539
2. Belum adanya pembukuan tentang data produksi lele dan penjualan	0,0427	1	0,0427	4	0,1708	3	0,1281	2	0,0854
3. Minimnya fasilitas	0,0598	2	0,1196	4	0,2392	1	0,0598	3	0,1794
4. Beberapa fasilitas belum dioptimalkan	0,0855	2	0,171	4	0,342	1	0,0855	3	0,2565
5. Pembenihan masih dipasok dari luar	0,1026	2	0,2052	3	0,3078	1	0,1026	4	0,4014
6. Produk olahan lele masih terbatas pembuatannya	0,0427	1	0,0427	4	0,1708	3	0,1281	2	0,0854
7. Promosi yang masih kurang (belum adanya media promosi)	0,0769	1	0,0769	3	0,2307	4	0,3076	2	0,1538
Total Bobot	1,00								
Faktor-faktor Eksternal									
Peluang									
1. Respon pengunjung bagus	0,0860	4	0,344	3	0,258	2	0,172	1	0,086
2. Sudah ada pelanggan	0,0968	3	0,2904	4	0,3872	2	0,1936	1	0,0968
3. Permintaan pasar tinggi	0,1075	3	0,3225	4	0,43	2	0,215	1	0,1075
4. Tidak ada pesaing sejenis	0,0860	1	0,086	3	0,258	4	0,344	2	0,172
5. Adanya dukungan masyarakat	0,0860	3	0,258	2	0,172	4	0,344	1	0,086
6. Adanya program Pemerintah yang mendukung	0,0538	1	0,0538	3	0,1614	2	0,1076	4	0,2152
Ancaman									
1. Jumlah pengunjung yang belum banyak	0,0538	2	0,1076	3	0,1614	4	0,2152	1	0,0538
2. Adanya pesaing untuk produk olahan lele	0,0323	2	0,0646	3	0,0969	4	0,1292	1	0,0323
3. Belum ada bantuan lagi dari Pemerintah	0,1183	1	0,1183	3	0,3549	2	0,2366	4	0,4732
4. Harga bahan baku pengolahan produk lele yang fluktuatif	0,0753	1	0,0753	2	0,1506	3	0,2259	4	0,3012
5. Adanya konflik	0,1290	3	0,387	2	0,258	1	0,129	4	0,516
6. Kasus lama yang kurang baik tentang Kampung Lele	0,0753	3	0,2259	2	0,1506	1	0,0753	4	0,2012
Total Bobot	1,000								
Total Nilai Daya Tarik (TAS)		4,2738		5,6597		5,1227		4,9458	

Sumber : Data Analisis Primer 2017

Keterangan :

Strategi I

Meningkatkan kualitas kepada pengunjung

Strategi II

Mengoptimalkan dan menambah fasilitas yang belum ada maupun yang sudah ada

Strategi III

Memanfaatkan sosial media untuk mempromosikan Kampung Lele

Strategi IV

Memperbaiki dan menjalin hubungan yang baik dengan Pemerintah maupun swasta

Berdasarkan hasil analisis menggunakan matriks QSP maka prioritas strategi yang didapat yaitu mengoptimalkan dan menambah fasilitas yang belum maupun yang sudah ada

SIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu (1) Faktor internal yang menjadi kekuatan Kampung Lele yaitu pengetahuan petani yang sudah bagus dalam budidaya, pasokan lele yang selalu tersedia, akses menuju lokasi yang mudah, pelayanan baik kepada pengunjung, kualitas produk yang terjaga, produk olahan lele yang bervariasi serta harga lele dan produk olahan mudah dijangkau oleh semua kalangan. Kelemahan yang ada di Kampung Lele yaitu masih kurangnya tanggungjawab dalam bekerja, minimnya fasilitas, sarana dan prasarana yang belum dioptimalkan, benih masih dipasok dari luar, belum adanya media promosi, belum adanya pembukuan tentang data produksi dan penjualan lele, produk olahan lele masih terbatas pembuatannya. (2) Faktor eksternal yang menjadi peluang

Kampung Lele yaitu respon pengunjung bagus, sudah ada pelanggan, permintaan pasar tinggi, tidak ada pesaing sejenis, adanya dukungan masyarakat serta adanya program pemerintah yang mendukung. Ancaman yang dihadapi Kampung Lele yaitu jumlah pengunjung yang masih belum banyak, adanya pesaing untuk produk olahan lele, belum ada bantuan lagi dari pemerintah, harga bahan baku untuk pengolahan produk lele yang fluktuatif, adanya konflik serta adanya kasus pada masa lalu yang kurang baik di Kampung Lele. (3) Alternatif strategi yang dapat diterapkan di Kampung Lele yaitu meningkatkan kualitas pelayanan kepada pengunjung, mengoptimalkan dan menambah fasilitas yang sudah ada maupun yang belum ada agar pengunjung lebih nyaman, memanfaatkan sosial media untuk mempromosikan Kampung Lele, serta memperbaiki dan menjalin hubungan yang baik dengan Pemerintah maupun swasta. (4) Strategi prioritas yang dapat diterapkan di Kampung Lele yaitu memanfaatkan sosial media untuk menambah fasilitas yang sudah ada maupun belum ada agar pengunjung lebih nyaman.

Hal yang dapat disarankan yaitu sebaiknya pihak Kampung Lele mempertimbangkan beberapa strategi yang telah dibuat, sebaiknya pihak Kampung Lele menyelesaikan konflik yang ada, sebaiknya pihak Kampung Lele mengajukan bantuan ke Pemerintah ataupun swasta baik bantuan secara material maupun non material seperti pelatihan pembenihan yang akan membantu mengembangkan Kampung Lele.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, T.P.H. 2014. Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Brajan Kabupaten Sleman. *Jurnal Media Wisata.Vol.12 No.2.*
- Basri, Faisal. 2013. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Nirlaba.* Yayasan Pustaka Obor Indonesia. Jakarta.
- Irwanti Ni K.D dan I Wayan A.A. 2013. Strategi Pengembangan Desa Belimbing sebagai Desa Wisata di Kecamatan Pupuan Tabanan Bali. *Jurnal Perhotelan dan Pariwisata Vol 3 Nomor 2 Hal 77.*
- Mujanah, Siti, Tri Ratnawati dan Sri Andayani. 2016. Strategi Pengembangan Desa Wisata di Kawasan Hinterland Gunung Bromo Jawa Timur. *Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya. Vol.01 No.01.*
- Rangkuti, Freedy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.* Gramedia. Jakarta.
- Suryaningsih, Suhestri. 2014. Biologi Ikan Lele. Makalah Penyuluhan. Universitas Jenderal Sudirman Purwokerto.