

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA PALOH
NAGA (STUDI KASUS: AGROWISATA PALOH NAGA
DESA DENAI LAMA KECAMATAN PANTAI LABU
KABUPATEN DELI SERDANG)**

SKRIPSI

Oleh:

ABI BAKRIN DURLEE

NPM : 1604300082

Program Studi : AGRIBISNIS



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA PALOH
NAGA (STUDI KASUS: AGROWISATA PALOH NAGA
DESA DENAI LAMA KECAMATAN PANTAI LABU
KABUPATEN DELI SERDANG)**

SKRIPSI

Oleh:

**ABI BAKRIN DURLEE
1604300082
AGRIBISNIS**

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Komisi Pembimbing



Assoc. Prof. Ir. Gustina Siregar, M.Si.
Ketua



Ira Aprivanti, S.P., M.Sc.
Anggota

Disahkan Oleh:

Dekan



Assoc. Prof. Ir. Asrihanarni Munar, M.P.

Tanggal Lulus : 16-11-2020

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Abi Bakrin Durlee

NPM : 1604300082

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul *Strategi Pengembangan Agrowisata Paloh Naga (Studi Kasus : Agrowisata Paloh Naga Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang)* adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya penjiplakan (*plagiarisme*). Maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, November 2020
Yang Menyatakan



Abi Bakrin Durlee

RINGKASAN

Abi Bakrin Durlee “Strategi Pengembangan Agrowisata Paloh Naga (Studi Kasus : Agrowisata Paloh Naga Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang). Dibimbing oleh: Ir. Gustina Siregar, M.Si.sebagai ketua dan Ira Apriyanti, S.P., M.Sc. sebagai anggota komisi pembimbing. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pengembangan Agrowisata Paloh Naga pada Agrowisata Paloh Naga Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu pada bulan juli 2020 sampai bulan November 2020. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif untuk mengetahui pendapatan yang diterima Agrowisata Paloh Naga dan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) untuk melihat lingkungan internal yaitu kekuatan dan kelemahan serta lingkungan eksternal yaitu peluang dan ancaman Agrowisata Paloh Naga kemudian dirumuskanlah formulasi strategi Agrowisata Paloh Naga serta dilakukan analisis QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) untuk menentukan strategi prioritas yang menjadi masukan bagi Agrowisata Paloh Naga untuk diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan keuntungan bersih yang diterima oleh pengurus Agrowisata sebesar RP 84,500,000 pertahun, serta berbagai stategi alternatif Agrowisata Paloh Naga S-O Melakukan pengembangan Agrowisata dengan mengganti cara mengolahan lahan padi dengan menggunakan kerbau dan menambah spot foto yang beragam, Strategi S-T seperti lebih menampilkan keunikan ciri khas dari Paloh Naga, Strategi W-O seperti optimalisasi Agrowisata dengan terus melakukan pengembangan serta penguatan usaha dari Agrowisata itu, Startegi W-T yaitu lebih dikembangkan lagi potensi daerah wisata agar pengunjung tidak hanya menikmati Paloh Naga. Startegi yang menjadi prioritas untuk diterapkan adalah strategi W-O yaitu melakukan perbaikan dengan melengkapi sarana umum seperti membangun toilet dan musholla.

Kata Kunci : Agrowisata, Pendapatan, Pengembangan, Strategi.

RIWAYAT HIDUP

Abi Bakrin Durlee, lahir di Talang Sepakat 10 Juli 1998 dari pasangan Bapak Legiman dan Ibu Sri Durnita, penulis merupakan anak pertama dari 2 bersaudara.

1. Tahun 2010 menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar Negeri 05 V Koto Desa Talang Sepakat Kecamatan V Koto Kabupaten Mukomuko Provinsi Bengkulu.
2. Tahun 2013 menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama 07 Mukomuko Desa Ranah Karya Kecamatan Lubuk Pinang Kabupaten Mukomuko Provinsi Bengkulu.
3. Tahun 2016 menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas 05 Mukomuko Desa Lubuk Pinang Kabupaten Mukomuko Provinsi Bengkulu.
4. Tahun 2016 diterima di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Tahun 2017 diamanahkan menjadi Anggota Bidang Pengabdian Masyarakat di HIMAGRI.
6. Tahun 2018 diamanahkan menjadi Ketua Bidang Pengabdian Masyarakat di HIMAGRI dan menjadi salah satu kader terbaik di DPW 1 POPMASEPI.
7. Tahun 2019 mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT Perkebunan Nusantara IV Kebun Marihat.
8. Tahun 2019 mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara.

9. Tahun 2020 melakukan penelitian skripsi tentang Strategi Pengembangan Agrowisata Paloh Naga di Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Provinsi Sumatera Utara.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan Hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Agrowisata Paloh Naga (Studi Kasus: Agrowisata Paloh Naga Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang)”. Skripsi ini digunakan untuk memenuhi syarat program Sarjana Agribisnis di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dari baebagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua penulis Bapak Legiman dan Ibu Sri Durnita yang telah membesarkan serta mendidik dan memberikan semangat berupa dukungan, do’a dan materi kepada penulis serta kepada keluarga.
2. Ibu Assoc. Prof. Ir. Gustina Siregar, M.Si. selaku ketua pembimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
3. Ibu Ira Apriyanti, S.P., M.Sc. selaku anggota pembimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
4. Ibu Assoc. Prof. Ir. Asritanarni Munar, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si. dan Bapak Akbar Habib, S.P., M.P. selaku ketua dan sekretaris Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Para dosen yang ada di Fakultas Pertanian terkhusus program Studi Agribisnis yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat kepada panulis.
7. Rekan juang yang bersama-sama menyelesaikan studi strata 1 stambuk 2016.

Medan, September 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
RIWAYAT HIDUP	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Perumusan Masalah	4
Tujuan Penelitian	4
Kegunaan Penelitian	5
TINJAUAN PUSTAKA	6
Pendapatan	6
Agrowisata	6
Strategi Pengembangan	9
Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal	9
Analisis SWOT	10
Penelitian Terdahulu	12
Kerangka Pemikiran	13
METODE PENELITIAN	16
Metode Penelitian	16
Metode Penentuan Lokasi	16
Metode Penarikan Sample	16
Metode Pengumpulan Data	17
Metode Analisis Data	17
Defenisi dan Batasan Operasional	23
DESKRIPSI DAN GAMBARAN UMUM	25
Sejarah Denai Lama	25
Batas Wilayah	27

Jumlah Penduduk	28
Keadaan Ekonomi	28
Keadaan Sosial Budaya.....	29
Agrowisata Paloh Naga.....	29
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
Pendapatan Agrowisata Paloh Naga	31
Analisis Lingkungan Internal Strategi “Agrowisata Paloh Naga”	32
Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan	33
Kekuatan	33
Kelemahan	35
Analisis Lingkungan Eksternal Strategi “Agrowisata Paloh Naga”	36
Identifikasi Peluang dan Ancaman	37
Peluang.....	37
Ancaman	38
Formulasi Strategi Pengembangan Agrowisata Paloh Naga.....	41
Tahap Keputusan Strategi dan Analisis Matriks QSPM.....	46
KESIMPULAN DAN SARAN.....	50
Kesimpulan	50
Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN.....	54

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.	Matriks SWOT (Strengths-Weakness-Opportunity-Treats).....	19
2.	Penilaian Bobot Faktor Strategi Eksternal dan Internal	21
3.	Matrik QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)	23
4.	Jumlah Penduduk	28
5.	Jumlah Pengunjung Agrowisata Paloh Naga	31
6.	Kekuatan dan Kelemahan “Agrowisata Paloh Naga berdasarkan faktor internal Agrowisata”	33
7.	Peluang dan Ancaman “Agrowisata Paloh Naga berdasarkan faktor eksternal Agrowisata”	37
8.	Matriks Faktor Internal dan Eksternal Pada “Agrowisata Paloh Naga”	39
9.	Analisis SWOT Untuk “Agrowisata Paloh Naga”	42

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Diagram Analisis SWOT.....	11
2.	Kerangka Pemikiran Alternatif Strategi Pada	15
3.	Diagram Analisis SWOT Hasil Pengolahan Data Internal dan Eksternal	40

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian	54
2.	Karakteristik Sample	64
3.	Perhitungan Pendapatan	65
4.	Penentuan Bobot Faktor Strategi Internal dan Eksternal Agrowisata.....	66
5.	Hasil Perhitungan Rating Pada Faktor Strategi Internal dan Eksternal Agrowisata	68
6.	Matriks Quantytative Strategic Planing Matriks (QSPM).....	69
7.	Gambar Agrowisata Paloh Naga	67

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kebutuhan manusia bukan hanya mencakup sandang, pangan, dan papan. Kebutuhan manusia sangat beraneka ragam seperti halnya kebutuhan mendapat pendidikan, kebutuhan mendapatkan pelayanan kesehatan, kebutuhan rasa aman, kebutuhan hiburan dan masih banyak lagi. Dalam memenuhi kebutuhan manusia akan hiburan, jarak bukanlah masalah yang terpenting adalah eksistensi. Perkembangan sarana dan prasarana pada saat ini memudahkan setiap orang untuk mendapatkan hiburan. Dengan perkembangan sarana dan prasarana tersebut, maka berkembang pula sektor pariwisata untuk dijadikan tempat liburan.

Pada zaman sekarang ini dengan banyaknya aktifitas yang dilakukan oleh manusia, membuat mereka merasa jenuh. Beragam hal yang dilakukan oleh manusia agar tidak jenuh, contohnya yaitu dengan liburan. Biasanya liburan tersebut didapat melalui aktifitas berwisata. Saat ini keseringan atau pemenuhan kebutuhan manusia untuk melakukan aktifitas wisata lumayan sangat tinggi. Pariwisata di Indonesia merupakan sektor ekonomi penting. Berdasarkan data tahun 2016, jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia saja sebesar 11.525.963 juta lebih atau tumbuh sebesar 10.79% dari tahun sebelumnya.

Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar didunia menyimpan potensi sumber daya pariwisata yang sangat besar dan beragam untuk dapat dikembangkan menjadi destinasi dan menjadi destinasi yang menarik dan menjadi tujuan utama bagi wisatawan. Destinasi tersebut dibagi menjadi beberapa jenis yaitu: wisata kebun binatang, wisata tirta, agrowisata, wisata budaya ataupun wisata alam. Kontribusi dari sektor pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi indonesia yang paling besar terjadi pada tahun 2015 yakni sebesar 4.31 persen.

Sedangkan yang paling rendah adalah tahun 2012 dengan kontribusi sebesar 3,96 persen (Anggita, 2019).

Agrowisata pertama dikenal dengan nama ekowisata (Ecotourism). Ekowisata merupakan wisata yang paling cepat berkembang diantara pariwisata lainnya. Ekowisata sangat banyak dikembangkan di negara berkembang untuk menjaga sumber daya alam dan meningkatkan proses pembenahan ekonomi masyarakat sekitar. Salah satu negara berkembang tersebut yaitu Indonesia, negara yang penuh akan kekayaan sumber daya alamnya ini tentu sudah banyak lokasi yang dikembangkan menjadi agrowisata.

Pemandangan alam yang menarik akan memberikan daya tarik tersendiri bagi pengunjung baik itu alam pegunungan, alam bawah laut, maupun pinggiran pantai. Keadaan tersebut yang beraneka ragam (dataran tinggi, dataran rendah, daerah pantai, maupun laut) memiliki daya tarik tersendiri untuk dijadikan tempat obyek wisata seperti agrowisata. Kekayaan alam tersebut jika diolah dengan bagus maka akan mendapatkan keuntungan yang maksimal dan membantu meningkatkan pendapatan warga desa tersebut. Seperti halnya ketika kita berkunjung ke agrowisata di sebuah desa, saat sedang menikmati pemandangan sawah kita merasa haus kemudian membeli minuman di warung terdekat. Hal tersebut otomatis dapat dikatakan mampu meningkatkan pendapatan warga desa yang mempunyai agrowisata. Dikarenakan dengan banyaknya pengunjung yang berdatangan keagrowisata maka banyak pengunjung yang membeli minuman di warung tersebut.

Namun sampai saat ini potensi agrowisata yang sangat besar dan tersebar diwilayah Indonesia masih belum dikembangkan seutuhnya. Hal tersebut

dikarenakan terbatasnya jangkauan dan kemampuan pengolahan agrowisata serta wisata yang berbasis pertanian. Berkaitan dengan konsep pertanian berkelanjutan, agrowisata merupakan salah satu jenis wisata pertanian paling relevan yang bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat petani dan para pengunjung atau wisatawan. Pembangunan sektor pariwisata hendaknya harus diikuti dengan upaya pelestariannya, agar kekayaan alam yang dimiliki Indonesia tidak terancam punah dan meningkatnya minat para kaum milenial dalam bidang pertanian.

Agrowisata sebagai salah satu bisnis di bidang pertanian memanfaatkan bidang pertanian yang ditata secara menarik menjadi sebuah wisata dengan menekankan penjualan jasa kepada konsumen. Bentuk jasa tersebut dapat berupa keindahan, ketentraman, dan pendidikan. Pengembangan usaha agrowisata membutuhkan manajemen yang bagus untuk mengembangkan agrowisata yang harus memperhatikan sub sistem yang ada, yaitu di antara ketersediaan sarana dan prasarana wisata, objek yang dijual, promosi dan pelayanannya.

Paloh Naga merupakan kawasan agrowisata yang cukup terkenal. Kawasan ini berada di Kabupaten Deli Serdang Kecamatan Pantai Labu. Agrowisata tersebut merupakan tempat rekreasi untuk menikmati panorama hamparan sawah, Penataan jalan bambu dan joglo yang berada di atas sawah dapat menjadi tempat untuk bersantai dan mengabdikan keindahan panorama sawah tersebut melalui handphone.

Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Agrowisata Paloh naga yang cukup ramai saat menjelang sore berjumlah 10 orang lebih. Pada akhir pekan jumlah wisatawan yang berkunjung akan mengalami peningkatan yang berkisar 50 orang

lebih dari hari biasanya. Hal tersebut dikarenakan dari pihak desa selalu melakukan perbaikan serta pengembangan untuk tetap meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung. Tetapi dengan banyaknya hambatan serta rintangan, usaha untuk mengembangkan Agrowisata Paloh Naga masih belum berjalan dengan maksimal.

