

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA BERBASIS PRODUK
UNGGULAN LOKAL (Studi Kasus Di Desa Banuaju Barat Kec. Batang Batang
Kab. Sumenep**

Nurut Tamam Hidayat^{1*}, . Zainul Arifin ², Sri Hindarti ²

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang

²Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang

Email :21801032024@unisma.ac.id

Abstract

Methods of taking respondents using purposive sampling method. The number of samples used was 50. Data analysis methods were validity test, reliability test, IFAS EFAS strategy, SWOT analysis and QSPM. Based on the results of IFAS identification, strengths have an average value of 2.064 and weaknesses have an average of 1.295, so the identification of EFAS is the opportunity to have average value of 2.618 and threats have an average value of 1.664. The results of the position SPACE matrix analysis show that brown sugar agrotourism is in quadrant 1, an aggressive strategy with a value of 4.189. The validity test obtained 50 with a significant level of 5%, so the r table value of 0.275 variables (x1 to x25) in the questionnaire was valid. Reliability test that all variables have a cronbach alpha value of 0.929 which is smaller than the r count. So all variables (x1 to x25) in the questionnaire are valid

Keywords: *Validity Test, Reliability Test, QSPM SWOT Analysis*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal Agrowisata berbasis unggulan lokal yang ada di Desa Banuaju Barat Kecamatan Batang Batang Kabupaten Sumenep. 2) Untuk menganalisis strategi pengembangan Agrowisata Gula Merah di Desa Banuaju Barat Kecamatan Batang Batang Kabupaten Sumenep. Penelitian ini dilakukan di agrowisata gula merah Desa Banuaju Barat Kecamatan Batang Batang, Kabupaten Sumenep, Provinsi Jawa Timur.

Metode pengambilan responden menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sejumlah 50. Metode analisis data yaitu uji validitas, uji reliabilitas, strategi IFAS EFAS, analisis SWOT dan QSPM Berdasarkan dari hasil identifikasi IFAS kekuatan mempunyai nilai rata-rata 2,064 dan kelemahan mempunyai rata-rata 1,295 maka identifikasi EFAS yaitu peluang mempunyai nilai rata-rata 2,618 dan ancaman mempunyai nilai rata-rata 1,664. Hasil analisis matrik *SPACE* posisi menunjukkan bahwa Agrowisata gula merah berada di kuadran 1, strategi agresif dengan nilai 4,189. Uji Validitas diperoleh 50 dengan taraf signifikan sebesar 5% maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,275 variabel (x1 sampai x25) yang ada pada kuesioner tersebut adalah valid. Uji Reabilitas bahwa semua variabel mempunyai nilai alpha cronbach sebesar 0,929 yang lebih kecil dari r hitung. Jadi semua variable (x1 sampai x25) yang ada pada kuesioner tersebut adalah valid

Kata kunci: Uji Validitas, Uji Reabilitas, Analisi SWOT QSPM

PENDAHULUAN

Indonesia yang terletak diantara dua benua yakni benua Australia dan benua Asia serta dua samudera yaitu samudera Pasifik dan samudera Hindia. Negara ini banyak memiliki pulau baik dari pulau besar dan pulau kecil, memiliki berbagai macam keindahan baik di darat maupu lautan yang sangat indah untuk dinikmati. Indonesia yang sangat kaya akan sumber daya alam dan keanekaragaman kesenian dan budaya yang dapat dipamerkan ke daerah-daerah bahkan ke

mancanegara. Ciri khas inilah yang menjadikan suatu daerah sebagai objek wisata.

Kekayaan alam dan hayati yang dimiliki Indonesia sangat beragam dan dapat dijadikan sebagai salah satu produk andalan bagi perekonomian bangsa Indonesia. Selain diperuntukkan sebagai budidaya dan produksi komoditi pertanian serta perkebunan, keunikan dari kondisi alam Indonesia ini dapat dimanfaatkan sebagai objek wisata. Dengan demikian, sektor pariwisata berpotensi untuk berkembang di Indonesia. Keberadaan industri pariwisata diharapkan mampu meningkatkan pendapatan nasional dalam mewujudkan ekonomi. Pembangunan sektor pariwisata hendaknya juga diikuti dengan upaya pelestariannya, agar kekayaan alam dan hayati yang dimiliki Indonesia tidak punah (Ernaldi, 2010).

