



Strategi Pengembangan Usaha Pemancingan “Lapak Tengah” di Bonklopo Desa Jatiguwi Kecamatan Sumberpucung

Awisda Natalia Agustin

Universitas Tribhuwana Tungadewi, Indonesia

*Email Korespodensi: aawisdanatalia@gmail.com

Diterima: tgl-bln-thn | Disetujui: tgl-bln-thn | Diterbitkan: tgl-bln-thn

ABSTRACT

Fishing pond business is one of the special interest tourism and water recreation sectors that holds high economic potential. This study aims to formulate the right business development strategy for "Lapak Tengah" Fishing Pond located in Bonklopo, Jatiguwi Village, Sumberpucung District. This research location was chosen because of its strategic geographical potential, while on the other hand facing operational and environmental challenges, such as fluctuations in visitor numbers and water accessibility barriers. This study uses a descriptive qualitative approach with the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analysis method. Data collection was conducted through direct observation, in-depth interviews with the business owner, managers, and visitors, as well as documentation. The results of the analysis indicate that "Lapak Tengah" Fishing Pond has main strengths in the loyalty of the local angling community and the unique appeal of the site, but possesses weaknesses in operational management, supporting facilities, and seasonal environmental factors. Recommended alternative strategies include: (1) optimizing community-based and social media marketing; (2) improving service quality, diversifying bait/culinary products, and parking facilities; and (3) adapting a more flexible operational management system to local environmental challenges. The implementation of these strategies is expected to increase visitor volume, strengthen customer loyalty, and ensure long-term business sustainability.

Keywords: Development Strategy, Fishing Pond Business, Lapak Tengah, SWOT Analysis, Jatiguwi.

ABSTRAK

Usaha pemancingan merupakan salah satu sektor pariwisata minat khusus dan rekreasi air yang memiliki potensi ekonomi tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat bagi Pemancingan "Lapak Tengah" yang berlokasi di Dusun Bonklopo, Desa Jatiguwi, Kecamatan Sumberpucung. Lokasi penelitian ini dipilih karena memiliki potensi geografis yang strategis namun di sisi lain menghadapi tantangan operasional dan lingkungan, seperti fluktuasi jumlah pengunjung dan hambatan aksesibilitas air. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan pemilik usaha, pengelola, serta pengunjung, serta dokumentasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa Pemancingan "Lapak Tengah" memiliki kekuatan utama pada loyalitas komunitas pemancing lokal dan keunikan daya tarik tempat, namun memiliki kelemahan pada manajemen operasional, fasilitas pendukung, dan faktor musiman lingkungan. Strategi alternatif yang direkomendasikan meliputi: (1) optimalisasi pemasaran berbasis komunitas dan media sosial; (2) peningkatan kualitas pelayanan, diversifikasi produk umpan/kuliner, serta fasilitas parkir; dan (3) adaptasi sistem manajemen operasional yang lebih fleksibel terhadap tantangan lingkungan lokal. Implementasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan volume pengunjung, memperkuat loyalitas pelanggan, dan menjamin keberlanjutan usaha secara jangka panjang.

Kata kunci: Strategi Pengembangan, Usaha Pemancingan, Lapak Tengah, Analisis SWOT, Jatiguwi.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Agustin, A. N. . (2026). Strategi Pengembangan Usaha Pemancingan "Lapak Tengah" di Bonklopo Desa Jatiguwi Kecamatan Sumberpucung. *Indonesia Economic Journal*, 2(2), 1943-1953.
<https://doi.org/10.63822/jj2zyj85>

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata berbasis kerakyatan dan ekonomi kreatif di tingkat pedesaan kini tengah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Integrasi ini terbukti efektif dalam mendorong kemandirian ekonomi lokal melalui pemanfaatan kearifan lokal yang dikemas menjadi produk wisata kreatif yang unik, mulai dari kerajinan tangan, kuliner khas, hingga atraksi budaya (Suryawan dkk., 2025). Melalui keterlibatan aktif masyarakat lokal dalam seluruh ekosistem pariwisata sebagai penyedia jasa, pengelola, maupun pelaku UMKM kreatif desa wisata tidak hanya berfungsi sebagai destinasi rekreasi, melainkan juga bertransformasi menjadi katalisator pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan (Sudiarti dkk., 2025). Sinergi ini tidak hanya berhasil membuka lapangan pekerjaan baru di pedesaan, tetapi juga meminimalisir arus urbanisasi dengan menciptakan ruang-ruang ekonomi baru langsung dari potensi lokal yang ada.

Salah satu subsektor rekreasi yang memiliki daya tarik tersendiri dan potensi ekonomi yang menjanjikan adalah usaha pariwisata minat khusus berupa tempat pemancingan. Aktivitas ini tidak lagi sekadar menjadi hobi pengisi waktu luang, melainkan telah bertransformasi menjadi tren gaya hidup rekreatif yang mampu menarik kunjungan wisatawan secara berkala (Purnomo dkk., 2025). Integrasi tempat pemancingan dengan konsep ekonomi kreatif seperti penyediaan kuliner hasil tangkapan, kompetisi berbasis komunitas, hingga spot swafoto yang estetik terbukti efektif meningkatkan nilai tambah ekonomi bagi pengelola (Wibowo & Lestari, 2026). Melalui pengelolaan yang profesional dan berbasis kerakyatan, subsektor ini tidak hanya menggerakkan roda ekonomi berskala mikro melalui keterlibatan pelaku UMKM lokal, tetapi juga memperkuat daya saing kawasan pedesaan sebagai destinasi wisata berbasis rekreasi air yang berkelanjutan.

Desa Jatiguwi yang terletak di Kecamatan Sumberpucung memiliki potensi geografis dan sumber daya air yang sangat mendukung bagi pengembangan sektor rekreasi berbasis air. Pemanfaatan lanskap perairan yang optimal di wilayah ini, seperti optimalisasi kawasan waduk atau bendungan yang berbatasan langsung dengan desa, memberikan peluang besar untuk pengembangan usaha pariwisata minat khusus seperti area pemancingan dan budidaya perikanan rekreatif (Pratama & Wijaya, 2025). Ketika potensi hidrologis ini disinergikan dengan pengelolaan berbasis kerakyatan dan ekonomi kreatif. Desa Jatiguwi tidak hanya mampu menciptakan daya tarik wisata yang unik, melainkan juga dapat menggerakkan sektor UMKM lokal melalui penyediaan fasilitas penunjang, jasa kuliner, dan perputaran ekonomi kreatif di sekitar kawasan wisata (Ramadhan dkk., 2026).

Peluang inilah yang ditangkap oleh usaha pemancingan “Lapak Tengah” yang berlokasi di Dusun Bonklopo. Sebagai salah satu destinasi pemancingan lokal, Lapak Tengah tidak hanya berfungsi sebagai penyedia sarana menyalurkan hobi bagi para pemancing lokal, tetapi juga berkontribusi dalam menggerakkan roda ekonomi di sekitarnya, mulai dari sektor parkir, penjualan pakan/umpan ikan, hingga usaha kuliner skala kecil. Keberadaan unit usaha mikro seperti Lapak Tengah ini menunjukkan bagaimana pariwisata minat khusus berskala komunitas mampu menciptakan efek pengganda ekonomi (*multiplier effect*) yang nyata bagi kesejahteraan masyarakat dusun (Hapsari & Nugroho, 2025). Melalui pola pengelolaan mandiri yang mengintegrasikan hobi, layanan jasa, dan keterlibatan aktif warga lokal, usaha pemancingan ini berhasil bertransformasi menjadi pusat stimulasi ekonomi kreatif yang memperkuat ketahanan ekonomi domestik di tingkat pedesaan (Arifin dkk., 2026). Lebih dari itu, tempat ini telah berhasil membangun basis massa yang loyal melalui pembentukan komunitas pemancing yang aktif.

Hubungan erat yang terjalin dalam komunitas ini tidak hanya didasarkan pada kesamaan hobi, melainkan juga didorong oleh adanya interaksi sosial yang konsisten, seperti penyelenggaraan ajang kompetisi berkala dan pemberian apresiasi atau *giveaway* bagi anggota komunitas (Susanto dkk., 2025). Secara teoritis, loyalitas komunitas yang kuat ini berfungsi sebagai pilar retensi pelanggan alami yang menjaga keberlangsungan usaha di tengah persaingan bisnis rekreasi (Wardani & Siregar, 2026). Melalui modal sosial (*social capital*) yang terbangun ini, Lapak Tengah tidak sekadar menjadi tempat rekreasi fisik, melainkan ruang ketiga (*third place*) yang memperkuat solidaritas komunitas sekaligus menjamin perputaran ekonomi yang stabil bagi ekosistem usaha di sekitarnya.

Namun demikian, sebagai usaha yang dikelola secara swadaya di lingkungan pedesaan, Pemancingan Lapak Tengah dihadapkan pada berbagai tantangan internal maupun eksternal yang dinamis. Dari sisi internal, keterbatasan manajemen operasional yang masih konvensional, pengelolaan fasilitas pendukung seperti kapasitas parkir, serta ketergantungan pada strategi pemasaran berbasis komunitas (*word of mouth*) menjadi tantangan tersendiri untuk memperluas pasar. Karakteristik manajemen usaha mikro pedesaan yang cenderung bersifat kekeluargaan sering kali membatasi penerapan standarisasi pelayanan dan optimalisasi tata ruang sarana prasarana (Fadillah dkk., 2025). Selain itu, ketergantungan yang tinggi pada promosi konvensional antar-konsumen berpotensi memperlambat penetrasi pasar ke luar wilayah geografis terdekat, sehingga diperlukan adanya sentuhan digitalisasi manajemen dan strategi pemetaan kapasitas fasilitas penunjang guna mengantisipasi lonjakan pengunjung secara efektif (Prasetyo & Wulandari, 2026). Di sisi lain, tantangan eksternal berupa faktor lingkungan alam seperti pertumbuhan tanaman enceng gondok musiman yang kerap menghambat aksesibilitas perairan, tidak stabilnya air yang membuat ikan sulit didapat, serta fluktuasi jumlah pengunjung harian menjadi ancaman nyata bagi stabilitas pendapatan usaha. Ketidakpastian kondisi hidrologis dan dinamika ekologis perairan ini secara signifikan memengaruhi pola perilaku serta tingkat keberhasilan tangkapan para pemancing, yang pada gilirannya berdampak langsung pada tingkat kepuasan dan loyalitas kunjungan (Wijaya dkk., 2025). Selain itu, kerentanan terhadap faktor musiman dan ketidakstabilan pasang-surut air memerlukan strategi adaptasi operasional yang responsif—termasuk penyesuaian jadwal operasional dan manajemen risiko lingkungan guna meminimalisir risiko penurunan pendapatan operasional harian akibat penurunan volume kunjungan wisatawan (an-Nasih & Santoso, 2026).

Persaingan dengan destinasi wisata serupa di wilayah Kecamatan Sumberpucung juga menuntut pengelola untuk tidak sekadar bertahan, melainkan harus adaptif dan inovatif. Tanpa adanya rumusan strategi pengembangan yang terstruktur, usaha pemancingan ini berisiko mengalami stagnasi di tengah perubahan tren pasar dan tantangan lingkungan yang tidak menentu. Ketatnya penetrasi pasar dalam industri rekreasi air mengharuskan pelaku usaha mikro untuk memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan agar tidak tergerus oleh kompetitor (Hidayat & Pratama, 2025). Oleh karena itu, diperlukan sebuah kajian ilmiah yang mendalam mengenai pemetaan kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang ada, guna merumuskan arah kebijakan bisnis yang tepat demi keberlanjutan usaha. Evaluasi strategis yang komprehensif ini menjadi instrumen krusial bagi pengelola dalam mengonversi tantangan ekologis dan operasional menjadi peluang inovasi bisnis yang aplikatif dan berdaya saing tinggi (ma-Arif dkk., 2026).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami, menggambarkan, dan menginterpretasikan secara mendalam fenomena nyata di lapangan mengenai kondisi internal dan eksternal usaha Pemancingan "Lapak Tengah". Melalui metode deskriptif, peneliti dapat menyajikan gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dihadapi oleh usaha tersebut tanpa melakukan pengujian hipotesis statistik. Sesuai dengan pandangan Arikunto (2024), penelitian deskriptif ditujukan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan. Dengan demikian, penerapan metode ini memungkinkan peneliti untuk memotret secara objektif seluruh dinamika manajemen operasional, keterlibatan komunitas, hingga tantangan lingkungan yang dihadapi Lapak Tengah guna menghasilkan kesimpulan yang konkret bagi pengembangan usaha (Arikunto & Jatmiko, 2025).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di usaha pemancingan "Lapak Tengah" yang berlokasi di Dusun Bonklopo, Desa Jatiguwi, Kecamatan Sumberpucung, Kabupaten Malang. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Lapak Tengah merupakan salah satu destinasi rekreasi pemancingan lokal yang memiliki basis komunitas yang kuat, namun menghadapi tantangan operasional dan lingkungan yang unik (seperti kendala eceng gondok musiman). Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari - Mei 2026.

Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi dua jenis utama untuk menjamin kedalaman dan keabsahan informasi yang diperoleh di lapangan. Menurut Arikunto (2024), ketepatan pemilihan jenis dan sumber data sangat menentukan kualitas hasil analisis yang disajikan. Adapun klasifikasi data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama di lokasi. Dalam konteks ini, data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara mendalam (*in-depth interview*) secara langsung dengan pengelola sekaligus pemilik pemancingan Lapak Tengah, staf lapangan, serta para pengunjung atau pemancing lokal yang aktif. Selain wawancara, data primer juga diperkuat dengan hasil observasi langsung di area Dusun Bonklopo untuk mengamati secara riil dinamika aktivitas operasional harian, tata ruang fasilitas parkir, ketersediaan sarana prasarana, serta kondisi biofisik lingkungan pemancingan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data penunjang yang diperoleh secara tidak langsung untuk melengkapi, memperkuat, dan memperkaya analisis data primer. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari studi dokumentasi internal usaha, seperti dokumentasi foto kegiatan *event* atau kompetisi mingguan.

Teknik Pengumpulan Data

Guna mendapatkan data yang valid dan komprehensif, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menerapkan triangulasi metode yang mengombinasikan observasi partisipatif pasif, wawancara mendalam (*in-depth interview*), dan dokumentasi. Sejalan dengan pandangan Arikunto (2024), penggabungan berbagai teknik pengumpulan data ini bertujuan untuk mengecek keabsahan data secara silang sehingga fenomena yang diteliti dapat digambarkan secara utuh dan objektif. Dalam pelaksanaannya, observasi partisipatif pasif dilakukan dengan mengamati langsung proses operasional harian Pemancingan Lapak Tengah, tata kelola fasilitas parkir, pola interaksi komunitas saat *event* hari Minggu, serta dampak hambatan tanaman eceng gondok tanpa peneliti terlibat langsung dalam aktivitas bisnis. Data tersebut kemudian diperdalam melalui wawancara mendalam secara semi-terstruktur bersama informan kunci (*key informants*) seperti pemilik atau pengelola dan pelanggan loyal guna menggali aspek kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman usaha secara mendalam (Arikunto & Jatmiko, 2025). Terakhir, teknik dokumentasi diterapkan sebagai bukti autentik guna menghimpun data visual lokasi atau arsip pelaksanaan kegiatan.

Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif yang dipadukan dengan instrumen Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk memetakan kondisi internal dan eksternal Pemancingan Lapak Tengah. Langkah-langkah analisis data ini diawali dengan reduksi data, yaitu proses merangkum, memilih, dan memfokuskan data mentah hasil wawancara, observasi, serta dokumentasi di lapangan ke dalam klaster faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha yang relevan (Sugiyono & Lestari, 2025). Selanjutnya, dilakukan penyajian data (*data display*) dengan menyusun data yang telah tereduksi tersebut ke dalam bentuk narasi deskriptif yang sistematis serta visualisasi tabel Matriks SWOT agar memudahkan pemahaman pola hubungan antar-variabel (Kurniawan dkk., 2026). Berdasarkan matriks tersebut, peneliti melakukan formulasi strategi guna merumuskan alternatif arah kebijakan yang aplikatif bagi keberlanjutan usaha, meliputi strategi S-O (*Strengths-Opportunities*), W-O (*Weaknesses-Opportunities*), S-T (*Strengths-Threats*), dan W-T (*Weaknesses-Threats*), yang kemudian diakhiri dengan penarikan kesimpulan berupa rekomendasi taktis dan konkret bagi pengelola Lapak Tengah (Setiawan & Pratama, 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Usaha Pemancingan "Lapak Tengah" merupakan salah satu unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) potensial di sektor rekreasi air yang berlokasi di Dusun Bonklopo, Desa Jatiguwi, Kecamatan Sumberpucung. Dengan memanfaatkan potensi perairan lokal di tengah waduk, usaha yang dikelola secara swadaya dan mandiri ini sukses membidik segmen para penghobi pancing (*angler*) baik dari wilayah domestik maupun luar daerah. Guna menjaga kualitas pelayanan serta kelestarian sirkulasi ikan, Lapak Tengah menerapkan jadwal operasional harian yang teratur dengan menetapkan hari Kamis malam hingga Jumat sebagai waktu libur khusus untuk fokus pada pembersihan dan perawatan area pemancingan.

Analisis Faktor Internal (IFAS) dan Eksternal (EFAS)

Berdasarkan hasil reduksi data dari observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pengelola dan pemancing, serta studi dokumentasi, berikut adalah rincian faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberlangsungan pemancingan Lapak Tengah.

1. Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

1) Kekuatan (*Strengths*)

Usaha pemancingan "Lapak Tengah" memiliki kekuatan internal yang solid melalui perpaduan keunggulan geografis dan manajemen komunitas yang efektif. Dari segi sosial-manajemen, usaha ini berhasil membangun loyalitas pelanggan yang kuat lewat pendekatan kekeluargaan dan penyelenggaraan *event* taktis—seperti kompetisi perebutan kaos gratis setiap hari Minggu dengan kuota minimal 25 peserta, yang terbukti ampuh menjaga stabilitas arus kas (*cash flow*) di akhir pekan. Keunggulan ini diperkuat secara geografis oleh lokasi pemancingan yang berada tepat di tengah waduk, menjadikannya titik kumpul alami bagi berbagai jenis ikan serta diuntungkan oleh keberadaan karamba di sekitarnya yang memicu ikan liar berkumpul mencari makan. Selain itu, area ini relatif aman karena bebas dari bentangan jaring nelayan tradisional yang kerap mengganggu populasi ikan. Ditambah dengan struktur organisasi yang sederhana dan mandiri, pengelola memiliki fleksibilitas tinggi dalam mengambil keputusan operasional, seperti penentuan jam buka, harga tiket, dan pengadaan *events* tanpa hambatan birokrasi yang rumit.

2) Kelemahan (*Weaknesses*)

Di sisi lain, pemancingan "Lapak Tengah" masih menghadapi beberapa kelemahan internal yang perlu diatasi untuk mengoptimalkan potensinya. Keterbatasan kapasitas menjadi kendala utama pada hari-hari puncak seperti hari minggu, di mana daya tampung fasilitas parkir kendaraan roda dua dan roda empat yang terbatas sering kali memicu penumpukan kendaraan yang mengganggu kenyamanan pengunjung. Keterbatasan kapasitas ini juga terjadi pada area pemancingan itu sendiri, sehingga tidak jarang calon konsumen mengurungkan niatnya dan memilih pulang karena seluruh lapak sudah terisi penuh. Selain itu, manajemen internal masih bersifat tradisional, sistem pembukuan finansial masih konvensional dengan pencatatan modal harian, biaya pembelian barang untuk kebutuhan warung, hasil tiket, perawatan mesin perahu hingga bagi hasil yang ditulis secara manual di buku harian usaha, yang mempersulit analisis proyeksi laba-rugi secara berkala. Kelemahan ini diperparah oleh belum optimalnya promosi berbasis media digital akibat keterbatasan produksi konten video, sehingga pemasaran ke luar wilayah Sumberpucung masih sangat bergantung pada strategi konvensional dari mulut ke mulut (*word of mouth*) ketimbang pemanfaatan media sosial secara konsisten untuk membangun *branding* visual yang menarik minat para *angler* baru.

2. Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)

1) Peluang (*Opportunities*)

Selain faktor internal, pemancingan "Lapak Tengah" juga dihadapkan pada sejumlah peluang eksternal (*Opportunities*) yang sangat potensial untuk dikembangkan di masa depan. Pertama, adanya peningkatan tren wisata minat khusus (*recreational fishing*) pascapandemi, di mana rekreasi luar ruangan dan wisata keluarga di area pedesaan terus diminati, membuka segmen

pasar baru bagi usaha ini untuk bertransformasi tidak sekadar sebagai wadah berkumpulnya komunitas pemancing profesional, melainkan juga sebagai destinasi rekreasi keluarga yang edukatif dan menyenangkan. Peluang ini didukung oleh besarnya potensi diversifikasi usaha pendukung, di mana ketersediaan ruang fisik di sekitar area Lapak Tengah dapat dikembangkan secara terintegrasi menjadi unit bisnis baru, seperti warung yang berjualan kopi dan mie serta toko penyedia perlengkapan dan umpan memancing (*fishing shop*). Selain itu, maraknya tren digitalisasi melalui optimalisasi media sosial membuka jalan lebar untuk membangun *branding* visual yang massif, kehadiran platform video pendek seperti TikTok dan YouTube Shorts menjadi sarana yang sangat efektif untuk menyebarkan dokumentasi keseruan momen *strike* serta kemeriahan *event* mingguan guna menarik minat kunjungan para *angler* lintas daerah secara lebih luas.

2) Ancaman (*Threats*)

Hambatan lingkungan musiman menjadi kendala ekologis utama, di mana pertumbuhan pesat tanaman eceng gondok di perairan penghubung kerap menumpuk dan menutup aksesibilitas perahu. Kondisi ini memaksa pengelola mengambil langkah preventif dengan membatasi jam operasional dan tutup lebih awal pada pukul 17.00 WIB demi menjaga keselamatan serta kenyamanan pengunjung. Di samping kendala alam tersebut, tekanan kompetisi juga semakin meningkat seiring munculnya beberapa kompetitor lokal atau tempat pemancingan baru di wilayah Kecamatan Sumberpucung yang menawarkan fasilitas fisik lebih modern dan akses jalan yang lebih lebar, sehingga menjadi tantangan besar bagi Lapak Tengah dalam mempertahankan retensi dan loyalitas para pelanggan setianya.

Formulasi Strategi Menggunakan Matriks SWOT

Melalui penggabungan analisis faktor internal dan eksternal di atas, disusun matriks SWOT untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan pemancingan Lapak Tengah sebagai berikut:

1. Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*)
 - 1) Memanfaatkan loyalitas komunitas sebagai aktor utama dalam pembuatan konten promosi digital (testimoni *strike*) di media sosial.
 - 2) Mengembangkan diversifikasi produk umpan atau essen siap pakai di sekitar pemancingan untuk meningkatkan pendapatan non-tiket.
2. Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*)
 - 1) Mengubah pembukuan manual ke aplikasi kasir digital berbasis ponsel (*smartphone*) guna mendata profitabilitas harian dan inventaris umpan secara akurat.
 - 2) Memperluas kapasitas parkir dan tempat pemancingan.
3. Strategi S-T (*Strengths-Threats*)
 - 1) Memaksimalkan promosi event mingguan berhadiah kaos pada hari minggu guna menutupi penyusutan omset akibat pembatasan jam operasional saat musim eceng gondok.
 - 2) Menjaga kualitas tempat pemancingan sebagai *brand identity* yang tidak dimiliki oleh kompetitor lain di Sumberpucung.
4. Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*)
 - 1) Menyusun *Standard Operating Procedure* (SOP) operasional yang efisien dan fleksibel saat

- menghadapi hambatan eceng gondok tanpa menurunkan pelayanan.
- 2) Mengoptimalkan manajemen alokasi waktu kunjungan pada hari puncak guna mengurangi penumpukan kendaraan dan kelebihan muatan lapak di tengah persaingan dengan kompetitor yang memiliki fasilitas lebih modern.

Berdasarkan matriks SWOT tersebut, terdapat tiga pilar strategi utama yang harus diprioritaskan oleh manajemen pemancingan "Lapak Tengah", yang diintegrasikan secara komprehensif guna menjaga keberlangsungan usaha. Pertama, strategi mitigasi hambatan lingkungan dan penyesuaian operasional diterapkan untuk menyiasati tantangan eceng gondok melalui pembatasan jam operasional hingga pukul 17.00 WIB, yang diimbangi dengan optimalisasi layanan pagi hingga siang serta peningkatan penjualan produk kedai kopi untuk mengompensasi pendapatan sore hari yang hilang. Kedua, digitalisasi pembukuan finansial dan manajemen parkir dilakukan dengan mengadopsi aplikasi akuntansi berbasis android demi pencatatan keuangan yang profesional, sekaligus mengatasi keterbatasan lahan parkir di hari minggu. Terakhir, optimalisasi event berbasis komunitas dan branding digital dijalankan dengan melipatgandakan dampak promosi kompetisi mingguan perebutan kaos gratis (minimal 25 peserta) melalui pembuatan konten video pendek yang menarik, seperti momen *strike* dan pembuatan racikan umpan khas guna memperluas jangkauan pasar hingga ke luar daerah secara organik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis SWOT yang telah dilakukan terhadap usaha pemancingan "Lapak Tengah" di Dusun Bonklopo, Desa Jatiguwi, Kecamatan Sumberpucung, dapat ditarik kesimpulan bahwa keberlangsungan usaha ini dipengaruhi oleh interaksi dinamis antara faktor internal dan eksternal. Kekuatan utama Lapak Tengah terletak pada loyalitas komunitas pemancing (*angler*) yang sangat solid, daya tarik produk penunjang berupa racikan umpan khas, serta penyelenggaraan *event* taktis mingguan. Namun, potensi tersebut masih dibatasi oleh kelemahan internal seperti kapasitas lahan parkir dan tempat lapak pemancingan yang terbatas, sistem pembukuan finansial yang manual, dan promosi digital yang belum optimal. Di sisi lain, meningkatnya tren rekreasi minat khusus di pedesaan dan peluang diversifikasi usaha menjadi katalis positif, meskipun dihadapkan pada ancaman kendala ekologis musiman berupa pertumbuhan eceng gondok yang menghambat akses perairan di sore hari, serta ketatnya persaingan dari kompetitor sejenis. Oleh karena itu, formulasi strategi pengembangan yang paling efektif berfokus pada pendekatan pertumbuhan adaptif melalui penyesuaian jam operasional yang fleksibel demi mitigasi risiko eceng gondok, digitalisasi pembukuan keuangan berbasis aplikasi sederhana untuk melacak profitabilitas secara riil, serta optimalisasi promosi media sosial memanfaatkan dokumentasi visual keseruan *strike* komunitas untuk memperluas jangkauan pasar di luar wilayah Jatiguwi.

Guna mendukung keberlanjutan usaha pemancingan "Lapak Tengah" ke depan, beberapa saran praktis secara linier direkomendasikan bagi pihak pengelola. Pertama, pengelola diharapkan dapat segera memulai transisi digitalisasi pencatatan arus kas keuangan harian secara mandiri agar manajemen modal, biaya operasional, serta keuntungan bersih usaha menjadi lebih transparan, terstruktur, dan mudah diproyeksikan secara periodik. Kedua, untuk mengatasi keterbatasan promosi, pengelola disarankan untuk mulai mengoptimalkan dokumentasi kegiatan komunitas secara konsisten, seperti pembuatan konten video pendek yang menampilkan testimoni pemancing dan kemeriahan kompetisi mingguan, lalu

mempublikasikannya melalui platform media sosial seperti TikTok atau Youtube Short sebagai media *branding* visual yang efektif untuk menjangkau segmen pasar baru secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- an-Nasih, M. H., & Santoso, B. (2026). Strategi Adaptasi Risiko Lingkungan dan Mitigasi Dampak Fluktuasi Kunjungan pada Usaha Rekreasi Air Pedesaan. *Jurnal Pengelolaan Lingkungan dan Pariwisata*, 5(2), 142–156.
- Arikunto, S. (2024). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S., & Jatmiko, R. (2025). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Kualitatif dan Evaluasi Program*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arifin, M. Z., Kusuma, W. A., & Handayani, T. (2026). Peran Pariwisata Minat Khusus Berbasis Komunitas dalam Menstimulus Ekonomi Kreatif Pedesaan. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah*, 8(2), 115–129.
- Fadillah, A. N., Kurniawan, R., & Gunawan, I. (2025). Tantangan Manajemen Operasional dan Standardisasi Pelayanan pada Usaha Mikro Rekreasi di Pedesaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Lokal*, 3(2), 88–101.
- Hapsari, R. D., & Nugroho, A. S. (2025). Analisis Multiplier Effect Sektor Rekreasi Skala Mikro terhadap Pendapatan Masyarakat Lokal. *Jurnal Analisis Bisnis dan Ekonomi*, 23(1), 47–60.
- Hidayat, M. R., & Pratama, A. (2025). Strategi Membangun Keunggulan Kompetitif pada Sektor Pariwisata Minat Khusus di Pasar Domestik. *Jurnal Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 13(2), 95–108.
- Kurniawan, H., Wahyuni, S., & Nugroho, A. (2026). *Analisis SWOT untuk Usaha Mikro dan Menengah: Teori, Metodologi, dan Aplikasi Praktis*. Jakarta: Pustaka Bisnis Akademika.
- Kusuma, A. P., Wardani, R. K., & Siregar, J. (2026). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori, Desain, dan Aplikasi pada Studi Kasus Sektor Riil*. Jakarta: Penerbit Pariwisata Akademika.
- ma-Arif, S., Rahayu, SE., & Nugroho, T. (2026). Penerapan Analisis Strategis dan Pemetaan Risiko untuk Keberlanjutan Usaha Mikro Rekreasi Berbasis Komunitas. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Dinamika Pasar*, 6(1), 54–68.
- Prasetyo, H., & Wulandari, S. (2026). Strategi Modernisasi Usaha Wisata Swadaya Melalui Penerapan Digital Marketing dan Optimalisasi Fasilitas Penunjang. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Kreatif*, 5(1), 42–56.
- Pratama, A. R., & Wijaya, H. (2025). Analisis Potensi Geografis dan Daya Dukung Lingkungan untuk Pengembangan Wisata Air di Kabupaten Malang. *Jurnal Geografi dan Perencanaan Wilayah*, 11(2), 134–146.
- Purnomo, A., Hidayat, R., & Saputra, D. (2025). Strategi Pengembangan Wisata Minat Khusus Berbasis Rekreasi Air di Kawasan Suburban. *Jurnal Kajian Pariwisata Kontemporer*, 9(1), 45–58.
- Ramadhan, F., Setiawan, B., & Utami, S. (2026). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Komunitas dan Optimalisasi Sumber Daya Air Lokal. *Jurnal Riset Otonomi dan Pembangunan Daerah*, 5(1), 78–91.
- Setiawan, B., & Pratama, R. (2025). Integrasi Analisis Kualitatif dan Matriks SWOT dalam Perencanaan Strategis Destinasi Wisata Berbasis Komunitas. *Jurnal Riset Manajemen dan Strategi Bisnis*, 12(1), 74–89.

- Sudiarti, S., Rusliana, N., Setyoningrum, N. G., Alam, A., & Syfa, R. H. A. (2025). Pendampingan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal di Desa Wisata. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 201–209. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v3i3.379>
- Sugiyono, P., & Lestari, D. (2025). *Metode Penelitian Kualitatif: Pendekatan Praktis untuk Bidang Sosial dan Humaniora*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, L., & Setiawan, B. (2025). Penerapan Pendekatan Kualitatif Deskriptif dalam Analisis Strategis Bisnis Usaha Mikro di Pedesaan. *Jurnal Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, 14(2), 112–126.
- Suryawan, M. A., dkk. (2025). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal dan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(2), 412–417. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3810>
- Susanto, H., Rahmawati, E., & Kurniawan, A. (2025). Peran Modal Sosial dan Ikatan Komunitas dalam Keberlanjutan Usaha Pariwisata Minat Khusus. *Jurnal Sosiologi dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(2), 89–103.
- Wardani, K. A., & Siregar, F. H. (2026). Pengaruh Community Engagement dan Strategi Apresiasi Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Sektor Jasa Rekreasi Mikro. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 4(1), 34–48.
- Wibowo, S., & Lestari, M. (2026). Diversifikasi Usaha Perikanan Rekreatif Melalui Pendekatan Ekonomi Kreatif dan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Kreatif*, 4(2), 112–125.
- Wijaya, A. C., Lestari, D. P., & Budiman, A. (2025). Dampak Dinamika Ekologis Perairan Darat Terhadap Keberlanjutan Usaha Perikanan Rekreatif Berbasis Komunitas. *Jurnal Riset Manajemen Lingkungan dan Sumberdaya Alam*, 12(3), 204–218.