

Analisis Strategi Pengembangan Eduwisata Cakra Suramadu dalam Tinjauan Ekonomi Islam

Meta Ria Safani*

Universitas Trunojoyo Madura
metariasafani65@gmail.com

Dony Burhan Nor Hasan

Universitas Trunojoyo Madura
donyburhan@trunojoyo.ac.id

**Penulis Korespondensi*

Diterima: 9 November 2022 | Direvisi: 21 November 2022 | Dipublikasi: 17 Desember 2022

Abstract

Various problems faced by edutourism businesses significantly affect business development. The problem that occurs is the development of Cakra Suramadu edutourism in Morkepek Village which has not been optimal because there are still many obstacles such as the lack of tourists coming to the edutourism. This is because Cakra Suramadu edutourism is still not supported by vigorous promotions. In addition, many infrastructure facilities are still not optimal in terms of maintenance and construction. Various kinds of efforts were made by Cakra Suramadu edutourism in Mokepek Village to maintain its business, both in terms of strengths and weaknesses and threats from various other edutourism, and various strategies used by mango land edutourism in developing their business and being able to compete with other edutourism businesses. This study aims to examine and analyze the edutourism development strategy of Cakra Suramadu in Morkepek Village, Bangkalan Regency. This study uses a descriptive qualitative approach. Data collection was carried out by observation, interview, and documentation methods and analyzed using SWOT analysis with an overview of Islamic economics. This study found that Cakra Suramadu edutourism development can be carried out by promoting edutourism publications through social media, community involvement in the entire edutourism development process, optimal development of human resources (HR), and regulatory support.

Keywords: *Development Strategy; Edutourism; Islamic Economy*

Abstrak

Bebagai permasalahan yang dihadapi usaha eduwisata sangat mempengaruhi perkembangan usaha. Permasalahan yang terjadi adalah pengembangan eduwisata Cakra Suramadu di Desa Morkepek yang belum optimal dikarenakan masih terdapat banyak kendala seperti minimnya wisatawan yang datang ke eduwisata tersebut. Hal tersebut dikarenakan eduwisata Cakra Suramadu masih belum didukung promosi yang gencar. Selain itu masih banyak sarana prasarana yang masih belum maksimal dalam hal perawatan dan pembangunannya. Berbagai macam upaya yang dilakukan oleh eduwisata Cakra Suramadu yang ada di Desa Mokepek untuk mempertahankan usahanya, baik dari sisi kelebihan maupun kelemahannya dan ancaman dari berbagai dari eduwisata lainnya, dan berbagai strategi yang digunakan oleh pihak eduwisata lahan mangga dalam melakukan

perkembangan terhadap usahanya dan mampu bersaing dengan usaha eduwisata lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis strategi pengembangan eduwisata Cakra Suramadu di Desa Morkepek Kabupaten Bangkalan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi dan dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT dengan tinjauan ekonomi Islam. Penelitian ini menemukan bahwa pengembangan eduwisata Cakra Suramadu dapat dilakukan dengan mempromosikan publikasi eduwisata melalui media sosial, keterlibatan masyarakat dalam keseluruhan proses pengembangan eduwisata, pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang optimal, dan dukungan regulasi.

Kata Kunci: *Eduwisata; Ekonomi Islam; Pengembangan Strategi*

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu sektor industri yang paling berpotensi untuk dikembangkan di Indonesia, mengingat semakin meningkatnya permintaan produk wisata di Indonesia dari tahun ke tahun (Statistik Kepariwisataan, 2015). Pariwisata merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang dinamis dan memegang peranan penting dalam perekonomian suatu negara karena memberikan tambahan devisa sehingga penerimaan negara meningkat. Selain itu pariwisata juga dapat meningkatkan kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar tempat wisata, misalnya dengan adanya pedagang kecil seperti jajanan (Yahya, 2015).

Indonesia sebagai negara yang memiliki kekayaan sumber daya alam hayati menjadi salah satu alternatif wisatawan asing untuk melepaskan kejenuhan. Potensi sumber daya alam hayati dan ekosistemnya perlu dikembangkan dan dimanfaatkan sebesar-besarnya bagi kesejahteraan rakyat melalui upaya konservasi sumber daya alam hayati dan ekosistemnya, sehingga tercapai keseimbangan antara perlindungan, pengawetan, dan pemanfaatan secara lestari. Dampak positif dari perkembangan pariwisata terlihat dari pembangunan sarana dan prasarana pariwisata yang banyak menyerap tenaga kerja (Hermawan, 2016).

Pengembangan wisata bertujuan untuk memajukan suatu objek wisata, dengan berbagai upaya agar obyek wisata lebih menarik untuk meningkatkan minat wisatawan berkunjung (Barreto, 2015). Pengembangan eduwisata merupakan upaya mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan. Sarana dan prasarana pendidikan juga menjadi salah satu tolak ukur mutu sekolah. Wisata pendidikan atau eduwisata (*edutourism*) adalah sektor ekonomi yang berkembang pesat dan semakin populer saat ini. Eduwisata (*edutourism*) adalah kegiatan dari wisatawan yang melakukan liburan yang melakukan perjalanan wisata, dimana pendidikan dan pembelajaran merupakan bagian utama atau sekunder dari perjalanannya. Peningkatan mobilitas pendidikan yang sangat mengesankan dan bukan hanya perjalanan, ini adalah perubahan unik bagi anak-anak dan remaja untuk menikmati alam bebas (Fantidou & Goilimaris, 2018). Selain itu, eduwisata juga dapat mempromosikan keberlanjutan dan mengubah wisatawan muda menjadi konsumen

yang bertanggung jawab dan pelancong masa depan, yang menghormati dan melindungi alam.

Desa Morkepek merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Labang Kabupaten Bangkalan, Madura. Saat ini desa tersebut sudah mulai dikenal oleh masyarakat karena desa tersebut berada di jalur jembatan Suramadu. Mayoritas dari penduduk desa Morkepek adalah petani. Namun, saat ini profesi masyarakat setempat sudah merambah ke sektor lain, seperti berbisnis sebagai pedagang kaki lima di pinggir jalan tol Suramadu.

Awalnya Desa Morkepek dikenal sebagai Desa Kenahan. Terdapat sebuah kisah turun temurun yang cukup familiar di kalangan masyarakat setempat terkait adanya kejadian ajaib di mana pada suatu waktu di jaman dahulu, nenek moyang pendahulu kala itu berjalan sendirian di jalan setapak yang dikelilingi oleh pohon bambu yang lebat. Saat itu ia mendengar suara tetesan air dan diiringi kicau burung. Kemudian ia sampai pada suara gemericik air yang menetes dan alangkah terkejutnya ketika sampai di tempat itu ternyata di balik rimbunnya pohon bambu tersebut terdapat sebuah sumur tua yang terjepit di antara rimbunnya pohon bambu tersebut. Lalu ia pulang ke pondoknya dan malam harinya mendapat ilham supaya membersihkannya dan merawat sumur tua itu agar digunakan sebaik-baiknya, karena air sumur tua itu akan mendidih setiap malam hari Jumat Wage dan manfaatnya air sumur tua itu bisa digunakan untuk menyembuhkan segala macam penyakit. Pada saat itu ia pun dengan suatu kejadian yang ajaib tersebut menguduskan sumur tua tersebut. Selanjutnya desa Kenahan itu diganti dengan nama Desa Morkepek, atau dalam istilah bahasa Madura disebut *Somor Takepe' dâ' Perreng* (artinya sumur terjepit di antara pohon bambu) (Desa Morkepek, 2022).

Posisi desa yang cukup strategis dan banyaknya lahan yang tidak termanfaatkan dengan mendorong beberapa masyarakat desa Morkepek merintis pendirian sebuah wahana wisata edukasi (eduwisata). Beberapa lahan tandus itu sebelumnya telah ditanami oleh berbagai macam pepohonan. Akan tetapi sekarang mulai dikembangkan dengan mulai didirikannya eduwisata Cakra Suramadu. Hal tersebut merupakan salah satu peluang yang menjanjikan dalam pengembangan kawasan eduwisata yang tengah dirintis.

Dalam melakukan pengembangan eduwisata tentu akan dihadapi dengan berbagai rintangan. Rintangan yang dihadapi eduwisata pada umumnya adalah keterbatasan modal kerja maupun investasi, kesulitan-kesulitan dalam pemasaran, keterbatasan mengenai peluang pasar, keterbatasan akses pekerja dengan keahlian tinggi (kualitas sumber daya manusia rendah), dan kemampuan teknologi yang rendah (Fitria, 2015). Selain itu, kurangnya kemitraan juga menjadi kendala tersendiri, yaitu kurangnya bekerja sama antar pengusaha dengan tingkatan berbeda serta kurangnya *managerial skill* yaitu pengusaha kecil yang kurang

mampu untuk menentukan pola manajemen yang sesuai dengan kebutuhan dan tahap perkembangan usahanya, sehingga pengelolaan usaha menjadi terbatas.

Bebagai permasalahan yang dihadapi usaha eduwisata sangat mempengaruhi perkembangan usaha. Permasalahan yang terjadi adalah pengembangan eduwisata Cakra Suramadu di Desa Morkepek belum optimal dikarenakan masih terlihat banyak kendala seperti minimnya wisatawan yang datang ke eduwisata tersebut. Hal tersebut dikarenakan eduwisata Cakra Suramadu masih belum didukung promosi yang gencar, baik di dalam Kabupaten Bangkalan sendiri maupun di luar Kabupaten Bangkalan.

Hasil observasi awal yang dilakukan penulis ketika berkunjung ke eduwisata Cakra Suramadu, terlihat bahwa akses jalan menuju eduwisata cukup baik dengan kondisi jalan beraspal. Namun, tidak ada akses angkutan umum untuk menuju ke eduwisata Cakra Suramadu tersebut. Kemudian masih banyak sarana prasarana yang masih belum maksimal dalam hal perawatan dan pembangunannya. Berbagai macam upaya yang dilakukan oleh eduwisata Cakra Suramadu yang ada di Desa Mokepek untuk mempertahankan usahanya, baik dari sisi kelebihan maupun kelemahannya dan ancaman dari berbagai dari eduwisata lainnya, dan berbagai strategi yang digunakan oleh pihak eduwisata lahan mangga dalam melakukan perkembangan terhadap usahanya dan mampu bersaing dengan usaha eduwisata lainnya (Aminullah, 2022a). Untuk mengidentifikasi karakteristik tersebut penulis menggunakan teknik analisis SWOT, yang merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengetahui dalam spekulasi bisnis. Dalam ekonomi Islam telah diatur bagaimana berperilaku dalam bisnis, berbisnis tidak hanya sekedar mengejar kesejahteraan, keuntungan (*profit*) dunia tetapi mengejar keuntungan (*falah*) untuk akhirat. Konsep Islam dalam kesejahteraan tidak hanya didasarkan pada perwujudan nilai-nilai ekonomi saja melainkan dalam spiritual, sosial dan politik (Sharif Chaudhry, 2014). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis strategi pengembangan eduwisata Cakra Suramadu di Desa Morkepek Kabupaten Bangkalan.

TINJAUAN PUSTAKA

Eduwisata

Edukasi atau dengan kata lain disebut pendidikan merupakan segala upaya yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain baik individu kelompok, atau masyarakat sehingga mereka melakukan apa yang diharapkan oleh pelaku pendidikan. Pendidikan merupakan kebutuhan bagi setiap orang, sehingga diperlukan metode penyampaian yang menarik dan menyenangkan agar proses pendidikan dapat berjalan dengan optimal. Kegiatan pembelajaran dapat dikombinasikan dan dipadukan dengan berbagai kegiatan lainnya sehingga mampu mengakomodir berbagai aspek dalam satu kegiatan salah satunya dapat dipadukan

dengan kegiatan wisata. Pariwisata adalah perjalanan atau sebagai bagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela dan sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.

Eduwisata merupakan konsep perpaduan antara kegiatan wisata dengan kegiatan pembelajaran. Eduwisata dimaksudkan sebagai suatu program dimana peserta kegiatan wisata melakukan perjalanan ke suatu tempat tertentu secara berkelompok dengan tujuan utama mendapatkan pengalaman belajar yang berhubungan langsung dengan lokasi yang dikunjungi.

Sejatinya eduwisata merupakan konsep wisata yang bernilai positif, di mana tidak kaku seperti kegiatan pembelajaran di dalam kelas. Selain itu dalam pelaksanaannya, konsep ini lebih mengarah kepada konsep *edutainment* yaitu belajar disertai dengan kegiatan yang menyenangkan titik tujuan utama dari wisata edukasi adalah memberikan kepuasan yang maksimal sekaligus pengetahuan baru kepada wisatawan. Eduwisata merupakan suatu program di mana pengunjung dalam kegiatan wisata khususnya anak-anak tersebut melakukan perjalanan wisata pada kawasan wisata dengan tujuan utama mendapatkan pengalaman belajar secara langsung yang terkait dengan kawasan wisata yang dikunjungi.

Destinasi pendidikan biasanya museum, perkebunan, pusat penelitian, dan kebun binatang. Sebenarnya konsep edutourism bukanlah hal baru di Indonesia. Berbagai destinasi eduwisata telah dibangun dengan tujuan untuk memberikan wawasan ilmu pengetahuan, ilmu sosial, bahkan sejarah. Terdapat beberapa jenis wisata edukasi diantaranya wisata edukasi *science/* ilmu pengetahuan, wisata edukasi *sport*, wisata edukasi *culture*, dan wisata agrobisnis (Prasetyo & Atmoko, 2019).

Prinsip Ekonomi Islam

Islam sebagai agama yang komprehensif sehingga bisnis juga mendapatkan perhatian di dalam Alquran. Islam mendorong agar penganutnya berjuang untuk mendapatkan harta dengan berbagai cara, asalkan tidak keluar dari rambu-rambu yang telah ditetapkan dan sesuai dengan prinsip syariah (Antonio, 2016).

Adapun prinsip dasar strategi pengembangan bisnis dalam Islam yang berlandaskan Syariah:

1. Barometer ketakwaan seseorang

Prinsip ini telah dijelaskan oleh Allah swt. sebagaimana dituangkan dalam firman-Nya dalam QS Al-Baqarah: 188.

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ
أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ^{٨٨}

Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.

Ayat tersebut menunjukkan bahwa salah satu ciri mendasar orang yang taqwa adalah senantiasa bermuamalah secara islami. Jadi ketaqwaan dijadikan salah satu barometer dalam berbisnis.

2. Mendatangkan keberkahan

Prinsip kedua ini dijelaskan oleh Allah swt. sebagaimana dituangkan dalam firman-Nya dalam QS Al-A'raf: 96.

وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَىٰ آمَنُوا وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ
وَلَكِن كَذَّبُوا فَأَخَذْنَاهُم بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ^{٦١}

Sekiranya penduduk negeri-negeri beriman dan bertakwa, niscaya Kami akan membukakan untuk mereka berbagai keberkahan dari langit dan bumi. Akan tetapi, mereka mendustakan (para rasul dan ayat-ayat Kami). Maka, Kami menyiksa mereka disebabkan oleh apa yang selalu mereka kerjakan.

Ayat tersebut menunjukkan bahwa orang yang bertaqwa pasti akan dilimpahkan keberkahan dalam menjalankan bisnisnya dan sebaliknya jika mendustakan akan diterima siksa yang telah diperbuatnya.

3. Berbisnis merupakan sarana ibadah kepada Allah swt.

Banyak ayat yang menggambarkan bahwa aktivitas bisnis merupakan sarana ibadah, bahkan bisnis menjadi bagian dari ibadah kepada Allah swt. sebagaimana dijelaskan dalam QS At-Taubah: 105.

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ^{٦٢} وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ
الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ^{٦٣}

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."

Ayat tersebut menunjukkan bahwa berbisnis merupakan salah satu ibadah kepada Allah. Ketika seseorang melakukan kemaslahatan bagi semua orang maka akan kembali kepada diri sendirinya.

Perekonomian merupakan bagian dari kehidupan manusia maka tentulah hal ini ada dalam sumber yang mutlak yaitu Al-Qur'an dan sunnah yang menjadi panduan dalam menjalani kehidupan. Nilai-nilai yang terkandung di dalam Al-Qur'an dan hadis yang memiliki keterkaitan dengan ekonomi sangatlah banyak. Inti dari nilai ajaran Islam adalah tauhid, yang bermakna semua aktivitas manusia di dunia, termasuk juga keterkaitan ekonomi adalah hanya dalam rangka yang bertujuan untuk mengikuti satu kaidah hukum Allah swt. Pada hakikatnya hukum yang berlaku di dunia ini bisa saja berasal dari alam maupun perbuatan manusia.

Keberhasilan yang dicapai selama di dunia akan memberi kontribusi untuk keberhasilan di akhirat selama keberhasilan ini dicapai dengan petunjuk Allah swt (Mardani, 2017). Untuk membangun bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang digunakan sebagai norma perilaku (hukum).

Etika bisnis secara umum, menurut Arman dikutip Aziz, harus berdasarkan prinsip-prinsip sebagai berikut (Ghafur, 2018):

1. Prinsip otonomi

Yaitu kemampuan untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan keselarasan tentang apa baik dilakukan dan bertanggung jawab atas keputusan yang diambil.

2. Prinsip kejujuran

Kejujuran merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis, kejujuran dalam pelaksanaan kontrol terhadap konsumen, hubungan kerja dan sebagainya.

3. Prinsip keadilan

Setiap orang dalam berbisnis diperlakukan sesuai haknya masing-masing dan tidak boleh ada yang dirugikan.

4. Prinsip saling menguntungkan

Dalam hal ini berbisnis harus saling menguntungkan satu sama lain.

5. Prinsip integritas moral

Yaitu merupakan dasar dalam berbisnis, harus menjaga nama baik perusahaan.

Analisis SWOT

SWOT adalah singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Analisis SWOT merupakan metode dalam menganalisis organisasi yang berorientasi profit dan nonprofit dengan tujuan utama mengetahui keadaan organisasi tersebut secara komprehensif (Fahmi, 2014). Analisis SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi yang berdasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*), dan ancaman (*threats*), sehingga tidak mengganggu kekuatan yang dimiliki. Setelah itu segenap potensi tersebut digunakan untuk mengurangi

ancaman pesaing (Rangkuti, 2019). Berdasarkan hasil analisis SWOT, kekuatan dapat dioptimalkan, sehingga kelemahan akan tertutup. Atau mengurangi kelemahan internal sehingga tidak mengganggu kekuatan yang dimiliki. Setelah itu segenap potensi tersebut digunakan untuk mengurangi ancaman pesaing.

Untuk menganalisis lebih dalam mengenai SWOT, maka perlu dianalisis faktor eksternal dan internal dalam analisis SWOT yaitu:

1. Faktor internal

Analisis lingkungan internal terdiri dari variabel kekuatan dan kelemahan yang ada di dalam organisasi yaitu: kekuatan (*strength*) adalah kemampuan utama yang mempunyai nilai lebih dari perusahaan dibandingkan dengan kemampuan pesaing. Faktor ini menyangkut pada kondisi-kondisi yang terjadi di dalam perusahaan yang mempunyai pengaruh dalam pembuatan keputusan faktor ini meliputi lingkungan dalam industri. Kelemahan (*weakness*) adalah faktor yang dapat mengurangi kemampuan operasi perusahaan titik ini harus diminimalisir agar tidak mengganggu jalannya perusahaan.

2. Eksternal

Peluang (*opportunity*) merupakan kesempatan-kesempatan yang ada tentunya memiliki potensi menghasilkan keuntungan melalui usaha-usaha yang diarahkan untuk memanfaatkan kesempatan-kesempatan tersebut. Ancaman (*treat*) adalah suatu yang sangat mungkin terjadi atas beroperasinya perusahaan dan potensi kerugian bagi perusahaan. Adapun variabel yang dapat dianalisis dalam lingkup eksternal perusahaan yaitu teknologi perilaku kompetitif pesaing, pemerintah, dan ekonomi (Yudah, 2014).

Peluang (*opportunity*) merupakan kesempatan-kesempatan yang ada tentunya memiliki potensi menghasilkan keuntungan melalui usaha-usaha yang diarahkan untuk memanfaatkan kesempatan-kesempatan tersebut. Peluang adalah kemampuan yang dimiliki suatu daerah untuk dapat dimanfaatkan dan berkembang di masa yang akan datang. Peluang ini bertujuan untuk memajukan objek wisata (Fitriana, 2018). Ancaman (*threat*) adalah suatu yang sangat mungkin terjadi atas beroperasinya perusahaan dan potensi kerugian bagi perusahaan. Adapun variabel yang dapat dianalisis dalam lingkup eksternal perusahaan yaitu teknologi perilaku kompetitif pesaing, pemerintah, dan ekonomi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode ini dipilih untuk mendapatkan hasil penelitian yang sedalam-dalamnya dari informan sehingga dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya. Hasil penelitian ini akan memaparkan tentang permasalahan yang dihadapi pengelola eduwisata dan dianalisis pengembangan potensi eduwisata Cakra Suramadu dengan tinjauan ekonomi Islam. Penelitian ini akan dilakukan di Desa Morkepek Kecamatan Labang

di Kabupaten Bangkalan. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara terstruktur yang terdiri dari bapak Aminullah dan Rudi sebagai pengelola eduwisata, pengunjung, dan masyarakat desa setempat. Analisis data dilakukan sebelum di lapangan, saat di lapangan dan setelah observasi di lapangan. Analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman eduwisata Cakra Suramadu di Desa Morkepek sehingga dirumuskan konsep pengembangan eduwisata Cakra Suramadu di Desa Morkepek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Eduwisata Cakra Suramadu di Desa Morkepek

Eduwisata Cakra Suramadu di Desa Morkepek dampaknya masih belum terasa bagi para pengelola eduwisata. Hal ini disebabkan karena eduwisata Cakra Suramadu masih baru berjalan tiga bulan sejak wisata dibuka. Hal ini sebagaimana dijelaskan Bapak Aminullah yang merupakan pengelola eduwisata Cakra Suramadu.

Begitu *mbak kan* eduwisata ini baru *launching* bulan Juni kemarin, belum sampai satu tahun. Jadi eduwisata ini belum optimal masih banyak yang perlu dikembangkan.

Sebelum adanya eduwisata Cakra Suramadu di Desa Morkepek lokasi tersebut hanyalah lahan kosong yang ditumbuhi berbagai macam pepohonan dan rumput liar. Bahkan di daerah tersebut jarang dilewati oleh orang sekitar dikarenakan kondisi jalan dan lingkungan yang gelap dan jarang terdapat rumah penduduk. Namun, setelah adanya pembukaan eduwisata Cakra Suramadu banyak masyarakat terutama anak kecil berkunjung ke lokasi wisata untuk menikmati beberapa objek wisata di lokasi tersebut. Beberapa fasilitas dan ketentuan informasi biaya terangkum sebagai berikut:

1. Sarana prasarana: tempat parkir, musolla yang dilengkapi mukena dan sarung, kamar mandi dan tempat wuduk.
2. Wahana: rumah pohon, jaring laba-laba, flying fox, jembatan titian, dan rumah bambu.
3. Biaya: sementara ini eduwisata Cakra Suramadu menyediakan harga paket yaitu minimal 30 anak dengan harga per anak Rp 150.000 (menyesuaikan jarak ke lokasi). Dengan fasilitas makan siang, minuman, snack, transportasi antar jemput, dan 1 pemandu *outbond* per 5 anak.
4. Pengunjung: sementara ini eduwisata Cakra Suramadu telah dikunjungi TK. Al-Mursyidiyah Karang Anyar Kamal, TK. Burneh dan masyarakat setempat.

Terkait pengunjung dari peserta didik di tingkat TK, pihak pengelola eduwisata Cakra Suramadu pun memberikan penjelasan, sebagaimana disampaikan oleh Bapak Rudi.

Kalo wisatanya itu kita mulai dari anak TK. Kenapa anak TK? Sebenarnya kita itu pada dasarnya ingin memberikan pembelajaran dari dasar dulu.

Konsep Pengembangan Eduwisata Cakra Suramadu dengan Analisis SWOT

Sebuah perencanaan strategi merupakan gambaran kegiatan program kerja wirausaha ke depan melalui program-program yang telah ditentukan sebagai upaya untuk menggapai tujuan bersama. Untuk menggapai tujuan tentu butuh perencanaan strategis yang mampu mewisadahi jalannya usaha dengan situasi dan kondisi (Zimmer, 2014).

Berdasarkan hasil penelitian mengenai eduwisata Cakra Suramadu ada beberapa yang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh eduwisata tersebut antara lain :

1. Kekuatan (*Strengths*)
 - a. Memiliki lahan kosong yang sangat luas
 - b. Memiliki lingkungan alam yang masih alami
 - c. Aksesibilitas mudah dijangkau karena dekat dengan jalur jembatan Suramadu
2. Kelemahan (*Weaknesses*)
 - a. Kuantitas dan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) pengelola yang masih kurang
 - b. Rendahnya kegiatan pemasaran, promosi yang selama ini dilakukan dirasa kurang efektif
 - c. Belum terciptanya koordinasi yang baik antar *stakeholders*
 - d. Fasilitas yang kurang serta tidak terawatnya fasilitas yang ada
 - e. Dana untuk pengembangan eduwisata belum memadai
3. Peluang (*Opportunities*)
 - a. Tren wisata alam yang dengan keasrian pedesaan yang masih alami
 - b. Meningkatnya tren berwisata di kalangan masyarakat
 - c. Minat masyarakat semakin meningkat terhadap destinasi wisata baru
 - d. Kemajuan teknologi dimanfaatkan untuk promosi
 - e. Pemerintah desa sangat mendukung pengembangan desa wisata
4. Ancaman (*Threats*)
 - a. Banyak destinasi wisata yang telah eksis sebelumnya
 - b. Musim hujan yang membuat tempat wisata kurang baik

Tabel 1. Matriks Analisis SWOT

<p>IFE</p> <p>EFE</p>	<p>Strengths (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki lahan kosong yang sangat luas 2. Memiliki lingkungan alam yang masih alami 3. Aksesibilitas mudah dijangkau karena dekat dengan jalur jembatan Suramadu 	<p>Weaknesses (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kuantitas dan kualitas Sumber daya manusia (SDM) pengelola yang masih kurang 2. Rendahnya kegiatan pemasaran, promosi yang selama ini dilakukan dirasa kurang efektif 3. Belum terciptanya koordinasi yang baik antar <i>stakeholders</i> 4. Fasilitas yang kurang serta tidak terawatnya fasilitas yang ada 5. Dana untuk pengembangan eduwisata belum memadai
<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tren wisata alam yang dengan keasrian pedesaan yang masih alami 2. Meningkatnya tren berwisata di kalangan masyarakat 3. Minat masyarakat semakin meningkat terhadap destinasi wisata baru 4. Kemajuan teknologi dimanfaatkan untuk promosi 5. Pemerintah desa sangat mendukung pengembangan desa wisata 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi apa saja keunikan eduwisata Cakra Suramadu dengan memberikan pengalaman yang berbeda kepada pengunjung. Lahan ini dilengkapi dengan kebun jahe dan kunyit. 2. Menyajikan kuliner khas sehingga menjadi daya tarik bagi pengunjung 3. Memperkenalkan eduwisata Cakra Suramadu melalui media sosial sebagai bentuk pemasaran 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah bangkalan menggalakkan promosi tentang adanya eduwisata Cakra Suramadu dengan memanfaatkan komitmen nasional maupun internasional 2. Pemerintah kabupaten Bangkalan mengalokasikan anggaran khusus serta meningkatkan kerjasama pemerintah pusat, provinsi dan pihak swasta dalam pembiayaan pemeliharaan eduwisata dan penambahan sarana prasarana pendukung eduwisata Cakra Suramadu di Desa Morkepek 3. Peningkatan kapasitas pengelola eduwisata Cakra Suramadu dengan bantuan Dinas Pariwisata 4. Bekerjasama dengan pihak travel perjalanan untuk memperkenalkan eduwisata Cakra Suramadu di Desa Morkepek 5. Melengkapi sarana dan prasarana yang dibutuhkan di eduwista Cakra Suramadu

Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak destinasi wisata yang telah eksis sebelumnya 2. Musim hujan yang membuat tempat wisata kurang baik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan keunikan dan menemukan ikon yang menjadi ciri khas eduwisata Cakra Suramadu 2. Meningkatkan fasilitas penunjang dengan memanfaatkan lingkungan alam yang ada 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lebih menonjolkan keunikan atau perbedaan dibandingkan destiwisata lainnya 2. Menjaga dan merawat fasilitas yang ada untuk mengurangi modal pengeluaran 3. Memperbaiki halaman eduwisata dengan <i>paving block</i> atau ditanami rumput hias agar ketika musim hujan tidak becek

Sumber: Penulis, 2022

Berdasarkan matriks analisis SWOT yang disajikan pada Tabel 1, konsep pengembangan eduwisata Cakra Suramadu di Desa Morkepek dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Strategi SO

Dalam strategi ini, konsep pengembangan eduwisata Cakra Suramadu dengan menciptakan strategi dengan menggunakan atau mengembangkan kekuatan-kekuatan (*strengths*) untuk memanfaatkan peluang-peluang (*opportunities*) dengan melakukan (Usman, 2015):

- a. Mengidentifikasi keunikan eduwisata Cakra Suramadu dengan memberikan pengalaman yang berbeda kepada pengunjung;
- b. Lahan ini dilengkapi dengan kebun jahe dan kunyit;
- c. Menghidangkan kuliner khas sehingga menjadi daya tarik bagi pengunjung;
- d. Memperkenalkan eduwisata Cakra Suramadu melalui media sosial sebagai bentuk pemasaran.

Pemanfaatan media sosial tentunya menjadi hal yang menjanjikan dalam mempromosikan pariwisata, didukung oleh keunikan eduwisata Cakra Suramadu dengan memberikan pengalaman yang berbeda kepada para pengunjungnya. Sebagai bagian dari pengembangan pariwisata, dukungan promosi melalui berbagai media termasuk media sosial akan menjadi kekuatan.

2. Strategi ST

Dalam strategi ini, konsep pengembangan eduwisata Cakra Suramadu dapat dilakukan dengan menciptakan strategi dengan menggunakan atau mengembangkan kekuatan-kekuatan (*strengths*) untuk meminimalkan atau mengatasi ancaman (*threats*), yaitu:

- a. Mengembangkan keunikan dan menemukan ikon yang menjadi ciri eduwisata Cakra Suramadu;

- b. Meningkatkan fasilitas penunjang dengan memanfaatkan lingkungan alam yang ada.

3. Strategi WO

Eduwisata Cakra Suramadu dapat menggunakan strategi pemanfaatan peluang untuk mengurangi kelemahan. Berikut hal-hal yang dapat dilakukan:

- a. Pemerintah bangkalan menggalakkan promosi tentang adanya eduwisata Cakra Suramadu dengan memanfaatkan komitmen nasional maupun internasional;
- b. Pemerintah kabupaten Bangkalan mengalokasikan anggaran khusus serta meningkatkan kerjasama pemerintah pusat, provinsi dan pihak swasta dalam pembiayaan pemeliharaan eduwisata dan penambahan sarana prasarana pendukung eduwisata Cakra Suramadu di Desa Morkepek;
- c. Peningkatan kapasitas pengelola eduwisata Cakra Suramadu dengan bantuan Dinas Pariwisata;
- d. Bekerja sama dengan pihak travel perjalanan untuk memperkenalkan eduwisata Cakra Suramadu di Desa Morkepek;
- e. Melengkapi sarana dan prasarana yang dibutuhkan di eduwisata Cakra Suramadu.

Jika strategi tersebut dilakukan akan memberikan kepuasan kepada pengunjung harapannya mereka bersedia merekomendasikan kepada orang lain dan berkunjung kembali di waktu lain. Pengembangan pariwisata juga harus mencakup pengembangan sumber daya manusia dan regulasi yang baik untuk melindungi kelestarian objek wisata.

4. Strategi WT

Menciptakan strategi untuk meminimalkan kelemahan-kelemahan (*weaknesses*) dan meminimalkan atau menghindari ancaman-ancaman (*threats*). Strategi yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Lebih menonjolkan keunikan atau perbedaan dibandingkan destinasi wisata lainnya;
- b. Menjaga dan merawat fasilitas yang ada untuk mengurangi modal pengeluaran;
- c. Memperbaiki halaman eduwisata dengan mem paving atau ditamiami rumput hias agar ketika musim hujan tidak becek.

Analisis Strategi Pengembangan Usaha Berdasarkan Analisis SWOT dalam Tinjauan Ekonomi Islam

Prinsip dan tujuan bisnis tidak semata-mata untuk mendapatkan keuntungan dengan menghalalkan segala cara, tetapi perilaku etis yang bernilai dalam masyarakat. Dalam menentukan strategi yang dapat menjadi seorang wirausahawan harus memperhatikan prinsip-prinsip dalam Islam.

1. Prinsip otonomi

Dalam mengambil keputusan pengelola eduwista Cakra Suramadu dengan bermusyawarah hal yang baik untuk dilakukan dan berusaha bertanggung jawab atas keputusan yang diambil.

2. Prinsip kejujuran

Prinsip ini sudah diterapkan baik dalam hal pemasaran, pelayanan terhadap pengunjung. Memperhatikan nilai-nilai kejujuran dalam menjalankan prinsip dan tujuan kegiatan bisnisnya, tidak semata-mata mendapatkan keuntungan dengan menghalalkan segala cara.

3. Prinsip keadilan

Dalam hal ini eduwisata Cakra Suramadu tidak membeda-bedakan antar pengunjung semuanya sama, dengan harga, pelayanan dan fasilitas sama.

4. Prinsip saling menguntungkan

Eduwisata Cakra Suramadu bersifat simbiosis mutualisme yang artinya saling menguntungkan dan tidak ada yang dirugikan baik dari pengelola, pengunjung dan masyarakat setempat.

5. Prinsip integritas moral

Selain menjaga nama baik eduwisata Cakra Suramadu beruaha memperkenalkan eduwisata tersebut yang berada di Desa Morkepek Kecamatan Labang Kabupaten Bangkalan.

SIMPULAN

Upaya pengembangan eduwista Cakra Suramadu harus dilakukan berdasarkan prinsip kepentingan bersama antara pengelola, masyarakat dan pemerintah. Dukungan dan peran masyarakat sangat dibutuhkan untuk membantu perkembangan Cakra Suramadu eduwista. Berdasarkan hasil analisis SWOT, konsep eduwista Cakra Suramadu dapat dilakukan dengan mempromosikan publikasi eduwisata melalui media sosial, keterlibatan masyarakat dalam keseluruhan proses pengembangan eduwista, pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang optimal, dan dukungan regulasi. Berdasarkan temuan penelitian, ada beberapa rekomendasi yang dapat diberikan yaitu perlu adanya pembahasan lanjutan atas strategi analisis SWOT yang ditawarkan. Perlu dilakukan forum diskusi untuk merumuskan langkah-langkah apa yang harus dilakukan untuk pengembangan eduwista Cakra Suramadu di Desa Morkepek. Selain itu, diperlukan bantuan dari pemerintah, khususnya dinas pariwisata dan pihak swasta.

DAFTAR PUSTAKA

- Barreto, M. (2015). Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas di Desa Marobo Kabupaten Bobonaro Timor Leste. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(4), 34.
- Departemen Agama RI. (2015). *Al-qur'an dan Terjemahannya*. Sigma Exmedia Arkanleena.
- Desa Morkepek. (2022, September 3). https://id.wikipedia.org/wiki/Morkepek,_Labang,_Bangkalan.
- Fahmi, I. (2014). *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Alfabeta.
- Fantidou, & Goilimaris. (2018). The Exploitation of Edutourism in Educational Society: Alearning Experience Necessity Through Physical Activity and Recreation. *Jurnal Sport Science*, 11(1), 8–15.
- Fitria, R. (2015). *Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif*. Yayasan Pustaka Obor.
- Fitriana, E. (2018). Strategi Pengembangan Taman Wisata Kum Kum Sebagai Wisata Edukasi di Kota Palangkaraya, , Vol. 23 No. 2 Juni 2018, 100. *Jurnal Pendidikan Geografi*, 23(2), 100.
- Halim Usman, A. (2015). *Manajemen Strategi Syariah*. Bestari Buana Murni.
- Hermawan, H. (2016). Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Pariwisata*, 3(2).
- Mardani. (2017). *Hukum Sistem Ekonomi Islam*. Rajawali.
- Ningtias Yudah, W. (2014). Strategi Pengembangan Usaha kecil “Waroeng Coklat.” *Fakultas Ekonomi Dan Manajemen*, 40.
- Prasetyo, T., & Atmoko, H. (2019). Pengembangan Wisata Sebagai Daya Tarik Situs Rumah Sandi Di Perbukitan Menoreh Kulon Progo. *Jurnal Of Indonesia Tourism Hospitality and Recreation*, 2(1), 103.
- Rangkuti, F. (2019). *Analisis SWOT: Teknik Membelah Kamus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rudi. (2022, November 7). *Hasil wawancara Rudi*.
- Sharif Chaudhry, M. (2014). *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar Fundamental of Islamic Economic Sytem*. PranadaMedia.
- Syafi'i Antonio, M. (2016). *Bank Syariah*. Gema Insani.

W Zimmer, T. (2014). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Salemba Empat.

Yahya, A. (2015). *Sambutan Menteri Pariwisata R.I pada Peringatan World Tourism Day dan Hari Kepariwisata Nasional*.