Kabupaten Sumenep merupakan sebuah Kabupaten yang menghasilkan olahan gula merah, hampir semua petani siwalan memiliki lahan pengolahan hal ini didukung oleh kondisi lahan dan iklim yang cocok untuk memproduksi gula merah ini tidak lepas dari peran petanitan siwalan yang memiliki peran penting dalam sektor ini untuk mengupayakan peningkatan skala produktivitas gula merah yang dikordinasikan dengan dinas pertanian Kabupaten Sumenep. Sehingga Kabupaten Sumenep selain memiliki ketahanan pangan lokal juga terdapat komoditas unggulan lain dengan produksi massal yang dapat dipasarkan secara komersil dan musiman. Pengembangan kawasan agrowisata memiliki maksud untuk membentuk, menyelaraskan dan mengendalikan pembangunan fisik, budaya dan kegiatan pariwisata serta pemberdayaan masyarakat di kawasan Desa Banuaju sebagai kawasan agrowisata. Sedangkan tujuannya adalah Membuat konsep awal penataan kawasan untuk pengembangan kawasan agrowisata yang memiliki daya saing, daya tarik investasi dan tetap memiliki karakter budaya, menata kawasan dengan mempertimbangkan aspek arsitektural, fungsional dan pola penataan lingkungan yang sesuai dengan kebijakan kawasan (Jojok Dwirido Tjahjono et al, 2018).

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Agrowisata gula merah berbasis unggulan lokal di Desa Banuaju Barat Kecamatan Batang Batang Kabupaten Sumenep dan pengembangan Agrowisata berbasis unggulan lokal serta bagaimana strategi pengembangan agrowisata gula merah di Desa Banuaju Barat Kecamatan Batang Batang Kabupaten Sumenep.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di agrowisata gula merah Desa Banuaju Barat Kecamatan Batang Batang, Kabupaten Sumenep, Provinsi Jawa Timur. Penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan pertimbangan konsumen yang membelin produk agrowisata gula merah. Jumlah sampel yang digunakan sejumlah 50 responden. Jenis data pada penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner. Kuesioner tersebut meliputi pertimbangan bahwa responden yang dipilih mampu menggambarkan fenomena yang ada pada kawasan Agrowisata Gula Merah. Penilaian kuesioner menggunakan skor *likert* dan dianalisis regresi linear berganda.

Metode Pengambilan Data

Metode penelitian menggunakan metode pengambilan responden menggunakan metode *purposive sampling* atau sensus yaitu pengujian secara rinci terhadap suatu tempat mengenai masalah penelitian yang dituju. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Syarat dan prosedur pengembangan agrowisata yang dilakukan untuk penelitian ini dilakukan dengan wawancara.

Metode Analisa Data

Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji validitas, Uji reliabilitas analisis SWOT dan QSPM untuk menganalisis Agrowisata Gula Merah sebagai sentra produk unggulan dan untuk mengidentifikasi faktor utama dengan memberikan bobot, rating dan nilai pada faktor yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang menggunakan dengan membandingkan baris dan kolom pada matriks IFE dan matriks EFE sedangkan matriks SWOT digunakan untuk menganalisis strategi pengembangan agrowisata gula merah berbasis unggulan lokal di Desa Banuaju Barat Kecamatan Batang Batang Kabupaten Sumenep dengan menggunakan analisa QSPM.

Sebelum membuat matriks SWOT seperti yang sudah dijelaskan diatas terlebih dahulu membuat matriks srategi internal dan strategi eksternalnya. Posisi agrowisata melon terletak di kwadran ke berapa biasa dilihat pada Diagram matrik SWOT, dengan cara menghitung total skor pada kekuatan dikurangi total skor pada kelemahan, (hasilnya diletakkan pada sumbu X). sedangkan pengurangan dari total skor peluang di kurangi ancaman nilainya di letakkan pada sumbu

Analisa Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) adalah alat analisis untuk pengambilan keputusan. Analisis QSPM memungkinkan pariwisata pertanian untuk secara objektif mengevaluasi strategi alternatif berdasarkan faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya. Matriks ini digunakan untuk mengevaluasi dan memilih strategi terbaik berdasarkan lingkungan eksternal dan internal. Dalam matriks QSPM kita menentukan alternatif strategi yaitu strategi terbaik dengan nilai total terbesar (Prastiti, 2012).

Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji instrument data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkapkan yang ingin diungkapkan (Priyatno, 2014). Pengujian validitas konstruksi dilakukan dengan analisis faktor, yaitu dengan mengkorelasikan antara skor item instrument dengan rumus Pearson Product Moment, dengan persamaan sebagai berikut :

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan ;

r_{hitung} = Koefisien Korelasi $\sum X_i$ = Jumlah Skor Item
 $\sum Y_i$ = Jumlah Skor Total (seluruh item) n = Jumlah Responden

Tentang uji validitas ini dapat disampaikan hal-hal pokoknya, sebagai berikut:

- Uji ini sebenarnya untuk melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mendefinisikan suatu variabel.
- Daftar pertanyaan ini pada umumnya untuk mendukung suatu kelompok variabel tertentu.
- Jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$, maka butir soal disebut valid.

Uji Reliabilitas

Riduan (2009) menyatakan bahwa uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui seberapa reliabel hasil pengukuran. Selama aspek yang diukur pada subjek tidak mengalami perubahan, maka hasil pengukuran dapat dipercaya jika pengukuran pada kelompok subjek yang sama memperoleh hasil yang relatif sama beberapa kali. Uji reliabilitas menggunakan rumus alpha Cronbach yang mengukur dan mendefinisikannya sebagai korelasi skala teramati dengan semua kemungkinan pengukuran skala lain menggunakan item pertanyaan yang sama. Rumus Alpha Cronbach, yaitu:

Keterangan :

R = koefisien reliabilitas

N = banyaknya butir item $n-1$

$\sum S^2/t$ = jumlah varian skor dari tiap item

S^2/t = varian total

Jika nilai Cronbach's Alpha > rtabel disebut reliabel. Sebaliknya jika nilai Cronbach's Alpha < rtabel disebut tidak reliabel atau Jika nilai Alpha > 0,6 disebut reliabel. Sebaliknya jika nilai Alpha < 0,6 disebut tidak reliabel. Berikut tabel hasil uji reliabilitas kuisioner peran penyuluh terhadap pengembangan kelompok tani. Berdasarkan tabel 6 di atas dapat dilihat bahwa seluruh variable X dan Y dinyatakan reliabel. Hal ini karena nilai cronbach's alpha > 0.6.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Tabel 1 : Faktor Internal

No	Kekuatan	No	Kelemahan
1	Kualitas gula merah berkualitas baik	1	Varian produk yang beragam
2	Dekat dengan destinasi wisata	2	Ketersediaan gula merah
3	Pelayanannya ramah	3	Promosi sosial media yang masih minim
4	Pilihan wisatawan	4	Respon terhadap keluhan pelanggan
5	Harga relatif murah	5	Pembuatan gula merah masih sederhana
6	Ketertarikan mengetahui proses pembuatan gula merah	6.	Outlet penjualan yang kurang menarik
7	Agrowisata gula merah memiliki fasilitas dan akses yang memadai		

Berdasarkan hasil analisis faktor internal, maka diidentifikasi beberapa faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan. Hasil identifikasi digunakan untuk menyusun matriks IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary).

Faktor Eksternal

Berdasarkan hasil analisis faktor internal, maka diidentifikasi beberapa faktor yang menjadi peluang dan ancaman. Hasil identifikasi digunakan untuk menyusun matriks EFAS (Eksternal Strategic Factors Analysis Summary).

Tabel 2. Pertanyaan Faktor Eksternal

No	Peluang	No	Ancaman
1	Dukungan dari pemerintah daerah	1.	Kenaikan harga barang kebutuhan pokok
2	Kerjasama dengan pihak wisata	2	Kondisi iklim yang tidak dapat diprediksi
3	Jumlah pengunjung meningkat saat akhir pekan	3	Meninggalkan gaya hidup produk tradisional
4	Lokasi mudah dikunjungi	4	Masyarakat lokal yang mengunjungi objek wisata
5.	Banyaknya investor melakukan kerjasama	5	Masyarakat tidak sepenuhnya terlibat dalam agrowisata
6.	Menambah pendapatan Desa		

Data primer, 2023

Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)

Matriks EFAS-IFAS yang dilakukan merupakan penggabungan semua aspek dari matriks EFAS-IFAS yang sudah dilakukan sebelumnya, aspek yang dipilih merupakan aspek yang mendukung pengembangan desa wisata, kemudian dari aspek-aspek tersebut digabung dan diberi bobot baru sehingga akan kelihatan aspek mana yang paling mendukung Agrowisata gula merah. Berikut ini adalah hasil dari analisis pembobotan SWOT pada kondisi pada Agrowisata gula merah guna pengembangan sebagai agrowisata dijelaskan pada tabel 11 sampai tabel 12 di bawah ini.

Tabel 1. Perhitungan IFAS

No	Faktor Internal	BOBOT	Rating	BxR
	Kekuatan			

1	Kualitas gula merah berkualitas baik	0,089	5	0,445
2	Dekat dengan destinasi wisata	0,089	4	0,356
3	Pelayanannya ramah	0,089	4	0,356
4	Pilihan wisatawan	0,071	2	0,142
5	Harga relatif murah	0,089	4	0,356
6	Ketertarikan mengetahui proses pembuatan gula merah	0,071	2	0,142
7	Agrowisata gula merah memiliki fasilitas dan akses yang memadai	0,089	3	0,267
Total				2,064
Kelemahan				
1	Varian produk yang beragam	0,071	4	0,284
2	Ketersediaan gula merah	0,071	4	0,284
3	Promosi sosial media yang masih minim	0,053	3	0,159
4	Respon terhadap keluhan pelanggan	0,071	3	0,213
5	Meninggalkan gaya hidup produk tradisional	0,071	2	0,142
6	Outlet penjualan yang kurang menarik	0,071	3	0,213
Total		1		1,295

Data primer, 2023

Berdasarkan hasil analisis tabel perhitungan IFAS, diperoleh nilai paling rendah dari kelemahan yakni pembuatan gula merah masih sederhana.

Berikut tabel 12 perhitungan EFAS kondisi pada Agrowisata gula merah dapat dilihat sebagai berikut :

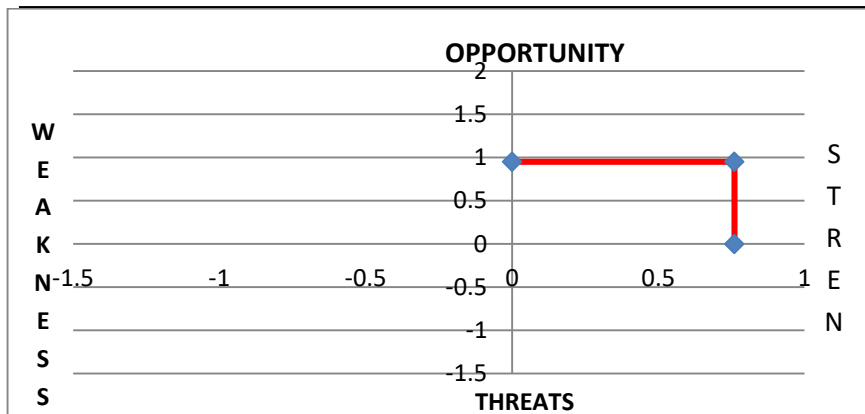
Tabel 2. Perhitungan EFAS

No	Faktor Eksternal	BOBOT	Rating	BxR
Peluang				
1	Dukungan dari pemerintah daerah	0,086	4	0,344
2	Kerjasama dengan pihak wisata	0,086	4	0,344
3	Jumlah pengunjung meningkat saat akhir pekan	0,1	5	0,5
4	Lokasi mudah dikunjungi	0,086	5	0,43
5	Banyaknya investor melakukan kerjasama	0,1	5	0,5
6	Menambah pendapatan Desa	0,1	5	0,5
Total				2,618
Ancaman				
1	Kenaikan harga barang kebutuhan pokok	0,1	5	0,5
2	Kondisi iklim yang tidak dapat diprediksi	0,086	5	0,43
3	Pembuatan gula merah masih sederhana	0,086	4	0,344
4	Masyarakat lokal yang mengunjungi objek wisata	0,065	3	0,195
5	Masyarakat tidak sepenuhnya terlibat dalam agrowisata	0,065	3	0,195
Total		1		1,664

Data primer, 2023

Berdasarkan hasil analisis tabel perhitungan EFAS diatas, ancaman dalam pengembangan agrowisata pada point 4 yaitu masyarakat tidak sepenuhnya terlibat dalam agrowisata. Peluang tersebut perlu tindak lanjuti dan dikelola dengan baik guna meningkatkan pengembangan agrowisata gula merah.

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci dengan total IFAS sebesar 0,76 dan EFAS sebesar 0,95. Skor faktor IFAS diperoleh dari selisih total nilai strengths dikurangi nilai weaknesses adalah $2,064 - 1,295 = 0,76$ sedangkan skor faktor EFAS diperoleh dari selisih total skor faktor nilai opportunities dan nilai threats adalah $2,618 - 1,664 = 0,95$. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam diagram cartesius analisis swot berikut.:



Gambar 1. Diagram Cartesius Analisis SWOT Agrowisata Gula Merah
Data primer, 2023

Dari hasil matriks tersebut yang ada pada gambar 4 dapat diketahui posisi berada pada kuadran I, yaitu berada pada posisi Agresif menunjukkan bahwa Agrowisata gula merah memiliki peluang dan kekuatan yang besar, sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan meningkatkan penjualan.

Matriks IE (Internal-Eksternal)

Berdasarkan hasil analisis dari matriks IFAS dan EFAS dapat diketahui yaitu pada total skor internal sebesar 3,359 yang menggambarkan bahwa Agrowisata Gula Merah berada dalam kondisi internal yang kuat, sedangkan pada total skor eksternal yaitu 4,282 menggambarkan bahwa respon Agrowisata dalam memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman tergolong lemah. Total nilai yang telah diberikan pembobotan pada matriks IFAS dan EFAS, selanjutnya disusun pada matriks IE. Berikut gambar matriks IE yang menunjukkan posisi Agrowisata Gula Merah.

Total IFAS 3,359

		Kuat	Rata-rata	Lemah
Total EFAS 4,282	Tinggi	I	II	III
	Sedang	IV	V	VI
	rendah	VII	VIII	IX

Berada pada kotak sel I, yaitu menggambarkan bahwa perusahaan berada di posisi growth and build (tumbuh dan kembangkan). Strategi yang dapat diterapkan pada posisi intensif (efisiensi biaya operasional, pengembangan Agrowisataa dan pengembangan produk).

Penetrasi Agrowisata dapat dilakukan dengan meningkatkan kegiatan pemasaran dengan lebih mengaktifkan kegiatan promosi dan meminimalkan biaya operasional yang tidak efisien. Pengembangan Agrowisata dilakukan dengan cara pengenalan produk yang ada saat ini ke area wisata sehingga dapat bekerja sama dengan wisata yang ada di dekat

Agrowisata Gula Merah. Sedangkan pengembangan produk melalui peningkatan penjualan adalah dengan mempertahankan kualitas produk.

Analisis Matriks SWOT

Alternatif strategi merupakan hasil analisis SWOT yang menghasilkan berupa strategi SO, WO, ST dan WT. alternative strategi yang dihasilkan minimal 4 (empat) strategi sebagai hail dari analisis matriks SWOT. Dari tahap yang sudah dilakukan berdasarkan penelitian yang telah dirumuskan dalam tahap analisis maka setelah itu diambillah keputusan dalam menentukan strategi sehingga berdasarkan matriks SWOT pada akhirnya dapat disusun suatu rencana strategis yang akan menjadi pegangan dalam melakukan kegiatan selanjutnya yang berupa tabel 10 dibawah ini:

Tabel 3. Matriks SWOT

IFAS EFAS	Kekuatan (S) Kualitas gula merah berkualitas baik Dekat dengan destinasi wisata Pelayanannya ramah Pilihan wisatawan Harga relatif murah Ketertarikan mengetahui proses pembuatan gula merah Agrowisata gula merah memiliki fasilitas dan akses yang memadai	Kelemahan (W) Varian produk yang beragam Ketersedian gula merah Promosi sosial media yang masih minim Respon terhadap keluhan pelanggan Meninggalkan gaya hidup produk tradisional Outlet penjualan yang kurang menarik
Peluang (O) Dukungan dari pemerintah daerah Kerjasama dengan pihak wisata Jumlah pengunjung meningkat saat akhir pekan Lokasi mudah dikunjungi Banyaknya investor melakukan kerjasama Menambah pendapatan Desa	Strategi S-O Kualitas gula merah yang baik , pelayanan yang ramah, harga yang relatif murah, fasilitas dan akses yang memadai dapat meningkatkan pengunjung agrowisata gula merah dan menambah pendapatan desa. Dekatnya dengan distnasi wisata yang menjadi oleh-oleh wisatawan dapat disimpulkan agrowisata gula merah bisa bekerja sama dengan pihak pemerintah daerah dan pihak wista	Strategi W-O Mengoptimalkan kerja sama dengan pemerintah daerah dan pihak wisata untuk meningkatkan promosi agar pengunjung selalu meningkat dan menarik investor Mengoptimalkan outlate penjualan dan ketersediaan gula merah melalui kerjasama dengan pihak wisata
Ancaman (T) Kenaikan harga barang kebutuhan pokok Kondisi iklim yang tidak dapat diprediksi Pembuatan gula merah masih sederhana Masyarakat lokal yang mengunjungi objek wisata Masyarakat tidak sepenuhnya terlibat dalam agrowisata	Strategi S-T Kualitas gula merah yang baik dengan harga yang relatif murah tidak terpengaruh terhadap kenaikan bahan pokok karna di buat dengan teknologi sederhana Fasilitas dan akses yang memadai dapat meningkatkan daya Tarik Agrowisata dan perubahan iklim yang tidak stabil tidak berpengaruh terhadap kualitas gula merah	Strategi W-T Meningkatkan promosi serta menarik daya tarik pembeli dengan krativitas yang melibatkan masyarakat setempat untuk meningkatkan agrowisata gula merah Meningkat promosi,manfaat dan ketersediaan gula merah agar masyarakat cinta terhadap produk tradisional dengan harga yan relatif murah karna diproduksi dengan teknologi sederhana

Data primer, 2023

QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)

Metode QSPM adalah suatu alat untuk mengevaluasi pilihan alternative secara objektif dalam menetapkan daya Tarik realtif dari strategi alternative yang layak. Untuk menentukan strategi yang efektif yang diterapkan dalam pengembangan agrowisata gula merah yakni alat bantu QSPM. Analisis QSPM terdiri dari kolom fsktor – factor kunci eksternal dan internal yang diperoleh dari matriks IFE dan EFE. Dalam penentuan analisa QSPM maka dapat dirumuskan kedalam table sebagai berikut :

Tabel 4. Matriks QSPM

NO	Faktor kunci strategi		Strategi I SO		Strategi II ST		Strategi III WO		Strategi IV WT	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
	Kekuatan	Bobot								
1	Kualitas gula merah berkualitas baik	0,049	4	0,196	5	0,245	4	0,196	2	0,098
2	Dekat dengan destinasi wisata	0,049	5	0,245	3	0,147	4	0,196	3	0,147
3	Pelayanannya ramah	0,049	5	0,245	5	0,245	5	0,245	5	0,245
4	Pilihan wisatawan	0,039	5	0,195	5	0,195	5	0,195	5	0,195
5	Harga relatif murah	0,049	3	0,147	3	0,147	4	0,196	3	0,147
6	Keterarikan mengetahui proses pembuatan gula merah	0,039	4	0,156	4	0,156	4	0,156	5	0,195
7	Agrowisata gula merah memiliki fasilitas dan akses yang memadai	0,049	3	0,147	5	0,245	4	0,196	4	0,196
Kelemahan										
1	Varian produk yang beragam	0,039	4	0,156	3	0,117	4	0,156	3	0,117
2	Ketersediaan gula merah	0,039	5	0,195	3	0,117	2	0,078	3	0,117
3	Promosi sosial media yang masih minim	0,029	4	0,116	2	0,058	2	0,058	3	0,087
4	Respon terhadap keluhan pelanggan	0,039	5	0,195	5	0,195	5	0,195	5	0,195
5	Meninggalkan gaya hidup produk tradisional	0,039	3	0,117	3	0,117	5	0,195	4	0,156
6.	Outlet penjualan yang kurang menarik	0,039	5	0,195	4	0,156	4	0,156	2	0,078
Peluang										
1	Dukungan dari pemerintah daerah	0,039	3	0,117	3	0,117	2	0,078	2	0,078
2	Kerjasama dengan pihak wisata	0,039	4	0,156	4	0,156	5	0,195	4	0,156
3	Jumlah pengunjung meningkat saat akhir pekan	0,049	4	0,196	5	0,245	5	0,245	4	0,196
4	Lokasi mudah dikunjungi	0,039	5	0,195	5	0,195	5	0,195	5	0,195
5.	Banyaknya investor melakukan kerjasama	0,049	4	0,196	3	0,147	3	0,147	5	0,245
6.	Menambah pendapatan Desa	0,049	4	0,196	3	0,147	5	0,245	4	0,196
Ancaman										
1.	Kenaikan harga barang kebutuhan pokok	0,049	5	0,245	5	0,245	3	0,147	3	0,147
2	Kondisi iklim yang tidak dapat diprediksi	0,039	5	0,195	4	0,156	4	0,156	3	0,117
3	Pembuatan gula merah masih sederhana	0,039	4	0,156	5	0,195	3	0,117	3	0,117
4	Masyarakat lokal yang mengunjungi objek wisata	0,029	5	0,145	5	0,145	5	0,145	5	0,145
5	Masyarakat tidak sepenuhnya terlibat dalam agrowisata	0,029	3	0,087	2	0,058	3	0,087	2	0,058
TOTAL		1		4,189		3,946		3,975		3,623

Data Primer, 2023

Berdasarkan hasil matriks QSPM, nilai daya tarik tertinggi pada strategi pengembangan Agrowisata terdapat pada strategi 1 yakni strategi SO dengan jumlah total daya Tarik (TAS) sebesar 4,189. Nilai daya Tarik tertinggi kedua terdapat pada strategi WO dengan jumlah TAS mencapai 3,975 sedangkan nilai teritnggi ketiga terdapat pada strategi ST yang mencapai 3,946 dan nilai TAS terendah terdapat pada strategi WT yang memperoleh nilai TAS sebesar 3,623.

Strategi Pengembangan Agrowisata Gula Merah

Strategi S-O (Strength-Opportunity)

Kualitas gula merah yang baik , pelayanan yang ramah, harga yang relatif murah, fasilitas

dan akses yang memadai dapat meningkatkan pengunjung agrowisata gula merah dan menambah pendapatan desa. Dekatnya dengan destinasi wisata yang menjadi oleh-oleh wisatawan dapat disimpulkan agrowisata gula merah bisa bekerja sama dengan pihak pemerintah daerah dan pihak wisata

Strategi S-T (Strength-Threats)

Kualitas gula merah yang baik dengan harga yang relatif murah tidak terpengaruh terhadap kenaikan bahan pokok karena dibuat dengan teknologi sederhana. Fasilitas dan akses yang memadai dapat meningkatkan daya Tarik Agrowisata dan perubahan iklim yang tidak stabil tidak berpengaruh terhadap kualitas gula merah

Strategi W-O (Weakness-Opportunity)

Mengoptimalkan kerja sama dengan pemerintah daerah dan pihak wisata untuk meningkatkan promosi agar pengunjung selalu meningkat dan menarik investor. Mengoptimalkan outlet penjualan dan ketersediaan gula merah melalui kerjasama dengan pihak wisata

Strategi W-T (Weakness-Threats)

Meningkatkan promosi serta menarik daya tarik pembeli dengan kreativitas yang melibatkan masyarakat setempat untuk meningkatkan agrowisata gula merah. Meningkatkan promosi manfaat dan ketersediaan gula merah agar masyarakat cinta terhadap produk tradisional dengan harga yang relatif murah karena diproduksi dengan teknologi sederhana

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Faktor internal yang mempengaruhi pengembangan Agrowisata gula merah adalah kualitas gula merah, dekat dengan destinasi, dekat dengan destinasi wisata, pelayanan ramah, pilihan wisatawan, ketertarikan terhadap pembuatan gula merah, fasilitas dan akses memadai, harga murah, pembuatannya sederhana, variasi produk beragam, outlet penjualan kurang menarik, dan promosi sosial media yang masih minim. Faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan Agrowisata gula merah adalah dukungan dari pemerintah setempat dan pihak wisata, meningkatnya pengunjung akhir pekan, banyak investor bekerja sama, menambah pendapatan desa, kenaikan harga kebutuhan pokok, iklim yang tidak dapat terprediksi, meninggalkan gaya hidup tradisional, dan masyarakat tidak terlibat.

Hasil analisis matrik SWOT posisi menunjukkan bahwa Agrowisata gula merah berada di kuadran 1, sehingga strategi yang umumnya digunakan adalah strategi agresif. Strategi pengembangan Agrowisata terdapat pada strategi 1 yakni strategi SO dengan jumlah total daya Tarik (TAS) sebesar 4,189. Nilai daya Tarik tertinggi kedua terdapat pada strategi WO dengan jumlah TAS mencapai 3,975 sedangkan nilai terendah ketiga terdapat pada strategi ST yang mencapai 3,946 dan nilai TAS terendah terdapat pada strategi WT yang memperoleh nilai TAS sebesar 3,623

Uji Validitas diperoleh 50 dengan taraf signifikan sebesar 5% maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,275 variabel (x_1 sampai x_{25}) yang ada pada kuesioner tersebut adalah valid. Uji Reabilitas bahwa semua variabel mempunyai nilai alpha Cronbach sebesar 0,929 yang lebih kecil dari r hitung. Jadi semua variabel (x_1 sampai x_{25}) yang ada pada kuesioner tersebut adalah valid.

SARAN

Dalam upaya pengembangan Agrowisata gula merah penulis menyarankan agar pengelola memperbaiki atau memiliki sistem manajemen sumber daya manusia yang lebih baik dari saat ini agar lebih mudah menangkap peluang perkembangan teknologi dan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki agrowisata berupa ketersediaan bahan baku.

Pemerintah ikut berperan dalam upaya pengembangan agrowisata dengan menyediakan sarana dan prasarana penunjang agar dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke Agrowisata gula merah.

Melakukan kerjasama dengan mitra guna meningkatkan jumlah pengunjung seperti perusahaan tour & travel, dinas pendidikan dan perusahaan swasta lain.

Bagi peneliti selanjutnya disarankan dapat mencari beberapa faktor internal ataupun eksternal yang belum terdapat pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Hadi Susilo dkk, “Potensi Agrowisata di Pedesaan”, Bogor: Biro Perencanaan Pertanian, 2009.
- Aridiansari, R., Euis, E., dan Karuniawan, P. 2015. Pengembangan Agrowisata di Desa Wisata Tulungrejo Kota Batu, Jawa Timur. *Jurnal Produksi Tanaman* 3(5):383–90.
- David, Fred R. Manajemen Strategi. (Jakarta: Salemba Empat. 2005)
- David ME dan David FR. 2009. The Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) applied to a retail computer store. *The Coastal Business J.* 8 (1): 42-52
- Freddy, Rangkuti. 2014. Analisis SWOT Teknik Pembeda Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Jolly, A. D., & Reynolds, A. K. 2005. Consumer Demand For Agricultural And On-Farm Nature Tourism. *Uc Small Farm Center Research Brief*. Retrieved from <http://sfp.ucdavis.edu/files.143466.pdf>
- Jojok Dwirido Tjahjono, Maroeto at al. (2018). Kebijakan Dan Strategi Pengembangan Kawasan Agroekowisata Kecamatan Tuturdi Kabupaten Pasuruan, *Jurnal: Peduli - Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat*, Vol. 2 No. 1.\
- Kurniasanti, S.A. 2019. Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata (Studi Kasus Kampung Petani Buah Jeruk Siam Di Kecamatan Bangorejo – Banyuwangi). 3(1):65–76.
- Nurhadi, I. (2018). Strategi Pengembangan Agrowisata di Perkebunan Dilem Wilis Kabupaten Trenggalek. *Magister Agribisnis*.
- Prastiti, R. A. 2012. Strategi Pengembangan Agribisnis Sapi Potong di Kabupaten Blora. *e-jurnal Agrista*. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Prasetyo. Widodo. 2014. Analisis Strategi Pengembangan Agribisnis Melon di kabupaten Tulungagung. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, vol 14, no 2 Juli 2014.
- Rangkuti, F. 2009. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata