

STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA KULINER DI KECAMATAN KAWANGKOAN KABUPATEN MINAHASA

Alvini Lidya Bujung, Benny Sagay, dan Theodora Katiandahgo
Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi

ABSTRACT

The objective of this research is to develop culinary tourism areas in Kawangkoan District. This research was conducted for three months from December 2018 to February 2019 which began from preparation to reporting of research. Data collection includes primary data and secondary data. Primary data are data sourced from opinions and interviews obtained by distributing questionnaires to coffee house business owners, local government and customers / consumers in the culinary tourism area of Kawangkoan Sub-district. Whereas for secondary data, the data obtained from relevant agencies such as the internet and library resources or literature books. The research result showed that internal analysis of strategy factors (IFAS) and external factor strategy (EFAS) are Strengths = 2.185, Weakness = 1.179, Opportunities = 2.308, Threats = 1.769. The results of the analysis on the SWOT diagram obtained coordinates 1,006: 0,539 whose coordinates are in quadrant I, which is an aggressive strategy. In this position it is a very favorable situation for the development of culinary tourism areas in Kawangkoan sub-district because it has the opportunity and strength that tend to be large so that culinary tourism areas can take advantage of the opportunities that exist.

Keywords: *Development Strategy-Culinary Tourism Area*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sektor pariwisata memegang peranan penting dalam menunjang perekonomian suatu daerah karena memiliki keterkaitan sebagai sumber percepatan pertumbuhan ekonomi daerah. Pengembangan pariwisata yang berbasis sumber daya lokal ini akan memberikan efek ganda terhadap sektor ekonomi lainnya melalui peningkatan nilai tambah dan kenaikan pendapatan masyarakat. Peningkatan intensitas pemakaian tenaga kerja dalam pengembangan pariwisata tidak hanya diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga mampu menciptakan kesempatan kerja dan mengurangi tingkat kemiskinan.

Objek wisata yang dimiliki Indonesia sangatlah beragam dan dapat dijadikan tujuan wisatawan untuk berkunjung. Objek wisata tersebut tersebar diseluruh tanah air dengan berbagai macam perbedaan kebudayaan dan

keunikan yang dimiliki tiap-tiap daerah, salah satunya di Kecamatan Kawangkoan, Kabupaten Minahasa, Sulawesi Utara, Indonesia.

Umumnya para wisatawan datang berkunjung ke Kawangkoan untuk melihat daerah-daerah objek wisata, dimana di Kawangkoan ini memiliki banyak objek wisata yaitu tempat-tempat wisata yang bersejarah seperti Gua Jepang, Gua 50 Kamar, Monumen Lopian Taulu, dan Tugu Pers Mendur. Kawangkoan memang merupakan salah satu tempat yang memiliki sejarah perang dunia kedua. Terdapat juga objek wisata alam seperti Pemandian air Panas Kinali, Air Terjun di Kiawa dan Kayuwi, dan objek wisata yang terkenal yaitu Bukit Kasih yang memiliki 5 rumah ibadah di puncak bukit dan 1000 anak tangga untuk menuju ke sana.

Wisata kuliner bisa menjadi alternative dalam mengembangkan industri pariwisata, disamping objek-objek wisata yang dimiliki oleh Kawangkoan. Karena, wisata kuliner akhir

- akhir ini semakin populer bagi kalangan wisatawan. Bukan hanya karena dipopulerkan oleh berbagai acara yang diproduksi oleh hampir semua stasiun TV swasta dan dalam berbagai media sosial. Beragam menu makanan, terutama menu khas daerah, menjadi primadona. Bahkan menu yang sebelumnya jarang atau bahkan tak pernah dikenal, mendadak menjadi menu makanan yang dicari banyak orang. Hal ini menjadi peluang untuk mengembangkan wisata kuliner di Indonesia, karena Indonesia memiliki beragam jenis makanan dan minuman.

Kawangkoan memiliki tempat wisata kuliner yang sudah terkenal di Sulawesi Utara yaitu Rumah Kopi Kawangkoan. Rumah kopi yang merupakan salah satu icon dari Kawangkoan setidaknya terdapat sekitar 8 rumah kopi terkenal di Kawangkoan saat ini dengan menu andalanya Bakpao (Biapong). Rumah Kopi Gembira merupakan salah satu rumah kopi tertua yang berada di Sulawesi Utara yang berdiri tahun 1946.

Wisata kuliner menjadi suatu alternative dalam mendukung potensi wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah dan wisata bahari. Meskipun wisata kuliner sering dianggap sebagai produk wisata pelengkap, tetapi wisata kuliner potensial untuk dikembangkan karena wisata kuliner sangat berbeda dengan jenis wisata lainnya dan dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata. Wisata ini lebih mengunggulkan makanan, kepuasan rasa dan kekhasan suatu makanan atau sajian. Terlepas dari keindahan alam ataupun sejarah lainnya, para wisatawan akan menambah pengetahuannya tentang makanan khas daerah tersebut. Hal ini merupakan tantangan bagi pemerintah Kecamatan Kawangkoan dan pelaku usaha dalam melihat peluang dan kekuatan agar dapat mengembangkan wisata kuliner dalam mendukung pariwisata di Kecamatan Kawangkoan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalahnya adalah bagaimanakah strategi pengembangan kawasan wisata kuliner di Kecamatan Kawangkoan?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji strategi pengembangan kawasan wisata kuliner di Kecamatan Kawangkoan.

Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti menjadi bahan tugas akhir dalam menyelesaikan kuliah di Fakultas Pertanian, UNSRAT.
2. Bagi mahasiswa atau yang memerlukan dapat dijadikan bahan referensi kajian dalam melakukan penelitian lanjutan.
3. Bagi pemerintah dan pelaku – pelaku usaha kiranya dapat menambah wawasan dalam mengembangkan wisata kuliner di Kecamatan Kawangkoan.

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Kawangkoan, Kabupaten Minahasa, Sulawesi Utara dan waktu pelaksanaan dilakukan selama 3 bulan yaitu pada bulan Desember-Februari.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif berkaitan dengan pengumpulan data untuk memberikan gambaran atau penegasan suatu konsep atau gejala, juga menjawab pertanyaan-pertanyaan sehubungan dengan status subyek penelitian pada saat ini, misalnya sikap atau pendapat terhadap individu, organisasi atau sebagainya (Wirartha, 2005). Menurut Moleong (2013) Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dipahami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deproposal dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang ilmiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Metode Pengumpulan Data

Data primer yaitu data yang bersumber dari opini dan wawancara yang diperoleh dengan menyebar kuisioner kepada pemilik usaha rumah kopi, pemerintah setempat dan pelanggan/konsumen di kawasan wisata kuliner Kecamatan Kawangkoan. Sedangkan, data sekunder yaitu data yang diperoleh dari instansi terkait seperti internet dan sumber pustaka atau buku literatur sebagai pelengkap dalam penyusunan dan penulisan penelitian ini.

Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2009), *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data.

Konsep Pengukuran Variabel

Variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Kekuatan adalah sumberdaya keterampilan, keunggulan-keunggulan lain yang dimiliki oleh usaha rumah kopi di Kelurahan Talikuran Kecamatan Kawangkoan. Kekuatan (*Strenght*) indikatornya sebagai berikut :
 - a) Lokasi
 - b) Produk
 - c) Harga
 - d) Pelayanan
- 2) Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja usaha rumah kopi di Kelurahan Talikuran Kecamatan Kawangkoan. Kelemahan (*Weakness*) indikatornya sebagai berikut:
 - a) Promosi
 - b) Lahan parkir
 - c) Manajemen karyawan

- d) Inovasi
- 3) Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam usaha rumah kopi di Kelurahan Talikuran Kecamatan Kawangkoan. Peluang (*Opportunity*) indikatornya sebagai berikut:
 - a) Daerah wisata sekitar
 - b) Jalan trans
 - c) Pelanggan
 - d) Terkenal
- 4) Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam usaha rumah kopi di Kelurahan Talikuran Kecamatan Kawangkoan. Ancaman (*Threath*) indikatornya adalah sebagai berikut :
 - a) Persaingan dengan daerah lain
 - b) Harga bahan baku
 - c) Bersifat Musiman
 - d) Keadaan cuaca/iklim

Analisis SWOT

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan SWOT analisis, Menurut Rangkuti (2005) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*), dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*).

Analisis SWOT (*SWOT analysis*) Menurut Richard L. Daft (2010) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan diperusahaan lain. Banyak perusahaan menggunakan jasa lembaga pemindaian untuk memperoleh keliping surat kabar, riset di internet, dan analisis tren-tren domestik dan Global yang Relevan. Menurut Kotler (2009)

Tabel 1. Internal Faktor Strategi (IFAS)

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor = Bobot x Rating
a) Kekuatan/ <i>Strenght (S)</i>			
1.			
2.			
Jumlah (A)	A		A
b) Kelemahan/ <i>Weakness(W)</i>			
1.			
2.			
Jumlah (B)	B		B
Total	(A+B=1)		(A+B)

Analisis SWOT adalah keseluruhan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan. Menurut Solihin (2012) Analisis SWOT merupakan alat analisis situasional yang banyak digunakan perusahaan dalam melakukan formulasi strategi.

Matriks Analisis IFAS dan Matriks Analisis EFAS

Matriks IFAS digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal, dimaksudkan untuk mengembangkan daftar kekuatan yang dapat dimanfaatkan dan daftar kelemahan yang harus diatasi, kemudian dilakukan dengan pembobotan atau peratingan Rangkuti (2004). Adapun cara penentuan strategi internal IFAS adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- 2) Memberikan bobot masing masing faktor dalam kolom 2, tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategi perusahaan (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00)
- 3) Menghitung rating (dalam kolom 3) untuk masing masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh

faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan), diberi nilai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik). Sedangkan variabel yang bersifat negative, kebalikannya. Jika kelemahan besar skali nilainya adalah 1, sedangkan kelemahannya kecil nilainya adalah 4.

- 4) Megalihkan bobot pada kolom 2 dengan *rating* pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*).
- 5) Menjumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh jumlah total skor pembobotan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya.

Tujuan dari analisis eksternal adalah untuk mengembangkan suatu daftar peluang yang dapat dimanfaatkan dan daftar ancaman yang harus dihindari. Sedangkan, cara menentukan faktor strategi eksternal (EFAS) menurut Rangkuti (2004) adalah sebagai berikut:

- 1) Memasukan data atau informasi dalam kolom 1, faktor yang menjadi peluang dan ancaman usaha.

Tabel 2. Eksternal Faktor Strategi (EFAS)

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor = Bobot x Rating
a) Peluang/Opportunities			
1.			
2.			
Jumlah (A)	A		A
b) Ancaman/Threats			
1.			
2.			
Jumlah (B)	B		B
Total	(A+B=1)		(A+B)

- 2) Memberikan bobot masing masing faktor dalam kolom 2, tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), faktor faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
- 3) Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluang kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya jika nilai ancamannya sedikit diberi ratingnya 4.
- 4) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0(*outstanding*) sampai dengan 1,0(*poor*)
- 5) Menjumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh jumlah total skor pembobotan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Keterangan:

Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus ditetapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus ditetapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada *kuadran 3* ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG Matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Misalnya, Apple menggunakan strategi peninjauan kembali teknologi yang dipergunakan dengan cara menawarkan produk-produk baru dalam industri *microcomputer*.

Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut mengalami berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Matriks SWOT

Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki (Rangkuti, 2006). Matriks SWOT adalah ringkasan yang menganalisis kekuatan dan kelemahan internal dalam hubungannya dengan peluang dan ancaman eksternal organisasi yang

digunakan untuk membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi yang merupakan alternatif strategi pemasaran yang dapat di implementasikan oleh perusahaan berdasarkan hasil kombinasi antara faktor eksternal dan internal yang dimiliki oleh perusahaan.

Menurut Fahmi (2013), bahwa berdasarkan nilai peringkat dan pembobotan yang kemudian di kalikan akan diperoleh hasil kombinasi antara beberapa situasi sebagai berikut:

1. Kekuatan dan peluang (S-O) artinya perusahaan menentukan strategi berdasarkan kombinasi kekuatan dan peluang yang bisa memanfaatkan kekuatan untuk menggunakan peluang sebaik-baiknya.
2. Kelemahan dan Peluang (W-O) artinya perusahaan harus membuat strategi bagaimana meminimalkan kelemahan yang selalu muncul dalam perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang menguntungkan.
3. Kekuatan dan Ancaman (S-T) artinya perusahaan bisa memanfaatkan kekuatan baik dalam hal manajemen, sistem pemasaran maupun kemampuan finansial untuk mengatasi ancaman.
4. Kelemahan dan Ancaman (W-T) artinya perusahaan harus meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Wilayah Penelitian Letak Dan Luas Wilayah

Kawangkoan adalah sebuah Kecamatan di Kabupaten Minahasa, Sulawesi Utara, Indonesia. Kawangkoan terdiri atas 4 desa dan 6 kelurahan pasca dimekarkannya kecamatan Kawangkoan menjadi 3, yaitu Kawangkoan Induk, Kawangkoan Barat dan Kawangkoan Utara. Luas wilayah kecamatan ini 43,1 km² atau 4,21% dari luas seluruh kabupaten Minahasa.

Jumlah Penduduk

Secara umum penduduk Kecamatan Kawangkoan berjumlah 10,226 jiwa dengan pertumbuhan rata-rata 4,81% per tahun dengan kepadatan penduduk adalah 613 jiwa/km persegi. Terdiri dari jumlah penduduk laki-laki 5095 jiwa dan jumlah penduduk perempuan 5131 jiwa.

Kawasan Wisata Kuliner Kawangkoan

Kecamatan Kawangkoan ini terkenal dengan Rumah Kopi yang memproduksi biapong, yang biasa disebut “bakpao” di sejumlah tempat lainnya di Indonesia.

Kini hanya ada 3 rumah kopi tua yang membuat biapong kawangkoan asli yaitu Rumah Kopi Gembira yang berdiri tahun 1946, Rumah Kopi Toronata yang berdiri tahun 1950 dan Rumah Kopi Sarina yang berdiri setelahnya. Ketiganya mempunyai kontribusi besar mempopulerkan bakpao kawangkoan. Ketiganya mengusung merk yang sama selama puluhan tahun. Seiring waktu muncul bakpao-bakpao lain yang memakai label bakpao kawangkoan dan tersebar di kota lainnya. Berikut ini merupakan daftar rumah kopi yang terdapat di Kecamatan Kawangkoan.

Tabel 3. Daftar Rumah Kopi di Kecamatan Kawangkoan

No.	Nama Rumah Kopi	Kelurahan
1	Fifty	Sendangan
2	Sarina	Sendangan
3	Toronata	Sendangan
4	Gembira	Sendangan
5	TS Coffe House	Sendangan
6	K3	Sendangan
7	WARKOP	Uner
8	Sweet Corner	Uner
9	3 Brother	Talikuran
10	Aruy	Talikuran
11	Berkat	Talikuran
12	Family	Talikuran
13	Glori-A	Talikuran
14	Terung	Talikuran
15	Kasih Abadi	Talikuran
16	Basombar	Talikuran
17	Camar	Talikuran

18	Anugerah	Talikuran
----	----------	-----------

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2019

Identifikasi Lingkungan yang Mempengaruhi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner di Kecamatan Kawangkoan

Lingkungan yang dihadapi oleh kawasan wisata kuliner di Kecamatan Kawangkoan terdiri dari lingkungan eksternal yang sulit dikendalikan. Termasuk didalamnya adalah adanya ancaman dan peluang usaha yang muncul dari pihak lain. Disamping itu kawasan wisata kuliner ini juga mempunyai lingkungan internal yang dapat menghadapi ancaman tersebut. Sekaligus dapat meraih peluang yang muncul. Lingkungan internal ini lebih dapat dikendalikan dibandingkan dengan lingkungan eksternal. Yang termasuk didalamnya adalah kekuatan dan kelemahan yang ada pada kawasan wisata kuliner. Adapun hasil penelusuran melalui literatur, hasil diskusi pakar, tokoh masyarakat, dan pemerintah setempat sehingga diturunkan faktor-faktor internal dan eksternal yang ada di kawasan wisata kuliner kecamatan Kawangkoan.

- a. Lingkungan internal, terdiri dari kekuatan dan kelemahan.

Kekuatan yang ada di kawasan wisata kuliner di Kecamatan Kawangkoan adalah sebagai berikut:

- 1). Lokasi yang strategis
- 2). Memiliki produk(cita rasa/ukuran) yang pas dan disukai banyak orang
- 3). Harga jual terjangkau untuk semua kalangan
- 4). Pelayanan yang baik

Kelemahan yang juga ada di kawasan wisata kuliner di Kecamatan Kawangkoan adalah sebagai berikut:

- 1). Promosi yang kurang
- 2). Terbatasnya lahan parkir
- 3). Manajemen karyawan yang belum tertata dengan baik
- 4). Kurangnya inovasi

- b. Lingkungan eksternal, terdiri dari peluang dan ancaman.

Peluang yang mungkin diraih di kawasan wisata kuliner di Kecamatan Kawangkoan adalah sebagai berikut:

- 1). Terdapat daerah wisata di sekitar
- 2). Berada di jalan trans
- 3). Memiliki pelanggan yang setia
- 4). Sudah dikenal di daerah lainnya

Sedangkan ancaman yang sedang menghadang kawasan wisata kuliner di Kecamatan Kawangkoan adalah sebagai berikut:

- 1). Banyak pesaing didaerah lainnya
- 2). Bahan baku
- 3). Bersifat musiman
- 4). Keadaan cuaca/iklim

Hasil Evaluasi Lingkungan Internal dan Eksternal

Berdasarkan hasil evaluasi dari lingkungan internal responden konsumen/pelanggan, pemilik usaha, dan pemerintah maka diperoleh hasil bobot, rating dan nilai skor secara keseluruhan yang dapat dilihat pada Tabel 4.

Berdasarkan hasil evaluasi dari lingkungan eksternal responden konsumen/pelanggan, pemilik usaha, dan pemerintah maka diperoleh hasil bobot, rating dan nilai skor secara keseluruhan yang dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 4. Analisis Internal Faktor Strategi (Semua Responden)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Score
KEKUATAN			
Lokasi yang strategis	0,129	4,45	0,575
Memiliki produk(cita rasa/ukuran) yang pas dan disukai banyak orang	0,136	4,28	0,583
Harga jual terjangkau untuk semua kalangan	0,114	4,36	0,498
Pelayanan yang baik	0,129	4,10	0,529
Total			2,185
KELEMAHAN			
Promosi yang kurang	0,113	2,36	0,267
Terbatasnya lahan parkir	0,136	2,00	0,272
Manajemen karyawan yang belum tertata dengan baik	0,114	2,26	0,326
Kurangnya inovasi	0,129	2,43	0,314
Total			1,179
Total Bobot x Score untuk <i>Internal Factor</i>	1		3,364

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2019

Dari hasil analisis internal faktor strategi (IFAS) dan eksternal faktor strategi (EFAS) di atas, menghasilkan rangkaian skor sebagai berikut:

- 1. Kekuatan (*Strengths*) = 2,185
- 2. Kelemahann (*Weakness*) = 1,179
- 3. Peluang (*Opportunities*) = 2,308
- 4. Ancaman (*Threats*) = 1,769

Hasil di atas menunjukkan bahwa kekuatan lebih besar dibandingkan dengan kelemahannya dan peluang lebih besar dibandingkan dengan ancamannya. Untuk dipersentasikan ke bentuk diagram swot adalah

