

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA STRAWBERRY DI AGROWISATA PETIK STRAWBERRY

by Ana Arifatus Sa'diyah, Anung Preseio Nugroho, Adrianus Bria

Submission date: 21-Sep-2023 10:57AM (UTC+0700)

Submission ID: 2172275088

File name: 12171-Article_Text-41067-1-10-20210131.pdf (265.54K)

Word count: 4982

Character count: 32337



STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA STRAWBERRY DI AGROWISATA PETIK STRAWBERRY

Development Strategy Of Strawberry Business in Strawberry Plant Agrotourism

Adrianus Bria, Ana Arifatus Sa'diyah, Anung Prasetyo Nugroho.

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tribhuwana Tungadewi
E-mail: ana.arifatus@unitri.ac.id

Abstract: The application of appropriate strategies can encourage tourism development that emphasizes the tourism principle that tourism must depart from the awareness of the values of community needs as an effort to build tourism that is more beneficial to the needs, initiatives and opportunities of local communities. This study aims to: analyze the strawberry picking agro-tourism development strategy in Pandanrejo Village, Bumiaji District, Batu City, analyze the factors that support the development of picking strawberry agro-tourism in Pandanrejo Village, Bumiaji District, Batu City, analyze the factors that hinder the development of picking agro-tourism strawberry in Pandanrejo Village, Bumiaji District, Batu City. The research location in strawberry picking agro-tourism in Pandanrejo Village, Bumiaji District, Batu City, East Java. Data obtained by the method of observation, interviews and documentation. The validity of the data was tested by using triangulation technique. This study uses a SWOT analysis. The results of the analysis show that strategies that can be carried out for the development of strawberry picking agro-tourism are optimizing facilities and improving servants and promotion of picking strawberry attractions, conducting product reservation by maximizing existing land, compiling tour packages with various price levels, working with travel agents and improving resource quality. human.

Keywords: Strategy, Development, Agro-tourism, Strawberry

Abstrak: Penerapan strategi yang sesuai dapat mendorong pengembangan pariwisata yang menekankan pada prinsip kepariwisataan bahwa pariwisata harus berangkat dari kesadaran nilai-nilai kebutuhan masyarakat sebagai upaya membangun pariwisata yang lebih bermanfaat bagi kebutuhan, inisiatif dan peluang masyarakat lokal. Penelitian ini bertujuan untuk: menganalisis strategi pengembangan agrowisata petik *strawberry* di Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu, menganalisis faktor-faktor yang mendukung pengembangan agrowisata petik *strawberry* di Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu, menganalisis faktor-faktor yang menghambat pengembangan agrowisata petik *strawberry* di Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu. Lokasi penelitian di agrowisata petik *strawberry* di Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu, Jawa Timur. Data diperoleh dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Keabsahan data diuji dengan teknik triangulasi. Penelitian menggunakan analisis SWOT. Hasil analisis menunjukkan Strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan agrowisata petik *strawberry* adalah Mengoptimisasi fasilitas dan meningkatkan pelayan serta promosi objek wisata petik *strawberry*, melakukan diservikasi produk dengan memaksimalkan lahan yang ada, menyusun paket wisata dengan berbagai tingkat harga, bekerjasama dengan travel agent dan meningkatkan kualitas sumberdaya manusia.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan, Agrowisata, Petik *Strawberry*

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara agraris beriklim tropis, yang mempunyai potensi hasil bumi melimpah berupa komoditas hasil pertanian sub sektor tanaman pangan, perkebunan, hortikultura dan peternakan dengan banyak keragaman jenis (Budiarti, et al. 2013; Pambudi, S. H., et al. 2018). Hortikultura meliputi buah-buahan, sayuran, tanaman obat, dan tanaman hias. Komoditas hortikultura yang sangat potensial untuk memasuki pasar internasional dan pasar lokal adalah buah-buahan (Saraswati, I. A. S., Vipriyanti, N. U., & Kardi, C. 2017). Selain merupakan penyedia vitamin dan mineral bagi tubuh, buah-buahan juga mempunyai peluang pasar yang baik. Pertambahan jumlah penduduk, peningkatan taraf penghasilan serta kesadaran masyarakat akan gizi berdampak positif terhadap peningkatan kebutuhan buah-buahan (Rahardi et al., 2003). Strawberry merupakan salah satu komoditas buah-buahan subtropis yang sangat potensial untuk dikembangkan di Indonesia. Tanaman strawberry termasuk tanaman yang memiliki nilai ekonomi tinggi, daya tariknya terletak pada warna buah yang merah mencolok dan rasanya manis segar. Buah strawberry mempunyai peluang pasar yang semakin luas, karena buah subtropis ini tidak hanya dikonsumsi segar tetapi strawberry juga dapat diolah menjadi sirup, selai, dodol, manisan, jus, dan bahan baku pembantu pembuatan es krim (Budiman dan Saraswati, 2006).

Peluang usaha strawberry mendorong para investor untuk membangun usaha strawberry. Saat ini ada minimal 4 lokasi wisata petik strawberry di Malang Raya, yaitu: Agrowisata Kusuma, Bumdes Raharjo, Desa wisata petik strawberry Pandanrejo, dan petik buah strawberry Pujon. Kondisi ini menjadi alasan pentingnya analisis strategi pengembangan wisata petik Strawberry Bumdes Raharjo. Analisis dilakukan untuk melihat apakah agrowisata petik strawberry Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Raharjo kedepannya prospek untuk dikembangkan. Agar mampu bersaing tentu dibutuhkan suatu konsep strategi pengembangan yang sesuai. Penerapan strategi yang sesuai dapat mendorong pengembangan pariwisata yang menekankan pada prinsip kepariwisataan bahwa pariwisata harus berangkat dari kesadaran nilai-nilai kebutuhan masyarakat sebagai upaya membangun pariwisata yang lebih bermanfaat bagi kebutuhan, inisiatif dan peluang masyarakat lokal.

Kota Batu merupakan daerah otonom baru sejak tahun 2001. Kota tersebut memantapkan daerahnya sebagai sentra pariwisata dan agropolitan khususnya di Propinsi Jawa Timur. Hal tersebut tercantum dalam Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Batu 2010-2030 dan Peraturan Daerah Kota Batu Nomor Tahun 2011 tentang RTRW Kota Batu 2010-2030, yaitu menjadikan Kota Batu sebagai sentra wisata yang diperhitungkan di tingkat regional bahkan nasional serta didukung oleh sarana dan prasarana pendukung pariwisata yang tersebar merata ke seluruh wilayah Kota Batu guna memperbanyak jumlah lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan daerah maupun masyarakat. Rencana dalam RTRW tersebut dalam realisasinya telah ditunjang oleh adanya ketersediaan beberapa fasilitas pendukung seperti hotel, restoran, pusat oleh-oleh, dan lain-lain.

Selain itu Kota Batu tidak hanya dikenal dengan keindahan alam dengan udara sejuk namun menawarkan beberapa objek wisata yang menarik, salah satunya wisata petik strawberry di Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu. Hamparan kebun strawberry Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji tak hanya menyisihkan keindahan namun dapat meningkatkan perekonomian masyarakat desa setempat, terutama warga di kawasan Dusun Pandan, Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu.

Agrowisata petik strawberry Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Raharjo telah menjadi wisata petik buah strawberry secara langsung. Bagi pengunjung, selain bisa langsung memetik buah dari kebun, sekaligus bisa menikmati pemandangan Kota Batu. Pengembangan agrowisata petik strawberry di Desa Pandanrejo tentunya sangat membutuhkan bantuan dan peran penting dari berbagai pihak khususnya Dinas Pariwisata Kota Batu, dengan demikian dapat membantu masyarakat di sekitar Desa Pandanrejo dalam

meningkatkan pendapatan dan dapat mendukung pendapatan asli daerah Kota Batu. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis strategi pengembangan agrowisata petik *strawberry* di Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu. (2) menganalisis faktor-faktor yang mendukung pengembangan agrowisata petik *strawberry* di Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu. (3) menganalisis faktor-faktor yang menghambat pengembangan agrowisata petik *strawberry* di Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu.

2. Metode Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Agrowisata Petik *Strawberry* di Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu, Jawa Timur. Data diperoleh dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Data kemudian diuji keahliannya dengan menggunakan metode teknik triangulasi. Metode ini digunakan agar data yang diperoleh akan lebih konsisten sehingga menjadi suatu data yang valid dan bisa dipertanggung jawabkan. (Sugiyono, 2013).

Data dianalisis dengan menggunakan Analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan salah satu analisis yang dapat diterapkan pada kegiatan manajemen usaha yang secara sistematis dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang matang untuk mencapai tujuan, baik itu tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang (Sonatasia, D., & Arini, E., 2020; Antoko, S. T., Fathoni, A., & Minarsih, M. M., 2018). Analisis SWOT umumnya terdiri dari matriks internal (IFAS), dan matrik eksternal (EFAS), matriks internal-eksternal (IE Matriks), dan matrik *SPACE* (*Strategic Position and Action Evaluation*).

3. Hasil Dan Pembahasan

Analisis Faktor internal Dan Eksternal

Analisis faktor internal dan eksternal dilakukan dengan meninjau faktor-faktor yang terdapat didalam maupun diluar lingkungan agrowisata petik *strawberry* di Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu yang berpengaruh terhadap strategi pengembangan agrowisata petik *strawberry*. Analisis faktor eksternal dilakukan dengan melihat faktor-faktor diluar agrowisata petik *strawberry* untuk mengidentifikasi kecenderungan-kecenderungan yang berada diluar kontrol pelaku usaha. Analisis ini bertujuan untuk mendapatkan faktor kunci peluang dan ancaman dari agrowisata petik *strawberry* yang berpengaruh terhadap strategi pengembangan agrowisata petik *strawberry*.

Sedangkan analisis faktor internal dilakukan dengan melihat faktor-faktor didalam agrowisata *strawberry* untuk mengidentifikasi kecenderungan-kecenderungan yang berada diluar kontrol pelaku usaha. Analisis ini bertujuan untuk mendapatkan faktor kunci kekuatan dan kelemahan dari agrowisata petik *strawberry* yang berpengaruh terhadap strategi pengembangan usaha agrowisata.

Faktor Internal

Melalui analisis faktor internal akan dapat diketahui kekuatan dan kelemahan dari agrowisata petik *strawberry*. Berikut adalah penjelasan kekuatan dan kelemahan yang terdapat dalam agrowisata petik *strawberry* :

Kekuatan (strength).

- a) Kualitas buah *strawberry* yang dihasilkan baik: Pihak internal menyatakan bahwa buah *strawberry* yang sangat baik karena potensi alam cukup baik untuk budidaya *strawberry*. Agrowisata petik *strawberry* juga memiliki beberapa jenis *strawberry* diantaranya Rosa Linda (Florida), Chandler (California), Oso Grande (California). Pihak pengelola memiliki dua cara budidaya yaitu dilahan terbuka dan *greenhouse*.

- b) Tarif masuk yang ditawarkan relatif terjangkau: Pihak internal mengatakan pengunjung yang berkunjung tidak dibebani dengan tarif yang ditawarkan yaitu Rp. 15.000 per orang karena relatif terjangkau. Selanjutnya pengunjung akan mendapat jus *strawberry* dan bisa langsung memetik buah *strawberry* dari pohonnya,
- c) Melayani pengunjung dengan ramah: Pihak internal mengatakan cara pelayanan yang diberikan kepada pengunjung sangat ramah. Saat pengunjung berkunjung ke agrowisata petik *strawberry* karyawan langsung mengarahkan ke kebun *strawberry*. Selain itu, pengunjung akan didamping berkeliling dilokasi agrowisata petik *strawberry* serta bisa mengambil foto di spot yang sudah disediakan.

Kelemahan (weakness),

- a) Permodalan yang masih lemah: Pihak internal menyatakan agrowisata petik *strawberry* kekurangan modal dalam memulus akses jalan dan fasilitas lainnya untuk mendukung kemajuan agrowisata sendiri. Hal ini akan berdampak pada penurunannya minat pengunjung yang akan berkunjung ke agrowisata petik *strawberry*,
- b) Kualitas sumber daya manusia di agrowisata petik *strawberry*: Pihak internal menyatakan bahwa agrowisata petik *strawberry* masih minim sumberdaya manusia untuk pengelolaan dan pengembangan. Hal ini berdampak pada penurunan kualitas produk yang akan dihasilkan.
- c) Akses mencapai lokasi agrowisata petik *strawberry*: Pihak internal menyatakan bahwa akses jalan raya yang masih sempit menjadi satu kendala untuk pengunjung yang berkunjung menggunakan bus pariwisata.
- d) Keterbatasan fasilitas agrowisata: Pihak internal menyatakan bahwa agrowisata petik *strawberry* masih kekurangan fasilitas yang memadai baik dalam proses produksi maupun kenyamanan pengunjung. Hal ini berdampak pada penurunan kualitas dan kurangnya minat pengunjung.

5

Faktor Eksternal

Analisis lingkungan eksternal perusahaan berkaitan dengan keadaan luar perusahaan yang berpengaruh terhadap kegiatan di agrowisata petik *strawberry*. Identifikasi terhadap faktor-faktor eksternal sangat dibutuhkan karena merupakan keadaan yang tidak dapat dikendalikan secara langsung. Faktor-faktor eksternal teridentifikasi menggambarkan peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan (Putera, G. R., Tama, I. P., & Efranto, R. Y., 2014). Berikut penjelasan lingkungan eksternal yang terdapat pada agrowisata petik *strawberry* :

Peluang (opportunity)

- a) Gaya hidup masyarakat yang ingin kembali ke alam (*back to nature*): Pihak internal menyatakan bahwa sejak berdirinya agrowisata petik *strawberry* sangat membantu ekonomi keluarga. Pihak agrowisata pun bekerja sama dengan kelompok-kelompok tani seperti kelompok wanita tani, karang taruna dan kebun *strawberry* milik masyarakat.
- b) Perkembangan teknologi informasi: Pihak internal menyatakan teknologi informasi dapat membantu proses promosi dan *marketing*. Hal ini sangat membantu apabila ada pesanan dalam jumlah banyak karena dapat menghemat waktu dan tenaga.
- c) Kondisi alam yang potensial untuk pengembangan agrowisata *strawberry*: Pihak internal menyatakan kondisi alam serta iklim sangat cocok untuk pengembangan agrowisata petik *strawberry*. Tanaman *strawberry* sangat cocok dikembangkan didaerah dengan suhu yang dingin dan membutuhkan air yang banyak. Hal ini akan meningkatkan kualitas dan hasil yang diinginkan.
- d) Minat pengunjung agrowisata untuk datang kembali dilain waktu: Pihak internal menyatakan agrowisata petik *strawberry* memiliki kualitas buah yang baik, tarif yang

terjangkau dan pelayanan ramah. Dalam hal ini tentunya akan terkesan bagi pengunjung untuk berkunjung kembali dilain waktu.

Ancaman (threats),

- a) Kekecewaan pengunjung agrowisata: Pihak internal menyatakan banyak pengunjung yang merasa kecewa disebabkan oleh akses jalan kurang lebar sehingga tidak terjangkau oleh Bus pariwisata. Selain itu, agrowisata juga masih kekurangan fasilitas untuk kenyamanan pengunjung seperti penginapan, warung makamn dan kolam renang. Hal ini menjadi ancaman untuk agrowisata petik *strawberry* karena adanya wisata sejenis disekitarnya.
- b) Kondisi iklim yang tidak dapat di prediksi: Pihak internal menyatakan bahwa salah satu faktor yang akan menghambat perkembangan dan proses produksi yaitu iklim. Hal ini sangat dikhawatirkan karena kondisi iklim tidak dapat diprediksi secara maksimal. Tentunya akan berdampak pada proses pembibitan sampai pada pasca panen. (c) Adanya agrowisata sejenis di Kota Batu: Pihak internal menyatakan adanya wisata sejenis disekitar agrowisata petik *strawberry*. Melihat kondisi yang ada pihak pengelola harus semakin berpikir inovatif untuk bisa menarik minat pengunjung serta mampu bersaing dan tetap bertahan dalam pasar.

Analisis SWOT

Analisis SWOT dapat digunakan sebagai dasar penentuan strategi pengembangan agrowisata petik *strawberry*. Penilaian analisis SWOT berdasarkan faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, disajikan pada tabel 1 dan tabel 2.

Tabel 1
Analisis Faktor Internal Agrowisata Petik *Strawberry* (IFAS)

No.	Uraian	Bobot	Score	Bobot x Score
A	KEKUATAN/STRENGTH			
	Kualitas buah <i>strawberry</i> yang dihasilkan baik	0,19	3,20	0,61
	Tarif masuk yang ditawarkan relatif terjangkau	0,20	3,40	0,68
	Melayani pengunjung dengan ramah	0,19	3,20	0,61
	Jumlah			1,90
B	KELEMAHAN/WEAKNESSES			
	Permodalan yang masih lemah	0,10	1,60	0,16
	Kualitas sumber daya manusia di agrowisata petik <i>strawberry</i>	0,12	2,00	0,24
	Akses mencapai lokasi agrowisata petik <i>strawberry</i>	0,11	1,80	0,20
	Keterbatasan fasilitas agrowisata	0,10	1,60	0,16
	Jumlah	1		0,76
	INTERNAL FAKCOR EVALUATION (Kekuatn-Kelemahan)			2,66

Tabel 1 menunjukkan kekuatan utama agrowisata petik *strawberry* adalah kualitas buah *strawberry* (bobot = 0,19). Agrowisata petik *strawberry* memiliki 3 jenis tanaman *strawberry* diantaranya Rosa Linda (*Florida*), Chandler (*California*), Oso Grande (*California*). Kekuatan selanjutnya yaitu tarif masuk relatif terjangkau (bobot = 0,20). Selain itu pelayanan yang ramah (bobot = 0,19). Dalam matriks IFAS dapat dilihat ada empat kelemahan dalam agrowisata perik *strawberry* yaitu Permodalan yang masih lemah dalam pengelolaan dan pengembangan (botot = 0,10). Kelemahan yang kedua yaitu kualitas sumber daya manusia di agrowisata petik *strawberry* (bobot = 0,12). Kelemahan yang ketiga yaitu akses mencapai

lokasi agrowisata petik *strawberry* (bobot = 0,11), kelemahan keempat yaitu keterbatasan fasilitas agrowisata (bobot = 0,10).

Untuk pengambilan strategi, tarif yang ditawarkan relatif terjangkau mendapat peringkat yang pertama (peringkat = 3,40). Hal ini menunjukkan bahwa tarif yang ditawarkan relatif terjangkau menjadi kekuatan utama agrowisata petik *strawberry*. Disusul dengan kualitas buah *strawberry* yang dihasilkan baik (peringkat = 3,20) dan melayani pengunjung dengan ramah mendapat peringkat (peringkat = 3,20) membuat agrowisata petik *strawberry* tetap diminati konsumen dan pengunjung. Dalam faktor kelemahan, Kualitas sumber daya manusia di agrowisata petik *strawberry* (peringkat = 2,00) menjadi penghalang utama dalam proses pengelolaan dan pengembangan. Selain itu akses mencapai lokasi agrowisata petik *strawberry* (peringkat = 1,80). Sedangkan untuk kelemahan lain dengan peringkat yang sama (peringkat = 1,60) yaitu permodalan yang masih lemah dan keterbatasan fasilitas.

Tabel 2
Analisis Faktor Eksternal Agrowisata Petik *Strawberry* (EFAS)

No.	Uraian	Bobot	Score	Bobot x Score
A	PELUANG/OPPORTUNITY			
	Gaya hidup masyarakat yang ingin kembali ke alam (<i>back to nature</i>)	0,18	3,60	0,65
	Perkembangan teknologi informasi	0,17	3,40	0,58
	Kondisi alam yang potensial untuk pengembangan agrowisata <i>strawberry</i>	0,18	3,60	0,65
	Minat pengunjung agrowisata untuk datang kembali dilain waktu	0,17	3,40	0,58
Jumlah				2,45
B	ANCAMAN/TREATH			
	Kekecewaan pengunjung agrowisata	0,08	1,60	0,13
	Kondisi iklim yang tidak dapat di prediksi	0,12	2,40	0,29
	Adanya agrowisata sejenis di kota Batu	0,12	2,40	0,29
Jumlah		1		0,70
	EKSTERNAL FAKTOR EVALUATION (Peluang-Ancaman)			3,16

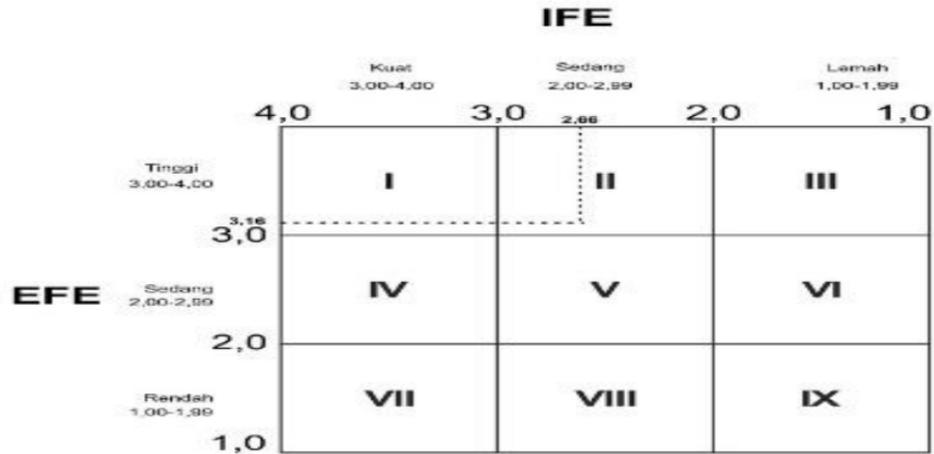
Tabel 2 menunjukkan faktor peluang atau *opportunity*, variabel yang berpotensi untuk mempengaruhi kondisi agrowisata petik *strawberry* kedepan adalah gaya hidup masyarakat yang ingin kembali ke alam dan kondisi alam yang potensial untuk melakukan pengembangan agrowisata petik *strawberry* dengan bobot yang sama yaitu (bobot = 0,18) melalui gaya hidup masyarakat yang kembali bercocok tanam serta memiliki kondisi alam yang sangat potensial pengelolaan dan pengembangan agrowisata petik *strawberry* tentunya akan meningkatkan hasil produksi. Adanya teknologi informasi sehingga dapat menarik kembali minat pengunjung akan datang dilain waktu (bobot = 0,17).

Sedangkan di dalam faktor ancaman (*threat*), variabel yang paling berpengaruh adalah Kondisi iklim yang tidak dapat diprediksi dan adanya agrowisata sejenis di Kota Batu dengan bobot yang sama yaitu (bobot = 0,12). Kemudian yang kedua yaitu muncul rasa kekecewaan pengunjung yang berkunjung (bobot = 0,08). Agrowisata petik *strawberry* harus terus mengembangkan inovasi produk dan *up to date* dengan *trend* yang ada agar mengatasi rasa kekecewaan pengunjung.

Untuk pengambilan strategi, gaya hidup masyarakat ingin kembali ke alam dengan memanfaatkan kondisi alam yang potensial untuk pengembangan agrowisata petik *strawberry* (peringkat = 0,18). Kemudian disusul dengan perkembangan teknologi informasi

yang membantu menaikkan minat pengunjung agrowisata untuk datang lagi dilain waktu berada dalam peringkat yang sama (peringkat = 0,17).

Matriks IE (Internal - Eksternal)



Gambar 1. Matriks IE

Berdasarkan Tabel 2 dan Tabel 3 skor IFE adalah 2,66 yang terletak pada kuadran kekuatan dan EFE adalah 3,16 yang terletak pada kuadran II (*growth*) atau pertumbuhan. Kondisi merupakan sesuatu yang menguntungkan dimana kekuatan dan peluang yang ada dapat dimanfaatkan untuk mengatasi faktor kelemahan dan ancaman dari agrowisata petik strawberry.

Strategi Pertumbuhan (*Growth Strategy*) didesain untuk mencapai pertumbuhan, baik dalam penjualan, aset, profit, maupun kombinasi dari ketiganya. Hal ini dapat dicapai dengan cara menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk atau jasa, atau meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas.

Analisis Matriks SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan suatu usaha (Rahmana, A., 2012; Aji, A. A., Satria, A., & Hariono, B., 2014). Metode ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dihadapi stake holder sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks ini menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T, dan strategi W-T (Rangkuti, F.,1998; Alhadi, A. F., Yulius, N. E. P., & Putri, N. E., 2019). Setelah mengetahui faktor internal dan eksternal yang terdapat dalam kegiatan usaha agrowisata strawberry maka diperoleh beberapa alternatif strategi untuk kegiatan pengembangan agrowisata petik strawberry.

Tabel 3
Analisis Matriks SWOT

IFAS	STRENGTH	WEAKNESSES
<p>EFAS</p> <p>1. Gaya hidup masyarakat yang ingin kembali ke alam (<i>back to nature</i>)</p> <p>2. Perkembangan teknologi informasi</p> <p>3. Kondisi alam yang potensial untuk pengembangan agrowisata <i>strawberry</i> Minat pengunjung agrowisata untuk datang kembali dilain waktu</p>	<p>STRATEGI SO</p> <p>1. Memanfaatkan kualitas <i>strawberry</i> yang baik dengan teknologi inforasi dan kondisi alam yang potensial S1,O2,O3</p> <p>2. Tarif masuk yang terjangkau serta pelayanan yang ramah akan menarik pengujung S2, S3, O4</p>	<p>STRATEGI WO</p> <p>1. Menambah modal, memperbaiki akses masuk dan fasilitas sehingga menarik minat pengunjung W1,W3,W4,O4</p> <p>2. Melakukan pelatihan kepada karyawan dengan gaya hidup masyarakat seerta kondisi alam yang potensial W2,O1,O3</p>
<p>TREATH</p> <p>1. Kekecewaan pengunjung agrowisata</p> <p>2. Kondisi iklim yang tidak dapat di prediksi</p> <p>3. Adanya agrowisata sejenis di kota Batu</p>	<p>STRATEGI ST</p> <p>1. Memberikan potoangan harga kepada pembeli buah <i>strawberry</i> dan tarif masuk S1,S3,T1</p>	<p>STRATEGI WT</p> <p>1. Memberikan informasi terkait akses ke lokasi agrowisata W3,T3</p>

Berdasarkan matriks SWOT diatas, agrowisata petik *strawberry* dapat menerapkan beberapa strategi yaitu :

1. Strategi SO (kekuatan-peluang)

- a. Memanfaatkan kualitas *strawberry* yang baik dengan teknologi informasi dan kondisi alam yang potensial.

S1: Kualitas buah *strawberry* yang dihasilkan baik

O2: Perkembangan teknologi informasi

O3: Kondisi alam yang potensial untuk pengembangan agrowisata *strawberry*

Dengan memanfaatkan kualitas buah *strawberry* yang baik akan lebih mudah menarik pengunjung ke lokasi agrowisata petik *strawberry*. Selain itu, teknologi informasi juga dapat membantu memberikan informasi dan promosi terkait agrowisata petik *strawberry* kepada masyarakat luas. Dengan memiliki kondisi alam yang potensial untuk pengembangan agrowisata petik *strawberry* serta pelayanan yang ramah maka akan semakin menarik minat pengunjung.

- b. Tarif masuk yang terjangkau serta pelayanan yang ramah akan menarik pengujung.

S2: Tarif masuk yang ditawarkan relatif terjangkau

S3: Melayani pengunjung dengan ramah

O4 : Minat pengunjung agrowisata untuk datang kembali dilain waktu

Menawarkan tarif masuk yang relatif terjangkau serta pelayanan yang ramah pengunjung tidak dibebani dengan tarif masuk ke lokasi agrowisata petik *strawberry*. Pengunjung juga akan puas dengan pelayanan hal ini tentunya akan menarik minat pengujung untuk datang kembali dilain waktu.

2. Strategi WO (kelemahan- peluang)

- a. Menambah modal, memperbaiki akses masuk dan fasilitas sehingga menarik minat pengunjung.

W1: Permodalan yang masih lemah

W3: Akses mencapai lokasi agrowisata petik *strawberry*

W4: Keterbatasan fasilitas agrowisata

O4: Minat pengunjung agrowisata untuk datang kembali dilain waktu.

Kurangnya permodalan dalam pengembangan agrowisata petik *strawberry*, akses mencapai ke lokasi dan keterbatasan fasilitas dapat diatasi dengan bantuan dari pemerintah setempat. Agrowisata petik *strawberry* memerlukan tambahan fasilitas serta pelebaran akses jalan masuk guna mendukung pengunjung yang berkunjung ke agrowisata petik *strawberry* menggunakan Bus Periwisata.

- b. Melakukan pelatihan kepada karyawan dengan gaya hidup masyarakat serta kondisi alam yang potensial.

W2 : Kualitas sumber daya manusia di agrowisata petik *strawberry*

O1 :Gaya hidup masyarakat yang ingin kembali ke alam (*back to nature*)

O3 : Kondisi alam yang potensial untuk pengembangan.

Memiliki kualitas sumberdaya manusia yang masih minim di agrowisata petik *strawberry* dapat diatasi dengan memberikan pelatihan-pelatihan kepada karyawan seperti, cara budidaya, pembuatan jus *strawberry*, promosi wisata, pelayanan dan *marketing*. Selain itu masyarakat setempat ingin kembali kealam dengan hadirnya agrowisata petik *strawberry* karena kondisi alam yang potensial.

3. Strategi ST (kekuatan-ancaman)

Memberikan potongan harga kepada pembeli buah *strawberry* dan tarif masuk.

S1 :Kualitas buah *strawberry* yang dihasilkan baik

S3 :Melayani pengunjung dengan ramah

T1 :Kekecewaan pengunjung agrowisata

Pengunjung akan tertarik dengan diskon atau potongan harga pada suatu produk. Untuk menghadapi ancaman pesaing dengan harga yang lebih murah dan dengan produk yang lebih inovatif, agrowisata petik *strawberry* perlu memberikan potongan harga untuk membantu menarik minat Pengunjung dan juga memberikan bonus produk untuk pembelian dalam jumlah tertentu.

4. Strategi WT (kelemahan-ancaman)

Memberikan informasi terkait akses ke lokasi agrowisata.

W3 : Akses mencapai lokasi agrowisata petik *strawberry*

T3 : Adanya agrowisata sejenis di Kota Batu

Agrowisata petik *strawberry* perlu melakukan pelebaran akses jalan menuju lokasi sehingga pengunjung yang menggunakan Bus pariwisata dapat menjangkau agrowisata petik *strawberry* dengan mudah. Selain itu, memberikan alternatif akses lokasi sehingga tidak kalah bersaing dengan wisata sejenis yang ada disekitarnya.

17

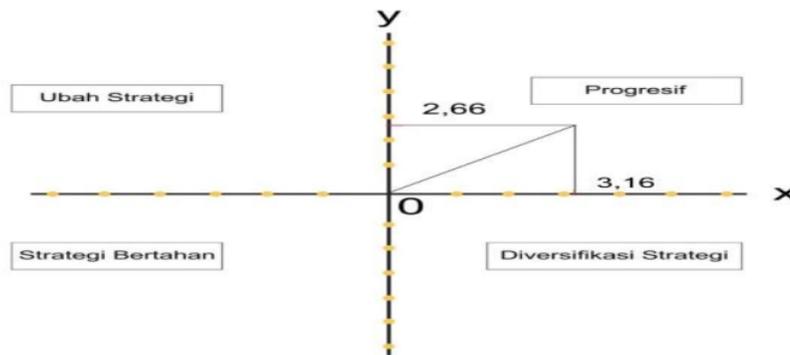
Matriks SPACE

MaMatriks SPACE (*Strategic Position and Action Evaluation*), digunakan untuk evaluasi posisi strategi. Analisa ini merupakan pendekatan yang digunakan untuk menentukan posisi strategi perusahaan dan individu bisnisnya (Aryam, S., Waridin, W., 2011; Widowati, I., 2015). Matriks SPACE disini digunakan untuk mengetahui posisi perusahaan sekarang yang didapat dari nilai skor yang dimiliki oleh faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal agrowisata petik *strawberry* Bumdes Raharjo.

Tabel 4
Hasil Analisis Matriks SPACE

Faktor Strategi Internal		Faktor Strategi Eksternal	
Kekuatan	Skor	Peluang	Skor
Kualitas buah <i>strawberry</i> yang dihasilkan baik	0,61	Gaya hidup masyarakat yang ingin kembali ke alam (<i>back to nature</i>)	0,65
Tarif masuk yang ditawarkan relatif terjangkau	0,68	Perkembangan teknologi informasi	0,58
Melayani pengunjung dengan ramah	0,61	Kondisi alam yang potensial untuk pengembangan agrowisata <i>strawberry</i>	0,65
		Minat pengunjung agrowisata untuk datang kembali dilain waktu	0,58
Total	1,90	Total	2,45
Kelemahan		Ancaman	
Permodalan yang masih lemah	0,16	Kekecewaan pengunjung agrowisata	0,13
Kualitas sumber daya manusia di agrowisata petik <i>strawberry</i>	0,24	Kondisi iklim yang tidak dapat di prediksi	0,29
Akses mencapai lokasi agrowisata petik <i>strawberry</i>	0,20	Adanya agrowisata sejenis di Kota Batu	0,29
Keterbatasan fasilitas agrowisata	0,16		
Total	0,76	Total	0,70

Berdasarkan hasil analisis Matriks *Space* Pada faktor internal menunjukkan nilai skor untuk kekuatan adalah 1,90 dan nilai skor untuk kelemahan adalah 0,76 maka di dapatkan total nilai skor untuk sumbu horizontal (sumbu y) adalah 2,66. Kemudian faktor eksternal menunjukkan nilai skor untuk peluang 2,45 dan nilai skor untuk ancaman adalah 0,70 maka didapatkan total nilai skor sumbu vertikal (sumbu x) adalah 3,16.



Gambar 2 Diagram matriks SPACE pengembangan agrowisata petik *strawberry*

Dari hasil diagram matriks *SPACE* diatas total nilai sumbu y = 2,66 didapatkan dari penjumlahan skor kekuatan dan kelemahan. Sedangkan nilai pada sumbu x = 3,16 didapatkan dari penjumlahan skor peluang dan ancaman. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa agrowisata petik *strawberry* saat ini berada pada posisi yang baik untuk itu maka agrowisata petik *strawberry* diharapkan dapat menggunakan kekuatannya guna

memanfaatkan peluang eksternal, mengatasi kelemahan internal, dan menghindari ancaman eksternal.

Dengan demikian usaha agrowisata *strawberry* dapat menggunakan faktor-faktor kekuatan sebagai ubah strategi: yaitu kualitas buah *strawberry* yang dihasilkan baik terhadap pengembangan agrowisata petik. Tarif masuk yang ditawarkan relatif terjangkau untuk pengunjung agrowisata petik. Melayani pengunjung dengan ramah terhadap pengunjung yang sangat baik.

Dengan memanfaatkan faktor-faktor peluang sebagai strategi bertahan: gaya hidup masyarakat yang ingin kembali ke alam (*back to nature*). Perkembangan teknologi informasi dibidang pertanian. Kondisi alam yang potensial untuk pengembangan agrowisata *strawberry*. Minat pengunjung agrowisata untuk datang kembali dilain waktu untuk pengembangan agrowisata petik *strawberry*.

Menggunakan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan untuk meminimalisir kecenderungan yang terjadi pada kelemahan dan ancaman. Kelemahan sebagai Progresif: Permodalan yang masih lemah, kualitas sumber daya manusia di agrowisata petik *strawberry*, akses mencapai lokasi agrowisata petik *strawberry* dan keterbatasan fasilitas agrowisata. Ancaman sebagai diversifikasi strategi: Kekecewaan pengunjung agrowisata, kondisi iklim yang tidak dapat diprediksi dan adanya agrowisata sejenis di Kota Batu.

Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang progresif. Posisi ini memiliki arti bahwa agrowisata petik *strawberry* memiliki kekuatan untuk melakukan pengembangan usaha dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada.

Tahap pengambilan keputusan

Pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif ⁸rilaku dari dua alternatif atau lebih, tindakan untuk memecahkan masalah yang dihadapi melalui pemilihan satu diantara alternatif-alternatif yang memungkinkan. Pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan sistematis terhadap suatu masalah, pengumpulan fakta-fakta dan data, penentuan yang matang dari alternatif yang dihadapi dan pengambilan tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat (Rangkuti, 2014).

Tahap pengambilan keputusan yaitu dengan menggunakan perhitungan matriks *SPACE*, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, pada perhitungan menggunakan matriks *SPACE* Agrowisata Petik *Strawberry* Bumdes Raharjo berada pada kuadran II (*growth*) atau pertumbuhan, dimana dalam keadaan yang baik dan kuat, mempunyai daya saing yang kuat, strategi yang tepat untuk digunakan adalah strategi agresif, seperti per¹⁰rasasi pasar, pengembangan sumberdaya manusia, fasilitas dan pengembangan produk saat ini.

Maka rekomendas⁵ strategi yang digunakan dalam pengembangan agrowisata petik *strawberry* adalah strategi Strategi S-O (*Strength and Opportunities*). Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

¹⁶ 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat di simpulkan sebagai beril²t :

1. Strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan agrowisata petik *strawberry* adalah:
 - a. Mengoptimalisasi fasilitas dan meningkatkan pelayan serta promosi objek wisata petik *strawberry*.
 - b. Melakukan diservikasi produk dengan memaksimalkan lahan yang ada.
 - c. Menyusun paket wisata dengan berbagai tingkat harga.
 - d. Bekerjasama dengan travel agent dan meningkatkan kualitas sumberdaya manusia.
2. Faktor-faktor pendukung agrowisata petik *strawberry*:
 - a. Gaya hidup masyarakat yang ini kembali ke alam.

- b. Perkembangan teknologi informasi sebagai sarana untuk mempromosikan agrowisata serta *marketing* kepada masyarakat.
 - c. Kondisi alam yang sangat potensial untuk pengembangan agrowisata petik *strawberry*.
3. Kendala-kendala dari pengembangan agrowisata petik *strawberry*:
- a. Permodalan yang masih lemah dalam pengembangan
 - b. Akses ke lokasi agrowisata petik *strawberry* tidak dapat dilewati Bus Pariwisata .
 - c. Kualitas sumberdaya manusia yang masih lemah.
 - d. Keterbatasan fasilitas agrowisata yang belum memadai.

Daftar Pustaka

- Aji, A. A., Satria, A., & Hariono, B. (2014). Strategi pengembangan agribisnis komoditas padi dalam meningkatkan ketahanan pangan Kabupaten Jember. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 11(1), 60-67.
- Alhadi, A. F., Yulius, N. E. P., & Putri, N. E. (2019). *Peluang Pengembangan Budidaya Stroberi Pada Kampung Hortikultura Binaan CSR PT Pupuk Sriwijaya Di Kelurahan 2 Ilir, Kota Palembang* (Doctoral dissertation, Sriwijaya University).
- Antoko, S. T., Fathoni, A., & Minarsih, M. M. (2018). *Perumusan Strategy Pemasaran berdasarkan Analisis SWOT Studi Kasus Pada PT. Aquafaram Nusantara Semarang*. *Journal of Management*, 4(4).
- Ardiansari, R., Nurlaelih, E. E., & Wicaksono, K. P. 2013. *Pengembangan Agrowisata di Desa Wisata Tulungrejo Kota Batu Jawa Timur*. *Jurnal Produksi Tanaman*, 3(5), 383-390.
- Budiarti T, Suwarto, Muflikhati I. 2013. *Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat pada Usahatani Terpadu guna Meningkatkan Kesejahteraan Petani dan Keberlanjutan Sistem Pertanian*. *J Ilmu Pertan Indones*. 18(3):200-207.
- Faqi, Yonestion, Makhdalena, dan Riadi. 2013. *Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan pada BUMN yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. *Skripsi*. Universitas Riau.
- Freddy Rangkuti. 2014. *Analisis SWOT*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Maryam, S., & WARIDIN, W. (2011). *Pendekatan SWOT dalam pengembangan objek wisata kampoeng djowo sekatul kabupaten kendal* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Mayasari, K. dan Ramdhan, T. 2013. *Strategi Pengembangan Agrowisata Perkotaan*. *Buletin Pertanian Perkotaan*, 3(1), 21-28.
- Nila Restu Wardani. 2017. *Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani (KWT) strawberry Melalui Greenhouse Dengan Sistem Rak Berundak Di Desa Pandanrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Palit, I. G., Talumingan, C., & Rumagit, G. A. J. 2017. *Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan*. *Jurnal Agri-Sosio Ekonomi Unsrat*, 13(2), 21-34.
- Pambudi, S. H., & Setyono, P. (2018). Strategi Pengembangan Agrowisata dalam Mendukung Pembangunan Pertanian-Studi Kasus di Desa Wisata Kaligono (Dewi Kano) Kecamatan Kaligesing Kabupaten Purworejo. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 16(2), 159-177.
- Rahmana, A. (2012). Strategi pengembangan usaha kecil menengah sektor industri pengolahan. *Jurnal Teknik Industri*, 13(1), 14-21.
- Rai Utama, I Gusti Bagus. 2012. *Agrowisata sebagai Pariwisata Alternatif di Indonesia*. Denpasar.
- Rangkuti, F. (1998). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Saraswati, I. A. S., Vipriyanti, N. U., & Kardi, C. (2017). Strategi Pengembangan Agrowisata Strawberry Stop Berbasis Kepuasan Pengunjung. *Jurnal Agrimeta*, 7(13).

- Sastrayuda, G. S. 2010. *Konsep Pengembangan Kawasan Agrowisata*. In Hand Out Mata Kuliah Concept Resort and Leisure, Strategi Pengembangan dan Pengelolaan Resort and Leisure (pp. 1-38).
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sonatasia, D., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 1(1), 11-25.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Utama, G.B.R., & Junaedi, W.R. 2018. *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Widowati, I. (2015). Strategi Pengembangan Perusahaan Agroindustri (Studi Kasus PT Citra Rahardja Utama di Kecamatan Gamping Kabupaten Sleman). *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 1(2), 157-164.

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA STRAWBERRY DI AGROWISATA PETIK STRAWBERRY

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas PGRI Semarang Student Paper	2%
2	repository.ummat.ac.id Internet Source	2%
3	ejournal.undwi.ac.id Internet Source	2%
4	ar.scribd.com Internet Source	1%
5	publikasiilmiah.umsu.ac.id Internet Source	1%
6	www.scilit.net Internet Source	1%
7	repository.unpas.ac.id Internet Source	1%
8	akuntansi.upi.edu Internet Source	1%
9	journal.unbara.ac.id Internet Source	1%

10	Yoseph ., Reressy, Leonardus R. Rengkung, Theodora M. Katiandagho. "STRATEGI PENGEMBANGAN SUBSEKTOR PERIKANAN DI KABUPATEN MALUKU TENGGARA BARAT, PROPINSI MALUKU", AGRI-SOSIOEKONOMI, 2016 Publication	1 %
11	surabayapost.id Internet Source	1 %
12	e-journal.unair.ac.id Internet Source	1 %
13	artikell-saya.blogspot.com Internet Source	1 %
14	www.semanticscholar.org Internet Source	1 %
15	repository.pertanian.go.id Internet Source	1 %
16	simantek.sciencemakarioz.org Internet Source	1 %
17	syanihanipa.blogspot.com Internet Source	1 %
18	journal.univpancasila.ac.id Internet Source	1 %
19	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off