

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA BERBASIS RAMAH LINGKUNGAN
(ECO FRIENDLY) DI AGROWISATA BARRO TANI MANUNGGAL DESA KEPATIHAN
KECAMATAN SELOGIRI KABUPATEN WONOGIRI**

**Adib Aditya Permadi^{1*}, Renan Subantoro¹, Hendri Wibowo¹,
Rossi Prabowo¹, Ahmad Arif Darmawan²**

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Wahid Hasyim

²Program Studi Magister Ilmu Lingkungan, Sekolah Pascasarjana, Institut Teknologi Yogyakarta

*Email korespondensi: adibpermadi30@gmail.com

Asal Negara: Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis faktor internal serta faktor eksternal dan merumuskan strategi yang tepat untuk pengembangan di Agrowisata Barro Tani Manunggal Desa Kepatihan Kecamatan Selogiri Kabupaten Wonogiri. Data yang diterapkan data primer serta sekunder. Metode dasar yang diterapkan ialah metode deskriptif kualitatif. Metode penentuan responden dengan teknik purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Metode analisis menggunakan analisis SWOT, IFE, EFE, dan IE. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki agrowisata mampu mengatasi kelemahan. Berdasarkan matriks IE diketahui sumbu X sebesar 3,15 dan sumbu Y sebesar 3,03 sehingga Agrowisata Barro Tani Manunggal berada didaerah kuadran I yaitu growth strategy. Alternatif yang tepat untuk usaha ini adalah : (1) Melestarikan lingkungan sekitar agrowisata agar tidak rusak/tercemar agar pengunjung dapat menikmati pemandangan alam yang indah; (2) Meningkatkan promosi melalui media sosial dengan mencantumkan harga serta sistem pembelian produk agar pengunjung lebih tertarik mengunjungi agrowisata; (3) Menambah sarana dan prasarana pada agrowisata yang dapat menarik pengunjung seperti menambah tempat beribadah dan memperbaiki sarana dan prasarana yang ada; (4) Pemilihan varietas benih tanaman yang unggul agar tahan terhadap hama dan penyakit karena perubahan cuaca ekstrim.

Kata kunci: Agrowisata, SWOT, Strategi Pengembangan, Barro Tani Manunggal, Wonogiri.

ABSTRACT

This research intends to analyze internal and external factors and formulate appropriate strategies for development in Barro Tani Manunggal Agrotourism, Kepatihan Village, Selogiri District, Wonogiri Regency. The data used is primary and secondary data. The basic method applied is the qualitative descriptive method. The method for determining respondents was purposive sampling technique with a total of 30 respondents. The analysis method uses SWOT, IFE, EFE, and IE analysis. The results of this research show that the strengths of agrotourism are able to overcome weaknesses. Based on the IE matrix, it is known that the X axis is 3.15 and the Y axis is 3.03 so that Barro Tani

Manunggal Agrotourism is in quadrant I, namely growth strategy. The right alternative for this business is: (1) Preserving the environment around agrotourism so that it is not damaged/polluted so that visitors can enjoy beautiful natural views; (2) Increasing promotions via social media by including prices and product purchasing systems so that visitors are more interested in visiting agrotourism; (3) Adding facilities and infrastructure to agrotourism that can attract visitors, such as adding places of worship and improving existing facilities and infrastructure; (4) Selection of superior plant seed varieties to be resistant to pests and diseases due to extreme weather changes.

Keywords: *Agrotourism, SWOT, Development Strategy, Barro Tani Manunggal, Wonogiri.*

PENDAHULUAN

Komoditas pertanian dengan keragaman dan keunikannya menjadi daya tarik kuat sebagai agrowisata. Agrowisata merupakan serangkaian kegiatan pedesaan, termasuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan bertani, mempelajari kebudayaan lokal, menikmati pemandangan dan keragaman hayati, mempraktekkan pertanian organik dan konvensional, dan memanen buah-buahan serta sayuran tropis. Dengan adanya agrowisata bisa menjadi tolok ukur untuk berbisnis dan menjalin kerja sama dengan institusi-institusi lainnya (Aridiansari *et al.*, 2015).

Salah satu desa di Kabupaten Wonogiri yang memiliki potensi agrowisata adalah Desa Kepatihan Kecamatan Selogiri yang sudah memiliki agrowisata yang bernama Agrowisata Barro Tani Manunggal. Keragaman pertunjukan budidaya pertanian yang ditunjang dengan lokasi yang strategis, lingkungan yang masih alami, lahan pertanian luas, dan keramahan masyarakat dapat menjadi tontonan yang menarik bagi wisatawan. Nilai dari setiap parameter yang diukur kemudian dapat digabungkan membentuk sebuah nilai potensi dari tiap daya tarik wisata, sehingga dapat terlihat mana daya tarik yang memiliki potensi

rendah, potensi sedang, potensi tinggi, dan potensi sangat tinggi. Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan dan pengembangan agrowisata dengan menganalisis potensi-potensi yang terdapat dalam desa wisata baik pertanian maupun agrowisata agar dapat memberikan manfaat yang optimal bagi kesejahteraan masyarakat setempat.

Dalam pengembangan agrowisata, pihak pengelola sebaiknya memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi agrowisata dan dilakukan beberapa strategi. Untuk menentukan strategi, dilakukan kajian terhadap faktor-faktor yang berpengaruh dalam pengembangan agrowisata. Faktor permasalahan internal yang dialami ialah media promosi serta faktor permasalahan eksternal ialah cuaca ekstrim untuk budidaya di Agrowisata Barro Tani Manunggal. Pemilik Agrowisata Barro Tani Manunggal harus memperhatikan kondisi internal dan eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan agrowisatanya. Pengembangan pada kondisi internal Agrowisata Barro Tani Manunggal diharapkan nantinya dapat meningkatkan kualitas agrowisata yang baik, sedangkan pada kondisi eksternal diharapkan akan dapat memperluas informasi keberadaan Agrowisata Barro Tani Manunggal.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Agrowisata Barro Tani Manunggal Desa Kepatihan Selogiri Kabupaten Wonogiri pada bulan September – Oktober 2023. Metode pengambilan sampel responden yang digunakan ialah metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan ini misalnya orang tersebut yang dianggap tahu (informan kunci) tentang apa yang kita harapkan atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi yang diteliti (Sugiyono, 2013). Responden pada penelitian ini yang adalah pengusaha (pemilik), karyawan 1 orang, perwakilan pengunjung 24 orang, Kepala Desa, Sekretaris Desa, dan pihak Dinas Pertanian Kabupaten Wonogiri 2 orang dengan total keseluruhan ada 30 responden. Data primer didapatkan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner, data sekunder yang didapat melalui Badan Pusat Statistik (BPS), buku, laporan, jurnal, dan lain-lain. Penelitian ini menggunakan beberapa metode analisis (1) matriks IFE dan matriks EFE (2) matriks IE (3) penentuan strategi menggunakan analisis SWOT, SWOT merupakan sebuah bentuk analisis situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (Rangkuti, 2005).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Agrowisata Barro Tani Manunggal

Agrowisata Barro Tani Manunggal merupakan embrio Agro Edukasi dan wisata pertanian Kecamatan Selogiri, terletak di sebelah utara Desa Kepatihan, Kecamatan

Selogiri Kabupaten Wonogiri. Agrowisata Barro Tani Manunggal, sengaja dibuat sebagai wadah bagi petani belajar tentang pertanian yang berorientasi usaha dan bisnis, selain sebagai tempat belajar di sini juga disediakan wisata petik buah dan sayuran segar dan juga sebagai tempat outbond bagi anak-anak sekolah baik SD, SMP, SMA ataupun sebagai tempat magang Mahasiswa.

Kegiatan secara riil yang dilakukan disini adalah pengembangan kegiatan budidaya tanaman Hortikultura seperti : Melon Golden, Semangka Inul, Jagung Pulut, Oyong, Pare, Cabe, Tomat, Terong dan Labu Madu, dimana semua budidaya tanaman tersebut dilakukan secara semi Organik. Ketersediaan pupuk organik yang digunakan selama ini dihasilkan sendiri di kebun Agrowisata disini.

Selain itu kegiatan yang lain adalah melakukan berbagai pelatihan yang terkait tentang pertanian seperti : pelatihan pembuatan pupuk organik kompos maupun organik cair dan juga pestisida nabati, yang pesertanya diikuti dari berbagai kelompok tani maupun dari instansi terkait, tentunya kegiatan ini dilakukan dengan bekerjasama dengan Dinas Pertanian dan Dinas terkait baik di Kabupaten Wonogiri maupun di luar Kabupaten Wonogiri. Beberapa kali kegiatan juga dilakukan dengan melibatkan pihak swasta dan akademisi.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan gambaran secara umum tentang keadaan dan latar belakang responden. Responden dipilih sebanyak 30 orang. Responden dari Agrowisata Barro Tani Manunggal ini dipilih dari 1 orang

pemilik (*owner*), 1 orang karyawan yang berkontribusi dalam usaha Agrowisata Barro Tani Manunggal. Responden pengunjung 24 orang yang telah berkunjung di Agrowisata Barro Tani Manunggal. Responden perangkat desa 2 orang yaitu Kepala Desa dan Sekretaris

Desa. Sedangkan responden PPL (Penyuluh Pertanian Lapangan) Dinas Pertanian Kab. Wonogiri 2 orang agar dapat diketahui berbagai kebijakan serta peran pemerintah Kabupaten Wonogiri dalam perkembangan Agrowisata Barro Tani Manunggal.

Tabel 1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Umur, dan Tingkat Pendidikan.

| Responden | Status | Jenis Kelamin | Umur | Pendidikan |
|-----------|---------------------|---------------|------|------------|
| Internal | Pemilik Usaha | Laki-laki | 43 | S1 |
| | Karyawan | Perempuan | 48 | S1 |
| Eksternal | PPL Dinas Pertanian | Laki-laki | 53 | SMA |
| | PPL Dinas Pertanian | Laki-laki | 53 | SMA |
| | Kepala Desa | Laki-laki | 43 | SMA |
| | Sekretaris Desa | Laki-laki | 50 | S1 |
| | Pengunjung | Laki-laki | 64 | SD |
| | Pengunjung | Laki-laki | 46 | SMP |
| | Pengunjung | Perempuan | 63 | S1 |
| | Pengunjung | Perempuan | 61 | S2 |
| | Pengunjung | Perempuan | 62 | S2 |
| | Pengunjung | Perempuan | 21 | SMA |
| | Pengunjung | Perempuan | 20 | SMA |
| | Pengunjung | Perempuan | 21 | SMA |
| | Pengunjung | Perempuan | 21 | SMA |
| | Pengunjung | Perempuan | 20 | SMA |
| | Pengunjung | Perempuan | 20 | SMA |
| | Pengunjung | Laki-laki | 20 | SMA |
| | Pengunjung | Perempuan | 55 | SMA |
| | Pengunjung | Perempuan | 21 | SMA |
| | Pengunjung | Perempuan | 34 | S1 |
| | Pengunjung | Laki-laki | 39 | S2 |
| | Pengunjung | Laki-laki | 66 | SMA |
| | Pengunjung | Laki-laki | 53 | S1 |
| | Pengunjung | Laki-laki | 58 | SMA |
| | Pengunjung | Laki-laki | 50 | SMP |
| | Pengunjung | Laki-laki | 61 | SMP |
| | Pengunjung | Laki-laki | 63 | S1 |
| | Pengunjung | Perempuan | 51 | SMA |
| | Pengunjung | Laki-laki | 58 | SMA |

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa responden internal berjumlah 2 orang dengan status 1 orang pemilik usaha berjenis kelamin laki-laki dan 1 orang karyawan berjenis kelamin Perempuan dengan kisaran umur 43-48

tahun dengan berpendidikan Sarjana (S1). Diketahui responden eksternal yang berjumlah 28 orang dengan status PPL Pertanian 2 orang berjenis kelamin laki-laki, kepala desa 1 orang berjenis kelamin laki-laki, sekretaris desa 1

orang berjenis kelamin laki-laki, dan pengunjung berjumlah 24 orang dengan jenis kelamin 11 laki-laki dan 13 perempuan yang berumur kisaran 21-64 tahun dengan latar Pendidikan dari SD hingga Strata II (S2).

Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Identifikasi faktor internal yaitu analisis yang dilakukan terhadap kekuatan serta kelemahan suatu perusahaan atau organisasi. Faktor internal di Agrowisata Barro Tani Manunggal meliputi modal, promosi, keragaman komoditas, biaya administrasi, ramah lingkungan, dan pemasaran. Faktor-faktor strategis ini kemudian dapat dikelompokkan menjadi faktor kekuatan dan faktor kelemahan. Kekuatan utama adalah pemandangan alam yang disajikan sangat indah, sedangkan kelemahan paling mendasar ketidakpastian perolehan pemasukan. Faktor strategis lainnya yaitu pengunjung memetik langsung sayur/buah yang diinginkan dan keterbatasan modal untuk pendukung wisata. Keberadaan atraksi ini menjadi alasan serta motivasi wisatawan untuk mengunjungi objek wisata, seperti belajar mengolah lahan, menanam, sampai ke panen dan pasca panen. Hal tersebut yang menarik banyak pengunjung selain memberikan banyak ilmu tentang bertani, juga menumbuhkan kerjasama antar anggota keluarga (Suwena & Widyatmaja, 2017).

Identifikasi faktor eksternal mencakup pemahaman berbagai faktor-faktor diluar perusahaan yang mengarah pada munculnya kesempatan bisnis atau bahkan ancaman bagi perusahaan. Lingkungan eksternal dalam

penelitian ini meliputi pengunjung, pesaing, kebijakan pemerintah, akses jalan, iklim dan cuaca. Faktor-faktor strategis ini kemudian dikelompokkan menjadi faktor peluang dan faktor ancaman. Peluang utama adalah infrastruktur dan akses jalan yang bagus dan mudah. Agrowisata Barro Tani Manunggal yang keberadaannya cukup strategis Dengan akses jalan yang mudah dan tempat strategis dapat mempermudah pengunjung untuk mengunjungi tempat destinasi wisata (Setyawati & Sapja, 2012). Berdasarkan hal diatas ancaman terbesar dari pengembangan Agrowisata Barro Tani Manunggal antara lain adanya pergeseran minat pengunjung terhadap wisata lain yang menawarkan konsep alam namun bukan dikhususkan di agrowisata. Kendran *et al.* (2021) mengemukakan minat pengunjung didasari oleh konsep lingkungan yang alami yang mendorong pengunjung datang untuk kegiatan rekreatif, peningkatan wawasan, pengerjaan tugas ataupun game, selain itu juga dilihat dari kategorinya yang berkelompok dimana lebih mendominasi pengunjung yang datang dengan hubungan kedekatan keluarga dan teman.

Identifikasi Faktor Sosial dan Ekologi

Dukungan dari pihak pendukung merupakan peluang kuat yang dimiliki oleh perusahaan. Setiap usaha akan lebih mudah berkembang dengan adanya lembaga pendukung. Selain itu masyarakat menunjukkan dukungannya dengan cara menunjukkan keramah tamahannya kepada pengunjung dan berjualan disekitar agrowisata. Dengan hal ini, adanya Agrowisata Barro Tani Manunggal dapat

membuka lapangan pekerjaan masyarakat sekitar berupa UMKM.

Pemilik Agrowisata Barro Tani Manunggal telah menerapkan konsep ramah lingkungan pada perusahaannya dengan cara meminimalisir penggunaan pupuk/pestisida kimia pada tanaman budidayanya, memperbanyak pupuk organik untuk awal pengolahan tanah, dengan cara tersebut tanah yang digunakan untuk pembudidayaan tidak tercemar residu penggunaan pupuk kimia yang berlebihan dan menjadikan usaha budidaya dapat berkelanjutan untuk kedepannya serta dapat melestarikan lingkungan sekitar agrowisata jadi lebih baik.

Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Berdasarkan tabel 2 diketahui skor tertinggi pada faktor kekuatan adalah pemandangan alam yang disajikan sangat indah dengan skor 0,31 hal ini ditimbulkan karena

panorama alam menjadi suatu spot favorit bagi pengunjung dikarenakan dengan pemandangan yang indah pengunjung akan dapat memanjakan mata dan memberi efek ketenangan, pemandangan ini berupa jejeran gunung batu yang diselimuti tumbuhan hijau. Tidak jarang pengunjung menyukai wisata dengan pemandangan yang indah karena terdapat tantangan tersendiri dalam menikmatinya. Faktor kekuatan kedua yaitu pengunjung memetik langsung sayur/buah yang diinginkan dengan skor 0,29, tarif masuk gratis dan harga produk sangat terjangkau yang keduanya memiliki nilai skor yang sama yaitu 0,28, dan lokasi cukup strategis dengan skor sebanyak 0,26. Selain itu, faktor utama pemandangan alam yang disajikan sangat indah adalah pengunjung memetik langsung sayur/buah yang diinginkan. Skor pada faktor kekuatan terendah adalah keamanan dan kebersihan agrowisata dengan skor 0,17.

Tabel 2. Rekapitulasi Faktor Internal Terbobot Analisis Matriks IFE

| No. | Faktor Internal | Bobot | Rating | Bobot x Rating |
|------------------|--|-------|--------|----------------|
| Kekuatan | | | | |
| 1. | Tarif masuk gratis | 0,08 | 3,50 | 0,28 |
| 2. | Lokasi cukup strategis | 0,08 | 3,40 | 0,26 |
| 3. | Pelayanan agrowisata baik | 0,07 | 3,33 | 0,25 |
| 4. | Pemandangan alam yang disajikan sangat indah | 0,08 | 3,70 | 0,31 |
| 5. | Harga produk sangat terjangkau | 0,08 | 3,50 | 0,28 |
| 6. | Tersedia berbagai jenis tanaman | 0,07 | 3,30 | 0,24 |
| 7. | Adanya kegiatan wisata edukasi bagi pengunjung | 0,07 | 3,30 | 0,24 |
| 8. | Lokasi agrowisata telah menerapkan konsep ramah lingkungan | 0,07 | 3,33 | 0,25 |
| 9. | Pengunjung memetik langsung sayur/buah yang diinginkan | 0,08 | 3,60 | 0,29 |
| 10. | Keamanan dan kebersihan agrowisata | 0,06 | 2,73 | 0,17 |
| 11. | Spot foto bervariasi | 0,07 | 3,23 | 0,23 |
| 12. | Promosi yang sudah digencarkan | 0,07 | 2,90 | 0,19 |
| Kelemahan | | | | |
| 1. | Keterbatasan modal untuk pendukung wisata | 0,03 | 1,5 | 0,05 |

| | | | | |
|--------------|------------------------------------|----------|-----|-------------|
| 2. | Fasilitas masih kurang lengkap | 0,03 | 1,5 | 0,05 |
| 3. | Ketidakpastian perolehan pemasukan | 0,03 | 1,7 | 0,06 |
| Total | | 1 | | 3,15 |

Sumber : Analisis Data Primer, 2023

Sedangkan pada faktor kelemahan, skor tertinggi adalah ketidakpastian perolehan pemasukan dengan skor 0,6. Skor pada faktor kelemahan terendah yaitu keterbatasan modal untuk pendukung wisata dengan skor sebesar 0,5. Ketidakpastian perolehan pemasukan karena perolehan pemasukan agrowisata dihitung dari hasil jual produk tanaman budidaya, yang mengakibatkan ketidakpastian perolehan yaitu dikarenakan hasil panen menurun yang disebabkan oleh iklim dan cuaca yang menyebabkan serangan hama dan penyakit terhadap tanaman budidaya sehingga banyak yang rusak atau mati dan hasil panen sedikit. Hal ini juga dapat menghambat pengembangan sebuah perusahaan. Total skor matriks IFE sebesar 3,15.

Matriks EFE (Eksternal Factor Evaluation)

Berdasarkan Tabel 3. diketahui skor tertinggi pada peluang adalah infrastruktur dan akses jalan yang bagus dan mudah dengan skor 0,63. Suatu peluang besar untuk Agrowisata Barro Tani Manunggal yang keberadaannya cukup strategis dari jalur alternatif Wonogiri - Jogja dengan akses jalan yang cukup baik dan

lebar, jalan sudah di cor walaupun agak bergelombang dinilai cukup aman untuk dilalui kendaraan. Dengan akses jalan yang mudah dan tempat strategis dapat mempermudah pengunjung untuk mengunjungi tempat destinasi wisata. Hal ini selaras dengan penelitian (Setyawati & Sapja, 2012) lokasi dekat dengan jalan provinsi yang menjadikan pengunjung mudah untuk menemukannya. Faktor Peluang kedua yaitu kemajuan teknologi digital untuk mempromosikan agrowisata dengan skor 0,57, karena promosi dengan media sosial sangatlah membantu dalam menjangkau pasar yang lebih luas, apalagi dengan peluang yang sering melakukan kegiatan media sosial sistem *online*. (Khusna *et al.*, 2022) mengutarakan perkembangan teknologi, terutama internet dapat mempermudah proses promosi yang dapat dimanfaatkan Agowisata Belimbing Maulana dalam proses promosi melalui media sosial yang dimiliki, pemanfaatan media sosial dapat menjangkau dan mempermudah proses promosi. Skor terendah peluang kecenderungan keinginan pengunjung untuk beralih ke wisata alam (*back to nature*) dengan skor 0,33.

Tabel 3. Rekapitulasi Faktor Eksternal Terbobot Matriks EFE

| No. | Faktor Eksternal | Bobot | Rating | Bobot x Rating |
|----------------|---|-------|--------|----------------|
| Peluang | | | | |
| 1. | Kecenderungan keinginan pengunjung untuk beralih ke wisata alam (<i>back to nature</i>) | 0,12 | 2,70 | 0,33 |
| 2. | Peluang untuk mengembangkan keahlian petani | 0,15 | 3,30 | 0,49 |
| 3. | Dukungan dari Masyarakat | 0,16 | 3,53 | 0,56 |
| 4. | Kemajuan teknologi digital untuk mempromosikan agrowisata | 0,16 | 3,57 | 0,57 |

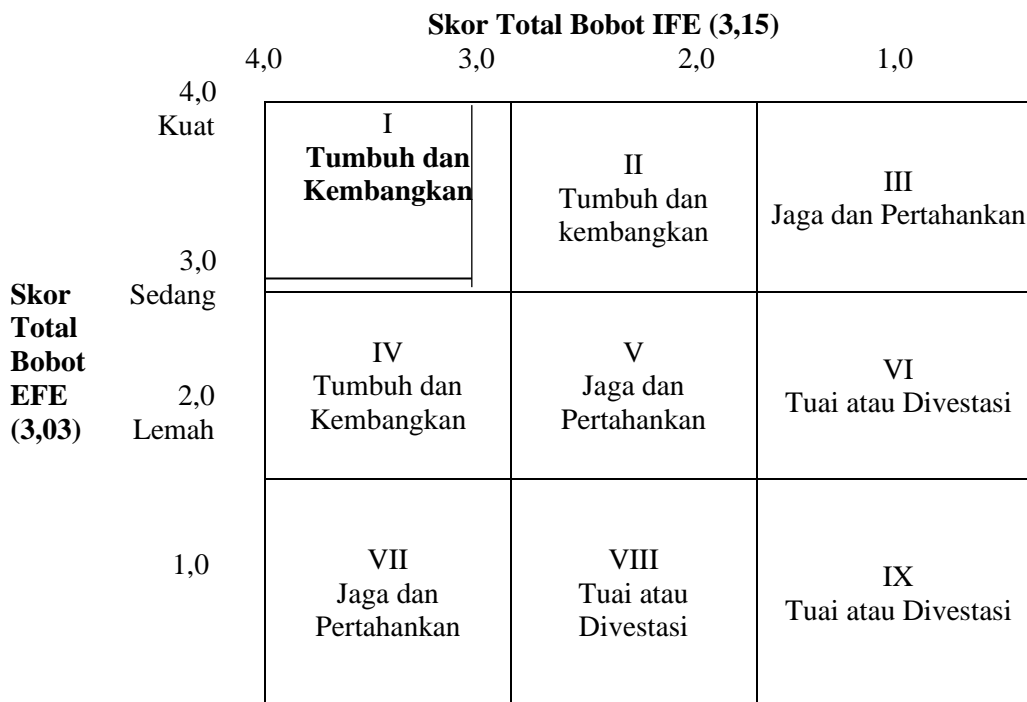
| | | | | |
|----------------|--|----------|------|-------------|
| 5. | Infrastruktur dan akses jalan yang bagus dan mudah | 0,17 | 3,77 | 0,63 |
| Ancaman | | | | |
| 1. | Ketertarikan pengunjung dengan jenis wisata lain | 0,08 | 1,83 | 0,15 |
| 2. | Banyaknya pesaing wisata alam | 0,08 | 1,73 | 0,13 |
| 3. | Iklim yang ekstrim | 0,09 | 1,97 | 0,17 |
| Total | | 1 | | 3,03 |

Sumber : Analisis Data Primer, 2023

Pada faktor ancaman skor tertinggi sebesar 0,17 adalah iklim yang ekstrim menjadi ancaman utama pada pengembangan agrowisata. Sering terjadi iklim yang ekstrim di Agrowisata Barro Tani Manunggal diantaranya hujan lebat yang mengakibatkan fasilitas dan tanaman yang ada didalam Agrowisata Barro Tani Manunggal tumbang yang mengakibatkan

kerugian dikarenakan letak agrowisata di kelilingi oleh sawah. Faktor ancaman yang kedua yaitu ketertarikan pengunjung dengan jenis wisata lain dengan skor 0,15. Skor terendah pada faktor ancaman adalah banyaknya pesaing wisata alam dengan skor 0,13. Total faktor eksternal sebesar 3,03.

Matriks Internal Eksternal (Matriks IE)



Gambar 1. Matriks IE

Sumber : Olah Data Primer, 2023

Berdasarkan pemetaan matriks IE dengan menggunakan matriks general elektrik diketahui sumbu X bernilai 3,15 dan sumbu Y 3,03 sehingga Agrowisata Barro Tani Manunggal berada pada kuadran ke- 1 yang merupakan

growth and development strategy/strategi tumbuh dan kembangkan, posisi pada kuadran ke- 1 ini memberikan indikasi bahwa posisi Agrowisata Barro Tani Manunggal saat ini pada posisi tumbuh dan kembangkan (*growth and*

development). Dalam penelitian Khusna *et al.* (2022) menjelaskan bahwa suatu usaha yang berada pada *growth and development* adapun strategi yang dapat diterapkan pada kuadran ini yaitu penetrasi pasar dan pengembangan jaringan di pasar.

Strategi tersebut disetting untuk mencapai *growth and development*, dari sisi penjualan, aset, profit, atau kombinasi ketiganya (Sukaatmadja *et al.*, 2014). Adapun usaha untuk mencapai hal tersebut antara lain menambah kualitas produk atau jasa, mengembangkan produk baru, meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas, pilihan terakhir yaitu menurunkan harga.

Strategi yang bisa diterapkan di Agrowisata Barro Tani Manunggal berada pada kuadran 1 ini antara lain, strategi intensif atau strategi integratif. Strategi intensif meliputi penetrasi pasar dan pengembangan pasar. Strategi integratif meliputi integrasi kedepan

dan integrasi horizontal. Namun strategi yang paling tepat untuk kondisi Agrowisata Barro Tani Manunggal saat ini adalah strategi intensif yang meliputi penetrasi pasar dan pengembangan pasar. Strategi integratif dirasa kurang tepat untuk diaplikasikan karena strategi ini memungkinkan sebuah usaha untuk memperoleh kendali atas distributor, pemasok, dan/atau pesaing, saat ini Agrowisata Barro Tani Manunggal belum memiliki kapasitas untuk hal tersebut. Oleh karena itu strategi yang tepat untuk Agrowisata Barro Tani Manunggal adalah penetrasi pasar (*market penetration*) dengan contoh meningkatkan kualitas produk dan penyesuaian harga produk & pengembangan pasar (*market development*) dengan contoh menentukan harga ideal berdasarkan survei dan pengumpulan data harga dipasaran dan memaksimalkan teknologi digital sebagai media iklan dan pemasaran.

Alternatif Strategi Pengembangan Usaha (SWOT)

Tabel 4. Alternatif Strategi (Matriks SWOT)

| | | |
|------------------------|---|--|
| | Strenght (S) | Weaknesses (W) |
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemandangan alam yang disajikan sangat indah 2. Harga produk sangat terjangkau 3. Adanya kegiatan wisata edukasi bagi pengunjung 4. Lokasi agrowisata telah menerapkan konsep ramah lingkungan 5. Pengunjung memetik langsung sayur/buah yang diinginkan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan modal untuk pendukung wisata 2. Fasilitas masih kurang lengkap 3. Ketidakpastian perolehan pemasukan |
| Opportunity (O) | Strategi (SO) | Strategi (WO) |

| | | |
|---|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Kecenderungan keinginan pengunjung untuk beralih ke wisata alam (back to nature) 2. Peluang untuk mengembangkan keahlian petani 3. Dukungan dari masyarakat 4. Kemajuan teknologi digital untuk mempromosikan agrowisata 5. Infrastruktur dan akses jalan yang bagus dan mudah | <ol style="list-style-type: none"> 1. Melestarikan lingkungan sekitar agrowisata agar tidak rusak/tercemar agar pengunjung dapat menikmati pemandangan alam yang indah. 2. Meningkatkan skill para petani melalui program edukasi agar SDM berpotensi dengan maksimal. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah sarana dan prasarana pada agrowisata yang dapat menarik pengunjung seperti menambah tempat ibadah dan memperbaiki sarana dan prasarana yang ada. |
| Threats (T) | Strategi (ST) | Strategi (WT) |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketertarikan pengunjung dengan wisata lain 2. Banyaknya pesaing wisata alam 3. Iklim yang ekstrim | <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi melalui media sosial dengan mencantumkan harga serta sistem pembelian produk agar pengunjung lebih tertarik mengunjungi agrowisata. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan varietas benih tanaman yang unggul agar tahan terhadap hama dan penyakit karena perubahan cuaca ekstrim. 2. Melakukan kerjasama dengan perusahaan lain agar dapat menunjang kekurangan yang ada di agrowisata. |

Sumber : Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.6 Alternatif strategi pengembangan Agrowisata Barro Tani Manunggal yang dihasilkan antara lain:

a. Strategi SO : Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

Meningkatkan SDM yang berkualitas dengan memberikan kesempatan untuk mengikuti pelatihan-pelatihan di Balai Pelatihan Pertanian, serta memiliki sertifikasi keahlian khusus sehingga ilmunya dapat disebarluaskan pada saat ada kunjungan di Agrowisata Barro Tani manunggal. Ngatinem & Talkah (2022) menyatakan bahwa SDM merupakan suatu aset yang sangat penting bagi perusahaan, maka diperlukan peningkatan kualitas SDM jika perusahaan ingin maju dan bersaing di masa depan. Salah satu usaha mencapai SDM yang unggul maka diperlukan semacam diklat atau pelatihan. Pelatihan tersebut dapat mengasah keterampilan dan pengetahuan sehingga

efisiensi kinerja dapat dicapai.

b. Strategi WO : Meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.

Menambah fasilitas dan sarana di agrowisata yang dapat menarik pengunjung, seperti menambah tempat untuk ibadah dan memperbaiki fasilitas dan sarana, dapat membuat pengunjung puas dan merasa nyaman sepenuhnya dan membuat mereka berpikir untuk kembali. Isnoswari *et al.* (2023) menjelaskan bahwa selama berada di destinasi wisata, wisatawan harus difasilitasi dengan fasilitas yang baik dan dapat digunakan.

c. Strategi ST : Menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.

Meningkatkan promosi melalui platform media sosial. Memperkenalkan produk manufaktur baru dan promosi adalah metode alternatif yang efektif untuk menarik konsumen di pasar (Subaktilah *et al.*, 2018). Memanfaatkan

kemudahan akses internet di era modern dan serba digital saat ini akan meningkatkan kegiatan promosi produk dan jasa yang ditawarkan untuk menarik lebih banyak peminat dan pelanggan. Memberikan informasi tentang barang dan jasa yang ditawarkannya kepada calon pembeli dan pengunjung melalui website dan platform media sosialnya, termasuk Instagram. Hal ini dapat menarik pelanggan untuk membeli barang dan jasa.

d. Strategi WT : Meminimalkan kelemahan untuk mengatasi ancaman.

Keberlangsungan bisnis di bidang wisata bergantung pada kerja sama. Kurniasanti (2019) menyarankan strategi alternatif untuk Agrowisata Barro Tani Manunggal, seperti memanfaatkan teknologi dan bekerja sama dengan berbagai pihak, seperti agen perjalanan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis matriks IFE yang menjadi kekuatan Agrowisata Barro Tani Manunggal adalah pemandangan alam yang disajikan sangat indah dengan skor 0,31, pengunjung memetik langsung sayur/buah yang diinginkan dengan skor 0,29, tarif masuk gratis serta harga produk sangat terjangkau memiliki skor yang sama yaitu 0,28, dan lokasi cukup strategis dengan skor 0,26. Sedangkan yang menjadi kelemahan utama yaitu ketidakpastian perolehan pemasukan dengan skor 0,06. Berdasarkan hasil matriks EFE yang menjadi peluang utama adalah infrastruktur dan akses jalan yang bagus dan mudah dengan skor 0,63, kemajuan teknologi digital untuk

mempromosikan agrowisata dengan skor 0,57, dan dukungan dari masyarakat dengan skor 0,56, untuk ancaman utama adalah iklim yang ekstrim dengan skor 0,17 dan ketertarikan pengunjung dengan jenis wisata lain dengan skor 0,15. Berdasarkan hasil analisis IE diketahui Agrowisata Barro Tani Manunggal berada pada kuadran I yaitu tumbuh dan berkembang.

Saran yang dihasilkan sebagai Strategi Pengembangan Agrowisata Barro Tani Manunggal sebagai berikut:

- a. Melestarikan lingkungan sekitar agrowisata agar tidak rusak/tercemar agar pengunjung dapat menikmati pemandangan alam yang indah.
- b. Pemilihan benih varietas tanaman yang unggul agar tahan terhadap cuaca ekstrim.
- c. Meningkatkan promosi melalui media sosial dengan mencantumkan harga serta sistem pembelian produk agar pengunjung lebih tertarik mengunjungi agrowisata.
- d. Menambahkan sarana dan prasarana pada agrowisata yang dapat menarik pengunjung seperti menambah tempat beribadah dan memperbagus sarana dan prasarana yang ada
- e. Meningkatkan skill para petani melalui program edukasi agar SDM berpotensi dengan maksimal.
- f. Melakukan kerjasama dengan perusahaan lain agar dapat menunjang kekurangan yang ada di agrowisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Aridiansari, R., Elih, E., & Puji, K. (2015). Pengembangan Agrowisata Di Desa Wisata Tulungrejo Kota Batu, Jawa Timur. *Jurnal Produksi Tanaman*, 3(5), 383–390.
- Isnoswari, D. A. A., Suriani, N. M., & Masdarini, L. (2023). Strategi Pengembangan Agrowisata Perkebunan Singkong Desa Bukti, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng, Bali. *Jurnal Bosaparis : Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 14(2), 1-10.
- Kendran, N. M. D. A., Kusuma, H. E., dan Riska, A. S. (2021). Korespondensi Preferensi Dan Karakteristik Tipe Wisatawan Grup Pada Kawasan Agrowisata. *Jurnal Lanskap Indonesia*, 3(1), 7-12.
- Khusna, Z., Wahyuningsih, S., Awami, S. N., & Subekti, E. (2022). Strategi Pengembangan Agrowisata Belimbing Grobogan (Development Strategy Of Maulana Star Fruit Agrotourism In Tawangharjo District, Grobogan Regency). *Seminar Nasional Inovasi Teknologi Pertanian Berkelanjutan*, 92–105.
- Kurniasanti, S. A. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata (Studi Kasus Kampung Petani Buah Jeruk Siam di Kecamatan Bangorejo - Banyuwangi). *Journal of Tourism and Creativity*, 3(1), 65–76.
- Ngatinem, A. T. (2022). Strategi Pelatihan Pertanian Dalam Rangka Peningkatan Mutu Sumberdaya Manusia Di Unit Pelaksana Teknis Pelatihan Pertanian Lawang Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 199–215.
- Rangkuti, F. (2005). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Izul (ed.); Cetakan ke). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Setyawati, E. A. & Sapja, A. S. A. 2012. *Strategi pengembangan agribisnis belimbing dewa di Kota Depok*.
- Subaktilah, Y., Kuswardani, N., Yuwanti, S., Magister, P., Agroindustri, T., Pertanian, F. T., & Jember, U. (2018). Analisis SWOT: Faktor Internal dan Eksternal pada Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu (Studi Kasus di UKM Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso). *Jurnal Agroteknologi*, 12(02).
- Sukaatmadja, I. P. G., Nyoman, N., Yasa, K., & Rahyuda, H. (2014). Berbasis Kearifan Lokal Untuk Mengentaskan Kemiskinan Di Bali. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(2), 121–129.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. ALFABETA.
- Suwena, I. K., & Widayatmaja, I. G. N. (2017). Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. 2. Pustaka Lasaran. https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_endidikan_1_dir/3daa3fbf01385573f120b76e48df024a.pdf