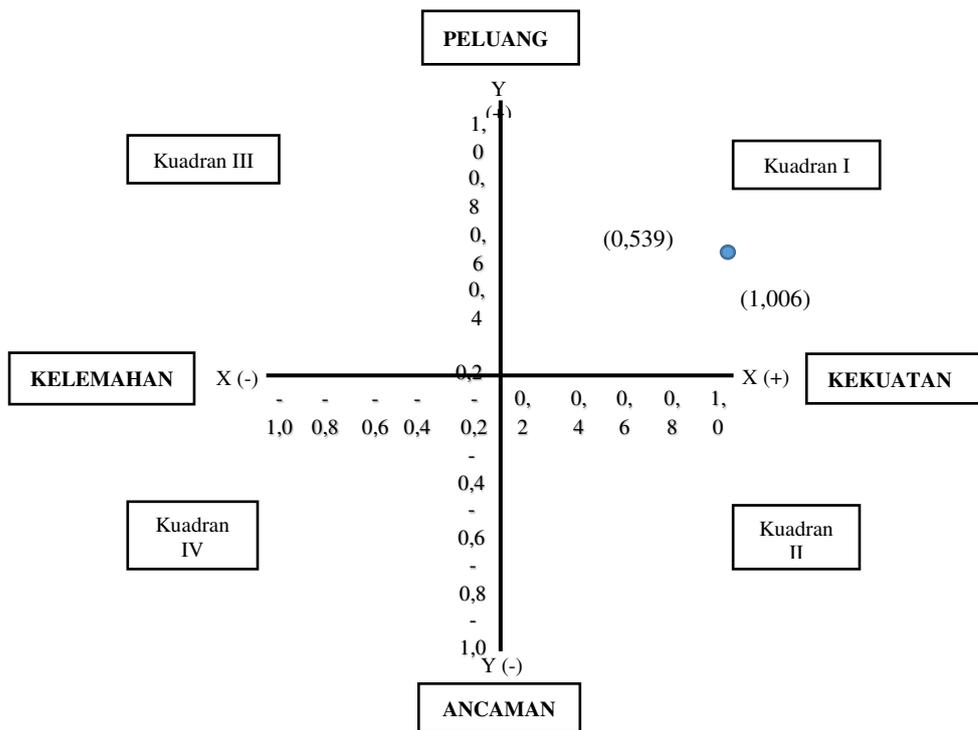
dengan cara kekuatan dikurang dengan kelemahannya dan peluang dikurang dengan ancamannya.

Hasil dari analisis pada diagram SWOT diperoleh koordinat 1,006:0,539 yang koordinatnya ini berada pada kuadran I yaitu strategi agresif. Pada posisi ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi pengembangan kawasan wisata kuliner di kecamatan Kawangkoan karena memiliki peluang dan kekuatan yang cenderung besar sehingga kawasan wisata kuliner dapat

Tabel 5. Analisis Eksternal Faktor (Semua Responden)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Score
PELUANG			
Terdapat daerah wisata disekitar	0,132	4,56	0,602
Berada di jalan trans	0,132	4,54	0,600
Memiliki pelanggan yang setia	0,130	4,5	0,585
Sudah dikenal di daerah lainnya	0,123	4,23	0,521
Total			2,308
ANCAMAN			
Banyak pesaing didaerah lainnya	0,126	3,69	0,465
Bahan baku	0,132	2,50	0,330
Bersifat musiman	0,107	4,52	0,484
Keadaan cuaca/iklim	0,118	4,15	0,490
Total			1,769
Total Bobot x Score untuk <i>Internal Factor</i>	1		4,077

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2019



Gambar 2. Analisis Diagram SWOT Kawasan Wisata Kuliner

memanfaatkan peluang yang ada. Strategi agresif bisa mendapatkan situasi yang cenderung menguntungkan bagi pelaku-pelaku kuliner yang berada pada kawasan wisata kuliner di kecamatan Kawangkoan. Kekuatan dari kawasan wisata kuliner kecamatan kawangkoan yaitu lokasi yang strategis, memiliki produk yang disukai banyak orang, harga jual yang terjangkau, pelayanan yang baik dan peluang dari kawasan wisata kuliner kecamatan kawangkoan yaitu terdapat daerah wisata sekitar, berada di jalan trans, memiliki pelanggan setia, dan sudah dikenal di daerah

lain. Keduanya memiliki sifatnya saling mendukung, yaitu dengan cara menggunakan semua faktor kekuatan dengan memaksimalkan peluang yang sebaik baiknya.

Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah ringkasan yang menganalisis kekuatan dan kelemahan internal dalam hubungannya dengan peluang dan ancaman eksternal. Adapun analisis dengan pendekatan Matriks SWOT ini adalah sebagai berikut.

Tabel 6. Matriks Analisis SWOT(*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*)

	<i>Strengths</i> (S) (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (W) (Kelamahan)
	1. Lokasi yang strategis 2. Memiliki produk(cita rasa/ukuran) yang pas dan disukai banyak orang 3. Harga jual terjangkau untuk semua kalangan 4. Pelayanan yang baik	1. Promosi yang kurang 2. Terbatasnya lahan parkir 3. Manajemen karyawan yang belum tertata dengan baik 4. Kurangnya inovasi
<i>Opportunities</i> (O) (Peluang)	Strategi untuk (S,O)	Strategi untuk (W,O)
1. Terdapat daerah wisata disekitar 2. Berada di jalan trans 3. Memiliki pelanggan yang setia 4. Sudah dikenal di daerah lainnya	Produk citra rasa yang banyak disukai orang dengan harga terjangkau adalah suatu kekuatan yang besar yang dimiliki oleh wilayah wisata kuliner yang harus dipertahankan dan ditingkatkan dan didukung oleh peluang berupa terdapat daerah wisata dan memiliki pelanggan yang setia maka wilayah kawasan kuliner kecamatan Kawangkoan secara agresif dikembangkan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat di wilayah tersebut.	Terdapatnya peluang yang positif maka dengan sesegera mungkin kawasan wisata kuliner kecamatan Kawangkoan mengatasi kelemahan-kelemahan seperti peningkatan promosi, penyediaan lahan parkir yang lebih luas, nyaman, aman serta diadakan pelatihan manajemen dan mendorong inovasi dari produk dan wilayah kuliner tersebut.
<i>Threats</i> (T) (Ancaman)	Strategi untuk (S,T)	Strategi untuk (W,T)
1. Banyak pesaing didaerah lainnya 2. Bahan baku 3. Bersifat musiman 4. Keadaan cuaca/iklim	Meningkatkan kualitas produk, harga terjangkau dan lokasi strategis maka bisa mengatasi pesaing wilayah kuliner dari daerah lain.	Menyediakan lahan parkir yang lebih besar, nyaman, dan aman. Serta meningkatkan promosi untuk mengatasi pesaing-pesaing dari daerah lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa kawasan wisata kuliner kecamatan Kawangkoan memiliki kekuatan cenderung kuat dibandingkan dengan kelemahannya dan berpotensi cenderung kuat dibandingkan dengan ancamannya. Sehingga mendapatkan hasil yang positif pada IFAS dan EFAS dan berada pada kuadran I yaitu Strategi Agresif.

Strategi pada kawasan wisata kuliner di Kecamatan Kawangkoan adalah meningkatkan kekuatan produk citra rasa yang banyak disukai orang dan mempertahankan peluang berupa terdapat daerah wisata dan memiliki pelanggan yang setia.

Saran

Saran yang dapat diajukan dari hasil pembahasan pada penulisan skripsi ini adalah menyediakan lahan parkir yang lebih besar, nyaman, dan aman. Serta meningkatkan promosi untuk mengatasi pesaing-pesaing dari daerah lain.

DAFTAR PUSTAKA

Moleong, Lexy J. 2013. Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Wirartha, Made. 2005. Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi. Denpasar: Penerbit Andi.

Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta.

Rangkuti, Freddy. 2005, 2014, analisis SWOT Teknik membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama