

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA DURIAN
(Studi Kasus Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah Desa
Adisana Kecamatan Bumiayu)**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelas
Sarjana Ekonomi (S.E.)**

IAIN PURWOKERTO

Oleh:

**YULI NUR AFNI
NIM. 1617201168**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Yuli Nur Afni**

NIM : **1617201168**

Jenjang : S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **Strategi Pengembangan Agrowisata Durian (Studi Kasus Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah Desa Adisana Kecamatan Bumiayu)**

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 14 Juli 2020

Saya yang menyatakan,

IAIN PURW



Yuli Nur Afni
NIM. 1617201168



PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA DURIAN (Studi Kasus Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah Desa Adisana Kecamatan Bumiayu)

Yang disusun oleh Saudari **Yuli Nur Afni NIM. 1617201168** Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin** tanggal **27 Juli 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag.
NIP. 19670815 199203 1 003

Sekretaris Sidang/Penguji

H. Slamet Akhmadi, M.S.I.
NIDN. 2111027901

Pembimbing/Penguji

Yoiz Shofwa Shaftrani, S.P., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 07 Agustus 2020

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19500921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam

IAIN Purwokerto

di

Purwokerto.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Yuli Nur Afni, NIM. 1617201168 yang berjudul :

Strategi Pengembangan Agrowisata Durian (Studi Kasus Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah Desa Adisana Kecamatan Bumiayu)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 14 Juli 2020

Pembimbing,



Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
NIP. 197812312008012027

MOTTO

“Always grateful and believe that you can do it”



**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA DURIAN
(STUDI KASUS AGROWISATA DURIAN DI BUKIT SEGE INDAH DESA
ADISANA KECAMATAN BUMIAYU)**

**Yuli Nur Afni
NIM : 1617201168**

E-mail: yulinafni6@gmail.com
Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN Purwokerto)

ABSTRAK

Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini dibuat karena semakin luasnya lahan kritis di Desa Adisana Kecamatan Bumiayu yaitu sekitar 19 hektar milik desa. Hal ini menjadi keprihatinan bagi warga dan perangkat desa setempat, sehingga mereka berinisiatif untuk mengubah lahan tersebut agar lebih bermanfaat dan mendatangkan pendapatan tambahan untuk desa yaitu dengan menjadikannya agrowisata. Saat agrowisata durian ini berjalan, banyak menghadapi masalah baik itu internal maupun eksternal.

Tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi alternative untuk mengembangkan agrowisata. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah factor internal dan eksternal, matriks IFE, matriks EFE, analisis matriks SWOT serta analisis matriks QSPM. Berdasarkan analisis matriks SWOT, Berdasarkan analisis Matriks SWOT diperoleh 10 alternatif strategi yaitu menambah fasilitas yang belum dimiliki, melakukan kerjasama dengan pemerintah, masyarakat setempat dan pengelola agrowisata untuk memperbaiki infrastruktur serta membuat paket wisata yang berbeda, melakukan promosi yang lebih efektif, meningkatkan kualitas pelayanannya, memanfaatkan SDM yang kompeten, membuat produk olahan dari buah unggulan agrowisata, memanfaatkan fasilitas yang ada dengan maksimal, melibatkan masyarakat, memperbaiki akses jalan, dan membuat peraturan yang tegas.

Kata Kunci: Agrowisata, Matriks IFE dan EFE, Analisis SWOT, Matriks QSPM

**DURIAN AGRO TOURISM DEVELOPMENT STRATEGY
(CASE STUDY DURIAN AGRO TOURISM IN BUKIT SEGE INDAH
VILLAGE ADISANA SUB-DISTRICT BUMIAYU)**

**Yuli Nur Afni
NIM: 1617201168**

E-mail: yulinafni6@gmail.com
Department of Islamic Economics Faculty of Economics and Business Islam
State Institute of Islamic Studies (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

Durian Agro Tourism in Bukit Sege Indah was created because of the increasingly widespread critical land in Adisana Village, Bumiayu District, which is about 19 hectares owned by the village. This is a concern for residents and local village officials, so they took the initiative to change the land to make it more useful and bring additional income to the village by making it agro-tourism. When durian agro-tourism is running, many face both internal and external problems.

The purpose of this study is to formulate alternative strategies for developing agro-tourism. The analysis used in this study are internal and external factors, IFE matrix, EFE matrix, SWOT matrix analysis and QSPM matrix analysis. Based on the SWOT Matrix analysis, 10 alternative strategies are obtained, namely adding facilities that are not yet owned, collaborating with the government, local communities and agro-tourism managers to improve infrastructure and create different tour packages, make promotions more effective, improve the quality of services, utilize competent human resources, making processed products from superior agro-tourism fruits, making maximum use of existing facilities, involving the community, improving road access, and making strict regulations.

Keywords: Agro Tourism, IFE and EFE Matrix, SWOT Analysis, QSPM Matrix

IAIN PURWOKERTO

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ša	ša	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	šyn	šy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de(dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

دّة ع	Ditulis	'iddah
-------	---------	--------

3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	Ditulis	Hikmah
جزية	Ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

لياء ولامة اكر	Ditulis	Karâmah al-auliya'
----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

زكاة لفظر	Ditulis	Zakât al-fitr
-----------	---------	---------------

4. Vokal Pendek

َ	Fathah	ditulis	A
ِ	Kasrah	ditulis	I
ُ	Dammah	ditulis	U

5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	A
	جَاهِلِيَّة	ditulis	Jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	A
	تَنْس	ditulis	Tansa
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	I
	كَرِيم	ditulis	Karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	U
	ضَوْفَر	ditulis	Furûd

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بَيْنَكُمْ	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قَوْل	Ditulis	Qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	a'antum
أَعَدْتُ	Ditulis	u'iddat

IAIN PURWOKERTO

8. Kata sandang alif + lam

- a. Bila diikuti huruf qomariyyah

لِقِيَاسًا	Ditulis	al-qiyâs
------------	---------	----------

- b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan harus syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

لِسَمَاءٍ	Ditulis	As-samâ
-----------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

زَوَىٰ ذُضَلْفَرَاو	Ditulis	Zawi al-furûd
---------------------	---------	---------------



PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas limpahan rahmat dan karunia yang Allah SWT berikan, karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ayah dan Ibuku tercinta, Bapak Jamjuri dan Ibu Rohati, yang selalu mencurahkan seluruh perhatian, motivasi, kasih sayang dan pengorbanan yang tak dapat tergantikan oleh apapun, serta doa terbaik yang tak pernah putus. Semoga Allah SWT membalas kebaikan bapak dan ibu dengan kebahagiaan serta senantiasa dilindungi dan diberi kesehatan serta umur panjang.
 2. Kakak dan Adik tercinta, Yuni Chaerunnisa, M. Khanif Alfadilah, Sausan Salsabila, dan Faezia Faaz Putri Fadilah yang selalu memberikan semangat, motivasi dan doa. Semoga ilmu yang saya dapat bisa bermanfaat untuk keluarga, saudara, dan orang-orang di sekitar.
 3. Semua pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan dan ilmu yang tak bisa kuhitung berapa banyak barakah dan doanya.
- Semua yang turut mendukung dalam pengerjaan skripsi ini.



IAIN PURWOKERTO

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah *Azza wa Jalla*, Dzat Pemberi Petunjuk, yang menghapuskan kebodohan dalam proses *tafaqquh fi ad-din*. Lantaran *taufiq* dan *hidayah*-Nya, semua langkah dimudahkan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Kepada para sahabatnya, *tabi'in*, dan seluruh umat Islam yang senantiasa mengikuti semua ajarannya.

Dengan hidayah dan pertolongan Allah SWT, Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **Strategi Pengembangan Agrowisata Durian (Studi Kasus Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah Desa Adisana Kecamatan Bumiayu)**. Skripsi ini penulis susun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Syari'ah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis hanya bisa mengucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi dan sumbang sarannya, terutama kepada:

1. Dr. H. M. Roqib, M. Ag., Ketua Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Dr. Fauzi, M. Ag., Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (IAIN) Purwokerto.
3. Dr. H. Ridwan, M. Ag., Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (IAIN) Purwokerto.
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, M. M., Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (IAIN) Purwokerto.
5. Dr. Jamal Abdul Aziz, M. Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
6. Dewi Laila Hilyatin, S. E., M. Si., Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.

7. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si. selaku pembimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi. Terima kasih atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan membalas semua kebaikan Ibu, Amin.
8. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (IAIN) Purwokerto.
9. Kepada Bapak Komarudin, S.Pd. M.Si selaku Kepala Desa Adisana, Bapak Bambang Wahyu S. M.Pd selaku Manager Agrowisata Durian Bukit Sege Indah, Bapak M. Lukman Hakim selaku sekretaris Agrowisata Durian Bukit Sege Indah serta Bapak Muslihin selaku Bendahara Agrowisata Durian Bukit Sege Indah terimakasih atas bantuan dan kerjasamanya.
10. Orang tua penulis, Bapak Jamjuri dan Ibu Rohati yang telah mencurahkan kasih sayangnya, merawat, mendidik, serta doa-doanya yang selalu menguatkan semangat dan keyakinan penulis. Terima kasih atas diskusi-diskusi kecil, nasihat-nasihat panjang. Semoga Bapak Ibu tetap dalam lindungan Allah SWT dan selalu diberi kesehatan dan kemudahan dalam berbagai hal.
11. Kakak dan Adik tercinta, Yuni Chaerunnisa, M. Khanif Alfadilah, Sausan Salsabila dan Faezia Faaz Purni Fadlan yang telah memberikan banyak dukungan kepada penulis sehingga mampu berjuang sampai sejauh ini.
12. Kawan-kawan seperjuangan Jurusan Ekonomi Syari'ah D angkatan 2016, terima kasih atas kebersamaan dan kenangan yang sangat berarti bagi penulis.
13. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik.

Tiada kata yang dapat penulis ungkapkan untuk menyampaikan rasa terima kasih melainkan hanya untaian doa, semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis kelak mendapat balasan dan imbalan dari Allah

SWT. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Purwokerto, 14 Juli 2020



Yuli Nur Afni
NIM. 1617201168



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
PERSEMBAHAN	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Dan Manfaat Masalah.....	5
D. Definisi Operasional.....	6
E. Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Ihya Al-Mawat.....	9
B. Pengertian Agrowisata	11
C. Manfaat Agrowisata	13
D. Pengembangan Agrowisata	14
E. Strategi Pengembangan Agrowisata	17
F. Kajian Penelitian Terdahulu	19
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	24

IAIN PURWOKERTO

B. Sumber Data	24
1. Data Primer	24
2. Data Sekunder	25
C. Teknik Pengumpulan Data	25
1. Interview (Wawancara)	25
2. Kuesioner (Angket)	26
3. Observasi (Pengamatan)	26
D. Uji Keabsahan Data.....	27
1. Perpanjangan Keikutsertaan	27
2. Ketekunan/ Keajegan Pengamatan.....	27
3. Triangulasi	28
4. Pemeriksaan Sejawat Melalui Diskusi	28
5. Analisis Kasus Negatif	29
6. Pengecekan Anggota	30
7. Uraian Rinci	30
8. Auditing	31
E. Teknik Analisis Data.....	32
1. Tahap Input	32
a. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)	33
b. Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE).....	34
2. Tahap Pencocokan	36
a. Analisis SWOT	37
3. Tahap Keputusan.....	40
a. Matriks Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).....	40

IAIN PURWOKERTO

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian	45
1. Sejarah Singkat Agrowisata	45
2. Visi Misi BUMDes.....	46
3. Profil Organisasi.....	46
4. Fasilitas Agrowisata	47

B. Analisis Lingkungan Perusahaan	48
1. Analisis Lingkungan Internal Perusahaan	48
a. Pemasaran	49
b. Keuangan/ Akuntansi	50
c. Manajemen.....	50
d. Sumber Daya Manusia.....	51
e. Produksi/ Operasi	52
2. Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan.....	53
a. Kekuatan Ekonomi	53
b. Kekuatan Sosial, Budaya, Demografis dan Lingkungan .	55
c. Kekuatan Hukum.....	56
d. Kekuatan Teknologi	57
e. Kekuatan Kompetitif	57
3. Identifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman....	57
a. Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan.....	57
b. Identifikasi Peluang dan Ancaman.....	61
C. Perumusan Alternatif Strategi.....	62
1. Analisis Matriks IFE dan EFE.....	62
a. Analisis Matriks IFE.....	63
b. Analisis Matriks EFE.....	67
c. Diagram Analisis SWOT	70
2. Analisis Matriks SWOT	72
a. Strategi SO	73
b. Strategi WO.....	74
c. Strategi ST.....	75
d. Strategi WT	76

IAIN PURWOKERTO

3. Analisis Matriks QSPM.....	77
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM).....	41
Tabel 4.1 Hasil Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah.....	63
Tabel 4.2 Hasil Matriks <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE) Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah.....	67
Tabel 4.3 Analisis Matriks SWOT Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah.....	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur BUMDes Citra Lestari.....	47
Gambar 4.2 Diagram Analisis SWOT Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ..	71
Gambar 4.3 Matriks QSPM Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah.....	79



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Pedoman Wawancara.
- Lampiran 2 : Hasil Wawancara.
- Lampiran 3 : Pedoman Kuisisioner.
- Lampiran 4 : Hasil Kuisisioner.
- Lampiran 5 : Surat Permohonan Persetujuan Judul Skripsi.
- Lampiran 6 : Surat Keterangan Pengajuan Judul Skripsi.
- Lampiran 7 : Surat Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi.
- Lampiran 8 : Surat Kesiediaan Menjadi Pembimbing Skripsi.
- Lampiran 9 : Surat Bimbingan Skripsi.
- Lampiran 10 : Surat Rekomendasi Seminar Proposal Skripsi.
- Lampiran 11 : Surat Keterangan Lulus Seminar.
- Lampiran 12 : Surat Permohonan Izin Riset Individual.
- Lampiran 13 : Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif.
- Lampiran 14 : Surat Keterangan Wakaf.
- Lampiran 15 : Blangko/Kartu Bimbingan.
- Lampiran 16 : Surat Rekomendasi Munaqosyah.
- Lampiran 17 : Sertifikat-Sertifikat.

IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Agrowisata merupakan salah satu bentuk dari rural tourism yang menawarkan kegiatan pertanian sebagai daya tarik wisata serta melibatkan penduduk *local* dalam perencanaan hingga pengelolaan kawasan agrowisata. Menurut Jolly dan Reynolds, agrowisata adalah suatu bisnis yang dilakukan oleh para petani yang bekerja di sector pertanian bagi kesenangan dan edukasi para pengunjung. Agrowisata menghadirkan potensi sumber pendapatan dan meningkatkan keuntungan masyarakat. Pengunjung kawasan agrowisata dapat berhubungan langsung dengan para petani dan mendukung peningkatan produk-produk pertanian secara tidak langsung (Bagus, 2015: 15).

Pengembangan aktivitas agrowisata secara tidak langsung dan tidak langsung akan meningkatkan persepsi petani serta masyarakat akan arti pentingnya pelestarian sumber daya lahan pertanian. Selain itu menurut Subowo (2002) dalam Budiarti (2013), pengembangan agrowisata dapat melestarikan kearifan dan teknologi *local*, dan meningkatkan pendapatan petani atau masyarakat di sekitar agrowisata. Pengembangan agrowisata akan menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan serta meningkatkan kesejahteraan petani. Beberapa dampak positif pengembangan agrowisata antara lain meningkatkan nilai jual komoditi pertanian yang dihasilkan dan berkembangnya sumber-sumber pendapatan lainnya yang dapat dinikmati oleh masyarakat setempat seperti penyewaan *homestay* dan sarana rekreasi lainnya yaitu kanti, penjualan cinderamata, dan lain-lain. Selain itu, agrowisata merupakan salah satu wahana yang efektif dalam rangka promosi produk-produk pertanian dan budaya Nusantara. Hal tersebut karena selain dapat menikmati hasil pertanian secara langsung dari sumbernya, para pengunjung akan berkesan dengan sensasi wisata alam yang unik dan segar yang akan terbawa hingga

mereka kembali ke tempat asalnya bahkan mereka akan bercerita kepada keluarga serta kerabatnya (Bagus, 2015: 64).

Sensasi wisata alam yang unik dan segar menurut saya bisa dirasakan pada agrowisata yang akan saya paparkan, yang dimana agrowisata tersebut terdapat pada Kabupaten Brebes tepatnya pada Kecamatan Bumiayu Kelurahan Adisana. Agrowisata tersebut biasa dikenal orang sebagai Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah. Agrowisata ini masih terbilang baru karena baru diresmikan pada tanggal 31 Maret 2019. Agrowisata Durian ini merupakan salah satu tempat wisata yang mengandalkan keindahan alam dan wisata berkaitan dengan buah durian dan macam-macam durian yang terdapat di agrowisata tersebut.

Agrowisata Durian ini beralamat di Dusun Sidamukti, Desa Adisana, Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes. Untuk menuju ke lokasi Agrowisata tersebut pengunjung menempuh perjalanan dari pusat kota Bumiayu sekitar \pm 5 km sampai di lokasi. Pengunjung bisa menggunakan sepeda motor, akan tetapi sebaiknya pengunjung menggunakan mobil, travel atau bus pariwisata. Hal ini dikarenakan jalan menuju lokasi agrowisata menanjak sehingga khawatir akan terjadi sesuatu yang tidak diinginkan. Pengunjung hanya memerlukan waktu sekitar 20-30 menit untuk menuju lokasi dari pusat kota.

Agrowisata ini dibuat karena semakin luasnya lahan kritis di Desa Adisana Kecamatan Bumiayu yaitu sekitar 19 hektar milik desa. Hal ini menjadi keprihatinan bagi warga dan perangkat desa setempat, sehingga mereka berinisiatif untuk mengubah lahan tersebut agar lebih bermanfaat dan mendatangkan pendapatan tambahan untuk desa yaitu dengan menjadikannya agrowisata.

Pohon durian merupakan produk unggulan di agrowisata ini yang mempunyai nilai ekonomis yang tinggi. Pohon durian telah mulai ditanami pada tahun 2012 sekitar 900 bibit pohon durian berjenis montong didatangkan. Seiring berjalannya waktu, total jumlah pohon durian yang masih bertahan sejumlah 676 pohon. Selain pohon durian agrowisata juga

menawarkan berupa berbagai jenis tanaman sayuran lainnya (Komarudin, 2019).

Agrowisata Durian ini dikelola oleh BumDes dimana anggota BumDes tersebut berasal dari masyarakat setempat dan tidak menjabat di Pemerintah Desa. Hal ini bertujuan agar hanya focus untuk mengelola agrowisata saja. BumDes ini terdiri dari ketua dan anggota yang berjumlah 3 orang. Ketua BumDes bernama Bapak Bambang. Bapak bambang dibantu dengan anggotanya bertugas untuk mengatur serta mengelola agrowisata ini (Bambang, 2019).

Meskipun Agrowisata Durian ini telah dikelola dengan baik, namun Agrowisata Durian ini tidak mengalami perkembangan sebagaimana yang diharapkan oleh pengelola. Dimana umlah kunjungan ditargetkan 10 orang wisatawan setiap minggunya akan tetapi justru mengalami penurunan.

Permasalahan secara umum yang menyebabkan rendahnya jumlah kunjungan wisatawan Agrowisata Durian adalah kurangnya pengelolaan agrowisata yang belum terkemas secara optimal sehingga wisatawan menjadi kurang tertarik untuk berkunjung, hal ini tampak dari belum tersedianya fasilitas sarana dan prasarana yang memadai seperti kamar mandi, cuci, kakus, dan lain sebagainya dimana seharusnya sesuai standar pariwisata di jalur agrowisata. Dan buah durian yang menjadi produk unggulan di agrowisata bersifat musiman, sehingga jika pengunjung berkunjung tidak selalu ada buah durian, dimana wisatawan mengunjungi agrowisata ini karena tertarik akan buah duriannya.

Jika hal tersebut dibiarkan tanpa adanya penanganan yang tepat, maka jumlah kunjungan wisatawan akan terus mengalami penurunan dan memungkinkan terjadinya kebangkrutan terhadap agrowisata tersebut. maka diperlukan adanya strategi pengembangan agrowisata durian. Sebelum menentukan strategi pengembangan terlebih dahulu kita harus mengetahui bagaimana pengembangan agrowisata yang baik.

Pengembangan agrowisata adalah mengemas berbagai aktifitas pertanian sedemikian rupa sehingga dapat menimbulkan daya tarik yang unik (*Unique Selling Point*) untuk disajikan sebagai agrowisata. Secara garis besar ada 2 hal yang perlu dikemas menjadi satu paket wisata agar dapat menarik wisatawan. (1) Budi daya, berbagai budi daya mulai dari pembibitan, pengolahan tanah, penanaman dan pemeliharaan hingga panen dapat menjadi satu paket wisata agar dapat menarik wisatawan apabila panen dapat menjadi kegiatan-kegiatan yang sangat menarik wisatawan apabila kita dapat mengemasnya menjadi satu kegiatan yang unik atau langka. (2) Penataan kawasan areal, satu kawasan pertanian apabila akan dijadikan sebagai obyek agrowisata perlu ditata sedemikian rupa sehingga akan menimbulkan daya tarik. Penataan kawasan tidak hanya ditujukan untuk memberikan kenyamanan bagi pengunjung, namun juga memperhatikan segi-segi kelestarian obyek. Penataan kawasan dapat dilakukan dengan cara menerapkan *system* zonasi. Pembagian zonasi ini dimaksudkan untuk menjaga kelestarian lingkungan/kebun dan menjaga keselamatan pengunjung (Usman, Hakim, & Malik, 2012).

Strategi yang sudah dilakukan oleh agrowisata ini yaitu dengan menggelar pasar tradisional yang berlangsung setiap hari minggu. Di pasar ini terdapat berbagai macam makanan tradisional khas daerah dan juga makanan modern. Uniknya, untuk membeli jajanan yang dijajakan, pengunjung harus membayarnya dengan koin yang bisa ditukar di pintu masuk. Alat tukar tersebut terbuat dari *acrilyc* berukuran 5 cm yang didesain sedemikian rupa dengan nominal yang berbeda-beda sesuai dengan warnanya ada yang bernilai Rp 2500, Rp 5000, dan Rp 10.000. Di agrowisata ini tidak mengenakan tarif masuk kepada pengunjung yang datang. Namun, pengunjung dapat menukarkan uang mereka dengan koin yang akan digunakan untuk membeli kuliner termasuk durian didalam lokasi wisata tersebut (Bambang, 2019). Akan tetapi strategi tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap agrowisata.

Berdasarkan potensi permasalahan-permasalahan tersebut, peneliti merasa perlu melakukan suatu penelitian lebih lanjut dalam bentuk skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Agrowisata Durian (Studi Kasus Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah Desa Adisana Kecamatan Bumiayu)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan, maka permasalahan yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan pengembangan Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah Desa Adisana Kecamatan Bumiayu?
2. Bagaimana strategi pengembangan Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah Desa Adisana Kecamatan Bumiayu?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Untuk mengetahui strategi pengembangan Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah Desa Adisana Kecamatan Bumiayu.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini di antaranya:

- a. Bagi peneliti, hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan mampu menganalisis mengenai strategi pengembangan agrowisata dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah Desa Adisana Kecamatan Bumiayu.
- b. Bagi pengelola dan pedagang Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah Desa Adisana Kecamatan Bumiayu hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam upaya mengembangkan.
- c. Bagi Pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah wawasan mengenai strategi pengembangan

agrowisata serta dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi penelitian selanjutnya

D. Definisi Operasional

Untuk memperjelas pemahaman guna menghindari dan mencegah timbulnya kesalah penafsiran tentang judul penelitian yang penulis buat, terlebih dahulu penulis mendefinisikan beberapa istilah dalam judul.

1. Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Disamping itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan (David, 2004: 24).

Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung kegiatan fungsional manajemen (Hunger & Wheelen, 2005). Perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi suatu usaha, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi, dan memilih strategi tertentu untuk digunakan (David, 2004: 27).

2. Agrowisata

Menurut Jolly dan Reynolds (2005), agrowisata adalah suatu bisnis yang dilakukan oleh para petani yang bekerja disektor pertanian

bagi kesenangan dan edukasi para pengunjung. Agrowisata menghadirkan potensi sumber pendapatan dan meningkatkan keuntungan masyarakat. Pengunjung kawasan agrowisata dapat berhubungan langsung dengan para petani dan mendukung peningkatan produk-produk pertanian secara tidak langsung (Andini, 2013).

Jadi strategi pengembangan agrowisata adalah tindakan yang dilakukan melalui perencanaan dengan menganalisis kondisi lingkungan baik itu dari lingkungan internal maupun lingkungan eksternal hal ini untuk kemajuan agrowisata atau bisnis di *sector* pertanian dan secara langsung meningkatkan keuntungan atau pendapatan masyarakat setempat.

E. Sistematika Pembahasan

Penyusunan skripsi pada halaman judul, pernyataan keaslian penulisan, pengesahan, nota dinas pembimbing, motto, abstrak, pedoman transliterasi, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar *table*, dan daftar gambar. Pada bagian selanjutnya dibahas per bab yang terdiri dari lima bab, yaitu:

Bab pertama berisi tentang pendahuluan. Di dalam bab pendahuluan akan dibahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab kedua berisi tentang landasan teori yang meliputi pengertian agrowisata, manfaat agrowisata, pengembangan agrowisata, strategi pengembangan agrowisata dan kajian penelitian terdahulu.

Bab ketiga berisi tentang metode penelitian. Di dalam bab metode penelitian akan dibahas mengenai jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data dan teknik analisis data.

Bab keempat berisi tentang gambaran umum tempat penelitian serta pembahasan penelitian dari hasil penelitian terkait strategi pengembangan agrowisata durian.

Bab kelima merupakan bab penutup yang mencakup mengenai kesimpulan dari pembahasan serta saran-saran.

Pada bagian akhir penyusunan skripsi, disertai dengan daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.



BAB II LANDASAN TEORI

A. Ihya Al-Mawat

Menurut (Mardani, 2016) Secara etimologis *al-mawat* berarti sesuatu yang tidak bernyawa. Penggarapan secara produktif terhadap tanah yang tidak ada pemiliknya diserupakan hidup, dan melantarkannya diserupakan mati. Hal ini karena tidak adanya manfaat yang didapat dari tanah ini, baik dengan menanaminya atau lainnya. Menghidupkannya berarti memakmurkannya. Ada istilah untuk menyebut tanah yang terlantar, yaitu *al-ardh al-baur*, yaitu tanah yang tidak dimakmurkan dengan tanaman. Adapun *ihya al-mawat* secara terminologis berarti membuka tanah yang tidak bertuan dan belum pernah dikelola untuk dipersiapkan dan dijadikan sebagai tanah yang bermanfaat, untuk perumahan, lahan pertanian, dan lain sebagainya. Yang dimaksud dengan tanah tidak bertuan atau baru menurut (Rasyid, 2007) ialah tanah yang belum pernah di kerjakan oleh siapapun, berarti tanah itu belum dimiliki orang atau tidak diketahui siapa pemiliknya. Hukum membuka tanah adalah *jaiz* (boleh bagi orang Islam, dan sesudah dibuka tanah itu menjadi miliknya. Dasar Hukum *Ihya-al mawat* berasal dari hadis Rasulullah SAW.

Sabda Rasulullah SAW:

IAIN PURWOKERTO

عن جابر قال لئن صلى الله عليه وسلم منا حيا أرضا ميتة فهي له. رواه التهذيب وصححه

Dari Jabir, Nabi bersabda, “Barangsiapa membuka tanah yang baru, maka tanah itu menjadi miliknya,” (Riwayat Tirmizi dan dinilainya sebagai hadis sahih)

من احيارضا ميتة فله فيها اجر وما اكلت العوافى منها فهو له صدقة. رواه النسائي

“Barang siapa membuka tanah yang belum dimiliki orang, maka ia mendapat ganjaran, dan tanaman yang dimakan oleh binatang menjadi sedekahnya,” (Riwayat Nasai)

Dengan hadis ini sebagian ulama berpendapat bahwa membuka tanah baru hukumnya sunat, bukan jaiz. Adapun kalau tanah yang dibuka itu tanah kepunyaan orang lain, maka hukumnya haram, kecuali dengan izin pemiliknya.

Sabda Rasulullah Saw:

من اخذ شبرا من الارض ظلما فانه يطوقه يوم القيامة من سبع ارضين رواه البخارى ومسلم
“Barang siapa mengambil sejengkal tanah dengan jalan zalim (aniaya) maka sesungguhnya tanah ketujuh lapisnya nanti pada hari kiamat akan dibebankan kepadanya.” (Riwayat Bukhari dan Muslim)

“Dari Said bin Zaid, dari Nabi SAW, Beliau bersabda: Barang siapa yang menghidupkan tanah mati, maka tanah itu menjadi miliknya. (HR. Abu Daud, Nasa’I, dan Tirmidzi).

IAIN PURWOKERTO

Cara membuka tanah terserah menurut kebiasaan di tempat masing-masing, begitu pula menurut guna tanah yang dituju. Tanah yang akan dijadikan kebun berbeda cara membukanya dengan tanah yang akan dibuat sawah atau perumahan. Apabila seseorang telah mulai bekerja menandai tanah yang dimaksudnya, maka dia lebih berhak pada tanah itu dengan dua syarat:

1. Tanah yang ditandainya itu hanya sekedar cukup untuk keperluannya. Kalau lebih, orang lain boleh mengambil yang lebih itu.
2. Sanggup dan cukup memiliki alat untuk meneruskannya, buka semata-mata untuk menandai tanah saja.

Kalau masa tanah yang ditandai telah lama, sedangkan dia belum juga meneruskannya, maka yang berkuasa didalam negeri boleh memberinya peringatan, dan kepadanya diberi pula kesempatan dalam sedikit waktu aar dia dapat meneruskannya. Apabila tidak diteruskan dalam waktu yang dijanjikan, batallah haknya, dan orang lain berhak mengerjakannya.

B. Pengertian Agrowisata

Agrowisata merupakan salah satu produk wisata yang memanfaatkan usaha agro sebagai objek wisata. Surat Keputusan bersama Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi, dan Menteri Pertanian No. KM.47/PW.DOW/MPPT-89 dan Nomor 204 /KPTS/HK/0504/1989, agrowisata didefinisikan sebagai suatu bentuk kegiatan yang memanfaatkan usaha agro mulai dari awal sampai dengan produk pertanian dalam berbagai *system*, skala dan bentuk sebagai objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi dan hubungan usaha di bidang pertanian. Menurut Goodwin (1998) menyatakan agrowisata sebagai suatu kegiatan yang secara sadar ingin menempatkan *sector* primer (pertanian) dikawasan *sector* tersier (pariwisata), agar perkembangan *sector* primer dapat lebih dipercepat, dan petani memperoleh peningkatan pendapatan dan pariwisata yang memanfaatkan kegiatan *sector* pertanian tersebut (I Made Gunawan, 2016).

Secara lebih jelas didefinisikan oleh Sutjipta (2001), agrowisata adalah sebuah sistem kegiatan yang terpadu dan terkoordinasi untuk pengembangan pariwisata sekaligus pertanian, dalam kaitannya dengan pelestarian lingkungan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Dradjat , Hasdevi Agrippina ; Mugnisjah , Wahyu Qamara ;, 2016)

Menurut (Jahar, 2008) agrowisata merupakan suatu bentuk kegiatan yang memanfaatkan usaha agro sebagai objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi dan

hubungan usaha dibidang pertanian. Selain perkebunan menjadi sektor ekonomi yang dikembangkan untuk kesejahteraan masyarakat, perkebunan juga mampu menjadi daya tarik wisata bagi wisatawan.

Menurut (Oka, 2000) agrowisata adalah suatu jenis pariwisata yang khusus menjadikan tanaman pertanian, peternakan, perkebunan sebagai daya tarik bagi wisatawan. Menurut (Damardjati, 2006) agrowisata adalah wisata pertanian dengan objek kunjungan daerah pertanian atau perkebunan yang sifatnya khas, yang telah dikembangkan sedemikian rupa sehingga berbagai aspek yang terkait dengan jenis tumbuhan yang dibudidayakan itu telah menimbulkan motivasi dan daya tarik bagi wisatawan yang mengunjunginya. Aspek-aspek itu antara lain adalah jenis tanaman yang khas, cara budidaya dan pengelolaan produknya, penggunaan teknik dan teknologi, aspek kesejarahanya, lingkungan alam dan juga sosial budaya disekelilingnya.

Menurut Phillip, Hunter, & Blackstock, Agrowisata merupakan penerapan konsep yang paling efisien dari pembangunan ekonomi desa menggunakan pemanfaatan sumber daya lokal pada perdesaan dimana tidak hanya melakukan aktivitas utama pertanian seperti bercocok tanam, tetapi juga pengolahan dan juga peternakan (Dewi, Ristianti, & Wungo, 2019).

Agrowisata merupakan salah satu bentuk ekonomi kreatif dalam sektor pertanian yang dapat memberikan nilai tambah bagi usaha agribisnis dalam rangka meningkatkan kesejahteraan petani. Agrowisata juga dapat dikatakan sebagai kombinasi antara pertanian dan pariwisata. Menurut Sastrayuda (2010) agrowisata merupakan suatu bentuk rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai objek wisata, baik berupa potensi pemandangan alam kawasan pertaniannya maupun kekhasan dan keanekaragaman aktivitas produksi dan teknologi pertanian serta budaya masyarakat petaninya (Makarim).

Agrowisata atau wisata pertanian didefinisikan sebagai rangkaian aktivitas perjalanan wisata yang memanfaatkan lokasi atau sektor

pertanian mulai dari awal produksi hingga diperoleh produk pertanian dalam berbagai sistem dan skala dengan tujuan memperluas pengetahuan, pemahaman, pengalaman, dan rekreasi di bidang pertanian (Nurisjah, 2001).

C. Manfaat Agrowisata

Semakin maraknya wisata yang berbau pertanian yang ditawarkan bagi umum membuka peluang baru dalam industry pertanian. Hal ini dapat dijadikan salah satu metode dalam diseminasi inovasi dan teknologi khususnya dalam dunia seputar pertanian. Secara umum, selain menjadi pilihan masyarakat dalam mengisi waktu libur, menurut (Mayasari & Ramdhan, 2013) manfaat dari konsep agrowisata ini antara lain :

1. Sebagai wahana untuk mendiseminasikan berbagai teknologi pertanian kepada masyarakat secara umum
2. Sebagai kegiatan dalam rangka memanfaatkan dan melestarikan lingkungan sekitar
3. Meningkatkan pendapatan petani dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar
4. Menambah nilai estetika pada lingkungan sekitar
5. Sebagai wahana edukasi dan merangsang kegiatan ilmiah

Manfaat agrowisata terbagi menjadi dua yaitu manfaat bagi petani lokal dan bagi pengunjung pertama manfaat dari agrowisata bagi petani local dapat dirinci sebagai berikut: 1) *Agriturism* dapat memunculkan peluang bagi petani lokal untuk meningkatkan pendapatan dan meningkatkan taraf hidup serta kelangsungan operasi mereka. 2) Menjadi sarana yang baik untuk mendidik orang banyak/masyarakat tentang pentingnya pertanian dan kontribusinya untuk perekonomian secara luas dan meningkatkan mutu hidup. 3) Mengurangi arus urbanisasi ke perkotaan karena masyarakat telah mampu mendapatkan pendapatan yang layak dari usahanya di desa (*agritourism*). 4) *Agritourism* dapat menjadi media promosi untuk produk lokal, dan membantu perkembangan regional

dalam memasarkan usaha dan menciptakan nilai tambah dan “*directmarketing*” merangsang kegiatan ekonomi dan memberikan manfaat kepada masyarakat di daerah dimana *agrotourism* dikembangkan, Sedangkan manfaat agrowisata bagi pengunjung adalah sebagai berikut: 1) Menjalinkan hubungan kekeluargaan dengan petani atau masyarakat lokal 2) Meningkatkan kesehatan dan kesegaran tubuh 3) Beristirahat dan menghilangkan kejenuhan 4) Mendapatkan petualangan yang mengagumkan 5) Mendapatkan makanan yang benar-benar alami (*organic food*) 6) Mendapatkan suasana yang benar-benar berbeda 7) Biaya yang murah karena agrowisata relatif lebih murah dari wisata yang lainnya (Nugraha, 2017).

Moh. Reza Tirtawinata, dan Lisdiana Fachruddin, 1999 menyatakan ada lima manfaat agrowisata yaitu (a) meningkatkan konservasi lingkungan, (b) meningkatkan nilai estetika dan keindahan alam, (c) memberi nilai rekreasi, (d) meningkatkan kegiatan ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan, dan (e) mendapatkan keuntungan ekonomi (Tirtawinata & Fachruddin, 1999).

D. Pengembangan Agrowisata

Menurut Kasperek, 2007 dalam (Nurhadi, 2018) diperlukan beberapa syarat untuk mengembangkan agrowisata, antara lain:

1. *Landscape* otentik yang alami dengan ukuran cukup luas;
2. Terdapatnya budaya, sejarah atau daya tarik alami pada area tersebut;
3. Jalur transportasi yang memudahkan akses ke area wisata;
4. Infrastruktur transportasi, akomodasi dan logistik yang memadai;
5. Kondisi politik yang stabil; dan
6. Penerimaan dari penduduk lokal.

Sedangkan faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam pengembangan suatu kawasan agrowisata adalah menyangkut daya tarik objek wisata, sarana berwisata dan prasarana berwisata. Obyek agrowisata harus mencerminkan pola pertanian Indonesia baik secara tradisional

maupun modern, hal ini akan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Sekitar lokasi wisata dapat disediakan berbagai jenis atraksi wisata atau kegiatan wisata sesuai dengan potensi sumber daya pertanian dan kebudayaan setempat.

Pengembangan agrowisata tidak bisa dilepaskan dari masyarakat di sekitar kawasan agrowisata, mengingat masyarakat lokal berperan besar dalam keberhasilan sebuah agrowisata. Keterlibatan dan partisipasi masyarakat (Putra, Amalia, & Utami). Pengembangan agrowisata pada prinsipnya akan menciptakan lapangan pekerjaan, karena usaha ini dapat menyerap tenaga kerja dari masyarakat pedesaan, sehingga dapat menahan atau mengurangi arus urbanisasi yang semakin meningkat saat ini (Maulida, 2019). Bagaimanapun, agrowisata juga merupakan kesempatan untuk mendidik orang banyak atau masyarakat tentang pertanian. Pemain kunci didalam agrowisata ini adalah petani dan selebihnya adalah pengunjung (wisatawan) dan pemerintah atau institusi. Peran mereka bersama dengan interaksi mereka adalah penting untuk menuju sukses dalam pengembangan agrowisata.

Prinsip-prinsip pengembangan agrowisata, menurut Wood, 2000 dalam (Pitana, 2003) adalah menekankan serendah-rendahnya dampak negatif terhadap alam dan kebudayaan yang dapat merusak daerah tujuan wisata, memberikan pembelajaran kepada wisatawan mengenai pentingnya suatu pelestarian, menekankan pentingnya bisnis yang bertanggung jawab yang bekerjasama dengan unsur pemerintah dan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan penduduk lokal dan memberikan manfaat pada usaha pelestarian, mengarahkan keuntungan ekonomi secara langsung untuk tujuan pelestarian, manajemen sumberdaya alam dan kawasan yang dilindungi, memberikan penekanan pada kebutuhan zona pariwisata regional dan penataan serta pengelolaan tanam-tanaman untuk tujuan wisata di kawasan-kawasan yang ditetapkan untuk tujuan wisata tersebut, memberikan penekanan pada kegunaan studi-studi berbasis lingkungan dan sosial, dan program-program jangka panjang, untuk mengevaluasi dan

menekan serendah-rendahnya dampak pariwisata terhadap lingkungan, mendorong usaha peningkatan manfaat ekonomi untuk negara, pebisnis, dan masyarakat lokal, terutama penduduk yang tinggal di wilayah sekitar kawasan yang dilindungi, berusaha untuk meyakinkan bahwa perkembangan pariwisata tidak melampaui batas-batas sosial dan lingkungan yang dapat diterima seperti yang ditetapkan para peneliti yang telah bekerjasama dengan penduduk lokal, mempercayakan pemanfaatan sumber energi, melindungi tumbuh-tumbuhan dan binatang liar, dan menyesuaikannya dengan lingkungan alam dan budaya.

Dalam pengembangan agrowisata bukan sekedar hanya menikmati sumber daya alam dan indahnya perkebunan saja tetapi para wisatawan bisa menikmati berbagai macam atraksi-atraksi spesifik yang dilakukan oleh masyarakat dapat lebih ditonjolkan, namun tetap menjaga nilai estetika masyarakat lokal yang ada, dibuat sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan produk agrowisata yang menarik. Fasilitas pendukung wisatawan dapat disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat modern, namun tidak mengganggu keseimbangan ekosistem yang ada (Aprianto, Ambarsari, & Listiyani, 2018).

Menurut Damaik dan Weber (2006) salah satu prinsip pengembangan agrowisata yang berkelanjutan adalah adanya partisipasi masyarakat dalam perencanaan. Masyarakat *local*, terutama penduduk asli yang bermukim di kawasan wisata, menjadi salah satu pemain kunci dalam pariwisata, karena sesungguhnya merekalah yang akan menyediakan sebagian besar atraksi sekaligus menentukan kualitas produk wisata. (Nurulitha, 2013).

Manurut Suyastri (2012), pelaksanaan konsep agrowisata akan dapat meningkatkan kesejahteraan petani, pelestarian lingkungan alam dan menghambat niat petani untuk melakukan alih fungsi lahan. Agrowisata merupakan sebuah pilihan penting yang berhubungan dengan prioritas sekarang dan yang akan datang, tujuan pengembangan berkelanjutan tersebut menghubungkan pertanian dan pariwisata. Strategi pertama untuk

mengembangkan agrowisata dalam jangka pendek seharusnya memperhitungkan kebutuhan infrastruktur dan keamanan untuk wisatawan agrowisata, serta adanya kerjasama yang efektif dengan biro perjalanan untuk mempromosikan tempat-tempat pariwisata baru (Catalino dan Lizardo, 2004)

Sedangkan menurut Syamsiar (2007), pengembangan agrowisata sebagai pendekatan pembangunan pertanian dan pariwisata yang menempatkan masyarakat sebagai bagian yang tidak terpisahkan merupakan esensi dari pembangunan yang berbasis pada komunitas atau masyarakat yang sering disebut sebagai *Community Based Development*. (Sanjaya, 2013) Melalui pengembangan agrowisata yang menonjolkan budaya *local* dalam memanfaatkan lahan, pendapatan petani diharapkan dapat ditingkatkan dan sekaligus melestarikan sumber daya lahan, serta memelihara budaya maupun teknologi *local* yang umumnya sesuai dengan lingkungan kondisi alaminya. (Kartika, 2013)

E. Strategi Pengembangan Agrowisata

Secara garis besar strategi pengembangan agrowisata meliputi beberapa aspek diantaranya sumber daya manusia, sumber daya alam dan promosi. Sumber daya manusia disini maksudnya adalah dimana pihak pekerja agrowisata memiliki kemampuan untuk mengelola agrowisata dengan baik. Hal ini dapat dilakukan dengan pelatihan dan pengembangan SDM yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, pengetahuan dan keterampilan bagi para pekerja dalam berkomunikasi dengan wisatawan.

Sumber daya alam ini merupakan produk utama yang ditonjolkan dalam agrowisata yaitu kealamian atau keasrian lingkungan agrowisata dan menjadi salah satu produk yang ditawarkan agrowisata, dimana sumber daya alam ini dikelola oleh pekerja agrowisata agar dikemas dengan semenarik mungkin dengan tidak menghilangkan keaslian lingkungan agrowisata sehingga hal tersebut dapat menarik perhatian

wisatawan yang datang. Selain itu dalam mengembangkan agrowisata perlu adanya promosi.

Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut (Gitosudarmo, 2014:159) promosi ini dilakukan terus-menerus baik melalui media cetak pamflet, brosur ataupun baliho dan juga melalui media social baik itu *facebook*, *instagram* maupun *whatsapp*.

Menurut (Asnawi & Fanani, 2017) Etika melakukan promosi dalam Islam adalah tidak diperbolehkan melakukan pelecehan terhadap suku, agama, dan ras, eksploitasi perempuan dalam iklan, penggunaan fantasi yang berlebihan (bahasa hiperbola) dan penggunaan perempuan sebagai objek untuk memikat dan menarik pelanggan. Semua pedoman dalam Islam tentang promosi ditujukan untuk menghilangkan praktik penipuan dan perlakuan tidak adil yang menimpa. Promosi merupakan upaya untuk memperkenalkan dan menawarkan produk kepada konsumen. Dalam Islam dalam melaksanakan promosi dilarang memberikan informasi yang berlebihan. Rasulullah SAW sendiri dalam melakukan promosi barang yang diperdagangkan tidak pernah memberikan informasi yang berlebihan, justru beliau memberikan informasi apa adanya sehingga pembeli akan memperoleh informasi tentang produk secara jelas sebelum memutuskan untuk membelinya.

Dampak promosi yang berlebihan akan menimbulkan kekecewaan konsumen akibat dari mendapatkan suatu barang tetapi tidak sesuai dengan ekspektasinya. Karena konsumen kecewa maka konsumen akan memberikan informasi yang negative melalui media word of mouth dan implikaisnya hilanglah kepercayaan konsumen pada marketer yang kurang jujur. Pentingnya kejujuran dalam melakukan promosi dan ketidakjujuran sebagai tindakan yang tercela disampaikan melalui hadis Rasulullah SAW yaitu:

“Yang dinamakan berdagang dengan janji palsu adalah usaha untuk melariskan barang dagangan dan juga berusaha dengan cara yang tercela” (HR.Bukhari dan Muslim)

Makna yang jelas berdasarkan haid tersebut adalah rusaknya “keuntungan” yang berarti hilangnya keuntungan secara financial, relasional, kepercayaan dan keberlangsungan bbisnis secara jangka panjang bagi para pelaku pemasaran. Hal ini juga diperkuat oleh sabda Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Muslim sebagai berikut:

“Sumpah atau janji yang diucapkan untuk melariskan perdagangan dapat merusak keuntungan” (HR. Muslim).

Ketiga aspek diatas memiliki peran yang penting bagi pengembangan agrowisata. Menurut Suwanto (2004), strategi pengembangan kepariwisataan bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang, dan bertahap. Dapat dikatakan bahwa pengembangan pariwisata merupakan proses perubahan fisik maupun nonfisik suatu daya tarik maupun potensi wisata agar lebih menarik dan berkembang. Selaras dengan hal tersebut Mangiri (2003) mengelompokkan empat kebutuhan dasar yang ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata di tempat tujuan wisata yaitu. (1) angkutan, (2) akomodasi dan pangan, (3) daya tarik, dan (4) kemudahan (Nurhadi, 2018).

F. Kajian Penelitian Terdahulu

A. Yusuf Kholil dan Farah Mutiara dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Potensi Dan Strategi Pengembangan Agrowisata” Tujuan pertama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis potensi agrowisata Bukit Flora dan area potensial untuk mendukung pengembangan agrowisata Bukit Flora. Tujuan kedua adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisa agrowisata lingkungan internal dan

eksternal Bukit Flora faktor-faktor menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk pengembangan agrowisata Bukit Flora dan tujuan terakhir dalam penelitian ini adalah merumuskan strategi yang tepat untuk strategi pengembangan agrowisata Bukit Flora. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis kualitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis potensi agrowisata Bukit Flora dan mengidentifikasi faktor-faktor utama untuk memberi bobot pada faktor-faktor yang telah kami tentukan yang terdiri dari kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman dengan membandingkan baris dan kolom masing-masing variabel pada faktor internal (IFE) dan eksternal (EFE). Sedangkan penggunaan analisis kualitatif dalam bentuk analisis SWOT dan matriks SWOT yaitu matriks IE digunakan untuk menganalisis pengembangan strategi agrowisata menggunakan analisis QSPM. IFE skor tertimbang total 2,56 dan 2,30 untuk EFE. Penempatan agro Bukit Flora ada di sel V. Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT, dapat diperoleh empat strategi alternatif yang dapat diambil dalam pengembangan agro Bukit Flora. Berdasarkan hasil matriks QSPM, nilai daya tarik tertinggi pada 3 strategi dengan jumlah total daya tarik (TAS) adalah 6,26 (Kholil & Mutiara, 2018).

Lucyana Trimo, Gema Wibawa Mukti, Fauziana H dalam jurnalnya yang berjudul "Kajian Strategi Pengembangan Agrowisata Kopi Luwak" hasil penelitiannya bahwa Kelompok Usaha Kopi Luwak Manglayang (KLM) berusaha mengembangkan agrowisata kopi luwak dengan menerapkan kaidah kesejahteraan hewan di kawasan kaki Gunung Manglayang, namun saat ini belum dikembangkan secara optimal. Penelitian dilakukan pada kelompok usaha KLM, di kaki Gunung Manglayang. Desain penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik penelitian studi kasus. Rancangan analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, analisis matriks IFE, analisis matriks EFE, dan analisis SWOT. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa kegiatan agrowisata kopi luwak yang telah dilakukan oleh

KLM mulai dari edukasi mengenai proses produksi kopi luwak dengan menerapkan kaidah kesejahteraan satwa hingga wisata kuliner. Strategi yang telah dilakukan oleh KLM dalam pengembangan agrowisata kopi luwak adalah membuat rencana dalam perbaikan fasilitas di lokasi KLM, meningkatkan cita rasa kopi yang dihasilkan oleh KLM, dan melakukan promosi agrowisata KLM melalui media sosial. Strategi yang paling tepat dan diutamakan dalam pengembangan agrowisata KLM yaitu strategi agresif dengan meningkatkan berbagai daya tarik agrowisata KLM serta memperluas pemasaran agrowisata KLM (Trimo, Mukti, & H, 2018).

Suwardhana Adyaksa Anak Agung Putra, I Gusti Ngurah Priardi Aviantara, I Wayan Widia dalam jurnalnya yang berjudul “Strategi Pengembangan Agrowisata Berbasis Analisis Swot Di Unit Usaha Agro Mandiri” bahwa tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis kondisi internal dan eksternal untuk mengembangkan dan merekomendasikan strategi pengembangan bisnis di Agro Mandiri. Penelitian ini dilakukan di Agro Mandiri. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dan wawancara mendalam menggunakan bantuan kuesioner. Data hasil survei dan wawancara dianalisis untuk memperoleh rumusan strategi menggunakan analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT). Penilaian bobot dan penilaian dilakukan oleh 5 ahli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 3 kekuatan, 6 kelemahan, 4 peluang, dan 3 ancaman. Hasil penilaian bobot dan peringkat adalah 3,65 untuk Evaluasi Faktor Internal (IFE) dan 3,29 untuk Evaluasi Faktor Eksternal (EFE). Nilai ini menunjukkan posisi yang kuat dalam matriks Internal Eksternal (IE) dengan strategi yang harus dilakukan adalah strategi intensif dan integratif. Berdasarkan matriks analisis SWOT, ada 4 strategi alternatif dengan 7 program yang akan digunakan untuk agrowisata mengembangkan Agro Mandiri (Putra, Aviantara, & Widia).

Jurnal Gugun Gunawan, Sariyoga, Muhamad Wahyu, Staf Pengajar dan Alumni Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata Di

Kampung Kramat Tanjung Desa Bunihara Kecamatan Anyer Kabupaten Serang”.

Gugun Gunawan, Sariyoga, Muhamad Wahyu dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata Di Kampung Kramat Tanjung Desa Bunihara Kecamatan Anyer Kabupaten Serang” bahwa Agrowisata di desa Kramat Tanjung desa Bunihara terdiri dari tiga pengusaha agrowisata. Ketiga perusahaan muncul di kedua bidang pertanian dan bidang agrowisata. Agrowisata di desa Kramat Tanjung desa Bunihara dibangun pada tahun 2012 yang berfokus dalam bisnis agrowisata. Saat bisnis berjalan, tempat ini menghadapi banyak masalah internal dan eksternal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan serta merumuskan strategi alternatif untuk mengembangkan bisnis. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah faktor internal dan eksternal, IFE Matrix, EFE matriks, matriks IE, dan matriks SWOT. Berdasarkan matriks SWOT, strategi alternatif yang diberikan untuk mengembangkan agrowisata ini dibagi menjadi empat. Yang pertama adalah S-O Strategi: 1) menambahkan fasilitas lain seperti restoran, outbound, pariwisata edukatif, sehingga dapat mengundang lebih banyak pengunjung dan mengembangkan obyek wisata baru inovatif. yang kedua adalah strategi W-O, adalah: 1) meningkatkan promosi dengan media cetak dan media elektronik yang lebih efektif, dan juga membuat paket khusus dari pariwisata bagi pengunjung. 2) Menerapkan pelatihan dan mengembangkan sumber daya manusia. Yang ketiga adalah strategi S-T, 1) meningkatkan kualitas layanan dan produk dengan menonjolkan karakteristik sendiri, sehingga pelanggan merasa puas dengan layanan dan fasilitas. Strategi terakhir adalah strategi W-T, 1) menciptakan sistem manajerial, khususnya di bidang keuangan dan operasional. 2) Apakah yang bekerja sama bekerja dengan pemerintah untuk memperbaiki infrastruktur rute, membantu promosi pariwisata daerah (Gunawan, Sariyoga, & Wahyu).

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Judul	Persamaan	Perbedaan
1	A. Yusuf Kholil dan Farah Mutiara dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Potensi Dan Strategi Pengembangan Agrowisata”	<ul style="list-style-type: none"> Analisis yang digunakan 	<ul style="list-style-type: none"> Tempat penelitian
2	Lucyana Trimo, Gema Wibawa Mukti, Fauziana H dalam jurnalnya yang berjudul “Kajian Strategi Pengembangan Agrowisata Kopi Luwak”	<ul style="list-style-type: none"> Analisis yang digunakan 	<ul style="list-style-type: none"> Tempat penelitian
3	Suwardhana Adyaksa Anak Agung Putra, I Gusti Ngurah Apriadi Aviantara, I Wayan Widia dalam jurnalnya yang berjudul “Strategi Pengembangan Agrowisata Berbasis Analisis Swot Di Unit Usaha Agri Mandiri”	<ul style="list-style-type: none"> Analisis yang digunakan 	<ul style="list-style-type: none"> Tempat penelitian
4	Gugun Gunawan, Sariyoga, Muhamad Wahyu dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata Di Kampung Kramat Tanjung Desa Bunihara Kecamatan Anyer Kabupaten Serang”	<ul style="list-style-type: none"> Analisis yang digunakan 	<ul style="list-style-type: none"> Tempat penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif yang menjadi *instrument* atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu, peneliti sebagai *instrument* harus “divalidasi” seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan. Validasi terhadap peneliti sebagai *instrument* meliputi validasi terhadap pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki obyek penelitian, baik secara akademik maupun logistiknya. Yang melakukan validasi adalah peneliti itu sendiri, melalui evaluasi dan seberapa jauh pemahaman terhadap metode kualitatif, pengetahuan teori, dan wawasan terhadap bidang yang diteliti, serta kesiapan dalam bekal memasuki lapangan (Sugiyono, 2009: 305-306).

B. Sumber data

Sumber data dalam penelitian kualitatif adalah sumber data yang diperoleh dari pengamatan atau dari wawancara, selebihnya merupakan sumber data berupa dokumen dan foto. Menurut (Sugadji & Sopiah, 2010: 48) sumber data adalah subjek penelitian tempat data menempel berupa benda, gerak, manusia, tempat, dan sebagainya. Sumber data dalam penelitian dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari informan. Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan para informan yaitu Pengelola Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah, Kepala Desa Adisana, dan Masyarakat Desa Adisana serta observasi langsung pada

subjek penelitian di tempat penelitian selama penelitian (Sangadji & Sopiah, 2010: 44).

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari buku atau informasi melalui media perantara. Menurut (Sangadji & Sopiah, 2010: 44) data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh orang lain). Data sekunder dalam penelitian ini adalah Laporan Penanggungjawab Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah.

C. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuisisioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya.

1. Interview (wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti telah mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan juga respondenya sedikit/kecil. Teknik pengumpulan data yang mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan. Menurut Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan bahwa anggapan yang sudah dipegang oleh peneliti dalam menggunakan metode interview (wawancara) atau kuisisioner (angket) adalah sebagai berikut:

- a. Bahwa subyek (responden) adalah orang paling mengerti dirinya sendiri.
- b. Bahwa apa yang dinyatakan oleh subyek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya.

- c. Bahwa interpretasi subyek tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti kepadanya adalah sama dengan apa yang dimaksud oleh peneliti.

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun yang tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (face in face) maupun dengan menggunakan telepon (Sugiyono, 2009: 193-194).

2. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atas pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/ pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Bila penelitian dilakukan pada lingkup yang tidak terlalu luas, sehingga kuesioner dapat diantarkan langsung dalam waktu tidak terlalu lama, maka pengiriman angket kepada responden tidak perlu melalui pos. Dengan adanya kontak antara peneliti dengan responden akan menciptakan suatu kondisi yang cukup baik, sehingga responden dengan sukarela akan memberikan data obyektif (Sugiyono, 2009: 199-200).

3. Observasi (pengamatan)

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain.

Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun

dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, peneliti berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2009: 203).

D. Uji keabsahan data

Menurut (Moleong, 2012:) uji keabsahan data meliputi beberapa aspek, yaitu:

1. Perpanjangan keikutsertaan

Sebagaimana sudah dikemukakan, peneliti dalam penelitian kualitatif adalah *instrument* itu sendiri. Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Keikutsertaan tersebut tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan pada latar penelitian.

Perpanjangan keikutsertaan berarti tinggal di lapangan penelitian sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai. Jika hal itu dilakukan maka akan membatasi:

- a. Membatasi gangguan dari dampak peneliti pada konteks,
- b. Membatasi kekeliruan (*biasess*) peneliti,
- c. Mengkompensasikan pengaruh dari kejadian-kejadian yang tidak biasa atau pengaruh sesaat.

2. Ketekunan/ keajegan pengamatan

Keajegan pengamatan berarti mencari secara konsisten interpretasi dengan berbagai cara dalam kaitan dengan proses analisis yang konstan atau *tentative*. Mencari apa yang dapat diperhitungkan dan apa yang tidak dapat.

Seperti yang telah diuraikan, maksud perpanjangan keikutsertaan ialah untuk memungkinkan peneliti terbuka terhadap pengaruh ganda, yaitu factor-faktor kontekstual dan pengaruh bersama

IAIN PURWOKERTO

pada peneliti dan subjek yang akhirnya mempengaruhi fenomena yang diteliti. Berbeda dengan hal itu, ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci. Dengan lain, jika perpanjangan keikutsertaan menyediakan lingkup maka ketekunan pengamatan menyediakan kedalaman.

3. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori.

Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Patton 1987: 331). Hal itu dapat dicapai dengan jalan: (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara; (2) membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi; (3) membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu; (4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan; (5) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

4. Pemeriksaan sejawat melalui diskusi

Teknik ini dilakukan dengan cara mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi dengan rekan-

rekan sejawat. Teknik ini mengandung beberapa maksud sebagai salah satu teknik pemeriksaan keabsahan data.

Pertama, untuk membuat agar peneliti tetap mempertahankan sikap terbuka dan kejujuran. Dalam diskusi analitik tersebut kemelencengan peneliti disingkap dan pengertian mendalam telaah yang nantinya menjadi dasar bagi klarifikasi penafsiran. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan agar disusun sehingga dapat diklasifikasikan menurut persoalan-persoalan yang berkaitan dengan teori *substantive*, metodologi, hukum dan peraturan, etika, atau lain-lain yang relevan. Peneliti sebagai pemimpin diskusi hendaknya sepenuhnya menyadari posisi, keadaan, dan proses yang ditempuhnya sehingga dapat memperoleh hasil yang diharapkan.

Kedua, diskusi sejawat ini memberikan suatu kesempatan awal yang baik untuk mulai menjajaki dan menguji hipotesis kerja yang muncul dari pemikiran peneliti. Ada kemungkinan hipotesis yang muncul dalam benak peneliti sudah dapat dikonfirmasi, tetapi dalam diskusi analitik ini mungkin sekali dapat terungkap segi-segi lainnya yang justru membongkar pemikiran peneliti. Sekiranya peneliti tidak dapat mempertahankan posisinya, maka dia perlu mempertimbangkan kembali arah hipotesisnya itu.

Diskusi analitik ini pun dapat memberikan kesempatan kepada peneliti untuk ikut merasakan ketertarikan para peserta diskusi sehingga memungkinkannya membersihkan emosi dan perasaannya guna dipakai untuk membuat sesuatu yang tepat.

5. Analisis kasus negative

Teknik analisis kasus *negative* dilakukan dengan jalan mengumpulkan contoh dan kasus yang tidak sesuai dengan pola dan kecenderungan informasi yang telah dikumpulkan dan digunakan sebagai bahan pembanding. Dalam suatu latihan kepemimpinan perusahaan, sebagian peserta berhasil dengan baik dan telah menduduki kedudukan yang baik. Peserta yang tidak menyelesaikan

program dan meninggalkan latihan sebelum waktunya diambil sebagai kasus untuk meneliti kekurangan program latihan tersebut. kasus negative demikian digunakan sebagai kasus *negative* untuk menjelaskan hipotesis kerja *alternative* sebagai upaya meningkatkan argumentasi penemuan.

6. Pengecekan anggota

Pengecekan anggota yang terlibat dalam proses pengumpulan data sangat penting dalam pemeriksaan derajat kepercayaan. Yang dicek dengan anggota yang terlibat meliputi data, kategori analitis, penafsiran, dan kesimpulan. Para anggota yang terlibat yang mewakili rekan-rekan mereka dimanfaatkan untuk memberikan reaksi dari segi pandangan dan situasi mereka sendiri terhadap data yang telah diorganisasikan oleh peneliti.

Pengecekan anggota dapat dilakukan baik secara formal maupun secara tidak formal. Banyak kesempatan tersedia untuk mengadakan pengecekan anggota, yaitu setiap hari pada waktu peneliti bergaul dengan para subjeknya. Misalnya ikhtisar wawancara dapat diperlihatkan untuk dipelajari oleh satu atau beberapa anggota yang terlibat, dan mereka diminta pendapatnya. Terhadap hasil tanggapan seseorang dapat dimintakan tanggapan dari orang lainnya. Demikian pula pendapat satu kelompok dapat pula dicek dengan pendapat kelompok lainnya.

7. Uraian rinci

Usaha membangun keteralihan dalam penelitian kualitatif jelas sangat berbeda dengan non kualitatif dengan validitas eksternalnya. Dalam penelitian kualitatif hal itu dilakukan dengan cara uraian rinci (*thick description*). Keteralihan bergantung pada pengetahuan seorang peneliti tentang konteks pengirim dan konteks penerima. Dengan demikian peneliti bertanggung jawab terhadap penyediaan dasar secukupnya yang memungkinkan seseorang merenungkan suatu

aplikasi pada penerima sehingga memungkinkan adanya perbandingan.

Teknik ini menuntut peneliti agar melaporkan hasil penelitiannya sehingga uraiannya itu dilakukan seteliti dan secermat mungkin yang menggambarkan konteks tempat penelitian diselenggarakan. Jelas laporan itu harus mengacu pada *focus* penelitian, uraiannya harus mengungkapkan secara khusus sekali segala sesuatu yang dibutuhkan oleh pembaca agar ia dapat memahami temuan-temuan yang diperoleh. Temuan itu sendiri tentunya bukan bagian dari uraian rinci, melainkan penafsirannya yang dilakukan dalam bentuk uraian rinci dengan segala macam pertanggung jawaban berdasarkan kejadian-kejadian nyata.

8. Auditing

Auditing adalah konsep, khususnya di bidang *fiscal* yang dimanfaatkan untuk memeriksa kebergantungan dan kepastian data. Hal itu dilakukan baik terhadap proses maupun terhadap hasil atau keluaran. Penelusuran audit (*audit trial*) tidak dapat dilaksanakan apabila tidak dilengkapi dengan catatan-catatan pelaksanaan keseluruhan proses dan hasil studi. Pencatatan pelaksanaan itu perlu diklasifikasikan terlebih dahulu sebelum auditing itu dilakukan sebagaimana yang dilakukan pada auditing *fiscal*.

Klasifikasi itu dapat dilakukan seperti yang diselenggarakan oleh Halpern (1983, dalam Lincoln dan Guba, 1985-319-320) sebagai berikut:

- a. Data mentah, termasuk bahan yang direkam secara elektronik, catatan lapangan tertulis, dokumen, foto, dan semacamnya serta hasil *survey*.
- b. Data yang direduksi dan hasil analisis data, termasuk didalamnya penulisan secara lengkap catatan lapangan, ikhtisar catatan, informasi yang dibuat persatuan seperti kartu, ikhtisar data

- kuantitatif (jika ada), dan catatan teori seperti hipotesis kerja, konsep, dan semacamnya.
- c. Rekonstruksi data dan hasil sintesis, termasuk di dalamnya struktur kategori: tema, definisi, dan hubungan-hubungannya; temuan dan kesimpulan; dan laporan akhir dan hubungannya dengan kepustakaan mutakhir, integrasi konsep hubungan dan penafsirannya;
 - d. Catatan tentang proses penyelenggaraan, termasuk didalamnya catatan metodologi: prosedur, desain, strategi rasional; catatan tentang keabsahan data: berkaitan dengan derajat kepercayaan, kebergantungan dan kepastian, dan penelusuran audit.
 - e. Bahan yang berkaitan dengan maksud dan keinginan, termasuk usulan penelitian, catatan pribadi: catatan reflektif dan motivasi, dan harapan : harapan dan peramalan.
 - f. Informasi tentang pengembangan *instrument*, termasuk berbagai formulir yang digunakan untuk penyajakan, jadwal pendahuluan, format pengamat, dan *survey*.

E. Teknik analisis data

Teknik-teknik perumusan strategi yang penting dapat diintegrasikan ke dalam kerangka pengambilan keputusan tiga tahap (David, 2010: 325-336):

1. Tahap Input

Dari kerangka perumusan terdiri atas Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*External Factor Evaluation-EFE*) dan Matriks Evaluasi Faktor internal (*Internal Factor Evaluation- IFE*), matriks ini menjadi informasi input dasar untuk matriks-matriks tahap selanjutnya.

Alat-alat input mendorong para penyusun strategi untuk mengukur subjektivitas selama tahap awal proses perumusan strategi. Membuat berbagai keputusan kecil dalam matriks input menyangkut signifikansi *relative factor*-faktor eksternal dan internal

memungkinkan para penyusun strategi untuk secara lebih efektif menciptakan serta mengevaluasi strategi *alternative*. Penilaian intuitif yang baik selalu dibutuhkan dalam menentukan bobot dan peringkat yang tepat.

a. Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)

Langkah terakhir dalam melaksanakan audit manajemen strategi internal adalah penyusunan Matriks Evaluasi Faktor Internal (*Internal Factor Evaluation-IFE Matrix*). Alat perumusan strategi ini meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area-area fungsional bisnis, dan juga menjadi landasan untuk mengidentifikasi serta hubungan di antara area tersebut. Penilaian intuitif digunakan dalam pengembangan Matriks Evaluasi Faktor Internal, sehingga tampilan ilmiahnya tidak boleh ditafsirkan sebagai bukti bahwa teknik ini benar-benar tanpa celah. Pemahaman yang menyeluruh mengenai factor-factor yang tercakup di dalamnya lebih penting daripada angka-angka yang ada. Serupa dengan Matriks EFE, Matriks Evaluasi Faktor Internal dapat dikembangkan dalam lima langkah:

- 1) Buat daftar faktor-faktor internal utama sebagaimana yang disebutkan dalam proses audit internal. Masukkan 10-20 faktor internal, termasuk kekuatan maupun kelemahan organisasi. Daftar terlebih dulu kekuatannya, kemudian kelemahannya. Buat sespesifik mungkin dengan menggunakan persentase, rasio, dan angka-angka perbandingan.
- 2) Berilah pada setiap faktor tersebut bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (semua penting). Bobot yang diberikan pada suatu faktor tertentu menandakan signifikansi relative faktor tersebut bagi keberhasilan *industry* perusahaan. Terlepas dari apakah faktor utama itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor-faktor yang dianggap memiliki pengaruh yang besar terhadap kinerja organisasional harus

IAIN PURWOKERTO

diberi bobot tertinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.

- 3) Berilah peringkat 1 sampai 4 pada setiap faktor untuk mengindikasikan apakah faktor tersebut sangat lemah (peringkat = 1), lemah (peringkat = 2), kuat (peringkat = 3), dan sangat kuat (peringkat = 4). Perhatikan bahwa kekuatan harus mendapat peringkat 3 atau 4 dan kelemahan harus mendapat peringkat 1 atau 2. Oleh karenanya, peringkat berbasis perusahaan, sementara bobot di langkah 2 berbasis industry.
- 4) Kalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot bagi masing-masing variable.
- 5) Jumlahkan skor bobot masing-masing variable untuk mempermudah skor bobot total organisasi.

Terlepas dari berapa factor yang dimasukkan ke dalam Matriks Evaluasi Faktor Internal, skor bobot total berkisar antara 1,0 sebagai titik rendah dan 4,0 sebagai titik tertinggi, dengan skor rata-rata 2,5. Skor bobot total dibawah 2,5 mencirikan organisasi yang lemah secara internal, sedangkan skor yang secara signifikan berada di atas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

Seperna Matriks EFE, Matriks Evaluasi Faktor Internal harus memasukkan antara 10 sampai 20 faktor. Jumlah faktor tidak memengaruhi kisaran bobot total karena bobot selalu berjumlah 1,0.

Ketika suatu faktor internal merupakan kekuatan sekaligus kelemahan oraganisasi, faktor itu harus dimasukkan dua kali dalam Matriks Evaluasi Faktor Internal, dan bobot serta peringkat harus diberikan pada masing-masing.

b. Matriks *External Factor Evaluation* (EFE)

Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*External Factor Evaluation-EFE Matrix*) memungkinkan para penyusun strategi

untuk meringkas dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknologi, dan kompetitif. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal dapat dikembangkan dalam lima langkah:

- 1) Buat daftar faktor-faktor eksternal utama sebagaimana yang disebutkan dalam proses audit eksternal. Masukkan 10 sampai 20 faktor, termasuk peluang dan ancaman, yang memengaruhi perusahaan dan industrinya. Daftar terlebih dulu peluangnya, kemudian ancamannya. Buat spesifik mungkin dengan menggunakan persentase, rasio, dan perbandingan jika dimungkinkan.
- 2) Berilah pada setiap faktor tersebut bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Bobot itu mengindikasikan signifikansi *relative* dari suatu faktor terhadap keberhasilan perusahaan. Peluang seringkali mendapat bobot yang lebih tinggi daripada ancaman, tetapi ancaman bisa diberi bobot tinggi terutama jika mereka sangat parah atau mengancam. Bobot yang sesuai dapat ditentukan dengan cara membandingkan pesaing yang berhasil dengan yang tidak berhasil atau melalui diskusi untuk mencapai konsensus kelompok. Jumlah total seluruh bobot yang diberikan pada faktor itu harus sama dengan 1,0.
- 3) Berilah peringkat antara 1 sampai 4 pada setiap faktor eksternal utama untuk menunjukkan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespon faktor tersebut, dimana 4 = responnya sangat bagus, 3 = responnya di atas rata-rata, 2 = responnya rata-rata, dan 1 = responnya di bawah rata-rata. Peringkat didasarkan pada keefektifan strategi perusahaan. Oleh karenanya, peringkat tersebut berbeda antar perusahaan, sementara bobot di langkah nomor 2 berbasis *industry*. Penting

IAIN PURWOKERTO

untuk diperhatikan bahwa baik ancaman maupun peluang dapat menerima peringkat 1, 2, 3, atau 4.

- 4) Kalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot.
- 5) Jumlahkan skor rata-rata untuk setiap *variable* guna menentukan skor bobot total untuk organisasi.

Terlepas dari jumlah peluang dan ancaman utama yang dimasukkan dalam Matriks Evaluasi Faktor Eksternal, skor bobot total tertinggi yang mungkin dicapai untuk sebuah organisasi adalah 4,0 dan skor bobot terendah adalah 1,0. Rata-rata skor bobot total adalah 2,5. Skor bobot total sebesar 4,0 mengindikasikan bahwa sebuah organisasi merespon secara sangat baik peluang dan ancaman yang ada di industrinya. Dengan kata lain, strategi perusahaan secara efektif mampu menarik keuntungan dari peluang yang ada dan meminimalkan pengaruh *negative* potensial dari ancaman eksternal. Skor total sebesar 1,0 menandakan bahwa strategi perusahaan tidak mampu memanfaatkan peluang yang ada atau menghindari ancaman yang muncul.

2. Tahap pencocokan

Strategi seringkali didefinisikan sebagai pencocokan yang dibuat suatu organisasi antara sumber daya dan keterampilan internalnya serta peluang dan risiko yang diciptakan oleh factor-faktor eksternal. Tahap pencocokan dari kerangka perumusan strategi terdiri atas lima teknik yang dapat digunakan dengan urutan manapun : Matriks SWOT, Matriks SPACE, Matriks BCG, Matriks IE, Matriks Strategi Besar. Alat-alat ini bergantung pada informasi yang diperoleh dari tahap input untuk memadukan peluang dan ancaman eksternal dengan kekuatan dan kelemahan internal. Mencocokkan (*matching*) factor-faktor keberhasilan penting eksternal dan internal merupakan kunci untuk menciptakan strategi *alternative* yang masuk akal.

a. Analisis SWOT

Teknik analisis yang digunakan dalam mengidentifikasi strategi pengembangan Agrowisata Durian adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi (*Strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan Analisis Situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi dengan Analisis SWOT.

Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*strengths*), dan Kelemahan (*weaknesses*) (David F. R., 2004). Definisi masing-masing faktor sebagai berikut (Pearce II & Robinson):

1) Peluang

Peluang (*opportunity*) merupakan situasi pertama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Tren utama merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi atas segmen pasara yang sebelumnya terlewatkan, perubahan dalam

kondisi persaingan atau regulasi, perubahan teknologi, dan membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat menjadi peluang bagi perusahaan.

2) Ancaman

Ancaman (*threat*) merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan. Masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lamban, meningkatnya kekuatan tawar-menawar dari pembeli atau pemasok utama, perubahan teknologi, dan direvisinya atau pembaruan peraturan dapat menjadi penghalang bagi keberhasilan suatu perusahaan.

3) Kekuatan

Kekuatan (*strength*) merupakan sumber daya atau kapabilitas yang dikendalikan oleh atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan *relative* lebih unggul dibandingkan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompetensi yang tersedia bagi perusahaan.

4) Kelemahan

Kelemahan (*weakness*) merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kapabilitas suatu perusahaan *relative* terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif.

Matriks Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman (*Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats-SWOT*) adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi yaitu strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-ancaman), dan Strategi WT (kelemahan-ancaman).

Mencocokkan factor-faktor eksternal dan internal utama merupakan bagian tersulit dalam mengembangkan Matriks SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik dan tidak ada satu pun panduan yang paling benar.

Strategi SO (*SO Strategic*) memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Semua manajer tentunya menginginkan organisasi mereka berada dalam posisi dimana kekuatan internal dapat digunakan untuk mengambil keuntungan dari berbagai trend dan kejadian eksternal. Secara umum, organisasi akan menjalankan strategi WO, ST, atau WT untuk mencapai situasi dimana mereka dapat melaksanakan Strategi SO. Jika perusahaan memiliki kelemahan besar maka perusahaan akan berjuang untuk mengatasinya dan mengubahnya menjadi kekuatan. Tatkala sebuah organisasi dihadapkan pada ancaman yang besar, maka perusahaan akan berusaha untuk menghindarinya untuk berkonsentrasi pada peluang.

Strategi WO (*WO Strategic*) bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Terkadang peluang-peluang besar muncul, tetapi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghalanginya memanfaatkan peluang tersebut.

IAIN PURWOKERTO

Strategi ST (*ST Strategic*) menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa suatu organisasi yang kuat harus selalu menghadapi ancaman secara langsung di dalam lingkungan eksternal.

Strategi WT (*WT Strategic*) merupakan taktik yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal. Sebuah organisasi yang menghadapi berbagai ancaman eksternal dan kelemahan internal benar-benar dalam posisi yang membahayakan. Dalam kenyataannya, perusahaan

semacam itu mungkin harus berjuang untuk bertahan hidup, melakukan merger, penciutan, menyatakan diri bangkrut, atau memilih likuidasi. Terdapat delapan langkah dalam membentuk sebuah matriks SWOT:

- a) Buat daftar peluang-peluang eksternal utama perusahaan
- b) Buat daftar ancaman-ancaman eksternal utama perusahaan
- c) Buat daftar kekuatan-kekuatan internal utama perusahaan
- d) Buat daftar kelemahan-kelemahan internal utama perusahaan
- e) Cocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal, dan hasilnya pada sel Strategi SO
- f) Cocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal, dan hasilnya pada sel Strategi WO
- g) Cocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal, dan hasilnya pada sel Strategi ST
- h) Cocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal, dan hasilnya pada sel Strategi WT

3. Tahap keputusan

Analisis dan intuisi menjadi landasan bagi pengambilan keputusan perumusan strategi. Teknik-teknik pencocokan yang baru saja dibahas memaparkan berbagai *alternative* yang bisa ditempuh.

Banyak dari strategi ini kemungkinan akan diusulkan oleh para manajer dan karyawan yang berpartisipasi dalam analisis dan aktivitas pemilihan strategi. Setiap strategi tambahan yang dihasilkan dari analisis-analisis pencocokan dapat didiskusikan dan ditambahkan pada daftar pilihan *alternative* yang masuk akal. Sebagai mana sudah disinggung bahwa para peserta dapat memeringkat berbagai strategi tersebut dalam skala 1 sampai 4 sehingga daftar prioritas strategi terbaik bisa dicapai.

a. Matriks perencanaan strategis kuantitatif (QSPM)

Diluar strategi-strategi pemeringkatan untuk mendapatkan daftar prioritas hanya ada satu teknik analitis dalam *literature* yang

dirancang untuk menentukan daya tarik *relative* dari berbagai tindakan *alternative*. Teknik tersebut adalah Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (*Quantitative Strategic Planning Matrix-QSPM*), yang menyusun Tahap 3 dari kerangka analitis perumusan strategi. Teknik ini secara objektif menunjukkan strategi mana yang terbaik. QSPM menggunakan analisis input dari tahap 1 dan hasil pencocokan dari analisis tahap 2 untuk secara objektif menentukan strategi yang hendak dijalankan di antara strategi-strategi *alternative*. Itu artinya Matriks EFE dan Matriks IFE, ditambah dengan Matriks SWOT yang menyusun tahap 2, menyediakan informasi yang dibutuhkan untuk menyusun QSPM (tahap 3). QSPM adalah alat yang memungkinkan para penyusun strategi mengevaluasi berbagai strategi *alternative* secara objektif, berdasarkan factor-faktor keberhasilan penting eksternal dan internal yang diidentifikasi sebelumnya. Seperti halnya alat-alat analitis perumusan strategi yang lain, QSPM membutuhkan penilaian intuitif yang baik.

Tabel 3.1 Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM)

Alternatif Strategi				
Faktor-faktor utama	Bobot	Strategi 1	Strategi 2	Strategi 3
Factor-faktor Eksternal Utama				
Ekonomi				
Politik/Hukum/Pemerintah				
Social/Budaya/Demografi/Lingkungan				
Teknologi				
Persaingan				
Factor-faktor Internal Utama				
Manajemen				
Pemasaran				
Keuangan/Akuntansi				

Produksi/Operasi				
Penelitian dan Pengembangan (Litbang)				
System Informasi Manajemen (SIM)				

Bentuk dasar QSPM diilustrasikan di tabel. Perhatikan bahwa kolom kiri dari QSPM mencakup factor-faktor eksternal dan internal utama (dari tahap 1), baris teratas mencakup strategi-strategi *alternative* yang masuk akal (dari tahap 2). Secara khusus, kolom kiri QSPM berisi informasi yang diperoleh secara langsung dari Matriks EFE dan IFE. Di kolom yang berdampingan dengan factor-faktor keberhasilan penting tersebut, catat bobot masing-masing yang diterima setiap factor dalam EFE dan IFE.

Baris teratas QSPM berisi strategi-strategi *alternative* yang diperoleh dari Matriks SWOT. Alat-alat pencocokan ini biasanya menghasilkan strategi yang serupa. Namun demikian, tidak setiap strategi yang diusulkan oleh teknik-teknik pencocokan harus dievaluasi dalam QSPM. Para penyusun strategi harus menggunakan penilaian intuitif yang bagus untuk memilih strategi yang hendak dimasukkan dalam QSPM.

Secara konseptual, QSPM menentukan daya tarik *relative* dari berbagai strategi yang dibangun. Berdasarkan factor-faktor keberhasilan penting eksternal dan internal. Daya tarik *relative* dari setiap strategi di dalam serangkaian *alternative* dihitung dengan menentukan dampak kumulatif dari setiap faktor keberhasilan penting eksternal dan internal. Berapapun rangkaian strategi *alternative* dapat dimasukkan dalam QSPM, dan berapapun strategi dapat dimasukkan dalam setiap rangkaian tersebut, tetapi hanya strategi-strategi di dalam rangkaian tertentu yang dievaluasi *relative* satu terhadap yang lain. Enam langkah yang diperlukan untuk mengembangkan QSPM.

- 1) Buatlah daftar berbagai peluang/ancaman eksternal dan kekuatan/kelemahan internal utama di kolom kiri QSPM. Informasi ini harus diambil langsung dari Matriks EFE dan Matriks IFE. Minimal 10 faktor keberhasilan utama eksternal dan 10 faktor keberhasilan utama internal perlu dimasukkan dalam QSPM.
- 2) Berilah bobot pada setiap faktor eksternal dan internal utama tersebut. Bobot ini sama dengan bobot yang didalam Matriks EFE dan Matriks IFE. Bobot ditampilkan dalam kolom kecil tepat di kanan faktor-faktor keberhasilan penting eksternal dan internal.
- 3) Cermatilah matriks-matriks tahap 2 (pencocokan), dan mengidentifikasi berbagai strategi *alternative* yang harus dipertimbangkan untuk diterapkan oleh organisasi. Catat strategi-strategi ini di baris teratas QSPM. Kelompokkan berbagai strategi-strategi tersebut dalam satu rangkaian eksklusif sebisa mungkin.
- 4) Tentukanlah Skor Daya Tarik (AS) didefinisikan sebagai nilai *numeric* yang mengindikasikan daya tarik *relative* dari setiap strategi di rangkaian *alternative* tertentu. Skor Daya Tarik (*Attractiveness Score-AS*) ditentukan dengan cara mengamati setiap faktor eksternal atau internal utama, pada suatu waktu tertentu, sembari mengajukan pertanyaan “Apakah faktor ini memengaruhi pilihan strategi yang dibuat?” Jika jawaban atas pertanyaan ini adalah ya, strategi kemudian perlu dibandingkan relatif terhadap faktor utama tersebut. Secara khusus, Skor Daya Tarik harus diberikan pada setiap strategi untuk menunjukkan daya tarik *relative* satu strategi atas strategi yang lain, dengan mempertimbangkan faktor tertentu. Kisaran Skor Daya Tarik adalah 1 = tidak memiliki daya tarik, 2 = daya tariknya rendah, 3 = daya tariknya sedang, dan 4 = daya tariknya tinggi. kerjakanlah baris demi baris dalam mengembangkan QSPM. Jika jawaban atas pertanyaan di atas adalah tidak, yang mengindikasikan bahwa faktor utama yang bersangkutan tidak memiliki pengaruh terhadap

IAIN PURWOKERTO

pilihan spesifik yang dibuat, jangan memberikan Skor Daya Tarik pada strategi dalam rangkaian tersebut. gunakan tanda hubung untuk menunjukkan bahwa suatu faktor utama tidak memengaruhi pilihan yang dibuat. Catatan: jika memberikan AS pada suatu strategi, berikanlah pula AS pada strategi yang lain. Dengan kata lain, jika anda memberi tanda hubung pada suatu strategi, maka semua strategi yang lain harus memperoleh tanda yang sama di baris tertentu.

- 5) Hitunglah Skor Daya Tarik Total. Skor Daya Tarik Total (*Total Attractiveness Score-TAS*) didefinisikan sebagai hasil kali antara bobot (langkah 2) dengan Skor Daya Tarik Total mengindikasikan daya tarik *relative* dari setiap strategi alternative, dengan hanya mempertimbangkan dampak factor keberhasilan penting eksternal atau internal yang berdekatan. Semakin tinggi Skor Daya Tarik Totalnya, semakin menarik pula strategi alternative tersebut (hanya dengan mempertimbangkan factor keberhasilan penting yang berdekatan).
- 6) Hitunglah Jumlah Keseluruhan Daya Tarik Total. Jumlahkan Skor Daya Tarik Total di setiap kolom strategi dari QSPM. Jumlah Keseluruhan Daya Tarik Total (*Sum Total Attractiveness Scores-STAS*) menunjukkan strategi yang paling menarik di setiap rangkaian *alternative*. Skor yang lebih tinggi mengindikasikan strategi yang lebih menarik, mengingat semua factor eksternal dan internal relevan yang dapat memengaruhi keputusan strategis. Besarnya selisih antara Jumlah Keseluruhan Daya Tarik Total di rangkaian *alternative* strategi tertentu menunjukkan ketertarikan *relative* satu strategi terhadap strategi yang lain.

IAIN PURWOKERTO

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian

1. Sejarah Singkat Agrowisata

Agrowisata Durian Bukit Sege Indah atau yang biasa disebut BSI merupakan agrowisata yang dibangun di atas tanah kas milik desa. BSI diresmikan pada tanggal 31 Maret 2019 dan dikelola oleh BUMDes Citra Lestari yang bertujuan untuk menambah PAD Adisana dan menambah kesejahteraan warga karena setiap hari minggu menyediakan panggung hiburan untuk warga dan wisata kuliner tradisional khas adisana.

Agrowisata Durian ini merupakan hasil kerjasama antara Pemerintah Desa Adisana dengan BAPPEDA Brebes yang sudah dimulai dari tahun 2012. Agrowisata durian ini merupakan tanah kan milik Desa Adisana yang awalnya merupakan lahan kritis. Agar lahan kritis ini bisa bermanfaat dan dapat meningkatkan kesejahteraan warga, maka Pemerintah Desa Adisana bekerja dengan BAPPEDA Brebes dan Universitas Diponegoro melakukan kajian mendalam yang akhirnya diperoleh hasil bahwa jenis tanaman yang cocok untuk ditanam adalah pohon durian montong. Ada sekitar 19 hektar tanah milik Pemerintah Desa Adisana yang ditanami 800 pohon durian montong yang di kembangkan oleh 54 petani penggarap dibawah bimbingan BUMDes Citra Lestari yang dikelompokkan dalam dua kelompok tani yaitu Poktan Duren Jaya dan Poktan Buah Mulia. BUMDes dalam mengelola kebun durian di bantu 4 orang *coordinator* durian yaitu: Bapak Wahro, Bapak Samsudin, Bapak Taip, dan Bapak Abdul Khalim.

2. Visi Misi BUMDes

Visi dari Pendirian BUMDes Citra Lestari yaitu “Mewujudkan Desa Mandiri”

Misi BUMDes Citra Lestari mempunyai misi sebagai berikut:

- a. Menciptakan lapangan pekerjaan
- b. Memberikan pelayanan yang maksimal
- c. Menggali potensi desa untuk didayagunakan
- d. Membuka pola wirausaha masyarakat

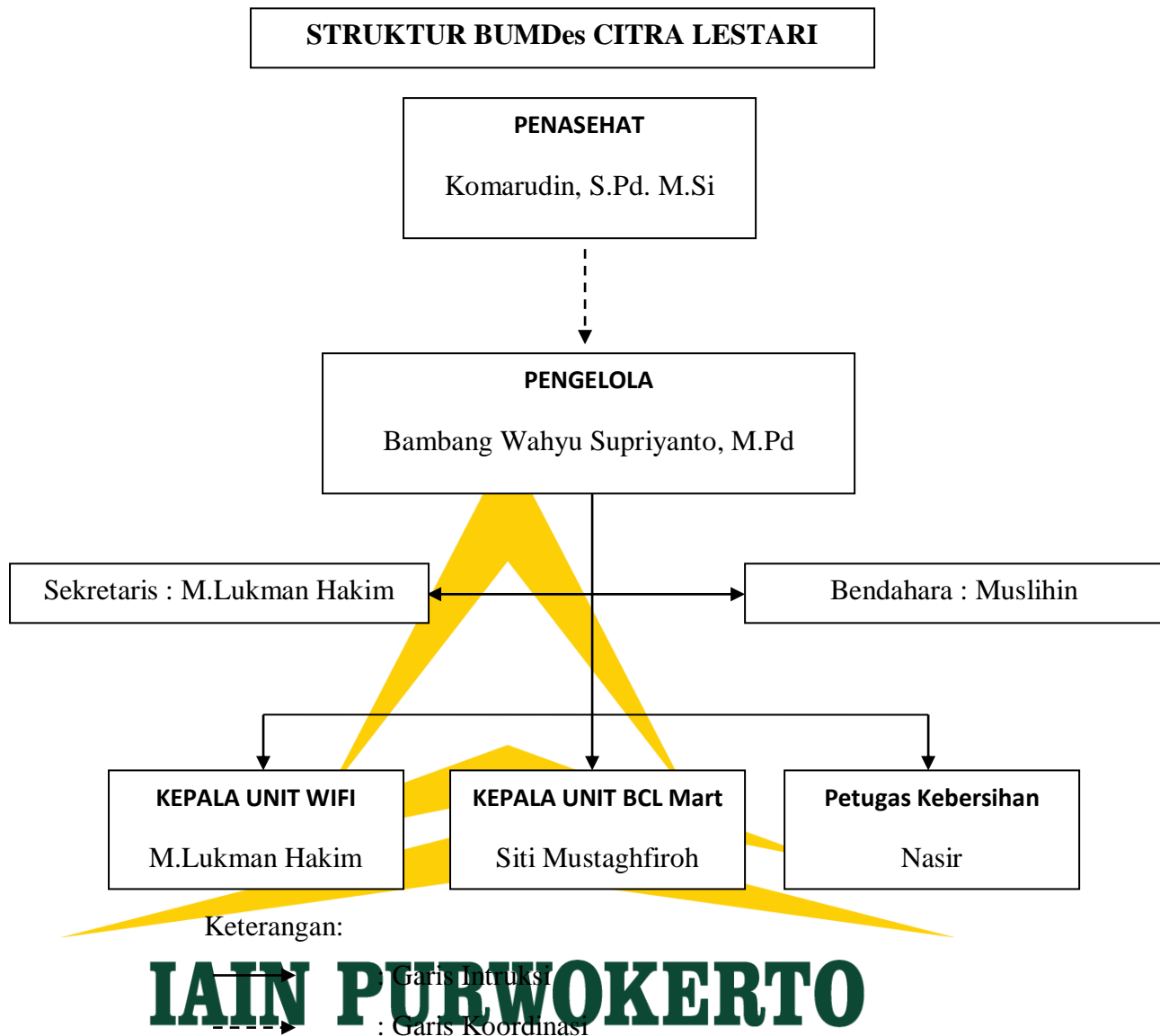
3. Profil Organisasi

Nama BUMDes	: CITRA LESTARI
No. SK	: 405/001/01/II/2019
Penasehat Adisana)	: Komarudin, S.Pd. M.Si (Kepala Desa
Manager	: Bambang Wahyu Supriyanto, M.Pd
Sekretaris	: M.Lukman Hakim
Bendahara	: Muslihin
Kepala Unit BCL Mart	: Siti Mustaghfiroh
Petugas Kebersihan	: Nasir



IAIN PURWOKERTO

Gambar 4.1 Struktur BUMDes Citra Lestari



4. Fasilitas Agrowisata

Fasilitas sarana dan prasarana yang dimiliki oleh agrowisata adalah sebagai berikut:

- a. Pasar kuliner merupakan pasar yang dibuka setiap hari minggu, dengan ketentuan dalam pasar kuliner pengunjung yang membeli barang dagangan menggunakan alat transaksi berupa koin yang disediakan di loket dengan nominal 2.500, 5.000, dan 10.000. pasar ini bertujuan untuk menyediakan tempat berdagang bagi warga

sehingga kesejahteraan warga meningkat. Ada 57 pedagang yang menempati 3 los dagang.

- b. Taman Bunga ini berguna untuk memperindah agrowisata dan juga sebagai ajang swafoto para pengunjung agrowisata
- c. Panggung digunakan untuk *event-event* tertentu seperti diadakannya jalan sehat, LOKETA, kegiatan PKK, dan lomba Qosidah baik itu antar desa maupun kecamatan Bumiayu.
- d. BCL Mart merupakan kios milik BUMDes dimana disana tersedia *snack* dan jajanan, dan dijual juga hasil dari kerajinan warga seperti gula jawa, kripik pisang, kripik singkong, peyek dan cimplung.
- e. Kantor BUMDes adalah tempat berkumpulnya anggota BUMDes baik itu untuk kegiatan rapat terkait evaluasi di agrowisata tersebut.
- f. Loket merupakan tempat menukar uang dengan koin, yang dimana koin tersebut digunakan pengunjung untuk membeli produk-produk yang terdapat di agrowisata tersebut.
- g. Ruang Keamanan
- h. Saung merupakan tempat pengunjung untuk berteduh untuk menikmati pemandangan agrowisata. Disana terdapat 3 buah saung yang dapat digunakan pengunjung.
- i. Los pedagang adalah tempat penjual atau pedagang menjual dagangannya, terdapat 3 buah los dagang.
- j. Mushola
- k. Aula merupakan tempat tempat yang dapat digunakan oleh pengunjung baik itu untuk pertemuan maupun rapat.
- l. Toilet

IAIN PURWOKERTO

B. Analisis Lingkungan Perusahaan

1. Analisis Lingkungan Internal Perusahaan

Menganalisis lingkungan internal perusahaan pada akhirnya akan berujung pada suatu faktor – faktor kekuatan dan kelemahan dari suatu perusahaan. Karena setiap perusahaan pasti memiliki kelemahan

dan kekuatan, sehingga perusahaan tersebut harus mampu memanfaatkan kekuatannya untuk mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Analisis lingkungan internal adalah suatu kondisi didalam perusahaan yang dapat berpengaruh langsung terhadap kelangsungan perusahaan. Terdapat beberapa aspek dalam menganalisis lingkungan internal perusahaan yang berpengaruh terhadap perusahaan, aspek – aspek tersebut adalah pemasaran, akuntansi/keuangan, sumber daya manusia, manajemen, dan produksi dan operasi. Identifikasi aspek – aspek tersebut ditujukan untuk mendapatkan faktor strategis internal atau faktor penentu yang mempengaruhi keberlangsungan perusahaan. Sehingga dalam menganalisis lingkungan internal dari Agrowisata Durian Bukit Sege Indah juga perlu melakukan identifikasi aspek – aspek tersebut.

a. Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu bagian penting dalam suatu perusahaan maupun organisasi. Kegiatan pemasaran juga bertujuan untuk memperoleh pendapatan. Produk yang ditawarkan Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah adalah produk jasa berupa panorama alam perkebunan buah durian dan lingkungan alam yang masih asri dan sejuk yang cocok untuk merelaksasi pikiran setiap pengunjung. Produk jasa yang ditawarkan oleh Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pengunjung. Selain itu Agrowisata ini juga memiliki produk unggulan yaitu buah durian jenis montong, dimana buah durian bisa disebut sebagai rajanya buah sehingga merupakan potensi yang akan membuat tertarik banyak kalangan untuk berkunjung ke Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini.

Lahan yang dimiliki Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini juga sangat luas sekitar 19 hektar sehingga pengunjung akan lebih leluasa untuk menikmati sekitar Agrowisata ini. Akan tetapi dalam pemasaran Agowisata Durian di Bukit Sege Indah ini

belum mempromosikan dengan maksimal, melalui dari mulut ke mulut, dan promosi melalui media cetak yaitu lewat brosur, baliho serta promosi melalui media social baik itu *whatsapp*, *instagram* maupun *facebook*. Tidak berkelanjutan dalam mempromosikan Agrowisata, maksud tidak berkelanjutan yaitu pengelola tidak mempromosikan terus menerus Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah.

Lokasi Agrowisata ini juga tidak strategis karena jauh dari pusat kota serta pemukiman warga setempat, sehingga konsumen yang baru pertama kali berkunjung akan sedikit kesulitan. Hal ini dikarenakan belum adanya penunjuk jalan yang spesifik terkait lokasi Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini.

b. Keuangan/akuntansi

Didalam melakukan usaha baik itu perusahaan maupun organisasi perlu adanya modal. Modal Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini sepenuhnya berasal dari dana desa baik itu infrastruktur, produksi, operasional maupun gaji karyawan. Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini tidak mendapatkan penambahan modal sehingga agrowisata ini tidak membagi keuntungan dengan pihak lain Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini sudah terdapat *system* akuntansi yang baik terkait dengan penggunaan dana yang dimiliki baik untuk produksi maupun operasional sehingga jelas akan pengeluaran maupun pemasukan dana agrowisata.

c. Manajemen

Manajemen Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah sudah memiliki struktur organisasi yang terstruktur dengan baik terdiri dari manajer, sekretaris, bendahara. Selain itu, Agrowisata ini juga memiliki petugas yang mengawasi pohon durian Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah yang dimana ahli dalam bidang pertanian. Selain itu Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini

sudah memiliki pencatatan data, dokumentasi maupun akuntansi secara tertulis, yang dimana hal ini sangat penting peranannya untuk kelanjutan Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini.

Akan tetapi fasilitas yang dimiliki agrowisata ini belum lengkap karena tidak adanya obyek wisata yang bersifat rekreasi yang edukatif yang dimana hal ini akan membuat tertarik pengunjung untuk kembali berkunjung Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini. Dan juga tidak adanya atraksi wisata yang ditawarkan oleh Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah. Selain itu, akses jalan menuju Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini sulit, banyak jalan yang rusak, hal ini akan membahayakan pengunjung serta pengunjung akan malas untuk berkunjung kembali, dan tidak adanya penunjuk arah yang spesifik ke lokasi Agrowisata sehingga pengunjung yang baru pertama kali berkunjung akan kesulitan menemukan Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini.

d. Sumber Daya Manusia

Didalam membangun Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini belum melibatkan masyarakat dalam pembangunan agrowisata, Padahal masyarakat lebih mengetahui asal-usul desanya serta telah paham cara-cara bertani secara tradisional karena dimiliki secara turun-temurun serta mayoritas pekerjaan masyarakat desa adalah bertani.

Tingkat pendidikan tenaga kerja tidak dipertimbangkan untuk menjalankan usaha ini, hal ini karena syaratnya hanya apabila tenaga kerja itu mau dan mampu untuk mengembangkan usaha ini. Maka tenaga kerja tersebut akan diangkat menjadi pengelola agrowisata. Hanya mempertimbangkan akan kemauan dan bertanggungjawab saja, sedangkan dalam menjalankan usaha ini perlu adanya ilmu pengetahuan yang memadai agar mampu menjalankan agrowisata ini lebih berkembang lagi.

IAIN PURWOKERTO

e. Produksi/operasi

Produksi adalah suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan maupun organisasi untuk menghasilkan barang maupun jasa yang nantinya akan ditawarkan kepada konsumen. Produk yang ditonjolkan Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini berupa pemandangan alam yang asri dan sejuk, yang akan membuat tertarik pengunjung untuk berkunjung di agrowisata ini. Selain itu Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini juga menawarkan produk berupa buah durian jenis montong yang dimana buah durian ini merupakan rajanya buah sehingga tidak dipungkiri akan membuat menarik pengunjung yang datang.

Akan tetapi buah durian ini merupakan buah yang bersifat musiman, jadi setiap pengunjung datang tidak selalu tersedia buah durian, sedangkan pengunjung tertarik akan buah duriannya. Selain itu tidak ada produk olahan dari buah durian yang dimana akan mengatasi buah durian yang sedang kosong, sehingga pengunjung merasa kecewa dan kapok untuk berkunjung kembali. Akses menuju lokasi Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah juga akan mempersulit pengunjung yang baru pertama kali berkunjung yang dimana tidak ada penunjuk arah yang spesifik untuk menuju ke lokasi Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini.

IAIN PURWOKERTO

Selain itu di Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah tidak diberlakukannya tiket masuk sehingga pengunjung dapat keluar masuk agrowisata dengan leluasanya, sehingga tidak ada data *valid* terkait jumlah pengunjung yang datang hal ini mengakibatkan agrowisata tidak mendapatkan keuntungan sama sekali. Hal ini jelas sangat merugikan agrowisata sendiri. Selain itu, di wisata kuliner terdapat kecurangan baik itu penjual maupun pembeli, yang dimana setiap pembelian produk di wilayah agrowisata diharuskan pembeli menukarkan uangnya dengan koin yang telah tersedia di loket. Akan tetapi pembeli banyak yang mengabaikannya dan

membayar langsung dengan uang tunai. Bukan hanya pembeli saja, penjual sendiri juga banyak yang merelakan pembeli untuk membayar dengan menggunakan uang tunai, padahal setiap koin terdapat keuntungan yang seharusnya untuk agrowisata tersebut. padahal keuntungan terbesar agrowisata terdapat pada keuntungan dari koin tersebut.

2. Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan

Menganalisis lingkungan Eksternal perusahaan pada akhirnya akan berujung pada suatu faktor – faktor peluang dan ancaman dari luar suatu perusahaan. Karena setiap perusahaan pasti memiliki peluang dan ancaman, sehingga perusahaan tersebut harus mampu memanfaatkan peluangnya untuk mengatasi ancaman yang dimiliki oleh perusahaan. Analisis lingkungan eksternal adalah suatu kondisi diluar perusahaan yang dapat berpengaruh langsung terhadap kelangsungan perusahaan. Terdapat beberapa aspek dalam menganalisis lingkungan eksternal perusahaan yang berpengaruh terhadap perusahaan, aspek – aspek tersebut adalah kekuatan ekonomi, kekuatan social, budaya, demografis dan lingkungan, kekuatan hukum, kekuatan teknologi dan kekuatan kompetitif. Identifikasi aspek – aspek tersebut ditujukan untuk mendapatkan faktor strategis eksternal atau faktor penentu yang mempengaruhi keberlangsungan perusahaan. Sehingga dalam menganalisis lingkungan eksternal dari Agrowisata Durian Bukit Sege Indah juga perlu melakukan identifikasi aspek – aspek tersebut.

a. Kekuatan ekonomi

Pertumbuhan ekonomi suatu negara memang erat kaitannya dengan kesejahteraan rakyatnya, sehingga pertumbuhan ekonomi menjadi tolak ukur apakah negara tersebut berada dalam keadaan ekonomi yang baik atau tidak selama periode tertentu berdasarkan beberapa indikator. Indikator tersebut dilihat dari kenaikan pendapatan nasional, pendapatan perkapita, jumlah tenaga kerja

serta berkurangnya tingkat kemiskinan. Jika kondisi dari indikator tersebut justru menurun, maka negara tersebut tidak mengalami pertumbuhan ekonomi melainkan mengalami kemunduran ekonomi.

Pertumbuhan ekonomi ditunjukkan dengan meningkatnya nilai Produk Domestik Bruto berdasarkan harga konstan. Produk Domestik Bruto merupakan nilai barang dan jasa yang diproduksi oleh suatu negara dalam suatu produk tertentu yang menjumlahkan semua hasil dari warga negara yang bersangkutan ditambah warga negara asing yang bekerja di negara yang bersangkutan. Pertumbuhan ekonomi tahun 2016 mencapai angka tertinggi sejak tahun 2010 yaitu sebesar 6,1 persen.

Pertumbuhan ekonomi sangat mempengaruhi perkembangan jasa wisata maupun pariwisata seperti agrowisata merupakan salah satu pertumbuhan ekonomi dibidang jasa wisata. Pariwisata dapat memberikan pengaruh yang baik untuk pertumbuhan ekonomi. Hal tersebut terbukti karena dari tahun 2010-2016 mengalami peningkatan.

Pada tahun 2010 kontribusi pariwisata terhadap PDB sebesar 6,864,133.1 milyar rupiah. Pada tahun 2011 kontribusi pariwisata terhadap PDB sebesar 7,287,635.3 milyar rupiah. Pada tahun 2012 kontribusi pariwisata terhadap PDB sebesar 7,727,083.4 milyar rupiah. Pada tahun 2013 kontribusi pariwisata terhadap PDB sebesar 8,156,497.8 milyar rupiah. Pada tahun 2014 kontribusi pariwisata terhadap PDB sebesar 8,564,866.6 milyar rupiah. Pada tahun 2015 kontribusi pariwisata terhadap PDB sebesar 8,982,511.3 milyar rupiah. Pada tahun 2016 kontribusi pariwisata terhadap PDB sebesar 9,433,034.4 milyar rupiah.

Pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat akan memberikan pengaruh yang positif bagi pengembangan *sector*

usaha maupun *industry*. Salah satu indikator pertumbuhan ekonomi adalah meningkatnya tingkat kesejahteraan rakyat. Tolak ukur dari meningkatnya tingkat kesejahteraan adalah meningkatnya pendapatan perkapita. Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah untuk saat ini belum dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan kemajuan perkembangan pada desa tersebut.

b. Kekuatan sosial, budaya, demografis dan lingkungan

Dalam mengembangkan suatu usaha baik perusahaan atau organisasi perlu memperhatikan beberapa faktor, diantaranya adalah factor social, budaya, demografis dan lingkungan, dimana factor ini dapat menjadi peluang bahkan ancaman bagi perusahaan tersebut. hal ini dikarenakan karena factor-faktor tersebut suatu saat mengalami perubahan dan berdampak akan pengembangan perusahaan.

Faktor perubahan sosial dan budaya adalah berubahnya pola konsumen wisatawan saat ini. Dengan dilihat dari pola konsumsinya yang telah bergeser dari wisata *industry* ke wisata *back to nature*. Maksud dari wisata *back to nature* merupakan wisata yang cenderung berkembangnya gaya hidup dan kesadaran terhadap lingkungan yang tinggi.

Pada dasarnya wisata alam memiliki ciri yang membedakan dengan wisata yang lain. Wisata alam lebih fokus pada wilayah yang masih alami sehingga wisatawan akan menikmati alam secara langsung serta menyediakan jasa edukasi yang memberikan informasi terkait pertanian dari menanam bibit sampai panen. Hal ini akan membuat wisatawan lebih mengerti serta lebih menikmati kegiatan yang dilakukan.

Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini belum menyediakan jasa edukasi. Selain itu, Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah memiliki akses jalan yang sulit untuk dilewati kendaraan, baik itu kendaraan beroda dua maupun kendaraan

beroda empat. Meskipun jalannya sudah diaspal akan tetapi banyak jalan yang rusak sedangkan jalannya menanjak hal ini akan membahayakan wisatawan yang datang disinilah yang menjadi ancaman untuk usaha Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah. Tidak adanya penunjuk arah menuju Agrowisata Durian Bukit Sege Indah yang spesifik.

c. Kekuatan hukum

Upaya pengembangan *industry* pariwisata nasional dituangkan pula melalui kebijakan-kebijakan negara seperti yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan mendefinisikan keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multi dimensi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

Setelah itu pemerintah Kabupaten membuat Peraturan Daerah Kabupaten Brebes Nomor 4 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Kepariwisataan, hal tersebut dijelaskan bahwa kepariwisataan di Kabupaten Brebes mempunyai peran strategis dalam mendukung pembangunan daerah sebagai upaya memajukan kesejahteraan masyarakat dan penyelenggaraan pemerintahan untuk memantapkan otonomi daerah yang luas, nyata dan bertanggungjawab.

Selain itu, kepariwisataan di Kabupaten Brebes dilakukan secara sistematis terencana terpadu dan berkelanjutan serta dikembangkan sesuai potensi dan perannya didasarkan kepada norma agama, budaya, kekayaan alam, peninggalan sejarah untuk mewujudkan pembangunan, pemberdayaan dan pengembangan ekonomi dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, kemandirian daerah, pemerataan, keadilan, dan peran serta masyarakat dengan memperhatikan potensi yang ada. Akan

tetapi belum terdapat peraturan daerah kabupaten Brebes khusus pariwisata berupa agrowisata yang mengaturnya.

d. Kekuatan teknologi

Dalam mengembangkan suatu usaha, perusahaan perlu membuat strategi salah satunya dengan memanfaatkan teknologi. Perusahaan harus dapat melihat peluang yang ada dan memanfaatkan teknologi yang disesuaikan dengan jenis usahanya. Teknologi ini dimanfaatkan untuk mendapatkan informasi secara cepat terkait dengan perkembangan usaha antar perusahaan serta menganalisis apa kebutuhan konsumen yang sedang digemari saat ini.

Perkembangan teknologi belum dimanfaatkan secara maksimal oleh Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah. Promosi dan pemasaran akan lebih mudah jika dilakukan melalui internet. Perkembangan teknologi yang pesat ini merupakan peluang yang dapat mempengaruhi perkembangan agrowisata. Dengan diterapkannya perkembangan teknologi internet ini akan memudahkan setiap kegiatan.

e. Kekuatan kompetitif

Kompetitif sama dengan persaingan. Maksud persaingan disini yaitu terdapat beberapa perusahaan yang bergerak dibidang yang sama meskipun produk yang ditawarkan berbeda. Persaingan bisnis agrowisata yang terjadi dikawasan Provinsi Jawa Tengah dan Kabupaten Brebes dapat dikatakan cukup tinggi. Hal ini dilihat dari banyaknya jumlah tempat wisata yang terdapat di kawasan tersebut. Hal ini menjadi pesaing yang cukup diperhitungkan oleh Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah.

3. Identifikasi kekuatan, kelemahan, Peluang dan Ancaman

a. Identifikasi kekuatan dan kelemahan

Identifikasi faktor internal dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dihadapi oleh perusahaan.

Identifikasi kekuatan dan kelemahan dapat dilihat berdasarkan hasil identifikasi factor-faktor internal perusahaan dan berdasarkan informasi dari Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah serta keadaan lingkungan yang ada.

1) Kekuatan:

- a) Memiliki panorama alam perkebunan buah durian yang indah.

Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah merupakan satu-satunya agrowisata yang memiliki kebun durian sebagai salah satu obyek wisata yang belum tentu dimiliki oleh agrowisata lainnya di Kabupaten Brebes. Sehingga panorama alam perkebunan Durian yang dimiliki Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah adalah salah satu kekuatan utama dan menjadi ciri khas Agrowisata Durian Bukit Sege Indah.

- b) Memiliki produk unggulan berupa durian

Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah memiliki produk unggulan berupa durian. Buah durian ini berjenis montong yang merupakan buah yang sangat dicari oleh konsumen khususnya penikmat durian berbagai kalangan.

- c) Memiliki lahan yang luas

Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah memiliki lahan yang luas sekitar 19 hektar sehingga pengunjung akan lebih leluasa untuk menikmati sekitar Agrowisata ini.

- d) Telah memakai system akuntansi.

Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah sudah memiliki pencatatan data, dokumentasi maupun akuntansi secara tertulis, yang dimana hal ini sangat penting peranannya untuk kelanjutan Agrowisata Durian Bukit Sege Indah ini.

IAIN PURWOKERTO

- e) Modal sepenuhnya berasal dari dana desa.

Modal Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini sepenuhnya berasal dari dana desa baik itu infrastruktur, produksi, operasional maupun gaji karyawan. Agrowisata durian Bukit Sege Indah ini tidak mendapatkan penambahan modal Sehingga agrowisata ini tidak membagi keuntungan dengan pihak lain.

- f) Memiliki struktur organisasi.

Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah sudah memiliki struktur organisasi yang terstruktur dengan baik terdiri dari manajer, sekretaris, bendahara.

- g) Memiliki petugas yang mengawasi pohon durian.

Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah memiliki petugas khusus yang bertugas untuk memantau perkembangan pohon durian, apakah mengalami pertumbuhan atau tidak.

- h) Tidak ada biaya sewa los dagang.

Didalam Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah memiliki wisata kuliner, yang pasti terdapat penjual. Penjual diberi kebebasan untuk melakukan perdagangan tanpa adanya biaya sewa los dagang.

2) Kelemahan

IAIN PURWOKERTO

- a) Lokasi tidak strategis.

Lokasi Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini tidak strategis, hal ini dikarenakan jauh dari pusat kota serta dari pemukiman warga setempat.

- b) Tidak ada penunjuk arah

Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah tidak ada penunjuk arah ke lokasi secara spesifik, sehingga akan menyulitkan pengunjung untuk menuju lokasi khususnya bagi pengunjung yang baru pertama kali datang.

c) Fasilitas yang belum lengkap

Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah belum memiliki fasilitas yang lengkap untuk menunjang berjalannya kegiatan di agrowisata, sehingga pengunjung akan merasa puas.

d) Tidak ada objek wisata yang bersifat edukasi

Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah tidak memiliki obyek wisata yang bersifat edukasi baik itu dari cara menanam pohon durian sampai dengan panen.

e) Tidak memiliki atraksi wisata

Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah tidak memiliki atraksi wisata yang ditawarkan, sehingga membuat pengunjung tidak akan kapok untuk berkunjung kembali.

f) Akses jalan sulit

Akses yang dimiliki Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah sangat sulit, hal ini dilihat dari banyaknya jalan yang rusak sedangkan jalan ke lokasi agrowisata menanjak hal tersebut akan membahayakan pengunjung yang datang.

g) Belum melibatkan masyarakat

Dalam pembangunan agrowisata belum adanya keterlibatan masyarakat didalamnya. Padahal masyarakat juga berperan penting akan perkembangan agrowisata.

h) Tingkat pendidikan tenaga kerja tidak dipertimbangkan

Dalam perekrutan tenaga kerja Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah tidak mempertimbangkan tingkat pendidikan, melainkan tenaga kerja memang mau dan mampu mengemban tugas serta bertanggungjawab untuk mengembangkan agrowisata.

i) Buah bersifat musiman

Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah memiliki produk unggulan berupa buah durian. Buah durian ini bersifat

musiman, sehingga saat pengunjung datang tidak selalu tersedia buah durian kecuali memang tepat setelah panen.

j) Tidak ada tiket masuk

Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah tidak memberlakukan tiket masuk sehingga pengunjung dengan leluasa keluar masuk wilayah agrowisata. Hal ini menyebabkan tidak ada data valid terkait jumlah pengunjung yang datang serta agrowisata tidak mendapatkan keuntungan tambahan.

k) Terdapat kecurangan bertransaksi

Didalam Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah terdapat wisata kuliner yang mana pembayaran menggunakan koin akan tetapi pihak pembeli mengabaikannya dan penjual pun merelakannya sedangkan di koin tersebut terdapat keuntungan untuk agrowisata.

b. Identifikasi Peluang dan Ancaman

Identifikasi factor eksternal dilakukan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Identifikasi peluang dan ancaman dapat dilihat berdasarkan hasil identifikasi factor-faktor eksternal perusahaan dan berdasarkan informasi dari Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah serta keadaan lingkungan yang ada.

IAIN PURWOKERTO

1) Peluang:

a) Tingkat pariwisata mengalami peningkatan

Hal ini dilihat dari kontribusi pariwisata terhadap PDB yang dari tahun 2010 sampai tahun 2016 mengalami peningkatan.

b) Pola konsumsi bergeser ke wisata *back to nature*

Saat ini pola konsumsi masyarakat telah bergeser yang dari wisata industry ke wisata *back to nature*.

- c) Ada peraturan tentang kepariwisatawan

Suatu daerah akan lebih leluasa untuk mengembangkan usaha wisatanya karena sudah ada peraturan yang mengatur.

- d) Perkembangan teknologi

Perkembangan teknologi ini akan menjadi peluang jika dimanfaatkan dengan baik baik untuk pemasaran dan promosi.

- e) Masyarakat memanfaatkan weekendnya untuk berwisata

Saat *weekend* tentu suatu keluarga ingin memanfaatkannya dengan baik, dengan berkumpul dan berwisata alam yang dimana cocok bagi keluarga yang ingin merelaksasikan pikiran dari persoalan pekerjaan.

- 2) Ancaman:

- a) Tidak memanfaatkan teknologi

Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah tidak memanfaatkan internet dengan maksimal baik itu untuk pemasaran maupun promosi.

- b) Terdapat pesaing

Terdapat beberapa perusahaan yang bergerak dibidang yang sama meskipun produk yang ditawarkan berbeda.

IAIN PURWOKERTO

- c) Belum ada peraturan daerah kabupaten brebes khusus tentang agrowisata

- d) Belum dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan kemajuan perkembangan pada desa tersebut.

C. Perumusan Alternatif Strategi

1. Analisis Matriks IFE dan EFE

Setelah mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman melalui analisis lingkungan internal dan eksternal dari Agrowisata Durian Bukit Sege Indah, maka dibuat matriks IFE

(*Internal Factor Evaluation*) dan matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) berdasarkan hasil analisis lingkungan tersebut, untuk mengetahui rating dan bobot dari setiap faktor internal dan eksternal. Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) terdiri dari kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) yang dimiliki oleh perusahaan. Matriks *External Factor Evaluation* (EFE) terdiri dari peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang dihadapi oleh perusahaan.

a. Analisis Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)

Evaluasi faktor internal merupakan langkah untuk merencanakan dan mengarahkan tindakan yang akan diambil perusahaan berdasarkan perkembangan faktor internal yang mempengaruhinya. Analisis internal perusahaan mengidentifikasi faktor – faktor kunci kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) yang dimiliki perusahaan. Berdasarkan identifikasi faktor – faktor internal yang mempengaruhi strategi bersaing perusahaan, maka selanjutnya dievaluasi sikap perusahaan terhadap masing – masing faktor sehingga diketahui seberapa besar sikap perusahaan terhadap faktor – faktor strategi internal tersebut. Hasil identifikasi kekuatan dan kelemahan sebagai faktor strategis internal, kemudian memberikan bobot dan rating setiap faktor tersebut, sehingga didapat hasil seperti pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Hasil Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)
Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah.

Faktor-faktor Internal		Bobot	Peringkat	Skor Bobot
Kekuatan				
1	Memiliki panorama alam perkebunan buah durian yang indah.	0,100	4,000	0,400
2	Memiliki produk unggulan berupa durian	0,094	4,000	0,376

3	Memiliki lahan yang luas	0,080	3,000	0,240
4	Telah memakai <i>system</i> akuntansi.	0,052	4,000	0,208
5	Modal sepenuhnya berasal dari dana desa.	0,032	3,000	0,096
6	Memiliki struktur organisasi.	0,024	3,000	0,072
7	Memiliki petugas yang mengawasi pohon durian.	0,022	3,000	0,066
8	Tidak ada biaya sewa los dagang.	0,076	3,000	0,228
Total Skor Kekuatan				1,686
Kelemahan				
9	Lokasi tidak strategis.	0,050	1,000	0,050
10	Tidak ada penunjuk arah	0,049	1,000	0,049
11	Fasilitas yang belum lengkap	0,053	2,000	0,106
12	Tidak ada objek wisata yang bersifat edukasi	0,076	1,000	0,076
13	Tidak memiliki atraksi wisata	0,037	1,000	0,037
14	Akses jalan sulit	0,034	1,000	0,034
15	Belum melibatkan masyarakat	0,021	2,000	0,042
16	Tingkat pendidikan tenaga kerja tidak dipertimbangkan	0,065	1,000	0,065
17	Buah bersifat musiman	0,015	2,000	0,030
18	Tidak ada tiket masuk	0,084	1,000	0,084
19	Terdapat kecurangan bertransaksi	0,036	1,000	0,036
Total Skor Kelemahan				0,609
Total Skor IFE		1,000		2,295

Berdasarkan Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), yang menjadi kekuatan utama dari Agrowisata Durian Bukit Sege Indah adalah factor panorama alam perkebunan buah durian yang indah, produk unggulan berupa durian dan lahan yang luas dengan skor tertinggi yaitu 0,400; 0,376 dan 0,240. Ketiga faktor tersebut memiliki pengaruh yang besar terhadap lingkungan perusahaan dan menjadi kekuatan utama bagi Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah untuk bersaing dalam industry wisata khususnya agrowisata.

Panorama alam perkebunan buah durian, produk unggulan berupa durian dan lahan yang luas dapat menjadi kekuatan utama dikarenakan perkebunan durian telah menjadi ciri khas pemandangan dan tempat wisata yang menawarkan wisata alam perkebunan durian. Sehingga Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah dapat menggunakan perkebunan durian sebagai objek wisata utama. Tujuan wisatawan datang tentunya untuk berlibur dengan panorama alam sejuk seperti perkebunan durian. Hal ini menjadikan factor panorama alam perkebunan durian yang indah menjadi kekuatan utama dari factor-faktor internal lainnya.

Produk unggulan berupa durian merupakan kekuatan utama yang dimiliki oleh Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah berdasarkan Matriks IFE dengan total skor 0,376. Karena buah durian merupakan raja dari buah-buahan lainnya dan durian ini berjenis montong, sehingga wisatawan akan tertarik untuk berkunjung ke Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah.

Lahan yang luas juga merupakan kekuatan utama yang dimiliki oleh Agrowisata Durian Bukit Sege Indah berdasarkan matriks IFE, dengan total skor 0,240. Karena dengan lahan yang luas dapat dijadikan pengembangan agrowisata yang lebih baik. Tentunya akan memudahkan pembangunan atau pengembangan sarana dan prasarana yang lebih baik. Tempat wisata yang luas serta sarana prasana yang memadai akan membuat kenyamanan

IAIN PURWOKERTO

bagi wisatawan. Sehingga lahan yang luas menjadi kekuatan utama Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah dalam pengembangan agrowisata untuk bersaing dengan tempat wisata atau agrowisata lainnya.

Kelemahan utama dari Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah berdasarkan matirks IFE adalah buah bersifat musiman, akses jalan sulit dan tidak memiliki atraksi wisata dengan total skor 0,030; 0,034 dan 0,036. Ketiga faktor tersebut memiliki pengaruh yang negative terhadap perusahaan dan menjadi kelemahan utama Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah. Dan hal ini menjadi factor yang harus dievaluasi oleh pihak pengelola Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah.

Buah yang ditonjolkan Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini adalah buah durian berjenis montong. Buah ini bersifat musiman, jadi buah durian ini panen pada waktu waktu tertentu saja. Sehingga saat wisatawan datang ke Agrowisata tidak selalu tersedia buah durian, hal inilah yang akan menimbulkan rasa kekecewaaan wisatawan sehingga pengelola perlu membuat strategi baru untuk mengatasi masalah ini.

Akses jalan yang sulit Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah yang membuat para wisatawan akan mengalami kesulitan untuk menuju lokasi agrowisata karena memang banyak jalan yang sulit dilewati baik itu jalanya rusak dan jalan yang menanjak, sehingga kondisi kendaraan wisatawan harus dalam keadaan yang sehat agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan.

Selain itu di Agrowisata Durian Bukit Sege Indah ini tidak memiliki atraksi wisata yang ditawarkan, atraksi wisata menampilkan baik itu seni, budaya tradisi atau hiburan. Hal ini sangat berpengaruh akan minat dan ketertarikan para wisatawan untuk datang sehingga pihak pengelola Agrowisata Durian Bukit

Sege Indah perlu membuat rencana baru untuk mengevaluasi hal tersebut agar para wisatawan tertarik untuk datang.

Berdasarkan analisis matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) diketahui bahwa Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah memiliki skor kekuatan sebesar 1,686 dan skor kelemahan sebesar 0,603. Hal ini menjelaskan bahwa faktor kekuatan lebih tinggi dibandingkan dengan factor kelemahan. Total Skor *Internal Factor Evaluation* (IFE) sebesar 2,295 hal ini menunjukkan bahwa kondisi internal Agrowisata Durian Bukit Sege Indah ini lemah. Hal ini menunjukkan bahwa dalam pengembangan Agrowisata Durian Bukit Sege Indah tersebut tidak mampu memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi kelemahan yang ada.

b. Analisis Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE)

Evaluasi faktor eksternal merupakan langkah untuk merencanakan dan mengarahkan tindakan yang akan diambil perusahaan berdasarkan perkembangan faktor eksternal yang mempengaruhinya. Analisis eksternal perusahaan mengidentifikasi faktor – faktor kunci peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dimana faktor – faktor tersebut digunakan dalam menganalisis matriks EFE. Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) meringkas dan mengevaluasi peluang dan ancaman yang datang dari lingkungan eksternal perusahaan.

Tabel 4.2 Hasil Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah.

Faktor-faktor Eksternal		Bobot	Peringkat	Skor Bobot
Peluang				
1	Tingkat pariwisata mengalami peningkatan	0,113	4,000	0,452
2	Pola konsumsi bergeser ke wisata <i>back to nature</i>	0,097	4,000	0,588
3	Ada peraturan tentang	0,071	3,000	0,213

	kepariwisatawan			
4	Perkembangan teknologi	0,143	4,000	0,572
5	Masyarakat memanfaatkan weekendnya untuk berwisata	0,109	4,000	0,436
Total Skor Peluang				2,061
Ancaman				
6	Tidak memanfaatkan teknologi	0,101	2,000	0,202
7	Terdapat pesaing	0,095	2,000	0,190
8	Belum ada peraturan daerah kabupaten brebes khusus tentang agrowisata	0,117	1,000	0,117
9	Belum dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan kemajuan perkembangan pada desa tersebut.	0,154	1,000	0,154
Total Skor Ancaman				0,663
Total Skor EFE		1,000		2,724

Berdasarkan Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE), yang menjadi peluang utama Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah adalah pola konsumsi yang bergeser ke wisata *back to nature* dan perkembangan teknologi dengan skor tertinggi sebesar 0,588 dan 0,572. Kedua faktor ini memiliki dampak yang positif untuk perkembangan Agrowisata Durian Bukit Sege Indah yang dimana memanfaatkan peluang yang ada untuk bersaing dalam usaha wisata khususnya agrowisata.

Pola konsumsi yang bergeser ke wisata *back to nature* berdasarkan matriks EFE dengan total skor sebesar 0,588. Karena gaya berwisata wisatawan saat ini telah mengalami perubahan dimana mereka cenderung lebih memilih wisata yang masih berbau

alam. Yang dimana manfaat wisata ini untuk menikmati keindahan alam dan kesadaran akan lingkungan alam. Banyak wisatawan berwisata untuk merelaksasikan pikirannya dari urusan pekerjaan yang setiap hari dihadapinya sehingga secara otomatis otak akan mengalami *refresh* kembali dan siap untuk bekerja esok harinya, dan bagi wisatawan yang tinggal di perkotaan yang jauh dari suasana sejuk pastinya ingin melakukan wisata yang berbeda dari biasanya yang jauh dari keramaian dan polusi.

Perkembangan teknologi berdasarkan matriks EFE dengan total skor sebesar 0,572. Karena saat ini perkembangan teknologi sangatlah pesat, berbagai informasi pun menyebar dengan cepatnya. Hal ini karena penggunaan internet sudah sangat umum bagi semua publik dan internet sebagai sarana informasi yang cepat. Jika hal ini dimanfaatkan maka akan sangat baik pengaruhnya dalam usaha wisata. Dengan diterapkannya teknologi berupa internet maka hal ini menjadi peluang dan pengaruh yang besar dalam perkembangan Agrowisata Durian Bukit Sege Indah.

Sedangkan ancaman utama yang dihadapi Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah adalah tidak memanfaatkan teknologi dan terdapat pesaing dengan skor 0,202 dan 0,190. Kedua faktor tersebut yang menjadi ancaman besar bagi Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah jika tidak membuat tindakan lebih lanjut dan mengabaikan kedua faktor tersebut. sehingga pengelola Agrowisata Durian Bukit Sege Indah perlu mengevaluasi hal tersebut.

Ancaman utama Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah yaitu tidak memanfaatkan teknologi dengan maksimal. Yang dimana seharusnya dengan perkembangan teknologi yang canggih dan pesat ini dapat dimanfaatkan dengan semaksimal mungkin baik itu dalam hal promosi maupun pemasarannya. Sehingga dengan itu maka khalayak ramai akan mengetahui bahwa ada Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini dan tertarik untuk berkunjung. Dan

promosi yang dilakukan harus kontinyu yaitu terus menerus baik itu dari media cetak maupun media social.

Selain itu ancaman Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah yang lain yaitu terdapatnya pesaing. Sehingga pihak pengelola Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini perlu melakukan inovasi-inovasi baru untuk lebih beda dari agrowisata lain, baik itu dari fasilitasnya maupun objek wisatanya. Sehingga akan menarik perhatian konsumen untuk berkunjung ke Agrowisata Durian Bukit Sege Indah ini.

Berdasarkan analisis matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) diketahui bahwa Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah memiliki skor peluang sebesar 2,061 dan skor ancaman sebesar 0,663. Hal ini menjelaskan bahwa factor peluang lebih tinggi dibandingkan dengan factor ancaman. Total skor *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) sebesar 2,724 hal ini menunjukkan bahwa kondisi eksternal Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah ini dalam kondisi rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi eksternal Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah dalam kondisi yang baik, karena peluang usaha yang dimiliki Agrowisata Durian Bukit Sege Indah dapat mengatasi ancaman yang ada.

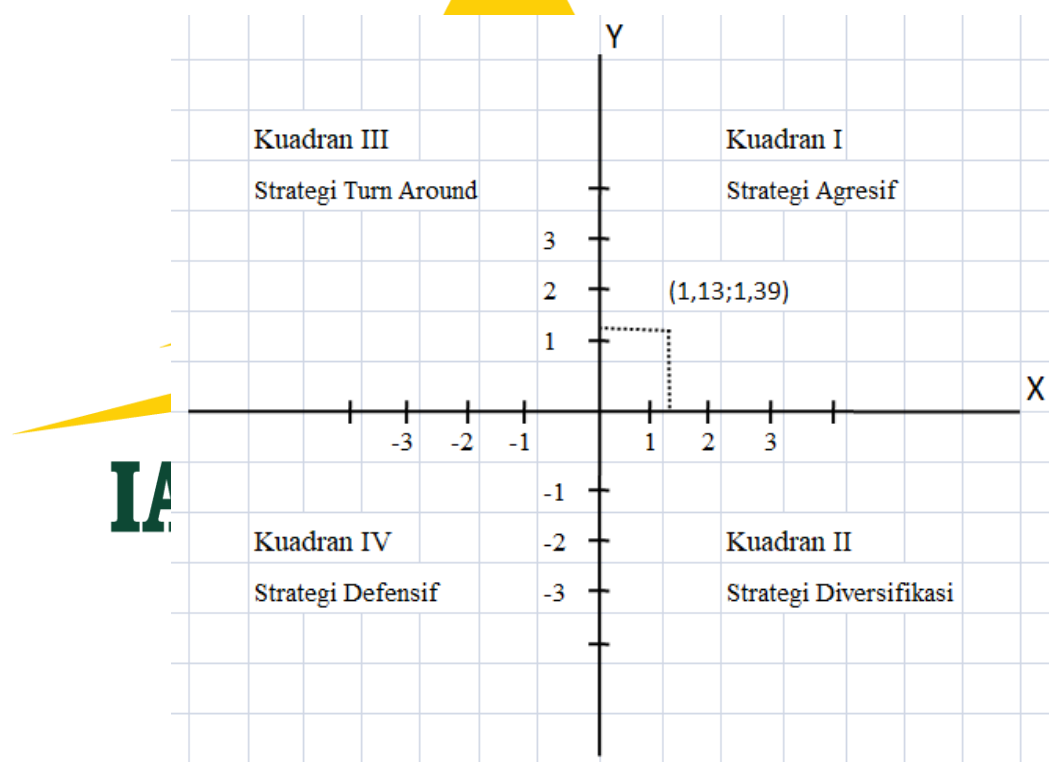
c. Diagram Analisis SWOT

Setelah melakukan analisis matriks IFE dan EFE, langkah selanjutnya adalah merumuskan *alternative* strategi dalam bentuk penentuan koordinat dalam diagram analisis SWOT dan menyusun faktor-faktor strategis perusahaan dalam matriks SWOT. Penentuan koordinat dalam diagram analisis SWOT berfungsi untuk menentukan posisi strategi perusahaan apakah terletak di kuadran I, II, III atau IV. Hal ini berfungsi untuk mengidentifikasi apakah strategi perusahaan bersifat Agresif, Diversifikasi, *Turn-Around* atau Defensif.

Berdasarkan Analisis matriks IFE dan EFE, berhasil mendapatkan total skor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sebesar 1,735; 0,603; 2,061 dan 0,663. Untuk koordinat analisis SWOT dibagi menjadi dua yaitu koordinat analisis internal dan koordinat analisis eksternal.

Koordinat analisis internal adalah total skor kekuatan dikurangi total skor kelemahan. Jadi $1,735 - 0,603 = 1,132$. Koordinat analisis eksternal adalah total skor peluang dikurangi total skor ancaman. Jadi $2,061 - 0,663 = 1,393$. Maka diperoleh titik (1,13;1,39).

Gambar 4.2 Diagram Analisis SWOT Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah



Berdasarkan diagram diatas menunjukkan bahwa perusahaan berada di Kuadran I situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini

adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth orientes strategy*).

2. Analisis Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi: Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-ancaman) dan Strategi WT (kelemahan-ancaman). Mencocokkan factor-faktor eksternal dan internal utama merupakan bagian tersulit dalam mengembangkan matriks SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik dan tidak ada satupun paduan yang paling benar.

Tabel 4.3 Analisis Matriks SWOT Agrowisata Durian di Bukit Sege

Indah		
INTERNAL	Kekuatan (<i>Strengths</i>) <ol style="list-style-type: none"> Memiliki panorama alam perkebunan buah durian yang indah. Memiliki produk unggulan berupa durian. Memiliki lahan yang luas Telah memakai system akuntansi. Modal sepenuhnya berasal dari dana desa Memiliki struktur organisasi Memiliki petugas yang mengawasi pohon durian. Tidak ada biaya sewa los dagang. 	Kelemahan (<i>Weakness</i>) <ol style="list-style-type: none"> Lokasi tidak strategis. Tidak ada penunjuk arah Fasilitas yang belum lengkap Tidak ada objek wisata yang bersifat edukasi Tidak memiliki atraksi wisata Akses jalan sulit belum melibatkan masyarakat Tingkat pendidikan tenaga kerja tidak dipertimbangkan Buah bersifat musiman Tidak ada tiket masuk Terdapat kecurangan bertransaksi
EKSTERNAL	Peluang (<i>Opportunities</i>) <ol style="list-style-type: none"> Tingkat pariwisata mengalami peningkatan Pola konsumsi bergeser ke 	Strategi SO <ol style="list-style-type: none"> Memanfaatkan fasilitas yang ada dengan maksimal (S1,S1,S3,O4). Memanfaatkan SDM yang kompeten (S4,S5,S6,S7,O1,O2,O
		Strategi WO <ol style="list-style-type: none"> Memperbaiki akses jalan (W2,W6) Menambah fasilitas yang belum dimiliki (W3,W4,W5,O1,O2, O5) Melibatkan

wisata <i>back to nature</i> 3. Ada peraturan tentang kepariwisatawan 4. Perkembangan teknologi 5. Masyarakat memanfaatkan weekendnya untuk berwisata	3, O5)	masyarakat (W7,W8) 4. Membuat produk olahan dari buah unggulan agrowisata (W9,O4) 5. Membuat peraturan yang tegas (W10,W11,O3)
Ancaman (<i>Threats</i>) 1. Tidak memanfaatkan teknologi 2. Terdapat pesaing 3. Belum ada peraturan daerah kabupaten brebes khusus tentang agrowisata 4. Belum dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan kemajuan perkembangan pada desa tersebut.	Strategi ST 1. Meningkatkan kualitas pelayanannya (S1,S2,S3,S4,S5,S6,S7,S8,T1,T2,T3,T4)	Strategi WT 1. Melakukan promosi yang lebih efektif 2. Melakukan kerjasama dengan pemerintah, masyarakat setempat dan pengelola agrowisata untuk memperbaiki infrastruktur serta membuat paket wisata yang berbeda (W1,W2,W3,W4,W5,W6,W7,W8,W9,W10,W11,T1,T2,T3,T4)

a. Strategi SO (*SO Strategic*)

Memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Semua manajer tentunya menginginkan organisasi mereka berada dalam posisi dimana kekuatan internal dapat digunakan untuk mengambil keuntungan dari berbagai trend an kejadian eksternal. Terdapat satu alternative strategi yang dapat dilakukan pada strategi SO yaitu:

- Memanfaatkan fasilitas yang ada dengan maksimal dalam mempromosikan agrowisata (S1,S1,S3).

Dengan memanfaatkan fasilitas yang ada dengan maksimal dalam mempromosikan agrowisata merupakan strategi yang dapat memanfaatkan peluang yang ada hal ini karena tingkat

pariwisata yang mengalami peningkatan, pola konsumsi yang bergeser ke wisata *back to nature*, serta masyarakat memanfaatkan weekendnya untuk berwisata. Kekuatan-kekuatan yang dimiliki Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah seperti memiliki panorama alam perkebunan buah durian yang indah, memiliki produk unggulan berupa durian, memiliki lahan yang luas dengan itu pengelola agrowisata harus menjaga keasrian dan lingkungan agrowisata dengan baik sehingga wisatawan akan merasa puas setelah datang ke Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah. Hal ini akan sangat membantu perkembangan dari Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah.

- Memanfaatkan SDM yang kompeten

Dengan memanfaatkan SDM yang kompeten dimana ditandai dengan terbentuknya struktur organisasi yang terstruktur dengan baik, *system* akuntansi yang telah diberlakukan serta memiliki petugas khusus memantau perkembangan pohon durian, maka pengelolaan Agrowisata Durian akan terkoordinir dengan baik, Hal tersebut akan sangat membantu Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah untuk berkembang.

IAIN PURWOKERTO

b. Strategi WO (WO Strategic)

Bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Terkadang peluang-peluang besar muncul, tetapi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghalanginya memanfaatkan peluang tersebut.

- Memperbaiki akses jalan

Dengan diperbaiki akses jalan dengan baik dan penunjuk arah yang spesifik menuju ke lokasi Agrowisata Durian Bukit Sege Indah maka wisatawan akan lebih nyaman dan memudahkan menuju ke lokasi agrowisata.

- Menambah fasilitas yang belum dimiliki

Dengan menambah fasilitas yang belum dimiliki seperti atraksi wisata yang ditawarkan serta objek wisata yang bersifat edukasi sehingga wisatawan akan merasa tertarik untuk datang ke Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah dan akan kembali datang ke agrowisata.

- Melibatkan masyarakat

Dalam membuat rencana pembangunan atau pengembangan maka perlu melibatkan masyarakat setempat karena masyarakat mengerti betul akan wilayah tersebut serta mayoritas pekerjaan masyarakat adalah bertani.

- Membuat produk olahan dari buah unggulan agrowisata

Karena produk unggulan Agrowisata Durian Bukit Sege Indah adalah buah durian yang dimana buah ini bersifat musiman, maka jika wisatawan datang tidak selalu ada buah durian ini. Sehingga pengelola perlu membuat produk olahan yang nantinya digunakan untuk mengganti buah durian yang tidak tersedia dengan baik itu berupa minuman maupun makanan akan tetapi buah durian tetapi menjadi bahan utamanya.

- Membuat peraturan yang tegas

Dengan membuat peraturan yang tegas terkait dengan diberlakukannya tiket masuk serta peraturan terkait dengan penjual di Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah dan membuat sanksi jika melanggar dari peraturan tersebut. hal ini dilakukan untuk keutuhan dan kepentingan Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah.

c. Strategi ST (*ST Strategic*)

Menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa suatu organisasi yang kuat harus selalu

menghadapi ancaman secara langsung di dalam lingkungan eksternal.

- Meningkatkan kualitas pelayanannya

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, pengetahuan dan keterampilan SDM Agrowisata Durian Bukit Sege indah maka dilakukannya pelatihan dan pengembangan SDM yang ada dengan memberi informasi mengenai lingkungan agrowisata maupun produk unggulan yang ditawarkan dan ciri khas Agrowisata Durian Bukit Sege Indah.

d. Strategi WT (*WT Strategic*)

Merupakan taktik yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal.

- Melakukan promosi yang lebih efektif

Melakukan promosi yang lebih efektif dengan cara media cetak seperti brosur wisata, leaflet, dan Koran, serta memasang baliho ditempat tempat strategis seperti di pusat kota maupun jalan menuju Agrowisata. Selain itu dengan cara memanfaatkan teknologi berupa internet seperti *website*, blog atau media social seperti *facebook*, *instagram* maupun *whatsapp*. Sehingga hal ini akan memudahkan wisatawan mendapatkan informasi.

IAIN PURWOKERTO

- Melakukan kerjasama dengan pemerintah, masyarakat setempat dan pengelola agrowisata untuk memperbaiki infrastruktur serta membuat paket wisata yang berbeda

Kerjasama dengan pemerintah sangatlah penting dikarenakan kawasan Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah memiliki lokasi yang tidak strategis karena jauh dari pusat kota, akses jalan yang sulit serta tidak ada penunjuk arah yang spesifik. Selain itu melakukan kerjasama untuk membuat paket wisata yang berbeda dengan pesaing yang lainnya dan tentunya

dengan ciri khas tersendiri. Hal ini akan dapat mengurangi tingkat persaingan dengan wisata lain.

3. Analisis Matriks QSPM

QSPM adalah alat yang memungkinkan para penyusun strategi mengevaluasi berbagai strategi *alternative* secara objektif, berdasarkan faktor-faktor keberhasilan penting eksternal dan internal yang diidentifikasi sebelumnya.

Berdasarkan analisis Matriks SWOT menghasilkan sepuluh alternatif strategi, kesepuluh *alternative* tersebut dipilih dengan mengacu kepada strategi yang dihasilkan dari analisis Matriks IFE dan EFE. Berdasarkan hasil analisis matriks QSPM Agrowisata Durian Bukit Sege Indah pada lampiran, diketahui bahwa *alternative* strategi yang paling diprioritaskan adalah strategi yang memiliki nilai penjumlahan *Total Attractive Score* (TAS) tertinggi. Berikut adalah *alternative* strategi yang diurut berdasarkan penjumlahan total nilai daya tarik.

- a. Menambah fasilitas yang belum dimiliki, dengan penjumlahan total nilai daya tarik (TAS) sebesar 4,875
- b. Melakukan kerjasama dengan pemerintah, masyarakat setempat dan pengelola agrowisata untuk memperbaiki infrastruktur serta membuat paket wisata yang berbeda, dengan penjumlahan total nilai daya tarik (TAS) sebesar 4,702
- c. Melakukan promosi yang lebih efektif, dengan penjumlahan total nilai daya tarik (TAS) sebesar 4,650
- d. Meningkatkan kualitas pelayanannya, dengan penjumlahan total nilai daya tarik (TAS) sebesar 4,237
- e. Memanfaatkan SDM yang kompeten, dengan penjumlahan total nilai daya tarik (TAS) sebesar 3,802
- f. Membuat produk olahan dari buah unggulan agrowisata, dengan penjumlahan total nilai daya tarik (TAS) sebesar 3,655

IAIN PURWOKERTO

- g. Memanfaatkan fasilitas yang ada dengan maksimal, dengan penjumlahan total nilai daya tarik (TAS) sebesar 3,630
- h. Melibatkan masyarakat, dengan penjumlahan total nilai daya tarik (TAS) sebesar 3,296
- i. Memperbaiki akses jalan, dengan penjumlahan total nilai daya tarik (TAS) sebesar 3,294
- j. Membuat peraturan yang tegas, dengan penjumlahan total nilai daya tarik (TAS) sebesar 3,267



Gambar 4.3 Matriks QSPM Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah

Faktor-faktor Utama	Bobot	Alternatif Strategi																							
		Strategi SO						Strategi WO						Strategi ST						Strategi WT					
		S01		S02		W01		W02		W03		W04		W05		ST1		ST2		WT1		WT2			
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS		
Kekuatan (S)		3	0,3	1	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3	3	0,3	3	0,3	4	0,4	4	0,4	4	0,4	3	0,3		
S2	0,094	3	0,282	2	0,188	1	0,094	3	0,282	2	0,188	4	0,376	1	0,094	2	0,188	4	0,376	4	0,376	3	0,282		
S3	0,052	3	0,156	1	0,052	1	0,052	4	0,208	1	0,052	2	0,104	1	0,052	3	0,156	3	0,156	2	0,156	2	0,104		
S4	0,08	1	0,08	3	0,24	1	0,08	1	0,08	1	0,08	1	0,08	2	0,16	1	0,08	1	0,08	1	0,08	1	0,08		
S5	0,032	2	0,064	2	0,064	3	0,096	3	0,096	2	0,064	2	0,064	2	0,064	1	0,032	2	0,064	2	0,064	2	0,064		
S6	0,024	1	0,024	3	0,072	1	0,024	2	0,048	3	0,072	1	0,024	3	0,072	3	0,072	1	0,024	1	0,024	1	0,024		
S7	0,022	1	0,022	3	0,066	1	0,022	1	0,022	3	0,066	1	0,022	3	0,066	3	0,066	1	0,022	1	0,022	1	0,022		
S8	0,076	2	0,152	1	0,076	1	0,076	1	0,076	1	0,076	1	0,076	2	0,152	1	0,076	1	0,076	1	0,076	1	0,076		
Kelemahan (W)																									
W1	0,05	1	0,05	1	0,05	4	0,2	2	0,1	1	0,05	1	0,05	1	0,05	1	0,05	1	0,05	1	0,05	3	0,15		
W2	0,049	1	0,049	2	0,098	3	0,147	3	0,147	3	0,147	1	0,049	1	0,049	1	0,049	1	0,049	1	0,049	3	0,147		
W3	0,053	1	0,053	3	0,159	1	0,053	4	0,212	2	0,106	1	0,053	1	0,053	1	0,053	1	0,053	1	0,053	3	0,159		
W4	0,076	1	0,076	3	0,228	3	0,228	1	0,076	4	0,304	3	0,228	1	0,076	1	0,076	1	0,076	1	0,076	3	0,228		
W5	0,037	1	0,037	2	0,074	1	0,037	4	0,148	3	0,111	1	0,037	1	0,037	1	0,037	1	0,037	1	0,037	3	0,111		
W6	0,034	1	0,034	1	0,034	3	0,102	1	0,034	1	0,034	1	0,034	1	0,034	1	0,034	1	0,034	1	0,034	3	0,102		
W7	0,021	1	0,021	1	0,021	1	0,021	1	0,021	4	0,084	1	0,021	2	0,042	2	0,042	1	0,021	1	0,021	2	0,042		
W8	0,065	1	0,065	3	0,195	1	0,065	1	0,065	1	0,065	1	0,065	2	0,13	1	0,065	1	0,065	1	0,065	1	0,065		
W9	0,015	1	0,015	2	0,03	1	0,015	1	0,015	1	0,015	4	0,06	1	0,015	1	0,015	1	0,015	1	0,015	2	0,03		
W10	0,084	1	0,084	2	0,168	1	0,084	1	0,084	1	0,084	1	0,084	4	0,336	2	0,168	1	0,084	1	0,084	2	0,168		
W11	0,036	1	0,036	3	0,108	1	0,036	1	0,036	1	0,036	1	0,036	4	0,144	1	0,036	1	0,036	1	0,036	1	0,036		
Peluang (O)																									
O1	0,113	3	0,339	3	0,339	3	0,339	3	0,339	1	0,113	3	0,339	2	0,226	3	0,339	4	0,452	4	0,452	3	0,339		
O2	0,097	3	0,291	2	0,194	3	0,291	3	0,291	1	0,097	3	0,291	1	0,097	3	0,291	4	0,388	4	0,388	3	0,291		
O3	0,071	2	0,142	1	0,071	1	0,071	1	0,071	2	0,142	1	0,071	4	0,284	2	0,142	2	0,142	2	0,142	3	0,213		
O4	0,143	2	0,286	3	0,429	1	0,143	2	0,286	2	0,286	2	0,286	1	0,143	2	0,286	4	0,572	4	0,572	2	0,286		
O5	0,109	3	0,327	1	0,109	3	0,327	3	0,327	1	0,109	1	0,109	1	0,109	3	0,327	4	0,436	4	0,436	3	0,327		
Ancaman (T)																									
T1	0,101	2	0,202	2	0,202	1	0,101	2	0,202	1	0,101	1	0,101	1	0,101	2	0,202	4	0,404	4	0,404	1	0,101		
T2	0,085	2	0,18	2	0,18	2	0,18	4	0,38	2	0,18	3	0,285	1	0,095	4	0,38	3	0,285	3	0,285	3	0,285		
T3	0,117	1	0,117	1	0,117	1	0,117	1	0,117	1	0,117	1	0,117	3	0,351	2	0,234	1	0,117	1	0,117	2	0,234		
T4	0,154	1	0,154	1	0,154	1	0,154	4	0,616	2	0,308	3	0,462	1	0,154	3	0,462	1	0,154	1	0,154	3	0,462		
Total AS		3648		3828		3313		4907		3321		3872		3286		4254		4668		4728		4728			
Peringkat		7.		5		9		1		8		6		10		4		3		3		2			

Berdasarkan hasil analisis matriks QSPM diatas, *alternative* strategi yang memiliki penjumlahan total nilai daya tarik (TAS) tertinggi adalah strategi menambah fasilitas yang belum dimiliki, strategi melakukan kerjasama dengan pemerintah, masyarakat setempat dan pengelola agrowisata untuk memperbaiki infrastruktur serta membuat paket wisata yang berbeda serta strategi melakukan promosi yang lebih efektif. Sehingga ketiga alternative strategi tersebut adalah strategi yang paling diutamakan dibandingkan dengan alternative strategi lainnya dalam upaya pengembangan Agrowisata Durian Bukit Sege Indah.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan hasil pembahasan penelitian, maka kesimpulan yang dapat diambil sesuai dengan tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), yang menjadi kekuatan utama dari Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah adalah factor panorama alam perkebunan buah durian yang indah, produk unggulan berupa durian dan lahan yang luas dengan skor tertinggi. Sedangkan Kelemahan utama dari Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah berdasarkan matriks IFE adalah buah bersifat musiman, akses jalan sulit dan tidak memiliki atraksi wisata.
2. Berdasarkan Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE), yang menjadi peluang utama Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah adalah pola konsumsi yang bergeser ke wisata *back to nature* dan perkembangan teknologi. Sedangkan ancaman utama yang dihadapi Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah adalah tidak memanfaatkan teknologi dan terdapat pesaing.
3. Berdasarkan analisis Matriks SWOT diperoleh 10 alternatif strategi yaitu menambah fasilitas yang belum dimiliki, melakukan kerjasama dengan pemerintah, masyarakat setempat dan pengelola agrowisata untuk memperbaiki infrastruktur serta membuat paket wisata yang berbeda, melakukan promosi yang lebih efektif, meningkatkan kualitas pelayanannya, memanfaatkan SDM yang kompeten, membuat produk olahan dari buah unggulan agrowisata, memanfaatkan fasilitas yang ada dengan maksimal, melibatkan masyarakat, memperbaiki akses jalan, dan membuat peraturan yang tegas.

B. Saran

Setelah mengambil kesimpulan dari penelitian ini, peneliti ingin menyampaikan saran-saran kepada pihak yang terkait dengan harapan dapat bermanfaat dan menjadi acuan perbaikan. Adapun saran-saran tersebut antara lain:

1. Agrowisata Durian Bukit Sege Indah hendaknya melakukan penambahan fasilitas-fasilitas yang dimana hal tersebut berdasarkan akan kebutuhan dan keinginan konsumen atau wisatawan yang datang.
2. Pengelola Agrowisata Durian Bukit Sege Indah perlu melakukan kerjasama baik itu dengan pemerintah maupun masyarakat setempat. Hal ini dilakukan untuk memperbaiki infrastruktur Agrowisata Durian Bukit Sege Indah serta membuat paket wisata yang berbeda dengan wisata pesaing lainnya yang memiliki ciri khas tersendiri.
3. Pengelola Agrowisata Durian Bukit Sege Indah perlu melakukan promosi secara aktif, baik melalui media cetak, media sosial maupun pemasangan iklan dimana tersebar ke pusat kota serta jalan menuju agrowisata. Selain itu dapat membuat blog atau *website* terkait produk wisata yang ditawarkan. Sehingga wisatawan akan lebih mudah untuk mendapatkan informasi terkait produk, paket wisata dan lain sebagainya.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Asnawi, N., & Fanani, M. A. (2017). *Pemasaran Syariah (Teori, Filosofi dan isu-isu Kontemporer)*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Bagus, I. G. (2015). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Rajawali Press.
- Damardjati, A. S. (2006). *Istilah-Istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita.
- David, F. R. (2004). *Manajemen Strategi Konsep-Konsep*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- David, F. R. (2010). *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (2003). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: ANDI.
- Mardani. (2016). *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: KENCANA.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Oka, A. Y. (2000). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Pearce II, J. A., & Robinson, R. B. *Strategic Management (Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian)*. Penerbit Salmeha Empat Buku.
- Rasyid, H. S. (2007). *Fiqh Islam*. Bandung: Penerbit Sinar Baru Algensindo.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2010). *Metode Penelitian: Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Tirtawinata, M. R., & Fachruddin, L. (1999). *Daya Tarik dan Pengelolaan Agrowisata*. Jakarta: Penebar Swadaya.

IAIN PURWOKERTO

NON BUKU

- Andini, N. (2013). Pengorganisasian Komunitas dalam Pengembangan Agrowisata di Desa Wisata Studi Kasus: Desa Wisata Kembangarum, Kabupaten Sleman. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota* , 173-174.
- Aprianto, R. R., Ambarsari, A., & Listiyani. (2018). Persepsi Masyarakat Terhadap Agrowisata Salatiga di Kabupaten Semarang. *JURNAL MASEPI* , 2.
- Dewi, S. P., Ristianti, N. S., & Wungo, G. L. (2019). Pengembangan Desa Karangpelem Kabupaten Sragen Sebagai Desa Wisata. *PASOPATI* , 123.
- Dradjat, H. A., & Mugnisjah, W. Q. (2016). Pengelolaan Objek Wisata Pertanian Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran, Pt. Perkebunan Nusantara IX. *LANSKAP INDONESIA* , 21.
- Gunawan, G., Sariyoga, & Wahyu, M. (n.d.). Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata di Kampung Kramat Tanjung Desa Bunihara Kecamatan Anyer Kabupaten Serang. 1.
- Gunawan, I. M. (2016). Pengembangan Agrowisata Untuk Kemandirian Ekonomi dan Pelestarian Budaya Di Desa Kerta. Payangan Gianyar. *JUMPA* , 158.
- Jahar, I. (2008). *Agrowisata Tanaman Buah Di Saree Tema: Arsitektur Hijau*. Banda Aceh.
- Kholil, A. Y., & Mutiara, F. (2018). Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Agrowisata (Studi Kasus di Study Wisata Bukit Flora, Desa Gunung Petung, Nongkojajar, Kecamatan Tutur, Kabupaten Pasuruan). *Buana Sains* 13.
- Makarim, I. M. (n.d.). Pengelolaan Agrowisata Berbasis Masyarakat di Desa Sidomulyo, Kota Batu.
- Maulida, L. S. (2019). PERAN PENGELOLA AGROWISATA DALAM MENGENTASKAN KEMISKINAN MASYARAKAT PEDESAAN (Studi kasus di Desa Cihideung Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat). *COMM-EDU* , 72.
- Mayasari, K., & Ramdhan, T. (2013). Strategi Pengembangan Agrowisata Perkotaan. *Buletin Pertanian Perkotaan* , 23.
- N. S. (2001). Pengembangan kawasan wisata agro (Agrotourism). *Buletin Tanaman dan Lanskap indonesia* , 20-23.

- Nugraha, I. G. (2017). Pengembangan Agrowisata Anggur Berbasis Masyarakat di Desa Banyupoh, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng-Bali. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* , 26.
- Nurhadi, I. (2018). Strategi Pengembangan Agrowisata di Perkebunan Dillel Wilis Kabupaten Trenggalek. *Magister Agribisnis* , 16.
- Nurhadi, I. (2018). Strategi Pengembangan Agrowisata di Perkebunan Dillel Wilis Kabupaten Trenggalek. *Magister Agribisnis* , 16.
- Pitana, I. G. (2003). *Reinvention of Bali : Menata Bali Pasca Tragedi Menuju Pariwisata Berkualitas dan Berkelanjutan*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Putra, A. P., Amalia, F. R., & Utami, S. W. (n.d.). Strategi Pengembangan Agrowisata Berbasis Community Based Tourism di Desa Sumber Arum Kecamatan Songgon Banyuwangi. *Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis ke-3* , 479.
- Putra, S. A., Aviantara, I. G., & Widia, I. W. (n.d.). Strategi Pengembangan Agrowisata Berbasis Analisis SWOT di Unit Usaha Agro Mandiri. 1.
- Trimo, L., Mukti, G. W., & H, F. (2018). Kajian Strategi Pengembangan Agrowisata Kopi Luwak (Studi Kasus Kopi Luwak Manglayang, Kampung Pondok Buahbatu-Cikawari, Desa Mekarmanik, Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung) . *Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian UNPAD* , 525.
- Usman, Hakim, L., & Malik, I. (2012). Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Agrowisata di Kabupaten Bantaeng. *Otoritas* , 195.

Wawancara

IAIN PURWOKERTO

Bambang. (2019, Oktober 21).

Komarudin. (2019, Oktober 21).