Banyaknya pesaing dalam bidang wisata disekitar kawasan tersebut membuat Agrowisata Paloh Naga harus konsisten untuk mengatur strategi dalam pengembangan usahanya. Desa tempat agrowisata tersebut sudah dikenal dengan julukan desa wisata. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis sangat tertarik untuk mengadakan penelitian skripsi yang berhubungan dengan agrowisata dengan judul penelitian “Strategi Pengembangan Agrowisata Paloh Naga”.

Rumusan Masalah

1. Berapa pendapatan yang dihasilkan dari Agrowisata Paloh Naga.
2. Apa yang menjadi faktor internal dan eksternal dalam pengembangan Agrowisata Paloh Naga di daerah penelitian.
3. Bagaimana strategi yang tepat dalam pengembangan Agrowisata Paloh Naga di daerah penelitian.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pendapatan yang dihasilkan dari Agrowisata Paloh Naga dalam setahun.
2. Untuk menentukan apa yang menjadi faktor internal dan eksternal dalam pengembangan Agrowisata Paloh Naga di daerah penelitian.
3. Untuk menentukan strategi apa yang tepat dalam pengembangan Agrowisata Paloh Naga di daerah penelitian.

Kegunaan Penelitian

1. Sebagai salah satu informasi bagi yang ingin mengetahui bagaimana Strategi Pengembangan Agrowisata Paloh Naga di Agrowisata Paloh Naga Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang.
2. Sebagai langkah awal peneliti untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah dipelajari selama menduduki perkuliahan.
3. Sebagai bahan masukan Strategi Pengembangan Agrowisata Paloh Naga di Agrowisata Paloh Naga Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang.
4. Sebagai referensi atau rujukan untuk penelitian selanjutnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Pendapatan

Pendapatan adalah salah satu unsur yang paling utama dalam pembentukan laporan laba rugi suatu perusahaan. Banyak yang bingung tentang pendapatan. pendapatan bisa diartikan sebagai revenue dan bisa juga diartikan sebagai income, kata income dapat disimpulkan sebagai penghasilan dan kata revenue sebagai pendapatan penghasilan maupun keuntungan. Pendapatan sangat mempengaruhi untuk keseluruhan hidup perusahaan, semakin meningkat pendapatan yang didapat maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran untuk kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Pendapatan sangat berpengaruh terhadap laba rugi perusahaan yang tersedia dalam laporan laba rugi, maka pendapatan dapat diartikan inti kehidupan dari suatu perusahaan yang sangat berpengaruh (Maulana, 2018).

Pendapatan terjadi saat kenaikan modal perusahaan karena penjualan produk atau jasa perusahaan. Arus masuk aktiva serta peningkatan lainnya yang berkaitan dengan aktiva atau penyelesaian dari kewajiban perusahaan (atau kombinasi dari keduanya) pengirim barang, pemberian jasa, atau aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama atau operasi sentral perusahaan (Maulana, 2018).

Agrowisata

Agrowisata merupakan terjemahan dari istilah bahasa Inggris, Agrotourism. Agro berarti pertanian dan tourism berarti pariwisata/kepariwisataan. Agrowisata adalah berwisata ke daerah pertanian. Pertanian dalam arti luas mencakup pertanian rakyat, perkebunan, peternakan, dan perikanan. Agrowisata merupakan salah satu alternatif potensial untuk dikembangkan di desa. Kemudian batasan mengenai agrowisata dinyatakan

bahwa agrowisata adalah suatu jenis pariwisata yang khusus menjadikan hasil pertanian, peternakan, perkebunan sebagai daya tarik bagi wisatawan (Suryawan 2018).

Agrowisata juga didefinisikan sebagai sebuah bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan potensi alam, pertanian (agro), budaya, dan aktivitas masyarakat pedesaan sebagai daya tarik wisata, dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, area rekreasi, dan hubungan usaha agribisnis pedesaan. Agrowisata dikembangkan berdasarkan konsep pengembangan wilayah, melalui pemanfaatan potensi alam, pertanian, budaya, dan aktivitas masyarakat lokal dan mengacu pada prinsip-prinsip pembangunan pariwisata berkelanjutan (Gunawan, 2016).

Perkembangan agrowisata di Indonesia tidak lepas dari bergesernya trend pariwisata secara global. Selama beberapa dekade terakhir telah terjadi pergeseran yang besar dari minat manusia terhadap destinasi wisata. Dapat dilihat dari terjadinya pergeseran perputaran minat kunjungan wisatawan dari pengunjung yang banyak menjadi suatu bentuk kunjungan individual/kelompok kecil yang dijalani pada kehidupan keseharian Machin dalam Dinas Pariwisata DIY (2014).

Di Indonesia pergeseran trend minat pariwisata tersebut ditanggapi dengan berkembangnya wisata yang sebagian besar dikelola didalam berbasis pertanian. Karena wisata merupakan salah satu jawaban dari perkembangan kecenderungan pergeseran tersebut. Wisatawan dengan berbagai motivasi melakukan perjalanan wisata ke desa wisata untuk bisa menikmati kehidupan masyarakat, berinteraksi secara aktif dalam berbagai aktivitas di lokasi wisata dan belajar kebudayaan lokal

setempat dimana sebagian besar kebudayaan lokal di daerah Indonesia ini merupakan kegiatan pertanian (Utama, 2015).

Perkembangan Agrowisata atau desa wisata akan menjalin silaturahmi yang bagus antara petani dengan pengunjung. Harapannya petani bisa lebih inovatif mengelola usaha taninya sehingga mampu menghasilkan produk yang diminati para wisatawan. Karena pada saat hasil pertanian bisa digunakan oleh perusahaan lain dengan harga yang bagus tentu akan sangat membantu meningkatkan pendapatan yang diterima petani tersebut.

Pengembangan bidang pertanian menjadi lokasi Agrowisata sangat memberikan dampak yang positif bagi lingkungan sekitar dan masyarakatnya, bukan hanya petani yang terlibat secara langsung dan merasakan manfaatnya, namun juga bagi perkembangan kawasan disekitarnya. Hasil penjualan tiket yang masuk ke kas dimanfaatkan untuk kepentingan bersama, seperti perbaikan jalan maupun pembangunan sarana prasarana umum lainnya. Hal ini tentunya akan sangat mendukung dengan terciptanya kesejahteraan masyarakat. Allifah (2014) menyatakan bahwa pengembangan agrowisata akan berdampak bagi lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Dengan adanya Agrowisata pasti akan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pelestarian lingkungan hidup, meningkatkan pendapatan petani, serta menciptakan lapangan pekerjaan, sehingga tingkat urbanisasi dan pengangguran dapat berkurang secara drastis.

Selain itu, Agrowisata merupakan salah satu wahana yang bagus dalam rangka meningkatkan promosi produk-produk pertanian dan budaya Nusantara. Hal tersebut karena selain dapat menikmati hasil pertanian secara langsung, para pengunjung akan senang dengan sensasi wisata alam yang unik dan berkesan

dihatinya yang akan terbawa hingga mereka kembali ke tempat asalnya ataupun ketempat lain yang kemudian menceritakannya kepada orang lain (Palit, 2017).

Strategi Pengembangan

strategi adalah suatu tindakan yang diambil untuk menggapai tujuan yang sesuai dengan peluang-peluang dan ancaman-ancaman dilingkungan eksternal yang dihadapi serta sumber daya dan kemampuan lingkungan internal yang mempengaruhi. Definisi strategi yang dikemukakan oleh Chandler dalam Ranguti (2014) menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan untuk jangka panjang dari suatu perusahaan, serta memanfaatkan secara baik semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.

Sedangkan pengembangan merupakan peningkatan segala sesuatu yang belum terjalankan secara maksimal. Disebutkan berbagai faktor yang sangat mendukung untuk mengembangkan Agrowisata yang baik sebagai suatu objek wisata alam akan dapat menentukan kelayakan teknis dalam pengembangan suatu objek wisata alam. Faktor-faktor itu terdiri dari adanya faktor internal yang meliputi daya tarik objek; pengelolaan, perawatan dan pelayanan; tersedianya air bersih. Untuk faktor eksternal meliputi potensi pasar; kadar hubungan; kondisi lingkungan; kondisi alam, akomodasi, prasarana dan sarana penunjang juga hubungan dengan objek wisata lain (Santoso, 2013).

Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal

Analisis lingkungan adalah penilaian lingkungan secara menyeluruh dan akurat, baik lingkungan eksternal maupun internal. Analisis lingkungan internal merupakan input yang sangat penting dalam merumuskan strategi yang mengarah kepada kekuatan (stregths) dan kelemahan (weakness) yang terdapat dalam

perusahaan. Perubahan pada lingkungan internal yang terjadi di dalam perusahaan dapat dipantau dikarenakan masih berada di dalam lingkungan perusahaan. Analisis lingkungan internal meliputi beberapa fungsi yang mendukung kelancaran aktivitas perusahaan, fungsi tersebut diantaranya produksi atau operasi, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen sebagai suatu kekuatan dan kelemahan (Khair, 2016).

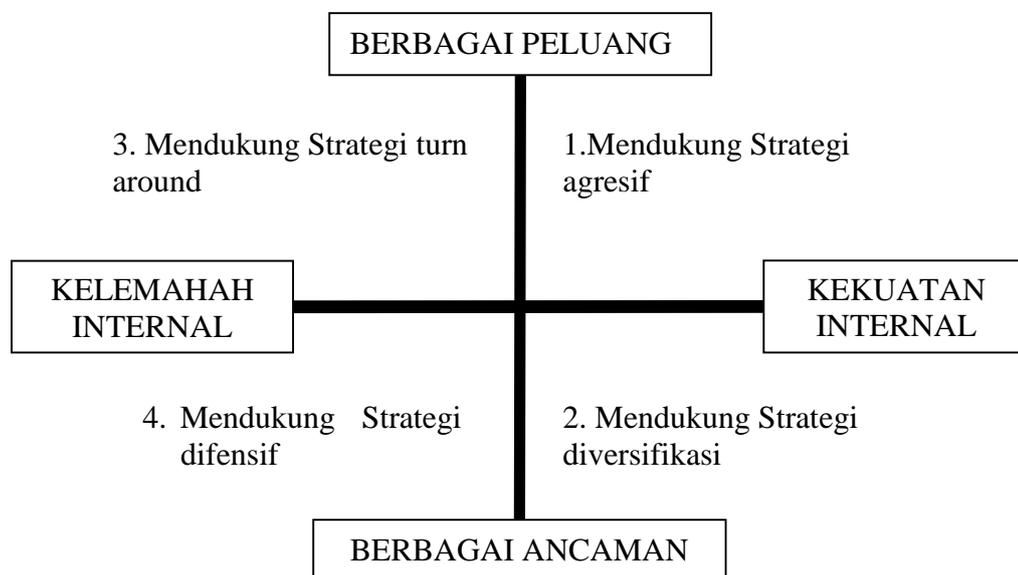
Analisis lingkungan eksternal merupakan input yang sangat penting dalam merumuskan strategi yang mengarah pada peluang (opportunities) dan ancaman (threats) produksi operasi yang berada di luar perusahaan. Lingkungan eksternal seperti persaingan, ekonomi, teknologi, informasi, politik, tuntutan konsumen, gangguan suplai, regulasi pemerintah, suku Bunga, perubahan nilai tukar, budaya dan juga kondisi social yang dapat mempengaruhi operasi perusahaan. Lingkungan eksternal harus lebih dicermati karena merupakan keadaan yang sulit untuk diprediksi (Khair, 2016).

Analisis SWOT

Analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu organisasi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat mengurangi kelemahan (weakness) dan ancaman (threats). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan organisasi tersebut. Dengan demikian, perencanaan strategis harus

memerhatikan faktor-faktor strategi organisasi yang dalam kondisi saat ini disebut dengan analisis situasi (Ismail, 2015).

Fungsi dari analisis SWOT adalah untuk menganalisis mengenai kekuatan, kelemahan serta keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan atau usaha yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi internal perusahaan, serta analisis mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi eksternal perusahaan ataupun usaha (Nisak, 2013).



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat dimanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus dilakukan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (growth oriented strategy).

Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan

adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan strategi deversiifikasi (Produk/pasar).

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi lain pihak ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal.

Kuadran 4: Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

(Rangkuti, 2014).

Penelitian Terdahulu

Bambang Suharto (2016) suharto meneliti tentang “Strategi Pengembangan Wisata Agro Di Banyuwangi”. Metode pendekatan yang digunakan adalah matrik SWOT analisis untuk merumuskan strategi. Strategi dan perencanaan yang akan digunakan pada kajian ini adalah kondisi internal, kondisi eksternal, dan target yang akan dicapai secara kualitatif, yaitu menjadikan Banyuwangi sebagai wisata agro yang memiliki daya saing tinggi. Hasil dari penelitian ini yaitu Dilihat dari analisis SWOT ternyata Banyuwangi berpotensi dikembangkan menjadi wisata agro. Adapun arah pengembangannya adalah dapat disajikan atraksi-atraksi yang merangkaikan beberapa potensi di atas sedemikian rupa, sehingga dapat dinikmati dan diapresiasi oleh wisatawan.

Ireine Gratia Palit dkk (2017) meneliti tentang “Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan” Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan kawasan agrowisata Rurukan adalah Strategi Pertumbuhan Cepat (Rapid growth strategy). Strategi pengembangan ini sesuai dengan posisi kawasan Rurukan yang membutuhkan strategi progresif untuk

mendukung pertumbuhan, melalui beberapa strategi yang dapat di implementasikan yaitu : (1) memanfaatkan beberapa objek wisata yang sudah ada untuk menarik investor sehingga dapat menjadi sektor pariwisata yang semakin berkembang dan diminati di Kota Tomohon; (2) memanfaatkan agrowisata yang terkenal dengan ciri khasnya untuk menjadi daerah pengembangan budaya, khususnya di Kota Tomohon. (3) memanfaatkan tingkat kesuburan tanah yang baik di kawasan Rurukan untuk ditanami buah-buahan seperti strawberry yang merupakan tanaman buah dataran tinggi untuk dinikmati oleh wisatawan.

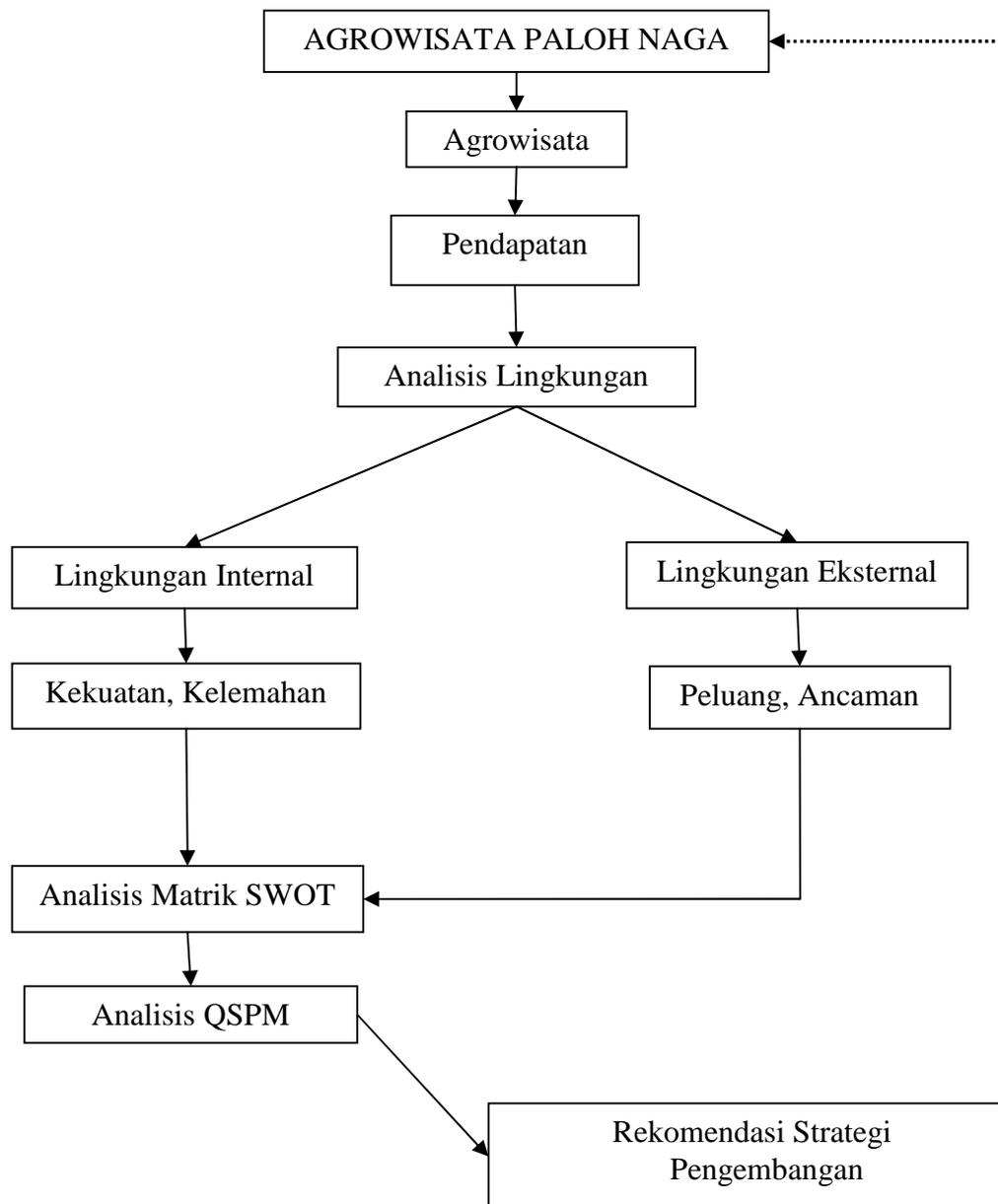
Rudy Soenoko dkk (2013) meneliti tentang “Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Dengan Menggunakan Metode SWOT Dan QSPM (Studi Kasus Kecamatan Leitimur Selatan Kota Ambon)”. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Leitimur Selatan Kota Ambon. Waktu penelitian dilakukan mulai September 2012 sampai Maret 2013. Penyajian analisis dilakukan secara formal (dalam bentuk tabel) atau informal (narasi). Metode yang digunakan adalah metode SWOT dan QSPM bentuk, analisis data yang dilakukan oleh internal faktor eksternal, IE analisis matriks, Analisis SWOT dan penelitian QSPM. Penelitian ini merupakan jenis teknik pengumpulan data penelitian kualitatif melalui pengamatan langsung (observasi), wawancara Indepth (wawancara mendalam), pendistribusian kuesioner (kuesioner) dan kajian literatur. Hasil analisis adalah untuk menunjukkan posisi pariwisata di Kabupaten Leitimur Selatan dengan pasar.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran operasional Agrowisata Paloh Naga dimulai dari mengidentifikasi suatu masalah yang ada pada Agrowisata Paloh Naga.

Berdasarkan hal tersebut maka perlu mengetahui tentang Agrowisata, kemudian perlu mengetahui tentang pendapatan Agrowisata serta mengkaji lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang ada di Agrowisata Paloh Naga. Setelah ditemukannya kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman maka kemudian dirumuskan alternatif strategi dengan menggunakan Matrik SWOT. Tujuan utama dalam penelitian ini mengatasi permasalahan yang ada sehingga dalam tahap pengembangan agrowisata tersebut akan lebih baik.

Gambar 2. Kerangka Pemikiran



Keterangan:

—————▶ = Dalam ruang lingkup penelitian

————— = Di luar ruang lingkup penelitian

Gambar 2. Kerangka Pemikiran Alternatif Strategi Pada Agrowisata Paloh Naga Desa Denai Lama

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (case study) yaitu penelitian yang dilakukan berdasarkan atas kejadian atau fenomena yang terjadi pada Agrowisata Paloh Naga desa Denai Lama. Tujuan dari studi kasus adalah untuk memberikan gambaran secara detail tentang latar belakang, kejadian yang terjadi di lokasi ataupun proses pengembangannya.

Metode Penentuan Lokasi

Pelaksanaan penelitian ini berada di Agrowisata Paloh Naga Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja karena berdasarkan pertimbangan bahwasannya Agrowisata Paloh Naga merupakan wisata yang masih berkembang dan lumayan terkenal di Daerah Deli Serdang ataupun sekitarnya.

Metode Penarikan Sampel

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah responden yaitu pengelola Agrowisata Paloh Naga. pemilihan sampel responden pengelola tempat wisata menggunakan pendekatan key responden yaitu teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memilih sampel responden yang benar-benar mengetahui masalah Agrowisata. Jumlah responden telah ditentukan dengan menggunakan metode Key responden sebelumnya yaitu sebanyak 12 orang responden. Responden tersebut adalah Kepala Kades dan Sekretaris Desa, ketua dan sekretaris serta bendahara pengurus Agrowisata, pekerja Agrowisata sebanyak 3 orang responden, dan 4 orang warga sekitar yang lahan sawahnya dijadikan Agrowisata. Penelitian dilakukan dengan wawancara langsung untuk mencari informasi terkait Agrowisata.

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara serta observasi langsung terhadap instansi yang terkait dengan Agrowisata Paloh Naga sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui studi literatur dan buku-buku lainnya yang berkaitan dengan pembahasan penelitian, serta laporan tertulis dari pihak desa ataupun instansi lainnya yang terkait data ataupun dokumen yang sesuai dengan pembahasan penelitian ini. Adapun sumber lain diperoleh melalui majalah, jurnal, koran maupun internet ataupun sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

Metode Analisis Data

Permasalahan penelitian dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui keuntungan dari Agrowisata Paloh Naga kemudian melakukan analisis SWOT dan analisis QSPM untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dengan menggunakan analisis SWOT dan Matrik QSPM.

Matrik SWOT

SWOT (Strength-Weaknesses-Opportunity-Threat) Matriks adalah alat untuk menggambarkan ancaman-kesempatan eksternal dan kelemahan-kekuatan internal, yang menghasilkan 4 strategi :

1. Strategi SO (kekuatan internal & kesempatan eksternal) Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal. Organisasi pada umumnya akan menjalankan strategi WO, ST, atau WT agar dapat mencapai situasi dimana mereka dapat menerapkan strategi SO. Ketika suatu perusahaan memiliki kelemahan utama, ia akan

berusaha mengatasinya dan menjadikan kekuatan. Ketika sebuah organisasi menghadapi ancaman, ia akan berusaha menghindarinya untuk berkonsentrasi pada peluang.

2. Strategi WO (kelemahan internal & kesempatan eksternal) Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Kadang-kadang terdapat peluang eksternal kunci tetapi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghambatnya untuk mengeksploitasi peluang tersebut.
3. Strategi ST (kekuatan internal & ancaman eksternal) Strategi ST menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi pengaruh dari ancaman eksternal. Ini tidak berarti bahwa organisasi yang kuat harus selalu menghadapi ancaman di lingkungan eksternalnya.
4. Strategi WT (kelemahan internal & ancaman eksternal) Strategi WT adalah taktik difensif yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Sebuah organisasi menghadapi berbagai ancaman eksternal dan kelemahan internal akan berada pada posisi yang tidak aman. Kenyataannya, perusahaan seperti itu mungkin harus berusaha bertahan hidup, bergabung, mengurangi ukuran, mendeklarasikan kebangkrutan, atau memilih likuidasi.

Tahapan Pembuatan Matrik SWOT:

1. Buat daftar peluang eksternal organisasi
2. Buat daftar ancaman eksternal organisasi
3. Buat daftar kekuatan kunci internal organisasi
4. Buat daftar kelemahan kunci internal organisasi

5. Cocokkan kekuatan-kekuatan internal dengan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya pada sel strategi SO
6. Cocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya pada sel strategi WO
7. Cocokkan kekuatan-kekuatan internal dengan ancaman-ancaman eksternal dan catat hasilnya pada sel strategi ST
8. Cocokkan kelemahan-kelemahan internal dan ancaman-ancaman eksternal dan catat hasilnya pada sel startegi WT.

Tabel 1. Matriks SWOT (Strengths-Weakness-Opportunity-Treats)

	STRENGTH-S Faktor-Faktor Kekuatan Internal Perusahaan	WEAKNESS-W Kelemahan Internal perusahaan
OPPORTUNITIES-O Peluang Faktor Eksternal Perusahaan	STRATEGI S-O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS-T Ancaman Faktor Eksternal Perusahaan	STRATEGI S-T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI S-O Ciptakan strategi yang Meminimalkan kelemahan Dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti (2014).

Hasil dari matrik SWOT ini sendiri diharapkan dapat memberikan beberapa alternatif strategi pemasaran yang dapat dipilih oleh pihak manajemen perusahaan agar tujuan awal dari organisasi tercapai dan kegiatan perusahaan dapat memberikan hasil yang maksimal. Dalam perumusan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan diperlukan diskusi lebih mendalam dengan pihak perusahaan sehingga dilakukan Tanya jawab secara iterative. Diskusi yang dilakukan dengan perusahaan bertujuan agar dalam penelitian ini dapat merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi perusahaan. Pertimbangan

perusahaan dan hasil analisis penelitian akan menjadi acuan utama dalam pembuatan matriks SWOT ini.

Metode Perbandingan Berpasangan

Metode ini digunakan untuk memberikan penilaian terhadap bobot setiap faktor penentu internal dan eksternal dengan membandingkan setiap variabel pada baris (horizontal) dengan variabel pada kolom (vertikal). Untuk menentukan bobot setiap faktor penentu internal dan eksternal. Tujuan utama dari metode perbandingan berpasangan ini adalah memberikan bobot untuk setiap faktor penentu yang akan digunakan dalam perhitungan Matriks QSPM.

Tahap-tahap untuk melakukan metode perbandingan berpasangan untuk melakukan pembobotan adalah sebagai berikut :

1) Langkah awal yang dilakukan adalah mengidentifikasi daftar faktor-faktor utama yang mempunyai dampak penting untuk aspek internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) perusahaan. Identifikasi faktor internal dengan mendaftarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi, dalam penyajiannya, daftar kekuatan terlebih dahulu ditulis, kemudian daftar kelemahan. Daftar harus spesifik menggunakan persentase, rasio atau angka perbandingan. Data bersifat eksternal berasal dari wawancara atau kuesioner dengan pihak yang mengetahui keadaan perusahaan. Identifikasi faktor eksternal organisasi dilakukan dengan mendaftarkan peluang dan ancaman yang dimiliki organisasi. Hasil kedua identifikasi faktor-faktor tersebut sebagai faktor penentu eksternal dan internal yang akan diberikan bobot.

2) Penentuan bobot dilakukan dengan jalan mengajukan identifikasi faktor strategis internal dan eksternal kepada pihak manajemen perusahaan dengan

menggunakan metode paired comparison atau metode perbandingan berpasangan (Affandi, 2019).

Untuk menentukan bobot setiap variabel digunakan skala 1, 2 dan 3. Skala yang digunakan untuk pengisian kolom adalah :

1 : jika indikator horisontal kurang penting daripada indikator vertikal

2 : jika indikator horisontal sama penting dibandingkan indikator vertikal

3 : jika indikator horisontal lebih penting dibanding indikator vertikal

Tabel 2. Penilaian Bobot Faktor Strategi Eksternal dan Internal

Faktor Penentu	A	B	C	D	...	Total	Bobot
A							
B							
C							
D							
...							
Total							

Sumber: Dewi (2018).

Bobot setiap faktor diperoleh dengan menentukan nilai setiap faktor terhadap jumlah nilai keseluruhan faktor. Bobot yang diberikan pada setiap faktor berada pada kisaran 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (paling penting). Faktor-faktor yang dianggap mempunyai pengaruh terbesar pada prestasi perusahaan diberi bobot tertinggi, tanpa mempedulikan apakah faktor tersebut kunci kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman. Bobot setiap variabel diperoleh dengan menentukan nilai setiap variabel terhadap jumlah nilai keseluruhan variabel

dengan menggunakan rumus : $A_i = \frac{x_i}{\sum_{i=1}^n x_i}$

dimana : A_i = bobot variabel ke-i

n = jumlah variabel

$i = 1,2,3,\dots,n$

X_i = nilai variabel ke-i

Total bobot yang diberikan sama dengan 1,0.

Matriks QSPM

QSPM adalah Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (Quantitative Strategic Planning Matrix). QSPM adalah alat yang memungkinkan penyusunan strategi untuk mengevaluasi alternatif strategi secara objektif berdasarkan faktor keberhasilan kunci internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya. Seperti alat analisis perumusan strategi lainnya, QSPM membutuhkan penilaian intuitif yang baik.

Analisis Matrik QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) Setelah mengembangkan sejumlah alternatif strategi, perusahaan harus mampu mengevaluasi dan kemudian memilih strategi yang terbaik dan paling cocok dengan kondisi internal perusahaan serta lingkungan eksternal. Penggunaan QSPM dapat dilihat pada Tabel. Ada enam langkah yang harus diikuti untuk membuat matrik QSPM yaitu :

- 1) Menyusun daftar kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang sama dengan matrik SWOT.
- 2) Memberikan bobot untuk masing-masing kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dilakukan pada metode perbandingan berpasangan.
- 3) Menyusun alternatif strategi yang akan dievaluasi.
- 4) Menetapkan nilai daya tarik (Attractiveness Scores - AS) yang berkisar antara 1 sampai 4. Nilai 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, 4 = sangat menarik. Bila tidak ada pengaruhnya terhadap

alternatif strategi yang sedang dipertimbangkan tidak diberikan nilai (AS).

- 5) Menghitung total nilai daya tarik (Total Attractiveness Scores – TAS), kemudian mengalikan bobot dengan nilai daya tarik (AS).
- 6) Menghitung jumlah total nilai daya tarik (TAS). Alternatif strategi yang memiliki nilai total terbesar merupakan strategi yang paling baik

Tabel 3. Matrik QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)

Fator-Faktor Sukses Strategi	Bobot	Alternatif Strategi					
		Strategi I		Strategi II		Strategi III	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan							
Kelemahan							
Peluang							
Ancaman							
Total							

Sumber: Affandi (2019)

Keterangan :

AS = Attractiveness Scores (Nilai Daya Tarik)

TAS = Total Attractiveness Scores (Total Nilai Daya Tarik)

Besaran total nilai dalam QSPM matrik inilah yang menjadi informasi kuantitatif yang menjadi dasar bagi perumusan strategi pengembangan. Rumus strategi dengan demikian menjadi rumusan hasil akhir dari penelitian ini.

Defenisi

1. Agrowisata merupakan perpaduan antara pertanian dan wisata untuk liburan masyarakat desa.

2. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.
3. Lingkungan Internal adalah lingkungan yang mempengaruhi agrowisata paloh naga dari dalam agrowisata itu sendiri.
4. Lingkungan Eksternal adalah lingkungan yang mempengaruhi agrowisata paloh naga dari luar agrowisata.
5. SWOT adalah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang dalam suatu usaha atau bisnis.
6. Matriks QSPM merupakan alat yang menentukan nilai daya tarik dari berbagai strategi yang didasarkan akan seberapa jauh faktor-faktor keberhasilan kunci kritis eksternal dan internal yang dimanfaatkan.

Batasan Operasional

1. Lokasi penelitian berada di desa Denai Lama Kecamatan Pantai labuh kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara.
2. Respondennya adalah pimpinan Desa Denai Lama, pengurus Agrowisata dan warga setempat.

DESKRIPSI DAN GAMBARAN UMUM

Sejarah Desa Denai Lama

Desa Denai lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang menurut keterangan dari orang-orang tua atau tokoh–tokoh masyarakat Desa. Denai Lama sudah ada sejak jaman Kolonial belanda, yang pada waktu itu Desa Denai Lama masih di sebut dengan nama kampoeng Lama dan Pimpinannya di sebut dengan sebutan Kepala Kampoeng. Menurut keterangan yang didapat, mulanya Kepala Kampoeng Lama yaitu Muhamad Lengkong yang di awasi oleh delapan orang. Kalau zaman dahulu orang yang di percaya colonial belanda dan kalau sekarang di sebut dengan orang Pihak Kecamatan. Masa akhir jabatan beliau sampai tahun 1915, akan tetapi menurut keterangan dari orang-orang tua dan tokoh –tokoh masyarakat sebelum Muhamad Lengkong sudah ada Kepala kampong sebelumnya, kemudian pada tahun 1915 s/d 1935 di pimpin oleh Pengulu Suwarjo dan beliau lebih di kenal dengan Gelar Pengulu Kumis. Beliau berasal dari Pulau Jawa, Kemudian pada tahun 1935 s/d 1945 di pimpin oleh Bapak Yahya, beliau berdomisili di Pantai Labu tetapi menjabat sebagai Kepala Kampoeng di Kampoeng Lama, karena pada waktu itu tidak ada yang mau menjabat sebagai Kepala Kampoeng di Kampoeng Lama.

Pada tahun 1945 di pimpin oleh Pengulu Agus Salim, beliau hanya menjabat satu tahun saja dikarenakan tidak mampu dan tidak sanggup kemudian mengundurkan diri. Berhubung ada kekosongan di Pengulu/Lurah dan tidak ada yang mau menjabat maka pada saat itu di angkatlah Bapak Sastro menjadi lurah yang di dukung oleh Bapak Pawiro Semeng dan Bapak Atun, beliau mulai menjabat pada tahun 1945 sampai tahun 1965.

Pada tahun 1965 s/d 1974 di pimpin oleh Kepala Kampung Bapak Tengku Hasrad Haidar yang lebih dikenal dengan sebutan Tengku. Kemudian pada tahun 1974 di adakan pemilihan Kepala Kampoeng Lama, khadidat yang bersaing pada waktu itu Bapak Tengku Hasrad Haidar dan Bapak Lukman Hakim. Dalam pemilihan Kepala Kampoeng tersebut di menangkan oleh Bapak Lukman Hakim yang hanya menjabat sampai tahun 1980. Padahal pada waktu itu masa jabatan Bapak Lukman Hakim masih ada dikarenakan ada persoalan beliau yang akhirnya beliau meninggalakan Kampoeng Lama.

Waktu itu Kecamatan Sudah ada yaitu Kecamatan Lubuk Pakam, karena adanya kekosongan Kepemimpinan maka di kirimkan pemimpin dari Kecamatan Lubuk Pakam untuk menjabat di Kampoeng Lama yang bernama Bapak Rubiat Tarigan, beliau hanya menjabat satu tahun dari tahun 1982 sampai 1983 yang kemudian meninggal dunia pada tahun 1983 di sebabkan oleh penyakit. Pada waktu itu ada kekosongan kepemimpinan lagi di Kampoeng Lama, maka Bapak Rambia Tarigan Kembali di tugaskan di Kampoeng Lama tetapi tidak lama hanya beberapa bulan dan beliau langsung menunjuk Bpk Soetriman anak kandung almarhum Bapak Jumat KS menjadi Lurah di Desa Denai Lama, karena pada waktu itu beliau punya pendidikan tingkat SMA. Aktif dalam Pemerintah Desa dan sering membantu ayahnya dalam Pemerintahan kemudian pada tahun 1983 beliau langsung di tunjuk sebagai Lurah Desa Denai Lama kecamatan lubuk pakam, karena Kepemimpinan beliau sangat bagus, Peduli dengan masyarakat serta disukai masyarakat dan inprastruktur Pembangunan di segala bidang meningkat dengan bagus, maka Bapak Soetrisman menjabat cukup lama lebih kurang 26 tahun dari Tahun 1983 sampai dengan 2009.

Mengingat adanya peraturan pemerintah pada waktu itu bahwa apabila kepala desa sudah menjabat 2 periode tidak bisa mencalonkan lagi menjadi kepala Desa. maka Bapak Soetrisman tidak bisa mencalon menjadi Kepala Desa Denai Lama lagi. Diadakan pemilihan kepala desa pada Tahun 2009 yang di ikuti oleh 4 calon Kepala Desa yaitu Bapak Syaiful Anwar, Bapak Elfian, Bapak Rahmono dan Bapak Parnu yang dimenangkan oleh Bapak Rahmono dan beliau menjabat dari 2009 sampai tahun 2015. Dengan berakhirnya masa jabatan Bapak Rahmono dan menunggu terpilihnya kembali kepala Desa yang baru ,maka Desa Denai Lama di pimpin oleh Bapak ABD.MUBEN,SE yang di tugaskan dari Kecamatan Pantai Labu Sebagai Plt Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabuten Deli Serdang dari tahun 2015 s/d 2016. Tahun 2016 diadakan Pemilihan Kepala Desa yang di ikuti oleh 2 peserta calon yaitu Bapak Rahmono dan Bapak Parnu yang di menangkan oleh Bapak Parnu dan beliau menjabat dari tahun 2016 s/d 2021.

Batas Wilayah

Pantai Labu beriklim tropis, di mana musim penghujan terjadi pada bulan Maret, April serta September sampai Desember. Sedangkan musim kemarau terjadi pada bulan Januari, Februari, serta Mei sampai Agustus. Pantai Labu beriklim cukup panas dengan suhu maksimum mencapai 340 Pantai Labu memiliki tropis yaitu sebagai berikut: 0 C dan minimum 2300C. Pantai Labu memiliki perbatasan sebagai berikut :

1. Sebelah utara : berbatasan dengan Desa Denai Sarang Baurung
2. Sebelah Timur : berbatasan dengan Desa Binjai Bakung
3. Sebelah selatan : berbatasan dengan Desa Sidoarjo II Ramunia
4. Sebelah Barat : berbatasan dengan Desa Denai Sarang Burung

Berdasarkan keadaan letak dan geografisnya tersebut, posisi Pantai Labu memiliki nilai strategis sebagai salah satu akses dalam pemanfaatan potensi sumber daya perairan Pantai Timur Sumatera. Potensi perikanan tangkap, Pantai Labu juga memiliki potensi wisata yang cukup potensial untuk dikembangkan.

Jumlah Penduduk

Data yang diperoleh penulis mengenai jumlah penduduk Desa Denai Lama terdapat 3228 jiwa penduduk yang terdiri dari 1656 laki-laki dan 1572 perempuan dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 925 KK. Mengenai jumlah penduduk Desa, dapat diperhatikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 4. Jumlah penduduk desa Denai lama

Jumlah	2018		jumlah	2019	
	Laki-laki	perempuan		Laki-laki	Perempuan
2971	1537	1434	3228	1656	1572

Sumber : Profil Desa Denai Lama

Dari data tersebut dapat dilihat jumlah penduduk 2019 sebanyak 3228 dikatakan meningkat dibandingkan tahun 2018 sebanyak 2971 penduduk. Dengan demikian penduduk desa denai lama dikatakan makmur karena peningkatan jumlah penduduk tidak signifikan.

Keadaan Ekonomi

Pada umumnya masyarakat Desa Denai Lama sebagai buruh yang di jadikan sebagai sektor ekonomi utama yang menopang kehidupan masyarakat. Pertanian merupakan sistem mata pencahariaan kedua selain buruh ini dapat dilihat pada saat penulis melakukan penelitian ke Desa Denai Lama yang

masyarakatnya juga sangat berpotensi dibidang pertanian dan sebagian besar dari wilayah Denai Lama di kelilingi sawah yang sangat luas dan subur.

Kegiatan peningkatan pertanian ini juga di dukung oleh pihak Bumdes dengan pemanfaatan potensi lingkungan untuk usaha produktif. Bumdes ini juga telah berhasil mengembangkan kelompok usaha pembuatan pangan berbahan dasar melinjo seperti dodol melinjo, bolu melinjo, dan minuman khas berbahan melinjo yang oleh masyarakat lokal dinamakan sebagai kopi melinjo. Selain itu, desa ini juga telah berhasil mengembangkan potensi desanya menjadi Desa Agrowisata

Keadaan Sosial Budaya

Masyarakat Denai Lama Dusun II sebagian besar di huni oleh suku Melayu, selain suku Melayu juga berbagai macam suku yang datang akibat perkawinan antar suku seperti suku Batak Toba, Batak Karo, Suku Mandailing, Suku Jawa, dan Cina. Gotong royong juga sangat di junjung tinggi oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari baik itu dalam upacara adat seperti adat perkawinan, kematian, meresmikan rumah baru dengan menyumbangkan materi maupun tenaga. Sistem kekerabatan yang sangat erat menjadikan masyarakat Desa Denai Lama sangat toleran atau sama lain. Hal ini terbukti dengan menghadiri upacara adat, menjenguk orang sakit, dan lain-lain yang mereka anggap sebagai sesuatu yang wajib dilakukan sehingga kehidupan antar masyarakat saling berkesinambungan.

Agrowisata Paloh Naga

Agrowisata Paloh Naga adalah suatu Objek wisata yang dihiasi dengan hamparan petak-petak sawah dan jembatan bambu disertai dengan spot selfi

lainnya yang terletak di Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang. Diberikan nama Paloh Naga berawal dari kisah sungai ular yang berada di sungai Pantai Labu. Berawal kisah yang dipercayai masyarakat salah satu masyarakat Pantai labu melihat dua ekor ular putih sedang melintas ke sungai yang panjangnya sekitar 10 meter. Masyarakat Pantai Labu menganggap itu hanya sebuah mitos karena mereka tidak percaya akan kejadian tersebut, mereka mengatakan itu hanya makhluk gaib penunggu sungai yang sedang lewat.

Agrowisata Paloh Naga termasuk ke dalam badan usaha milik Desa Denai Lama yang bernama Bumdes Sastro. Awal mula diberikannya nama sastro yaitu pada tahun 1950 di Desa Denai Lama ada lelaki yang bernama Bapak Sastro yang sangat baik hati dan dermawan terhadap masyarakat. Sampai Bapak Sastro meninggal dunia namanya masih dikenang dihati masyarakat karena kedermawanan nya, maka pihak Desa dan masyarakat memusyawarahkan dan kemudian memutuskan nama badan usaha milik Desa Denai Lama diubah menjadi Bumdes Sastro.

Bumdes Sastro memiliki program seni budaya yang kemudian Bumdes sastro mengikuti Festival Garapan Tradisional Deli Serdang dengan menampilkan cerita rakyat yaitu kisah sungai ular membawa nama Paloh Naga dan meraih juara pertama. Berawal, dari memenangkan Festival Garapan Tradisional, pengurus Bumdes ingin mengenalkan dan mengembangkan sejarah Paloh Naga di Desa Denai Lama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendapatan Agrowisata Paloh Naga

Tingkat pendapatan dapat dilihat dari maju atau tidaknya suatu daerah. Bila pendapatan daerah tersebut sangat rendah maka kemajuan daerah dan kesejahteraan masyarakat di daerah tersebut akan rendah pula. Demikian pula sebaliknya bila pendapatan masyarakat suatu daerah relatif tinggi, maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah tersebut akan tinggi pula. Salah satu usaha yang mampu meningkatkan pendapatan masyarakatnya ialah dengan membuat Agrowisata. Seperti halnya Desa Denai Lama dengan Agrowisata Paloh Naganya.

Pendapatan yang diterima oleh paloh naga dapat dilihat dari wisatawan yang berkunjung ke paloh naga. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke paloh naga sebagai berikut :

Tabel 5. Jumlah pengunjung Agrowisata Paloh Naga

Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	4,000
Febuari	1,200
Maret	1,200
April	4,000
Mei	4,000
Juni	4,000
Juli	4,000
Agustus	1,200
September	1,200
Oktober	4,000
November	4,000
Desember	9,000
Total	41,800 orang

Sumber data : Pengurus Agrowisata 2019

Dari data pengunjung dapat disimpulkan jumlah pengunjung berkisar 41,800 orang. Pengunjung hanya dikenakan untuk biaya parkir sebesar 5000

rupiah perkendaraan dengan biaya yang dikeluarkan untuk Agrowisata sebesar 20,000,000. Maka dapat dihitung keuntungan yang diterima pengurus Agrowisata sebagai berikut :

Rumus :

$$\text{Keuntungan : Pendapatan} - \text{Beban usaha}$$

Keterangan

Pendapatan : 104,500,000

Beban usaha : 20,000,000

Jawaban

Keuntungan : 104,000,000 – 20,000,000

: 84,500,000 pertahun

Dari perhitungan tersebut dapat dijelaskan bahwa keuntungan bersih yang diterima oleh pengurus Agrowisata sebesar 84,000,000 pertahun, dengan jumlah pengunjung sebesar 41,800 orang, yang dibagi 2 lalu dikalikan dengan biaya parkir sebesar 5000, dengan hasil 104,000,000, kemudian dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk Agrowisata Paloh Naga sebesar 20,000,000 pertahun. Dari hal tersebut dapat dikatakan keuntungan dari Agrowisata ini sangat menguntungkan. Dengan adanya Agrowisata dapat sedikit membantu meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar yang berjualan makanan, minuman, bensin dan hal lainnya.

Analisis Lingkungan Internal Strategi “Agrowisata Paloh naga”

Analisis lingkungan internal merupakan tahap untuk mengetahui kekuatan serta kelemahan yang dimiliki oleh “Agrowisata Paloh Naga” dalam menghadapi persaingan. Lingkungan internal dapat diamati dengan pendekatan secara langsung melalui tanya jawab dan observasi atau pengamatan langsung.

Identifikasi Kekuatan Dan Kelemahan

Tabel 6. Kekuatan Dan Kelemahan “Agrowisata Paloh Naga” Berdasarkan Faktor Internal Agrowisata.

	Kekuatan	Kelemahan
Faktor Internal Agrowisata Paloh Naga	A. Kondisi agrowisata menarik	A. Tidak ada sarana umum
	B. Lokasi strategis	B. Agrowisata masih dalam tahap pengembangan
	C. Biaya masuk murah	C. Ketika padi di panen dapat mempengaruhi keindahan agrowisata
	D. Sering mengadakan kegiatan masyarakat	
	E. Agrowisata sangat luas	
	F. SDM sangat Memadai	
	G. Paloh Naga menjadi cerita rakyat	

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2020

Dari Tabel 5 diatas maka dapat dilihat beberapa faktor kekuatan dan kelemahan Agrowisata Paloh Naga sebagai berikut :

Kekuatan

A. Kondisi Agrowisata Menarik

Dengan keindahan alam yang harus dijaga maka dari itu dijadikanlah tempat wisata yang dapat dinikmati oleh pengunjung tanpa harus merusak. Paloh naga memanfaatkan lahan sawah yang dijadikan background yang di padukan dengan spot foto yang di buat oleh pengurus. Serta cakrok yang dibuat untuk bersantai menikmati keindahan kehijaun padi sawah dengan dihiasi jalan-jalan bambu membuat paloh naga menjadi sangat menarik.

B. Lokasi strategis

Agrowisata paloh naga berada di desa denai lama yang merupakan desa yang berada di daerah pesisir pantai dan banyak wisata lain yang bisa dikunjungi. Di desa denai lama banyak objek yang lain selain agrowisata seperti sanggar

lingkaran, kopi baca, dan rumah produksi. Oleh karena itu lokasi strategis merupakan kekuatan yang dimiliki oleh Paloh Naga

C. Biaya masuk murah

Disetiap tempat wisata pasti menetapkan biaya registrasi serta biaya parkir kendaraan untuk bisa menikmati wisatanya, sama halnya seperti Paloh Naga. Di paloh naga tidak dikenakan untuk biaya registrasi cukup dengan biaya parkir sebesar Rp 5000 saja kita sudah bisa menikmati keindahan dari Paloh Naga. Berbeda halnya dengan wisata sawah Pematang Johar yang menetapkan harga tiket masuk sebesar Rp 5000 per orang. Dari hal tersebut maka biaya masuk yang murah merupakan kekuatan dari Paloh Naga.

D. Sering mengadakan kegiatan kemasyarakatan

Selain sebagai tempat wisata, pimpinan desa dan juga pengurus sering mengadakan kegiatan kemasyarakat di Paloh Naga salah satunya seperti kegiatan pesta rakyat. Hal ini sangat berbeda sekali dengan tempat wisata lainnya yang tersebar di Deli serdang. Tujuan dari kegiatan tersebut adalah untuk memperkenalkan dan menarik pengunjung sebanyak-banyaknya supaya berkunjung ke desa denai lama serta berkunjung ke Agrowisata Paloh Naga. Kegiatan pesta rakyat sempat menghebohkan karena diahadiri oleh ribuan pengunjung dan juga gubernur sumatera utara. Maka dari itu sering mengadakan kegiatan kemasyarakatan merupakan kekuatan dari Agrowisata Paloh Naga.

E. Agrowisata sangat luas

Agrowisata Paloh Naga berada didesa Denai Lama yang memiliki luas 60 ha. Lahan yang dijadikan Agrowisata merupakan lahan warga setempat yang di tanami padi sawah. Para pemilik lahan tersebut sebelumnya sudah sepakat

lahanny lahannya digunakan untuk Agrowisata tanpa ada bayaran. Karena menurut mereka dengan adanya Agrowisata itu dapat mengembangkan desanya sendiri.

F. SDM sangat memadai

Sumber daya manusia yang dimiliki oleh pengurus serta warga desa denai lama sangat memadai. Para pengurus serta pimpinan desa semuanya tamatan sarjana yang memiliki ketrampilan yang cukup tinggi. Hal itu dibuktikan dengan banyaknya prestasi yang diraih untuk desa tersebut.

G. Paloh Naga menjadi cerita rakyat

Diberikan nama Paloh Naga berawal dari kisah sungai ular yang berada di sungai Pantai Labu. Berawal kisah yang dipercayai masyarakat salah satu masyarakat Pantai labu melihat dua ekor ular putih sedang melintas ke sungai yang panjangnya sekitar 10 meter. Berbeda sekali dengan wisata lain yang memberi nama wisatanya dari nama daerahnya. Paloh Naga menjadi cerita rakyat merupakan sebuah kekuatan yang dimiliki.

Kelemahan

A. Tidak ada sarana umum

Sarana umum menjadi kelemahan yang dimiliki paloh naga dikarenakan agrowisata Paloh Naga masih tahap perkembangan atau masih banyak yang perlu dibenahi. Sarana umum yang dimaksud itu seperti toilet dan mushola. Biasanya yang mempunyai sarana umum yang lengkap membuat agrowisata tersebut pasti banyak dikunjungi wisatawan dikarenakan sarana-prasana merupakan sebuah kenyamanan dari pengunjung itu sendiri.

B. Agrowisata masih dalam tahap pengembangan

Agrowisata yang sudah bagus merupakan agrowisata yang sudah memiliki sarana umum serta sudah banyak pengunjung yang datang. Semua program untuk agrowisata sudah dijalankan oleh pengurus, berbeda sekali dengan Paloh Naga yang masih banyak program yang belum terlaksana. Programnya seperti pembuatan toilet umum, mengganti alat penanaman padi dengan menggunakan kerbau, dan pembanguna mushola. Pengurus serta pihak desa perlahan-lahan menjalankan program yang belum terlaksana tersebut. Maka dari itu paloh naga masih dalam tahap pengembangan merupakan kelemahan dari Agrowisata.

C. Ketika padi di panen dapat mempengaruhi keindahan Agrowisata

Paloh naga merupakan wisata yang memanfaatkan pertanian sawah. Keindahan yang di pancarkan oleh tanaman sawah merupakan hal yang sangat bagus untuk diabadikan oleh para pengunjung lewat smartphone masing-masing. Saat musim tanam pengunjung akan meningkat dibandingkan saat jeda tanam, kerana saat jeda tanam keindahan dari tanaman sawah itu sudah tidak ada lagi. Hal tersebut mempengaruhi pengunjung maka ketika padi dipanen menjadi kelemahan dari Paloh Naga.

Analisi Lingkungan Eksternal Strategi “Agrowisata Paloh Naga”

Analisis lingkungan eksternal bertujuan untuk mengevaluasi keadaan serta kejadian yang mempengaruhi perusahaan dari luar. Analisis terhadap lingkungan eksternal adalah tahap untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan.

Identifikasi Peluang Dan Ancaman

Tabel 7. Peluang dan ancaman “Agrowisata Paloh Naga” berdasarkan faktor internal Agrowisata.

	Peluang	Ancaman
Faktor Eksternal Agrowisata Paloh Naga	<p>A. Sesuai dengan kebijakan Pemerintah yang dikeluarkan</p> <p>B. Pengunjung selalu ada setiap hari</p> <p>C. Sesuai dengan kebudayaan manusia akan liburan</p>	<p>A. Pesaing yang sama</p> <p>B. Minat pengunjung untuk datang kembali</p>

Sumber : Data primer diolah tahun 2020.

Peluang

A. Sesuai dengan kebijakan pemerintah yang dikeluarkan

Salah satu kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan agrowisata adalah keputusan Menteri Pertanian no 319/KPTS/KP.1506/2003 tentang komisi wisata agro yang bertujuan untuk pemanfaatan sumberdaya pertanian sebagai daya tarik wisata dalam rangka mendukung pembangunan ekonomi nasional. Dari keputusan tersebut pihak pemerintah akan membantu sepenuhnya dalam pembangunan agrowisata Paloh Naga menjadi agrowisata yang banyak dikunjungi oleh para wisatawan lokal maupun luar.

B. Pengunjung selalu ada setiap hari

Wisatawan yang selalu ada untuk berkunjung ke Paloh Naga akan membuat para pengurus lebih semangat dalam membenahi Paloh Naga ke yang lebih baik lagi. Warga desa Denai Lama akan merasa bangga dengan kehadiran agrowisata Paloh naga karena banyak orang yang berkunjung ke desa Denai

Lama. Adanya pengunjung di setiap harinya juga dapat meningkatkan pendapatan untuk agrowisata maupun warga desa Denai Lama yang berjualan.

C. Sesuai dengan kebudayaan manusia akan liburan

Indonesia mempunyai keindahan alam sayang jika tidak dinikmati. Maka demikian sangat banyak dijumpai wisata yang beragam di negara ini membuat banyak masyarakatnya berbondong-bondong untuk pergi menikmati keindahannya. Mau itu hanya melepas penat disela capek dalam menjalani kesibukan sehari-harinya atau hanya untuk ajang pamer di media sosial.

Ancaman

A. Pesaing yang sama

Agrowisata yang sama disekitaran Deli Serdang merupakan salah satu ancaman yang dihadapi oleh Paloh Naga yaitu wisata sawah Pematang Johar. Yang mana wisata tersebut menawarkan berbagai fasilitas yang sangat bermanfaat serta spot untuk foto yang lebih menarik dan kekinian. Hal tersebut akan membuat para pengunjung lebih tertarik terhadap wisata tersebut dibandingkan dengan Paloh Naga.

B. Minat pengunjung untuk datang kembali

Minat pengunjung untuk datang kembali merupakan sebuah ancaman yang harus dihadapi oleh Paloh Naga karena minat pengunjung untuk datang kembali itu dilihat dari sarana dan prasarana serta keindahan dari Agrowisata itu sendiri. setiap manusia mengartikan liburan pasti berbeda-beda. Ada yang hanya untuk menghabiskan waktu luangnya saja dan ada yang benar-benar datang untuk menikmati keindahan pemandangan hamparan sawah. Apalagi Sangat beragamnya wisata yang lebih menarik untuk dinikmati oleh pengunjung.

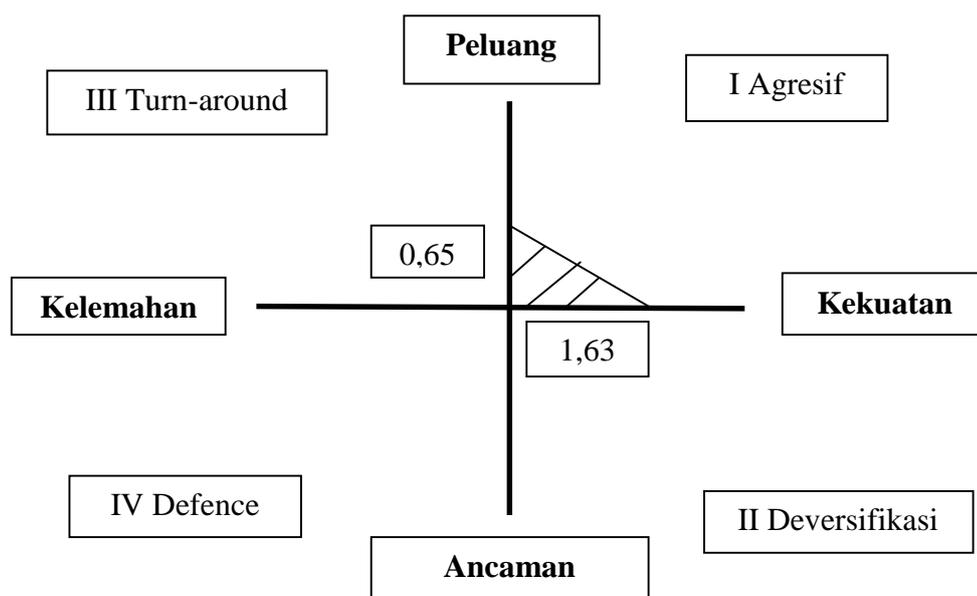
Tabel 8. Pemberian bobot dan rating Agrowisata Paloh Naga

Faktor Internal	Bobot	Ranting	Bobot x Ranting
Kekuatan:			
1. Lokasi agrowisata menarik	0,09	3,25	0,29
2. Lokasi strategis	0,08	3,17	0,25
3. Biaya masuk murah	0,09	3,75	0,33
4. Sering mengadakan kegiatan masyarakat	0,08	2,83	0,23
5. Agrowisata sangat luas	0,07	3,25	0,23
6. SDM sangat memadai	0,17	2,91	0,49
7. Paloh Naga menjadi cerita rakyat	0,10	3,16	0,32
Subtotal	0,68	22,32	2,14
Kelemahan:			
1. Tidak tersedia sarana umum	0,15	1,58	0,24
2. Agrowisata masih tahap pengembangan	0,09	1,5	0,13
3. Ketika padi dipanen dapat mempengaruhi keindahan Agrowisata	0,08	1,75	0,14
Subtotal	0,32	4,83	0,51
TOTAL	1,00	27,15	2,65
Faktor Eksternal	Bobot	Ranting	Bobot x Ranting
Peluang:			
1. Sesuai dengan kebijakan pemerintah yang dikeluarkan	0,21	2,83	0,59
2. Pengunjung selalu ada setiap hari	0,14	3	0,42
3. Sesuai dengan kebudayaan manusia akan liburan	0,16	3	0,48
Subtotal	0,51	8,83	1,49
Ancaman:			
1. Pesaing yang sama	0,29	1,41	0,41
2. Minat pengunjung untuk datang kembali	0,20	2,16	0,43
Subtotal	0,49	3,57	0,84
TOTAL	1,00	12,4	2,33

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Dari Tabel 8 diatas dapat dilihat bahwa faktor internal dengan skor tertinggi adalah SDM yang memadai dengan nilai skor 0,49 yang merupakan kekuatan Pada Agrowisata Paloh Naga. Kemudian kelemahan dengan skor tertinggi adalah tidak tersedia sarana umum dengan nilai skor 0,24. Sedangkan faktor eksternal pada peluang dengan skor tertinggi adalah sesuai dengan kebijakan pemerintah yang dikeluarkan dengan nilai skor 0,59 . dan skor tertinggi pada ancaman adalah minat pengunjung untuk datang kembali dengan nilai skor 0,43.

Dari hasil analisis Tabel 8 Matriks faktor internal mempunyai total nilai skor 2,65. Sedangkan Matrik faktor eksternal mempunyai total nilai skor 2,33. Selanjutnya untuk nilai skor dari masing-masing faktor, kekuatan: 2,14, kelemahan: 0,51, peluang: 1,49 dan ancaman: 0,84. Maka dapat diketahui antara nilai kekuatan berada diatas kelemahan dengan selisih (+) 1,63 dan nilai peluang berada diatas ancaman dengan selisih (+) 0,65. Dari indentifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam diagram analisis SWOT berikut ini:



Gambar.3 Diagram Analisis SWOT Hasil Pengolahan Data Internal Dan Eksternal.

Dari gambar diagram diatas, sangat jelas dapat disimpulkan bahwasannya Agrowisata Paloh Naga telah berada di jalur yang tepat dan menguntungkan dengan terus melakukan strategi pengembangan yang agresif (Growth) yang dapat meningkatkan usaha Agrowisata.

Formulasi Strategi Pengembangan Agrowisata Paloh Naga

Berdasarkan dari hasil identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan acaman, maka dapat disusun matriks SWOT. Formulasi matriks SWOT akan memberikan berbagai alternatif strategi diantaranya strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O dan strategi W-T. Dalam perumusan matriks SWOT yang dilakukan untuk Agrowisata Paloh Naga juga harus dapat merumuskan strategi yang dapat diterapkan kedalam usaha Agrowisata. Analisis strategi pengembangan yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan strategi pengembangan bagi Agrowisata Paloh Naga dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi.

Dalam analisis SWOT yang dibuat ini terdapat beberapa strategi yang efektif untuk dijalankan yang belum pernah dilakukan oleh Agrowisata Paloh Naga. Perumusan alternatif strategi dibuat berdasarkan persetujuan dan wawancara dengan pimpinan daerah, pengurus Agrowisata dan warga setempat Agrowisata Paloh Naga. sehingga alternatif strategi yang dirumuskan dalam matriks SWOT merupakan alternatif strategi yang sesuai dengan kondisi perusahaan saat ini. Formulasi strategi dengan menggunakan matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Analisis SWOT untuk Agrowisata Paloh Naga

Faktor Internal	Kekuatan (S) <ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi menarik 2. Lokasi strategis 3. Biaya masuk murah 4. Sering mengadakan kegiatan masyarakat 5. Agrowisata yang luas 6. SDM sangat memadai 7. Paloh Naga menjadi cerita rakyat 	Kelemahan (W) <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak ada sarana umum 2. Agrowisata masih dalam tahap pengembangan 3. Ketika padi di panen dapat mempengaruhi keindahan Agrowisata
Faktor Eksternal		
Peluang (O) <ol style="list-style-type: none"> 1. Sesuai dengan kebijakan Pemerintah yang dikeluarkan 2. Jumlah pengunjung selalu ada setiap hari 3. Sesuai dengan kebudayaan manusia akan liburan 	Strategi S-O <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pengembangan Agrowisata dengan mengganti cara mengolah lahan padi dengan menggunakan kerbau dan menambah spot foto yang beragam 2. Terus menerus melakukan peningkatan promosi untuk agrowisata melalui media sosial 3. Sering melakukan kegiatan masyarakat yang mampu mendatangkan pihak dari pemerintah 	Strategi W-O <ol style="list-style-type: none"> 1. Optimalisasi Agrowisata dengan terus melakukan pengembangan serta penguatan usaha dari Agrowisata itu 2. Melakukan perbaikan dengan melengkapi sarana umum seperti membangun toilet dan mushola. 3. Mempertahankan keberlangsungan Agrowisata dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki Paloh Naga
Ancaman (T) <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesaing yang sama 2. Minat pengunjung untuk datang kembali 	Strategi S-T <ol style="list-style-type: none"> 1. lebih menampilkan keunikan ciri khas dari Paloh Naga 2. melakukan pengembangan dengan mengikuti tren wisata sawah 	Strategi W-T <ol style="list-style-type: none"> 1. Lebih dikembangkan lagi potensi daerah wisata agar pengunjung tidak hanya menikmati paloh naga 2. Menanam komoditi lain supaya keindahan Paloh Naga tetap ada dikala padi dipanen

Dari tabel 8 diatas terdapat alternatif strategi yang dapat dirumuskan berdasarkan analisis SWOT. Keempat strategi tersebut dapat dibahas lebih jelas berikut ini:

1) Strategi S-O (Strength-Opportunities)

Strategi S-O adalah strategi yang dimiliki oleh perusahaan untuk dapat meraih peluang guna memaksimalkan keuntungan yang ingin dicapai oleh

perusahaan. Kekuatan yang menjadi pertimbangan dalam analisis strategi S-O adalah kondisi menarik, lokasi strategis, biaya masuk murah, sering mengadakan kegiatan masyarakat, Agrowisata yang luas, SDM sangat memadai dan Paloh Naga menjadi cerita rakyat. Sementara peluang yang dapat dimanfaatkan adalah sesuai dengan kebijakan Pemerintah yang dikeluarkan, jumlah pengunjung selalu ada setiap hari, sesuai dengan kebudayaan manusia akan liburan. Strategi S-O yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk Agrowisata Paloh Naga adalah melakukan pengembangan agrowisata dengan mengganti cara pengolahan lahan sawah dengan menggunakan kerbau dan menambah spot foto yang beragam supaya pengunjung yang datang bisa mengabadikannya lewat Handphone.

Terus menerus melakukan peningkatan promosi untuk agrowisata dengan melalui media sosial. Kegiatan promosi dapat ditingkatkan melalui media sosial ataupun dengan memanfaatkan jaringan internet, seperti halnya dengan membuat berita tentang Paloh Naga atau menyiarkan lewat radio tentang Paloh Naga, dengan begitu maka akan semakin banyak orang yang akan mengetahui tentang Paloh Naga.

Sering melakukan kegiatan masyarakat yang mampu mendatangkan pihak dari pemerintah. Kegiatan masyarakat sangat banyak tentang pertanian seperti penyuluhan, panen raya atau kegiatan yang menguntungkan bagi masyarakat tersebut. jikalau kegiatan tersebut siklusnya kegiatan besar yang mampu mendatangkan Gubernur. Maka kegiatannya akan berakibat meningkatnya jumlah pengunjung sangat drastis ke Paloh Naga.

2) Strategi W-O (Weakness-Opportunities)

Strategi W-O adalah strategi menggunakan peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Agrowisata Paloh Naga adalah sesuai dengan kebijakan Pemerintah yang dikeluarkan, jumlah pengunjung selalu ada setiap hari, sesuai dengan kebudayaan manusia akan liburan. Kelemahan yang perlu di atasi adalah tidak ada sarana umum, agrowisata masih dalam tahap pengembangan, ketika padi di panen dapat mempengaruhi keindahan agrowisata. Strategi W-O yang dirumuskan dari analisis SWOT adalah optimalisasi Agrowisata dengan terus melakukan pengembangan serta penguatan usaha dari Agrowisata itu.

Melakukan perbaikan dengan melengkapi sarana umum seperti Mendirikan toilet umum di agrowisata agar tidak susah mencari tempat bagi pengunjung yang kebetul buang air. Membangun tempat ibadah supaya pengunjung tetap bisa melakukan kewajibannya. Mendirikan aula umum untuk digunakan sebagai tempat kegiatan masyarakat. Lebih diperbanyak cakrok untuk tempat bersantai agar saat ramai pengunjung tidak ada pengunjung yang tidak kebagian tempat bersantai. Membangun pos parkir agar bisa menitipkan barang-barang pengunjung yang tak perlu dibawa.

Mempertahankan keberlangsungan Agrowisata dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki Paloh Naga dengan memberdayakan warga sekitar dengan di buatnya bumdes untuk menjalankan Agrowisata, sanggar lingkaran, dan rumah produksi. Mengeksploitasi sumber daya Agrowisata paloh naga dengan membuat berbagai objek yang bisa dinikmati pengunjung. Dengan adanya

Agrowisata Paloh Naga bisa sedikit membantu meningkatkan pendapatan warga sekitar bagi yang berjualan.

3) Strategi S-T (Strength-Threats)

Strategi S-T adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghadapi ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Kekuatan yang digunakan dalam perumusan strategi S-T adalah kondisi menarik, lokasi strategis, biaya masuk murah, sering mengadakan kegiatan masyarakat, Agrowisata yang luas, SDM sangat memadai dan Paloh Naga menjadi cerita rakyat. Serta ancaman yang dihadapi adalah pesaing yang sama, minat pengunjung untuk datang kembali. Strategi S-T yang dirumuskan dari analisis SWOT untuk Agrowisata Paloh Naga adalah lebih menampilkan keunikan ciri khas dari Paloh Naga. Setiap tempat ataupun wisata yang kita datangi pasti ada satu hal yang akan diingat saat kita pulang kerumah, misalnya di Agrowisata Paloh Naga berasal dari cerita rakyat. Penanaman padi di Agrowisata Paloh Naga masih menggunakan kerbau. Di Agrowisata Paloh Naga terdapat perpustakaan sawah. Dari hal tersebut dapat dikatakan Agrowisata Paloh Naga beda dengan Agrowisata padi sawah yang lain.

Melakukan pengembangan dengan mengikuti tren wisata sawah. Saat ini wisata padi sawah popularitasnya sedang tinggi. Hal tersebut disebabkan karena media sosial, banyak pengunjung yang menyukai keindahan yang ditawarkan oleh wisata sawah. Wisata sawah juga sangat cocok menjadi tempat liburan bagi masyarakat desa.

4) Strategi W-T (Weakness-Threats)

Strategi W-T merupakan strategi meminimalisasikan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghadapi ancaman yang akan dihadapi. Kelemahan yang harus di atasi oleh Agrowisata Paloh Naga adalah tidak ada sarana umum, agrowisata masih dalam tahap pengembangan, ketika padi di panen dapat mempengaruhi keindahan Agrowisata. Ancaman yang harus dihadapi adalah pesaing yang sama, minat pengunjung untuk datang kembali. Oleh karena itu strategi W-T yang dilakukan dari matriks SWOT adalah Lebih dikembangkan lagi objek lain wisata agar pengunjung tidak hanya menikmati Paloh Naga.

Menanam komoditi lain supaya keindahan Paloh Naga tetap ada dikala padi dipanen. Salah satu keindahan yang dipancarkan di wisata padi sawah adalah tanaman padi itu sendiri. jika tanaman padi itu sudah dipanen maka yang terlihat hanya lahan kosong saja. Maka dari itu perlu tanaman lain yang proses penanamannya berbeda dengan tanaman padi.

Tahap Keputusan Strategi dalam Analisis Matriks QSPM

Tahap selanjutnya adalah tahap pengambilan keputusan dalam menentukan prioritas strategi yang paling tepat untuk dilaksanakan oleh Agrowisata Paloh Naga terlebih dahulu, maka dilakukan analisis QSPM. Responden dari analisis ini adalah kepala Desa dan sekretaris Desa, ketua dan sekretaris serta bendahara pengurus, para pekerja Agrowisata, dan warga yang lahan sawahnya dijadikan Agrowisata Paloh Naga. Dengan pertimbangan ketua dan sekretaris serta bendahara dalam penentuan strategi karena dianggap sebagai yang paling memahami Agrowisata Paloh Naga.

Dalam membuat analisis QSPM diperlukan beberapa langkah seperti berikut ini: Membuat daftar kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dan memberikan bobot pada setiap variabel sesuai dengan hasil dari kuesioner yang telah diberikan kepada responden (Lampiran 4). Pembobotan untuk setiap variabel yang ada di lingkungan internal dan eksternal menggunakan metode perbandingan berpasangan. Nilai bobot diberi angka 1, 2, dan 3 dimana dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1 : jika indikator horisontal kurang penting dari pada indikator vertikal
- 2 : jika indikator horisontal sama penting dibandingkan indikator vertikal
- 3 : jika indikator horisontal lebih penting dibanding indikator vertikal

Menentukan bobot rata-rata dari masing-masing variabel (Lampiran 4). Bobot rata-rata diperoleh dengan cara merata-ratakan penilaian bobot dari masing-masing responden yang kemudian bobot tersebut yang dijadikan bobot perhitungan dalam masing-masing variabel.

Menetapkan nilai daya tarik (attractive score) pada masing-masing strategi dari variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang telah diperoleh pada analisis SWOT sesuai dengan hasil kuesioner yang telah diberikan pada responden (Lampiran 6).

Menghitung total nilai daya tarik (total attractive score) yang dituliskan dalam matriks QSPM dengan cara mengalikan bobot dari setiap variabel dengan nilai (AS) pada masing-masing strategi (Lampiran 6). Nilai daya tarik merupakan ketertarikan responden yang merupakan pemegang keputusan tertinggi di Agrowisata Paloh Naga terhadap alternatif strategi yang dirumuskan. Nilai

ketertarikan dilihat dari variabel-variabel yang diperoleh di analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

Strategi dengan nilai (TAS) terbesar merupakan strategi prioritas yang cocok untuk direkomendasikan kepada Agrowisata Paloh Naga Berdasarkan dari hasil QSPM pada Lampiran 5 maka dapat dilihat hasil dari analisis matriks SWOT menghasilkan alternatif strategi yaitu strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O dan strategi W-T yang kemudian dihitung nilai daya tariknya berdasarkan pendapat dari responden. Penjabaran dari hasil strategi-strategi tersebut berdasarkan hasil analisis QSPM adalah sebagai berikut :

1. Melakukan perbaikan dengan melengkapi sarana umum seperti membangun toilet dan mushola (TAS = 5,53)
2. Optimalisasi Agrowisata dengan terus melakukan pengembangan serta penguatan usaha dari Agrowisata itu (TAS = 5,45)
3. Terus menerus melakukan peningkatan promosi untuk Agrowisata melalui media sosial (TAS =5,25)
4. melakukan pengembangan agrowisata dengan mengganti cara pengolahan lahan sawah dengan menggunakan kerbau dan menambah spot foto yang beragam (TAS =5,16)
5. Sering melakukan kegiatan masyarakat yang mampu mendatangkan pihak pemerintah (TAS =5,03)
6. Lebih dikembangkan lagi potensi daerah wisata agar pengunjung tidak hanya menikmati paloh naga (TAS = 4,79)
7. Mempertahankan keberlangsungan Agrowisata dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki Paloh Naga (TAS = 4,61)

8. Menanam komoditi lain supaya keindahan Paloh Naga tetap ada dikala padi dipanen (TAS = 4,38)
9. lebih menampilkan keunikan ciri khas dari Paloh Naga (TAS = 4,25)
10. melakukan pengembangan dengan mengikuti tren wisata sawah (TAS = 3,95)

Berdasarkan hasil analisis tersebut maka alternatif strategi yang menjadi prioritas Agrowisata Paloh Naga berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal yang dimilikinya adalah strategi W-O Melakukan perbaikan dengan melengkapi sarana umum seperti membangun musholla dan toilet.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. keuntungan bersih yang diterima oleh pengurus Agrowisata sebesar RP 84,500,000 pertahun dengan jumlah pengunjung sebesar 41,800 orang.
2. Berdasarkan hasil analisis internal dan eksternal Agrowisata Paloh Naga menghasilkan beberapa serta berbagai strategi alternatif Agrowisata Paloh Naga S-O Melakukan pengembangan Agrowisata dengan mengganti cara mengolahan lahan padi dengan menggunakan kerbau dan menambah spot foto yang beragam, Strategi S-T seperti lebih menampilkan keunikan ciri khas dari Paloh Naga, Strategi W-O seperti optimalisasi Agrowisata dengan terus melakukan pengembangan serta penguatan usaha dari Agrowisata itu, Startegi W-T yaitu lebih dikembangkan lagi potensi daerah wisata agar pengunjung tidak hanya menikmati Paloh Naga.
3. Dari berbagai alternatif strategi yang dirumuskan ke matrik QSPM didapatkan hasil strategi dengan nilai TAS terbesar pada strategi W-O yaitu Melakukan perbaikan dengan melengkapi sarana umum seperti membangun musholla dan toilet.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat dilihat bahwa pengembangan sangat penting pengaruhnya dalam suatu Agrowisata, oleh karena itu saran yang dapat diberikan untuk Agrowisata Paloh Naga adalah sebagai berikut :

1. Melakukan pengembangan sesuai dengan prioritas strategi yang telah dirumuskan.
2. Dapat mengimplementasikan alternatif strategi yang telah dirumuskan dan disosialisasikan kepada seluruh yang berkaitan dengan Agrowisata agar alternatif strategi dapat dijalankan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, R., 2019. Strategi Pengembangan Koperasi Serba Usaha Muara Baimbai (Skripsi). Medan: Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Allifah, A.N. 2014. Dampak agrowisata terhadap pendapatan para pedagang di Agrowisata Gunung Mas PTPN VIII. *Jurnal Agri Science*, Vol 1 No. 4 hal : 91-99.
- Anggita, P.Y. 2019. Pengaruh Sektor wisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia (Tesis). Surabaya: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Airlangga.
- de FRETES, R. A., Santoso, P. B., Soenoko, R., & Astuti, M. (2013). Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Industri Pariwisata Dengan Menggunakan Metode Swot Dan Qspm (Studi Kasus Kecamatan Leitimur Selatan Kota Ambon). *Jurnal Rekayasa Mesin Universitas Brawijaya*, 4(2), 127543.
- Dewi, A.T., 2018. Analisis Strategi Pemasaran Bouquet Bunga (Skripsi). Medan: Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- Dinas Pariwisata. 2014. Laporan Kemajuan Kajian Pengembangan Desa Wisata DIY.Dinas Pariwisata. Yogyakarta.
- Gunawan, I. M. "Pengembangan Agrowisata untuk Kemandirian Ekonomi dan Pelestarian Budaya di Desa Kerta, Payangan Gianyar." *JUMPA 3.1* (2016): 156-174.
- Ismail, S., dan Saleh, Y., 2015. Strategi Pengembangan Koperasi Unit Desa (KUD) Berkat Telaga Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo. *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah* Vol. 2 No. 4, April-Juni 2015. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Negeri Gorontalo.
- Khair, dkk. 2016. Manajemen Strategi. UMSU Press Medan.
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 9(2), 468-476.
- Maulana, Asril (2018) Analisis pendapatan dan beban operasional dalam meningkatkan laba operasional pada pt. Kharisma pemasaran bersama nusantara(pt. Kpb nusantara). Skripsi thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

- Rangkuti, Freddy. 2014. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Grammedia Pustaka Utama Kompas Gramedia Building.
- Suryawan, I. Dkk. (2018) Model Partisipasi Petani Dalam Pengembangan Agrowisata di Desa Kerta, Kawasan Payangan, Kabupaten Gianyar. E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata. Vol. 7, No. 3.
- Utama, I. G. B. R., & Junaedi, I. W. R. (2015). Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia: Solusi Masif Pengentasan Kemiskinan. Deepublish.
- Palit, I. G., & Rumagit, G. A. (2017). Strategi pengembangan kawasan agrowisata rurukan. AGRI-SOSIOEKONOMI, 13(2A), 21-34.

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian
KUESIONER PENELITIAN

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA PALOH NAGA
(STUDI KASUS : AGROWISATA PALOH NAGA DESA DENAI LAMA
KECAMATAN PANTAI LABU KABUPATEN DELI SERDANG)**

Kepada Yth :

Bapak/Ibu/saudara/i

Di

Tempat

Assalamu`alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan Hormat

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Abi Bakrin Durlee

NPM : 1604300082

Jurusan : Agribisnis/Fakultas Pertanian

Instansi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Bersamaan surat ini saya memohon maaf karena telah mengganggu kesibukan bapak/saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan sebaik-baiknya karena jawaban dari kuesioner ini akan digunakan sebagai data penelitian skripsi.

Demikian surat ini saya sampaikan, atas bantuan dan kerjasama dari bapak/ibu/saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu`alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Kuesioner Penelitian

A. Karakteristik Responden

Nama :

Alamat :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pendidikan :

Pekerjaan :

Status :

Jumlah Tanggungan :

B. Petunjuk Pengisian

1. Sebelum mengisi pertanyaan tersebut saya berharap ketersediaan bapak/ibu/saudara/i untuk membaca terlebih dahulu pertanyaan-pertanyaan ini.

2. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dengan tanda (X) pada kolom yang tersedia.

3. Keterangan pilihan :

Jawaban Sangat mendekati : 1

Jawaban mendekati : 2

Jawaban kurang mendekati :3

Jawaban tidak mendekati : 4

Terima kasih banyak untuk waktu yang telah bapak/ibu/ berikan sehingga informasi yang bapak/ibu berikan dapat berguna dalam penelitian saya ini.

TUJUAN KUESIONER PENELITIAN

Faktor Internal	Indikator	Parameter	Poin
Faktor Internal	kondisi Agrowisata Paloh Naga	Sangat menarik	1
		Menarik	2
		Kurang menarik	3
		Tidak menarik	4
	Lokasi Agrowisata Paloh Naga	Sangat strategis	1
		strategis	2
		kurang strategis	3
		tidak strategis	4
Infrastruktur di Agrowisata Paloh Naga	Sangat tersedia	1	
	tersedia	2	
	kurang tersedia	3	
	Tidak tersedia	4	
Biaya masuk ke Agrowisata Paloh Naga	Sangat murah	1	
	Murah	2	
	Kurang murah	3	
	Tidak murah	4	
Keadaan sawah ketika memasuki musim panen apakah akan merusak pemandangan dari Agrowisata Paloh Naga	Tidak berpengaruh	1	
	Kurang berpengaruh	2	
	Berpengaruh	3	
	Sangat berpengaruh	4	
Memperkenalkan Agrowisata ke masyarakat sekitar	Sangat bagus	1	
	bagus	2	
	Kurang bagus	3	
	Tidak bagus	4	
Sumber daya manusia dalam mengurus Agrowisata	Sangat bagus	1	
	Bagus	2	
	Kuraang bagus	3	
	Tidak bagus	4	
Luas Agrowisata Paloh Naga	Sangat luas	1	
	Luas	2	
	Kurang luas	3	
	Tidak luas	4	
Kegiatan masyarakat di paloh naga	Sangat sering	1	
	Sering	2	
	Kurang sering	3	
	Tidak sering	4	

Faktor eksternal	Indikator	Parameter	Poin
	Pesaing yang sama	Tidak ada	1
		Kurang ada	2
		ada	3
		Sangat ada	4
	Kebijakan pemerintah yang dikeluarkan	Sangat sesuai Sesuai Kurang sesuai Tidak sesuai	1 2 3 4
	Jumlah pengunjung perhari	Lebih dari 5	1
		Sama dengan 5	2
		Kurang dari 5	3
		0	4
	Kunjungan dari pemerintah	Sangat pernah pernah kurang tidak ada	1 2 3 4
	Kebudayaan masyarakat akan liburan	Sangat sesuai	1
		Sesuai	2
		Kurang sesuai	3
		Tidak sesuai	4
	Sumber dana dari pemerintah	Sangat ada Ada Kurang ada Tidak ada	1 2 3 4

Rekomendasi faktor internal dari responden jika ada.

A. Kekuatan

- 1.
- 2.
- 3.

B. Kelemahan

- 1.
- 2.
- 3.

Rekomendasi faktor eksternal dari responden jika ada.

A. Kekuatan

- 1.
- 2.
- 3.

B. Kelemahan

- 1.
- 2.
- 3.

Tujuan Kuisisioner Penelitian Bobot

Untuk mendapatkan penilaian responden mengenai faktor-faktor strategi internal dan strategi eksternal pengembangan yaitu dengan cara pemberian bobot terhadap seberapa besar faktor tersebut dapat mempengaruhi atau membentuk keberhasilan Strategi Pengembangan Agrowisata Paloh Naga Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang.

Petunjuk pengisian kuisisioner pembobotan terhadap kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman perusahaan. Pemberian nilai dari setiap variabel dilakukan berdasarkan atas perbandingan secara berpasangan antara dua faktor yang mempengaruhi Agrowisata Paloh Naga. Metode tersebut digunakan untuk memberikan penilaian terhadap bobot setiap faktor penentu (strategi) internal dan eksternal.

Cara membaca perbandingan dimulai dari variabel pada baris 1 (huruf cetak miring) terhadap kolom 1 (huruf cetak tegak), lalu variabel pada baris 2 terhadap kolom 1, dan seterusnya secara konsisten.

Untuk menentukan pembobotan terhadap kekuatan dan kelemahan Agrowisata Paloh Naga Jika indikator horizontal kurang penting dibandingkan dengan indikator vertical.

1. Jika indikator horizontal sama penting dengan indikator vertical.
2. Jika indikator horizontal lebih penting dibandingkan dengan indikator vertical.

Pembobotan terhadap kekuatan dan kelemahan Agrowisata Paloh Naga.

Faktor Strategi	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)	■										
(B)		■									
(C)			■								
(D)				■							
(E)					■						
(F)						■					
(G)							■				
(H)								■			
(I)									■		
Total											

Keterangan

Kekuatan

- A. Kondisi menarik
- B. Lokasi strategis
- C. Biaya masuk murah
- D. Sering mengadakan kegiatan masyarakat
- E. Agrowisata yang sangat luas
- F. SDM yang sangat Memadai
- G. Paloh Naga menjadi cerita rakyat

Kelemahan

- H. Tidak ada sarana umum
- I. Agrowisata masih dalam tahap pengembangan
- J. Ketika padi di panen dapat mempengaruhi keindahan agrowisata

Pembobotan terhadap peluang dan ancaman Agrowisata Paloh Naga.

Faktor Strategi	A	B	C	D	E	F	Total	Bobot
(A)	■							
(B)		■						
(C)			■					
(D)				■				
(E)					■			
(F)						■		
Total								

Keterangan

Peluang

- A. Sesuai dengan kebijakan Pemerintah yang dikeluarkan
- B. Jumlah pengunjung selalu ada setiap hari
- C. Sesuai dengan kebudayaan manusia akan liburan

Ancaman

- D. Pesaing yang sama
- E. Minat pengunjung untuk datang kembali

Pemberian nilai rating terhadap faktor internal dan eksternal Agrowisata Paloh Naga.

SWOT	Rating			
	Sangat Besar (SB)	Besar (B)	Kecil (K)	Sangat Kecil (SK)
Kekuatan dan Peluang	4	3	2	1
Kelemahan dan Ancaman	1	2	3	4

Menurut bapak/ibu baga imana faktor kekuatan tersebut mempengaruhi kondisi Agrowisata Paloh Naga.

Kekuatan	1	2	3	4
a. Kondisi menarik b. Lokasi strategis c. Biaya masuk murah d. Sering mengadakan kegiatan masyarakat e. Agrowisata yang sangat luas f. SDM yang sangat Memadai g. Paloh Naga menjadi cerita rakyat				

Pemberian nilai rating terhadap kelemahan Agrowisata Paloh Naga Menurut bapak/ibu bagaimana kelemahan tersebut mempengaruhi Agrowisata Paloh Naga.

Kelemahan	1	2	3	4
a. Tidak ada sarana umum b. Agrowisata masih dalam tahap pengembangan c. Ketika padi di panen dapat mempengaruhi keindahan agrowisata				

Pemberian nilai rating terhadap peluang Menurut bapak/ibu bagaimana kemampuan usaha dalam merespon peluang tersebut.

Peluang	1	2	3	4
a. Sesuai dengan kebijakan Pemerintah yang dikeluarkan b. Jumlah pengunjung selalu ada setiap hari c. Sesuai dengan kebudayaan manusia akan liburan				

Pemberian nilai rating terhadap ancaman Agrowisata Paloh Naga Menurut bapak/ibu bagaimana pengaruh ancaman terhadap Agrowisata Paloh Naga :

Ancaman	1	2	3	4
a. Pesaing yang sama b. Minat pengunjung untuk datang kembali				

PENENTUAN ATTRACTIVENESS SCORE

Petunjuk Umum:

Di bawah ini terdapat alternatif strategi hasil dari matriks SWOT berdasarkan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang telah dirumuskan sebelumnya.

Tujuan:

Menentukan daya tarik setiap strategi berkaitan dengan faktor-faktor internal dan eksternal yang telah dirumuskan sehingga dapat dicari prioritas strategi menggunakan matriks QSPM.

Petunjuk Pengisian:

Berikan tanda () pada strategi-strategi berikut yang menarik menurut Ibu/Bapak.

STRATEGI		1	2	3	4
ST 1	Melakukan pengembangan Agrowisata pemanfaatan lahan sawah secara optimal dan menambah spot-spot foto yang menarik dan beragam				
ST 2	Terus menerus melakukan peningkatan promosi untuk agrowisata dengan mengedukasikan pengunjung melalui media sosial				
ST 3	Sering melakukan kegiatan masyarakat yang mampu mendatangkan pihak dari pemerintah				
ST 4	Optimalisasi Agrowisata dengan terus melakukan pengembangan serta penguatan usaha dari Agrowisata itu				
ST 5	Melakukan perbaikan dengan melengkapi sarana umum agar kenyamanan pengunjung dapat tercipta				
ST 6	Mempertahankan keberlangsungan Agrowisata dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki Paloh Naga				

ST 7	lebih menampilkan keunikan ciri khas dari Paloh Naga				
ST 8	melakukan pengembangan dengan mengikuti tren wisata sawah				
ST 9	Lebih dikembangkan lagi objek lain wisata agar pengunjung tidak hanya menikmati paloh naga				
ST 10	Menanam komoditi lain supaya keindahan Paloh Naga tetap ada dikala padi dipanen				

Apakah faktor internal dan eksternal kunci berpengaruh terhadap alternatif strategi yang ada.

Jika jawabannya “Tidak”, maka kolom AS tidak perlu di isi. Jika jawabanya Ya, maka kolom

AS di isi dengan ketentuan berikut:

4 = Jika alternatif strategi sangat menarik dibandingkan relatif dengan alternatif yang lain.

3 = Jika alternatif strategi cukup menarik dibandingkan relatif dengan alternatif yang lain.

2 = Jika alternatif strategi agak menarik dibandingkan relatif dengan alternatif yang lain.

1 = Jika alternatif strategi tidak menarik dibandingkan relatif dengan alternatif yang lain.

Lampiran 2. Kerasteristik Sampel

No	Nama	Jenis Kelamin	Status	Alamat	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Jumlah Tanggungan
1	Parnu	Laki-laki	Kawin	Dusun 2 Desa Denai Lama	42	S1	KADES	2
2	Mesdianto	Laki-laki	kawin	Dusun 2 Desa Denai Lama	47	SLTA	SEKDES	2
3	Irwanto	Laki-laki	kawin	Dusun 2 Desa Denai Lama	41	S1	Ketua Pengurus Agrowisata	2
4	Halim Syahbana	Laki-laki	kawin	Dusun 4 Desa Denai Lama	31	S1	Sekretaris pengurus Agrowisata	1
5	Erwin	Laki-laki	kawin	Dusun 2 Desa Denai Lama	34	S1	Bendahara Pengurus Agrowisata	2
6	Saiful	Laki-laki	kawin	Dusun 3 Desa Denai Lama	48	SMP	Petani	4
7	Mardianto	Laki-laki	kawin	Dusun 2 Desa Denai Lama	47	SMA	Petani	3
8	Bambang	Laki-laki	kawin	Dusun 4 Desa Denai Lama	45	SMA	Petani	2
9	Saifudin	Laki-laki	kawin	Dusun 2 Desa Denai Lama	49	SMA	Petani	2
10	Surip	Laki-laki	kawin	Dusun 2 Desa Denai Lama	37	SMA	Petani	3
11	Sutris	Laki-laki	Kawin	Dusun 4 Desa Denai Lama	38	SMA	Petani	2
12	Ahmad	Laki-laki	Kawin	Dusun 2 Desa Denai Lama	43	SMA	Peetani	2

Lampiran 3. Menghitung Pendapatan Agrowisata Paloh Naga

Jumlah pengunjung berkisar 41,800 orang. Pengunjung hanya dikenakan untuk biaya parkir sebesar 5000 rupiah perkendaraan dengan biaya yang dikeluarkan untuk Agrowisata sebesar 20,000,000. Maka dapat dihitung keuntungan yang diterima pengurus Agrowisata sebagai berikut :

Rumus : $\text{Keuntungan} : \text{Pendapatan} - \text{beban usaha}$

Keterangan

Pendapatan : 104,500,000

Beban usaha : 20,000,000

Jawaban

Keuntungan : $104,500,000 - 20,000,000$

: 84,500,000 perrtahun

Maka Keuntungan yang diterima dari Agrowisata sebesar 84,500,000 dalam setahun.

Lampiran 4. Penentuan Bobot Faktor Strategi Internal dan Eksternal Agrowisata

Cara membaca perbandingan dimulai dari variabel pada baris 1 (huruf cetak miring) terhadap kolom 1 (huruf cetak tegak), lalu variabel pada baris 2 terhadap kolom 1, dan seterusnya secara konsisten.

Untuk menentukan bobot setiap variabel digunakan skala 1, 2 dan 3. Skala yang digunakan untuk pengisian kolom adalah :

1. : jika indikator horisontal kurang penting daripada indikator vertikal
2. : jika indikator horisontal sama penting dibandingkan indikator vertikal
3. : jika indikator horisontal lebih penting dibanding indikator vertical

Pembobotan terhadap kekuatan dan kelemahan Agrowisata Paloh Naga

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	Total	Bobot
A		0,95	1,23	0,81	1,5	0,46	0,82	0,49	0,95	0,86	8,07	0.09
B	0,12		0,75	0,7	1,5	0,4	0,85	0,48	0,88	1,23	6,91	0.08
C	0,68	1,00		1,05	1,14	0,38	0,88	0,53	0,99	0,85	7,5	0.09
D	0,12	1,01	0,63		1,14	0,44	1,03	0,44	0,65	1,05	6,51	0.08
E	0,81	0,63	0,72	0,76		0,44	0,49	0,43	0,75	0,6	5,63	0.07
F	0,53	1,73	3,75	2,4	2,26		1,26	0,91	1,6	1,42	15,86	0.17
G	2,14	0,81	0,93	0,9	1,42	0,5		0,51	1,03	0,84	9,08	0.10
H	1,12	1,41	1,48	2,4	1,84	0,66	1,44		1,6	2,26	14,21	0.15
I	0,59	0,78	0,82	1,14	1,03	0,49	0,9	0,49		1,41	7,65	0.09
J	0,98	0,69	0,79	0,82	1,46	0,49	0,85	0,42	0,7		7,2	0.08
Total											88,62	1.00

Kekuatan

A. Kondisi menarik

- B. Lokasi strategis
- C. Biaya masuk murah
- D. Sering mengadakan kegiatan masyarakat
- E. Agrowisata yang sangat luas
- F. SDM yang sangat Memadai
- G. Paloh Naga menjadi cerita rakyat

Kelemahan

- H. Tidak ada sarana umum
- I. Agrowisata masih dalam tahap pengembangan
- J. Ketika padi di panen dapat mempengaruhi keindahan Agrowisata

Pembobotan terhadap peluang dan ancaman Agrowisata Paloh Naga

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	Total	Bobot
A		1,5	1,34	0,77	1,26	4,87	0,21
B	0,57		1,03	0,42	0,95	2,4	0,14
C	0,95	0,88		0,51	1,04	2,43	0,16
D	1,04	1,79	1,87		2,5	6,16	0,29
E	2,5	0,95	0,8	0,4		2,15	0,2
Total						18,01	1

Peluang

- A. Sesuai dengan kebijakan Pemerintah yang dikeluarkan
- B. Jumlah pengunjung selalu ada setiap hari
- C. Sesuai dengan kebudayaan manusia akan liburan

Ancaman

- D. Pesaing yang sama
- E. Minat pengunjung untuk datang kembali

Lampiran 5. Hasil Perhitungan Rating Pada Faktor Strategi Internal dan Eksternal Agrowisata

	Strategi internal dan eksternal	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Jumlah	Rata-rata	
strengths	S1	Kondisi menarik	3	4	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3	39	3,25
	S2	Lokasi strategis	4	3	2	3	4	4	3	2	3	3	4	3	38	3,17
	S3	Biaya masuk murah	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	45	3,75
	S4	Sering mengadakan kegiatan masyarakat	4	3	3	4	3	2	2	2	2	3	3	3	34	2,83
	S5	Agrowisata yang luas	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	39	3,25
	S6	SDM sangat memadai	3	3	3	4	3	2	2	3	2	3	4	3	35	2,92
	S7	Paloh Naga menjadi cerita rakyat	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	38	3,17
weaknesses	W1	Tidak ada sarana umum	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	3	19	1,58
	W2	Agrowisata masih dalam tahap pengembangan	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	19	1,5
	W3	Ketika padi di panen dapat mempengaruhi keindahan agrowisata	2	3	2	2	2	1	1	1	2	1	1	3	21	1,75
opportunities	O1	Sesuai dengan kebijakan Pemerintah yang dikeluarkan	3	4	3	3	3	2	2	2	3	4	3	2	34	2,83
	O2	Jumlah pengunjung selalu ada setiap hari	2	2	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	36	3
	O3	Sesuai dengan kebudayaan manusia akan liburan	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	2	3	36	3
threats	T1	Pesaing yang sama	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	17	1,42
	T2	Minat pengunjung untuk datang kembali	2	3	3	2	3	1	3	2	1	2	2	2	26	2,17

Lampiran 6. Matriks Quantytative Strategic Planing Matriks (QSPM)

Faktor Kunci	Bobot	Matriks QSPM																					
		Alternatif Strategi																					
		STRATEGI 1		STRATEGI 2		STRATEGI 3		STRATEGI 4		STRATEGI 5		STRATEGI 6		STRATEGI 7		STRATEGI 8		STRATEGI 9		STRATEGI 10			
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kondisi menarik	0,09	2,58	0,23	2,83	0,25	3,33	0,30	3,17	0,29	3,17	0,29	2,95	0,27	2,25	0,20	2,67	0,24	3,08	0,28	2,92	0,26		
Lokasi strategis	0,08	2,75	0,22	3,33	0,27	2,08	0,17	2,92	0,23	3,08	0,25	2,58	0,21	2,67	0,21	2,33	0,19	2,67	0,21	1,17	0,09		
Biaya masuk murah	0,09	2,58	0,23	4,83	0,43	2,58	0,23	2,75	0,25	2,50	0,23	2,75	0,25	2,75	0,25	2,33	0,21	2,42	0,22	2,08	0,19		
1 Sering mengadakan kegiatan masyarakat	0,08	1,83	0,15	2,58	0,21	3,00	0,24	2,92	0,23	2,67	0,21	2,75	0,22	2,67	0,21	2,58	0,21	2,83	0,23	2,00	0,16		
Agrowisata yang luas	0,07	2,75	0,19	1,75	0,12	1,42	0,10	2,75	0,19	2,08	0,15	2,67	0,19	2,67	0,19	2,42	0,17	2,50	0,18	2,67	0,19		
SDM sangat memadai	0,17	2,92	0,50	2,75	0,47	3,08	0,52	2,83	0,48	2,75	0,47	2,83	0,48	2,58	0,44	1,92	0,33	2,58	0,44	1,50	0,26		
Paloh Naga menjadi cerita rakyat	0,1	1,50	0,15	2,58	0,26	3,00	0,30	1,92	0,19	2,83	0,28	2,58	0,26	2,67	0,27	1,50	0,15	1,25	0,13	1,00	0,10		
Tidak ada sarana umum	0,15	1,67	0,25	1,25	0,19	1,75	0,26	2,33	0,35	3,67	0,55	2,08	0,31	1,83	0,27	1,67	0,25	1,83	0,27	1,00	0,15		
2 Agrowisata masih dalam tahap pengembangan	0,09	3,08	0,28	1,33	0,12	1,50	0,14	2,58	0,23	2,83	0,25	2,08	0,19	1,42	0,13	2,42	0,22	2,33	0,21	3,08	0,28		
Ketika padi di panen dapat mempengaruhi keindahan agrowisata	0,08	2,92	0,23	1,33	0,11	1,42	0,11	2,92	0,23	2,17	0,17	2,08	0,17	1,83	0,15	1,92	0,15	2,67	0,21	3,25	0,26		
Sesuai dengan kebijakan Pemerintah yang dikeluarkan	0,21	2,33	0,49	2,67	0,56	2,17	0,46	3,00	0,63	2,75	0,58	2,42	0,51	1,92	0,40	1,42	0,30	2,00	0,42	2,83	0,59		
3 Jumlah pengunjung selalu ada setiap hari	0,14	2,83	0,40	3,33	0,47	3,00	0,42	3,08	0,43	2,92	0,41	2,00	0,28	2,67	0,37	2,50	0,35	2,17	0,30	2,42	0,34		
Sesuai dengan kebudayaan manusia akan liburan	0,16	2,50	0,40	3,17	0,51	2,58	0,41	2,58	0,41	2,92	0,47	2,42	0,39	1,08	0,17	2,75	0,44	2,42	0,39	2,08	0,33		
4 Pesaing yang sama	0,29	2,92	0,85	2,50	0,73	3,33	0,97	2,58	0,75	2,58	0,75	1,92	0,56	1,50	0,44	1,83	0,53	2,92	0,85	2,75	0,80		
Minat pengunjung untuk datang kembali	0,2	3,00	0,60	2,83	0,57	2,00	0,40	2,75	0,55	2,42	0,48	1,75	0,35	2,75	0,55	1,08	0,22	2,00	0,40	1,92	0,38		
TOTAL			5,16		5,25		5,03		5,45		5,53		4,61		4,25		3,95		4,73		4,38		

Lampiran 7. Gambar Agrowisata Paloh Naga





