

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA
KEBUN MADU EFI (STUDI KASUS : KEBUN MADU EFI,
PERBUKITAN PUNCAK 2000 SIOSAR KM 13,KABANJAHE,
SUMATERA UTARA)**

SKRIPSI

Oleh:

FATHUL UMAM FAUZI
NPM: 1604300059
Program Studi : AGRIBISNIS



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2020

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA
KEBUN MADU EFI (STUDI KASUS : KEBUN MADU EFI,
PERBUKITAN PUNCAK 2000 SIOSAR KM 13, KABANJAHE,
SUMATERA UTARA)

SKRIPSI

Oleh:

FATHUL UMAM FAUZI
1604300059
AGRIBISNIS

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

Komisi Pembimbing



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




Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si.
Anggota

Disahkan Oleh:



Dekan


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

Tanggal Lulus : 18-11-2020

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Fathul Umam Fauzi

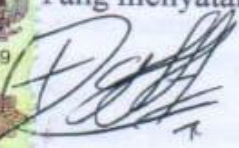
NPM : 1604300059

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul Strategi Pengembangan Agrowisata Kebun Madu Efi (studi kasus : Kebun Madu Efi, Perbukitan Puncak 2000 Siosar Km 13, Kabanjahe, Sumatera Utara) adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumbernya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima saksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Medan, November 2020



Yang menyatakan


Fathul Umam Fauzi

RINGKASAN

Fathul Umam Fauzi “Strategi Pengembangan Agrowisata Kebun Madu Efi (studi kasus : Kebun Madu Efi, Perbukitan Puncak 2000 Siosar Km 13, Kabanjahe, Sumatera Utara)”. Di bimbing oleh : Ibu Assoc. Prof. Ir. Gustina Siregar, M.Si. sebagai ketua komisi pembimbing dan ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M. Si. Sebagai anggota komisi pembimbing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Potensi Agrowisata dan mengkaji analisis Strategi Pengembangan Agrowisata Kebun Madu Efi di Perbukitan Puncak 2000 Siosar KM.13, Kabanjahe, Sumatera Utara.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif untuk menjelaskan potensi ekonomi Agrowisata Kebun Madu Efi dan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) untuk melihat lingkungan internal yaitu kekuatan dan kelemahan serta lingkungan eksternal yaitu peluang dan ancaman Agrowisata Kebun Madu Efi kemudian dirumuskan lah formulasi strategi Agrowisata Kebun Madu Efi. Hasil penelitian menunjukkan potensi dan strategi pengembangan sebagai berikut, agrowisata melakukan pemanfaatan terhadap sumber daya alam yang dirubah menjadi agrowisata yang mempunyai nilai ekonomi, terdapatnya peranan masyarakat terhadap agrowisata serta beberapa strategi alternatif Agrowisata Kebun Madu Efi strategi S-O seperti Melakukan pengembangan produk dengan memanfaatkan kualitas produk dan produk yang bervariasi, Melakukan penjemputan terhadap pengunjung yang melakukan penginapan terhadap agrowisata Kebun Madu Efi, strategi S-T seperti Melakukan promosi secara kontinyu dengan pembuatan browser, banner serta pemanfaatan media sosial guna menunjukkan eksistensi agrowisata, strategi W-O seperti Optimalisasi Agrowisata degan melakukan pengembangan serta ciri khas, dan Strategi W-T seperti Menawarkan potongan harga (discount) pada pemesanan produk atau fasilitas wisata untuk setiap produk. Strategi yang menjadi strategi prioritas untuk diterapkan adalah strategi S-O yaitu Melakukan pengembangan produk dengan memanfaatkan kualitas produk dan produk yang bervariasi dan Melakukan penjemputan terhadap pengunjung yang melakukan penginapan. Melakukan penjemputan terhadap pengunjung yang melakukan penginapan.

Kata Kunci : Agrowisata, Potensi, Pengembangan, Strategi

SUMMARY

Fathul Umam Fauzi "Efi Honey Garden Agro Tourism Development Strategy (case study: Efi Honey Garden, Siosar Km 13 2000 Peak Hills, Kabanjahe, North Sumatra)". Supervised by: Mrs. Assoc. Prof. Ir. Gustina Siregar, M.Si. as chairman of the supervisory commission and Mrs. Khairunnisa Rangkuti, S.P., M. Si. As a member of the supervisory commission. This study aims to determine the potential of agro-tourism and assess the analysis of the Efi Honey Garden Agro-tourism Development Strategy in the hills of Puncak 2000 Siosar KM.13, Kabanjahe, North Sumatra.

This research uses descriptive analysis method to explain the economic potential of Efi Honey Garden Agro-tourism and SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) to see the internal environment, namely strengths and weaknesses and the external environment, namely the opportunities and threats of the Efi Honey Garden Agro-tourism. Honey Garden Agro-tourism strategy Efi. The results showed the potential and development strategies as follows, agro-tourism utilizes natural resources that are converted into agro-tourism which has economic value, the role of the community in agro-tourism as well as several alternative strategies for SOE Honey Plantation Agro-tourism strategies such as conducting product development by utilizing product quality various products, Picking up visitors who stay at the Efi Honey Garden agro-tourism, ST strategies such as conducting continuous promotions by making browsers, banners and utilizing social media to show the existence of agro-tourism, WO strategies such as Optimizing Agro-tourism by developing and distinctive features, and WT strategies such as offering discounts on product orders or tourist facilities for each product. The strategy that is the priority strategy to be implemented is the S-O strategy, namely conducting product development by utilizing various product and product quality and Picking up visitors who pick up visitors who do lodging.

Keywords: Agro-tourism, Potential, Development, Strategy

RIWAYAT HIDUP

Fathul Umam Fauzi, lahir di Cilacap 20 Januari 1997 anak pertama dari 2 bersaudara dari Bapak Suwito dan Ibu Umi Qori'ah. Adapun pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh Penulis yaitu sebagai berikut :

1. Tahun 2002 - 2008, menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar Muhammadiyah Kaliwungu, Kecamatan Kedungreja, Kabupaten Cilacap, Provinsi Jawa Tengah.
2. Tahun 2008 - 2011, menyelesaikan pendidikan Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Wathoniyah Islamiyah Kebarongan, Kecamatan Kemranjen, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa tengah.
3. Tahun 2011 - 2014, menyelesaikan pendidikan Pondok Pesantren Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Wathoniyah Islamiyah Kebarongan, Kecamatan Kemranjen, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa tengah.

Adapun kegiatan dan pengalaman Penulis yang pernah diikuti selama menjadi mahasiswa antara lain :

1. Tahun 2014, mengikuti Amaliyah Dakwah (AMDA) di Kota Banyumas.
2. Tahun 2016, diterima di Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Jurusan Agribisnis.
3. Tahun 2017 mengikuti DAD (Darul Arqam Dasar) Ikatan Muhammadiyah Fakultas Kedokteran.
4. Tahun 2017, meraih Hibah Dikti Pekan Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKM-K) Tahun 2018 di UMSU.

5. Tahun 2018, diamanahkan Sebagai Sekretaris Bidang Seni, Budaya dan Olahraga di Pimpinan Komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah UMSU.
6. Tahun 2019 bulan Agustus melaksanakan KKN (Kuliah Kerja Nyata) di Desa Tanjung Anom, Kecamatan Pancur Batu, Sumatera Utara.
7. Tahun 2019 bulan September melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Perkebunan Nusantara IV Unit Bah Jambi. Kabupaten Simalungun, Sumatera Utara.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Strategi Pengembangan Agrowisata Kebun Madu Efi (Studi kasus : Studi Kasus : Kebun Madu Efi, Perbukitan Puncak 2000 Siosar Km 13, Kabanjahe, Sumatera Utara)”**.

Skripsi ini digunakan untuk memenuhi syarat dalam rangka menyelesaikan program Sarjana Pertanian Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dalam melaksanakan dan penyusunan skripsi ini, penulis banyak dibantu oleh berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan Ridho-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat untuk menyelesaikan strata 1 (S1).
2. Orang tua penulis, Ayahanda Suwito dan Ibunda Umi Qori'ah yang dengan penuh kasih sayang telah mengasuh, membimbing, dan memberi dukungan moril dan materiel serta doa dan selalu menjadi motivasi penulis untuk menjadi seseorang yang lebih baik lagi untuk ke depannya dan menjadi penyemangat penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Agussani, M. AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
4. Ibu Assoc. Prof. Ir. Asritanarni Munar, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.

5. Ibu Assoc. Prof. Ir. Gustina Siregar, M.Si selaku Ketua Komisi Pembimbing, yang telah banyak memberikan masukan dan nasihat yang membangun kepada penulis.
6. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si selaku anggota komisi pembimbing dan ketua program studi Agribisnis yang telah banyak memberikan masukan dan nasihat yang membangun kepada penulis.
7. Dosen-dosen Fakultas Pertanian terkhusus Program Studi Agribisnis yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Seluruh Pegawai Biro Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan administrasi selama proses perkuliahan.
9. Teman-teman Selly Khairunnisa, Nur Widya Ningsih, Agung Tidio Sandi, Fredy pradana, Azam Azmi Azizih, Fahmi Rangkuti, Ismi Nur Ulina, Dewi Chyntia putri dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu
10. Teman-teman Agribisnis-2 2016 dan mahasiswa pertanian stambuk 2016 yang banyak memberi semangat, nasihat dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Medan, November 2020

Fathul Umam Fauzi

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
RIWAYAT HIDUP	ii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Perumusan Masalah	4
Tujuan Penelitian	5
Kegunaan Penelitian	5
TINJAUAN PUSTAKA	6
Agrowisata	6
Strategi Pengembangan	7
Analisis SWOT	9
Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal	12
Penelitian Terdahulu	13
Kerangka Pemikiran	14
METODE PENELITIAN	16
Metode Penelitian	16
Metode Penentuan Lokasi	16
Metode Penarikan Sampel	16
Metode Pengumpulan Data	17
Metode Analisis Data	17

Matriks SWOT (<i>Strengths, Weakness, Opportunities, Threats</i>)	17
Metode Perbandingan Berpasangan	20
Definisi dan Batasan Operasi	23
DEKRIPSI DAN GAMBARAN UMUM	24
Letak dan Luas Daerah	24
Keadaan Penduduk Menurut Jenis Kelamin	24
Keadaan Penduduk Usia diatas 15 Tahun Menurut Pekerjaan	25
Penggunaan Tanah	25
Sarana dan Prasarana	26
HASIL DAN PEMBAHASAN	27
Potensi Ekonomi Agrowisata	27
Sejarah Agrowisata Kebun Madu Efi	28
Visi, Misi dan Tujuan Usaha	29
Analysis Lingkungan Internal Strategi “ Agrowisata Kebun Madu Efi”	30
Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan	30
Kekuatan	31
Kelemahan	33
Analysis Lingkungan Eksternal Strategi “Agrowisata Kebun Madu Efi”	34
Identifikasi Peluang dan Ancaman	35
Peluang	35
Ancaman	37
Formulasi Strategi Pengembangan Agrowisata Kebun Madu Efi	41
KESIMPULAN DAN SARAN	48
Kesimpulan	48
Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	52

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.	Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Karo 2014–2016	3
2.	Matriks SWOT(Strengths-Weakness-Opportunity-Treats)	19
3.	Penilaian Bobot Faktor Strategi Eksternal dan Internal	22
4.	Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin	24
5.	Jumlah Penduduk Di Atas Usia 15 Tahun Menurut Pekerjaan	25
6.	Jumlah luas penggunaan lahan	25
7.	Jumlah Sarana dan Prasarana Umum	26
8.	Kelemahan dan Kekurangan “Agrowisata Kebun Madu Efi Berdasarkan Faktor Internal Agrowisata	31
9.	Peluang dan Ancaman “Agrowisata Kebun Madu Efi Berdasarkan Faktor Eksternal “Agrowisata Kebun Madu Efi” ...	34
10.	Matriks Faktor Internal dan Eksternal pada “Agrowisata Kebun Madu Efi”	39
11.	Analisis SWOT Agrowisata Kebun Madu Efi	40

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Diagram Analysis SWOT	11
2.	Kerangka Pemikiran Strategi Pada Agrowisata Kebun Madu Efi	15
3.	Diagram Analysis SWOT Hasil Pengolahan Data Internal dan Eksternal	39

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	52
2.	Penentuan bobot strategi internal dan eksternal SWOT	57
3.	Hasil Perhitungan Rating Pada Faktor Strategi Internal dan Eksternal Agrowisata Kebun Madu Efi	60
4.	Karakteristik Responden (Sampel)	61

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia adalah negara agraris yang memiliki kekayaan alam melimpah dapat dilihat dari segi pertanian seperti tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, kehutanan, peternakan hingga perikanan. Potensi sumber daya alam yang belum dimanfaatkan dan dikelola dengan baik, bahkan di eksploitasi secara tidak bertanggung jawab oleh pihak-pihak tertentu.

Banyak potensi sumber daya alam yang ada seperti daerah-daerah yang memiliki potensi alam, terkhusus di sektor pertanian guna dijadikan objek pariwisata yang disebut dengan agrowisata. Namun dalam pembuatan agrowisata banyak hal yang perlu disiapkan dari segi lingkungan, sosial, ekonomi, dan budaya dari potensi alam yang nantinya akan dikelola.

Pengembangan sektor pariwisata merupakan salah satu cara yang dapat meningkatkan pendapatan suatu daerah. Oleh karena itu diperlukan adanya strategi pengembangan wisata guna mengetahui faktor apa saja yang menghambat dan mendukung dalam pengembangan pariwisata.

Agrowisata memiliki nilai ekonomis yang tinggi serta peluang pasar yang luas dari segala kalangan masyarakat. Hal ini didukung dari meningkatnya minat masyarakat dalam berwisata terutama yang berkaitan dengan alam. Agrowisata sudah menjadi sasaran bagi masyarakat yang ingin menenangkan pikiran dari kehidupan sehari-hari terutama bagi masyarakat kota. Maka dari itu permintaan masyarakat yang semakin terus meningkat memberikan peluang besar terhadap agrowisata.

Jumlah wisatawan mancanegara (wisman) yang berkunjung di Sumatera

Utara melalui 4 (empat) pintu masuk pada bulan November 2019 mencapai 22.340 kunjungan, mengalami penurunan 0,96 persen dibanding yang datang pada bulan Oktober 2019 mencapai 22.556 kunjungan. Periode November 2019, jumlah wisman yang berkunjung di Sumatera Utara mengalami penurunan 1,75 persen dibandingkan periode yang sama tahun 2018, yaitu dari 22.737 kunjungan tahun 2018 turun menjadi 22.340 kunjungan tahun 2019. Bulan November 2019, wisman dari Malaysia merupakan pengunjung yang terbanyak dengan 11.844 kunjungan atau 53,02 persen dari total wisman yang berkunjung di Sumatera Utara (BPS : Jumlah Pengunjung wisatawan Sumatera Utara November 2019).

Kabupaten Karo dengan ibu kota Berastagi. Jarak tempuh ke Kabanjahe sebagai ibu kota Kabupaten adalah 11 KM dan 65 KM ke Kota Medan sebagai Ibu Kota Propinsi Sumatera Utara. Kecamatan Berastagi dengan Luas 3.050 HA, berada pada ketinggian rata-rata 1.375m diatas permukaan laut dengan temperature antara 19 derajat celcius s/d 26 derajat celcius dengan kelembaban udara 79% yang membuat Kecamatan Berastagi salah satu destinasi tujuan wisata favorit di Sumatera Utara dikarenakan memiliki hawa yang sejuk juga sebagai Kecamatan penghasil buah buahan segar, berbatasan dengan Kabupaten Deli Serdang di Sebelah Utara, dengan Kecamatan Tiga Panah di sebelah Timur, dengan Kecamatan Kabanjahe di Sebelah Selatan, dan Kecamatan Simpang Empat di sebelah barat. Kecamatan Berastagi merupakan salah satu sentra penghasil hortikultura di Sumatera Utara, terutama sayur-sayuran dan buah-buahan. Seperti gambar dibawah ini : Jumlah penduduk Kecamatan Berastagi sampai akhir tahun 2015 sebesar 48.975 jiwa terdiri dari 23.342 laki-laki dan

25.633 perempuan. Kepadatan penduduk 1.45 jiwa/km² dan sex rasio sebesar 99. Dari 6 desa dan 4 Kelurahan di wilayah Kecamatan Berastagi, Kelurahan Gundaling I memiliki kepadatan penduduk tertinggi sebesar 3.850 jiwa/km². Sebaliknya, Desa Guru Singa memiliki kepadatan penduduk terendah sebesar 640,5 jiwa/km². Penelitian ini sangat penting untuk dilakukan, dimana dalam melakukan pengembangan wilayah, analisis terhadap ekonomi dan potensi wilayah mampu mendukung keberhasilan dalam pengembangan wilayah di Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo. Analisis terhadap ekonomi dan potensi pengembangan wisata akan mampu mendongkrak manfaat ekonomi di Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Kepariwisata Kabupaten Karo perkembangan wisatawan nusantara dari tahun 2012 – 2016 mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini membuktikan bahwa usaha dalam bidang pariwisata/agrowisata sangat menjanjikan. Tabel. 1 berikut menunjukkan adanya peningkatan wisatawan nusantara pada setiap tahunnya.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Karo 2014-2016

Tahun	Domestik	Wisman	Jumlah	Total Kunjungan Wisatawan
2014	324,67	1,951	326,621	424,607
2015	370,412	752	371,164	482,513
2016	435,587	437	436,024	566,831

Sumber : BPS Karo (2016)

Agrowisata Kebun Madu Efi merupakan salah satu wisata alam yang berbasis pertanian yang berada di Kabanjahe, Sumatera Utara. Kebun Madu Efi memiliki keunggulan dibandingkan dengan wisata lain yang berada di Kabupaten Karo, diantaranya adalah Perkebunan Bunga, Kebun Jeruk, Peternakan Lebah,

Arena Camping, Lingkungan Sejuk dan Panorama yang indah. Hal ini menjadikan Kebun Madu Efi mempunyai daya tarik tersendiri dikarenakan berbagai destinasi atau objek wisata dalam satu tempat.

Dalam kasus ini peneliti melihat agrowisata ini memiliki Potensi yang besar untuk dikembangkan dilihat dari banyaknya jumlah pengunjung untuk menikmati berbagai fasilitas yang disediakan oleh pemilik usaha . Namun tingginya biaya operasional yang diperlukan dan perencanaan yang baik dan juga matang. Untuk mendukung pengembangan agrowisata ini, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana Strategi Pengembangan yang dilakukan oleh pemilik usaha agrowisata Kebun Madu Efi ini tetap berjalan dengan baik, melihat potensi, faktor internal dan eksternal yang ada, sehingga peneliti melakukan penelitian ini dengan judul “ Strategi Pengembangan Agrowisata Kebun Madu Efi di desa Kacinambun, Perbukitan Puncak 2000, Siosar KM.13, Kabanjahe, Sumatera Utara”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian di atas, maka dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Potensi Agrowisata Kebun Madu Efi di Perbukitan Puncak 2000 Siosar KM.13, Kabanjahe, Sumatera Utara?
2. Bagaimana Strategi Pengembangan Agrowisata Kebun Madu Efi di Perbukitan Puncak 2000 Siosar KM.13, Kabanjahe, Sumatera Utara?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengkaji Potensi Agrowisata Kebun Madu Efi di Perbukitan Puncak 2000 Siosar KM.13, Kabanjahe, Sumatera Utara.
2. Untuk menganalisis Strategi Pengembangan Agrowisata Kebun Madu Efi di Perbukitan Puncak 2000 Siosar KM.13, Kabanjahe, Sumatera Utara.

Kegunaan Penelitian

1. Sebagai bahan informasi yang ingin mengetahui Strategi Pengembangan Agrowisata Kebun Madu Efi di Perbukitan Puncak 2000 Siosar KM.13, Kabanjahe, Sumatera Utara.
2. Sebagai bahan masukan Strategi Pengembangan Agrowisata Kebun Madu Efi di Perbukitan Puncak 2000 Siosar KM.13, Kabanjahe, Sumatera Utara.
3. Sebagai langkah awal dalam penerapan ilmu pengetahuan yang sudah didapat.

TINJAUAN PUSTAKA

Agrowisata

Agrowisata merupakan penggabungan antara aktivitas pertanian dan aktivitas wisata. Aktivitas wisata merupakan kegiatan berjalan-jalan keluar dari ruang dan lingkup pekerjaannya sambil menikmati pemandangan atau hal-hal lain yang tidak terkait dengan pekerjaan yang dimiliki wisatawan. Aktivitas pertanian dalam hal ini adalah pertanian dalam arti luas, merupakan seluruh aktivitas dalam kelangsungan hidup manusia yang terkait dengan pemanenan energi matahari dari tingkat primitif (pemburu dan pengumpul) sampai model pertanian yang canggih (kultur jaringan). Aktivitas-aktivitas pertanian tersebut antara lain pertanian lahan kering, sawah, lahan palawija, perkebunan, kehutanan, pekarangan, tegalan, ladang dan sebagainya. Dalam kegiatan agrowisata, wisatawan diajak berjalan-jalan untuk menikmati dan mengapresiasi kegiatan pertanian dan kekhasan serta keindahan alam binaannya sehingga daya apresiasi dan kesadaran untuk semakin mencintai budaya dan melestarikan alam semakin meningkat (Nurisyah,2001).

Menurut Suyastiri (2012), pelaksanaan konsep agrowisata akan dapat meningkatkan kesejahteraan petani, pelestarian lingkungan alam dan menghambat niat petani untuk melakukan alih fungsi lahan. Melalui pengembangan agrowisata yang menonjolkan budaya lokal dalam memanfaatkan lahan, pendapatan petani diharapkan dapat ditingkatkan dan sekaligus melestarikan sumber daya lahan, serta memelihara budaya maupun teknologi lokal yang umumnya sesuai dengan lingkungan kondisi alaminya (Sanjaya,2013). Berkembangnya agrowisata di seluruh dunia tidak luput dari bergesernya trend pariwisata secara global. Selama dua dekade terakhir telah terjadi pergeseran yang signifikan dari minat terhadap

destinasi wisata. Hal ini dapat dilihat dari terjadinya pergeseran orientasi motivasi kunjungan wisatawan dari mass tourism (wisata massal) kepada suatu bentuk kunjungan individual/kelompok kecil yang berminat pada kehidupan keseharian Machin dalam Dinas Pariwisata DIY (2014).

Di Indonesia trend minat pariwisata ini ditanggapi dengan berkembangnya wisata yang sebagian besar berbasis pada pertanian. 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).

Strategi Pengembangan

Strategi adalah pilihan tentang apa yang ingin dicapai oleh organisasi di masa depan dan bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut. Perencanaan strategi merupakan proses manajerial untuk mengembangkan dan mempertahankan kesesuaian yang layak antara sasaran dan sumber daya perusahaan dengan peluang pasar yang selalu berubah. Tujuan perencanaan strategi adalah terus-menerus mempertajam bisnis dan produk perusahaan sehingga keduanya berpadu menghasilkan laba dan pertumbuhan yang memuaskan. Secara konseptual strategi pengembangan dalam konteks industry adalah upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi pasar kawasan baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan dan kondisi pasar eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk

menentukan strategi yang harus dilakukan (Nadhiroh, 2017).

Michael Porter mengatakan bahwa strategi adalah sekumpulan tindakan atau aktivitas yang berbeda untuk menghantarkan nilai yang unik. Pendapat lain mengatakan strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas yang penuh daya saing serta pendekatan pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan (sesuai target). Strategi dapat pula dinyatakan sebagai suatu pola pendekatan bagi manajemen guna meraih keberhasilan dan kesuksesan. Dalam pembuatan strategi harus meninjau berbagai hal seperti adanya perubahan kondisi eksternal dan internal.

Strategi adalah kekuatan motivasi untuk stakeholder, seperti stakeholder, dept holder, Manager, karyawan, konsumen, komunitas, pemerintah, dan sebagainya, yang baik secara langsung maupun tidak langsung menerima keuntungan atau biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut, pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun (Rangkuti, 2014).

Menurut Rangkuti (2014) strategi dapat dikelompokkan atas tiga tipe, yaitu :

1. Strategi Manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro. Misalnya strategi pengembangan produk. Strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan dan sebagainya.

2. Strategi Investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi, dan sebagainya.

3. Strategi Bisnis

Strategi bisnis ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan yang dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis (strategis planner) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan Analisis Situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisis SWOT (Rangkuti,2014)

Menurut David dalam Novianto 2017, berikut adalah penjelasan dari analisis

SWOT :

1. Kekuatan(*Strengths*)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan.

2. Kelemahan(*Weakness*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut meliputi fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen, dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.

3. Peluang(*Opportunities*)

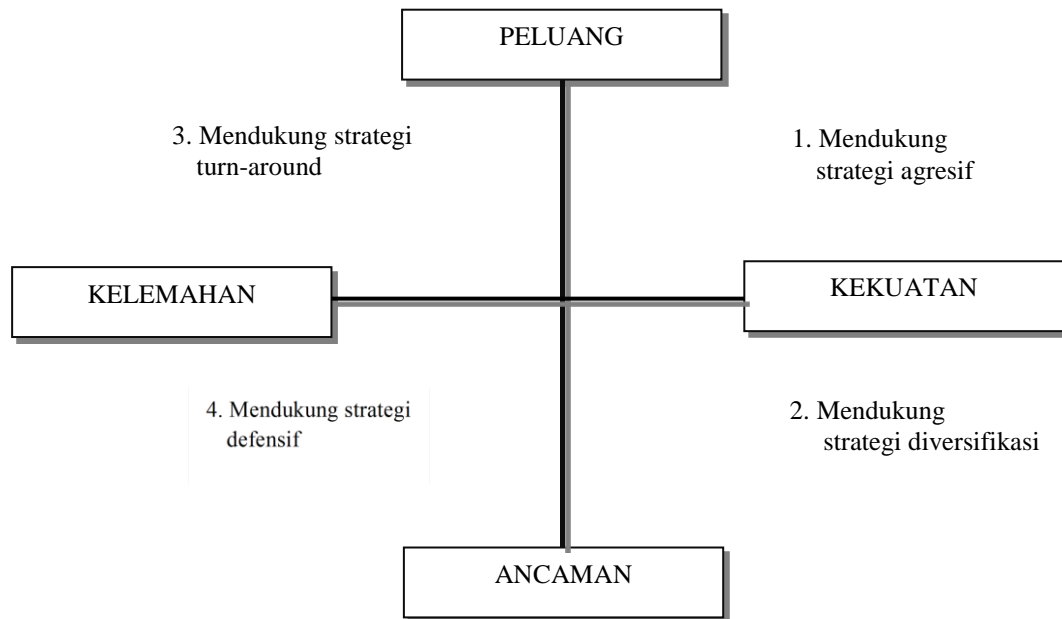
Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan penting seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

4. Ancaman

Ancaman adalah situasi yang tidak menguntungkan bagi perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi yang diinginkan oleh perusahaan.

Analisis SWOT bertujuan untuk mengetahui kelemahan perusahaan dan membuat kelemahan itu menjadi satu kekuatan, serta mencoba dan menghilangkan ancaman untuk dijadikan suatu peluang. Maka perlu diidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki

oleh perusahaan dalam merumuskan strategi serta mewujudkan visi dan misinya. Jika perusahaan melakukan analisis SWOT untuk menyelesaikan masalah yang ada, maka hal tersebut bisa dijadikan dasar dalam membuat keputusan atau jawaban agar permasalahan dapat berjalan dengan baik (Jazuli, 2016).



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 diversifikasi (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).

Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Analisis lingkungan internal merupakan input yang sangat penting dalam merumuskan strategi yang mengarah kepada kekuatan (strengths) dan kelemahan (weakness) yang terdapat dalam perusahaan. Perubahan pada lingkungan internal yang terjadi di dalam perusahaan dapat diawasi 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.

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).

Penelitian Terdahulu

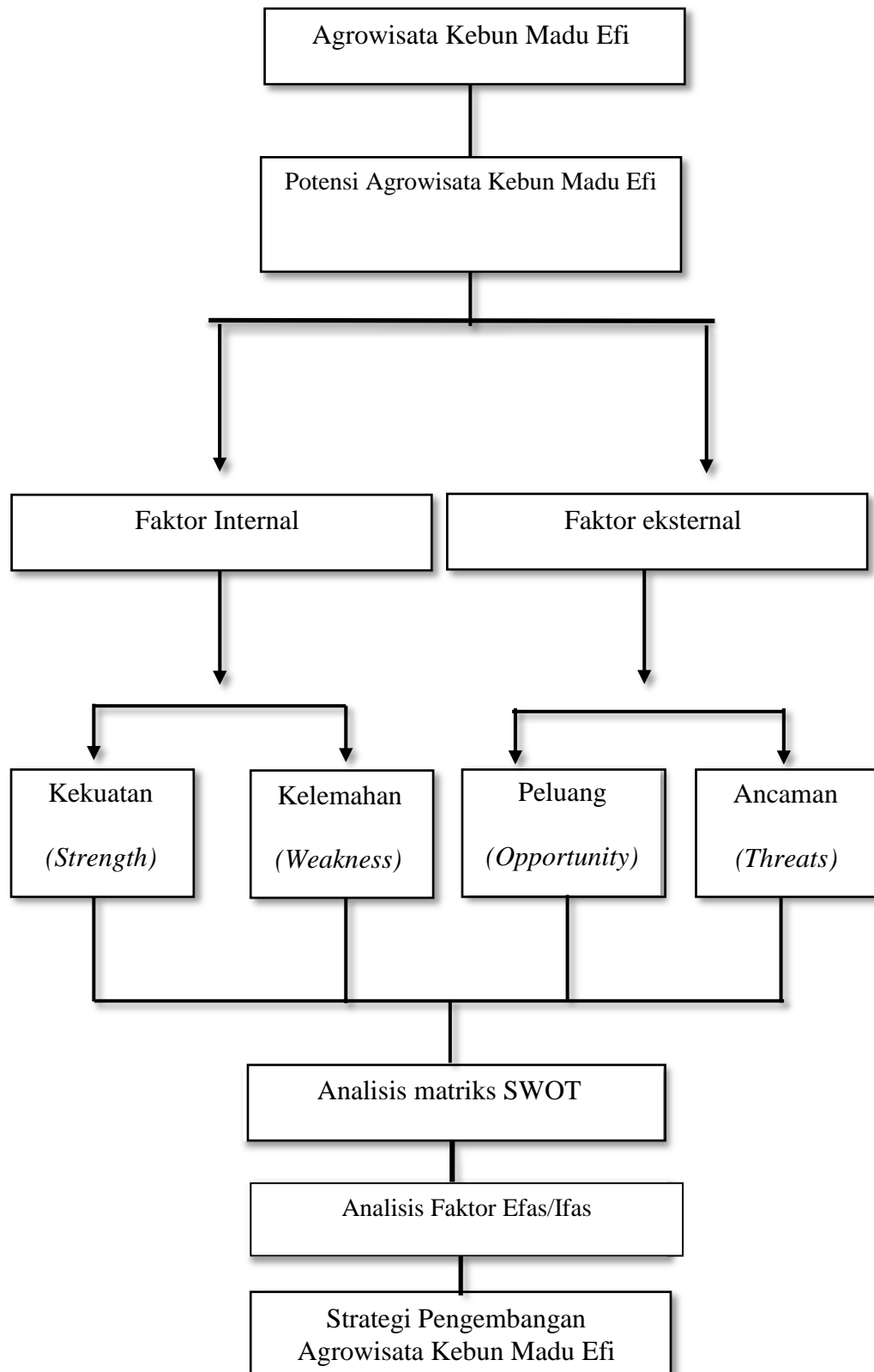
Bambang Suharto (2016) Suharto meneliti tentang “Strategi Pengembangan Wisata Agro Di Banyuwangi”. Metode pendekatan yang digunakan adalah matriks SWOT analisis untuk merumuskan strategi. Strategi dan perencanaan yang akan digunakan pada kajian ini adalah kondisi internal, kondisi eksternal, dan target 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 di apresiasi 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 In depth (wawancara mendalam), pendistribusian kuesioner (kuesioner) dan kajian literatur. Hasil analisis adalah untuk menunjukkan posisi pariwisata di Kabupaten Leitimur Selatan dengan pasar.

Syaiful Malik (2010) meneliti tentang “Strategi Pengembangan Agrowisata Kandank Jurank Doank” penelitian ini dilaksanakan di komp. Pondok sawah Indah Blok Q/14 Desa Sawah Baru Jombang-Ciputat, Tanggerang Selatan. Waktu penelitian dilakukan mulai Mei 2010 sampai Juni 2010. Metode yang digunakan adalah metode SWOT dan QSPM bentuk, analisis data yang dilakukan oleh internal faktor eksternal, IE analisis matriks, Analisis SWOT. Penelitian ini merupakan jenis teknik pengumpulan data penelitian kualitatif melalui pengamatan langsung (observasi), wawancara In-depth (wawancara mendalam), pendistribusian kuesioner (kuesioner) dan kajian literatur. Hasil analisis adalah untuk menunjukkan strategi yang menjadi prioritas untuk diimplementasikan.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran operasional usaha Agrowisata Kebun Madu Efi dimulai dari mengidentifikasi permasalahan yang ada. Untuk menyelesaikan masalah yang ada maka perlu diidentifikasi faktor internal dan eksternal yang ada pada usaha Agrowisata Kebun Madu Efi tersebut. Setelah itu maka akan diketahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang terdapat pada usaha Agrowisata Kebun Madu Efi melalui analisis matriks SWOT yang terdiri dari perumusan alternative strategi yang sudah dilakukan oleh usaha Agrowisata Kebun Madu Efi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat menentukan strategi apa yang paling tepat dan bida digunakan oleh usaha Agrowisata Kebun Madu Efi dan dapat lebih berkembang disbanding dengan para pesaing. Untuk lebih memperjelas alur dan proses perumusan strategi pengembangan tersebut maka dapat dilihat pada kerangka pemikiran dari penelitian ini.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran Strategi Pada Agrowisata Kebun Madu Efi

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah Studi kasus (*case study*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan melihat langsung ke lapangan yaitu pada usaha Agrowisata Kebun Madu Efi di Perbukitan Puncak 2000 Siosar KM.13, Kabanjahe, Sumatera Utara. Studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek dan kurun waktu tertentu, atau fenomena yang ditentukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah penelitian lain.

Metode Penentuan Lokasi

Pelaksanaan penelitian ini berlokasi di Kebun Madu Efi Perbukitan Puncak 2000 Siosar KM.13, Kabanjahe, Sumatera Utara. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara purposive (sengaja) berdasarkan pertimbangan bahwa Agrowisata Kebun Madu Efi adalah salah satu Agrowisata yang masih mampu berkembang sampai saat ini.

Metode Penarikan Sampel

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah responden yaitu pengunjung dan pengelola Agrowisata Kebun Madu Efi. Metode pengambilan sampel ini menggunakan metode Purposive Sampling. Purposive Sampling merupakan pengambilan sampel yang dilakukan secara sengaja sesuai dengan kriteria sampel yang diperlukan. Jumlah sampel yang akan diambil menggunakan metode purpose sampling sebanyak 40 orang responden. Responden tersebut adalah pengelola agrowisata sebanyak 1 orang, anggota usaha/karyawan 9 orang,

dan pengunjung agrowisata 30 orang guna mengumpulkan data penelitian.

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam menyusun penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dilakukan dari wawancara serta observasi langsung pada pemilik dan pengurus/karyawan Kebun Madu Efi. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi literatur dan buku-buku lainnya yang berkaitan dengan pembahasan ini. Sumber lain diperoleh dari jurnal, internet atau sumber lain nya yang berkaitan dengan penelitian.

Metode Analisis Data

Permasalahan penelitian dianalisis secara deskriptif untuk menjelaskan potensi dan strategi pengembangan Agrowisata Kebun Madu Efi kemudian melakukan analisis SWOT untuk menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dengan menggunakan Matriks SWOT.

Matriks SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*)

SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal Strengths dan Weaknesses serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Analisis SWOT sangat membantu usaha industri tahu dan menganalisa kekuatan yang dimiliki usaha kecil dan kelemahan yang ada pada usaha industri tahu. Serta seberapa besar peluang yang bisa di ambil usaha kecil dan ancaman yang bisa di hadapi.

Matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang

membantu para pembuat keputusan untuk mengembangkan empat jenis strategi yaitu strategi SO (Kekuatan-Peluang), Strategi WO (Kelemahan-Peluang), Strategi ST (Kekuatan Ancaman) dan Strategi WT (Kelemahan-Ancaman). Identifikasi faktor-faktor eksternal dan internal dilakukan secara interaktif antara responden dan peneliti. Sehingga faktor-faktor internal dan eksternal yang terdapat dalam matriks SWOT berdasarkan hasil kajian dari peneliti yang sudah didiskusikan dengan responden yang dalam hal ini adalah Agrowisata Kebun Madu Efi.

Matriks SWOT digunakan untuk menyusun strategi perusahaan. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi SO, strategi WO, strategi WT, dan strategi ST. Langkah-langkah menyusun matriks SWOT adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi peluang eksternal perusahaan yang menentukan.
2. Mengidentifikasi ancaman eksternal perusahaan yang menentukan.
3. Mengidentifikasi kekuatan internal perusahaan yang menentukan.
4. Mengidentifikasi kelemahan internal perusahaan yang menentukan.
5. Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang dan mencatat resultan strategi SO dalam sel yang tepat.
6. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi SO dalam sel yang tepat.
7. Resultan strategi WO dalam sel yang tepat.
8. Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat

resultan strategi ST dalam sel yang tepat.

9. Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman.

Tabel. 2 Matriks SWOT (*Strengths-Weakness-Opportunity-Treats*)

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>STRENGTH-S</p> <p>Faktor-Faktor Kekuatan Internal Perusahaan</p>	<p>WEAKNESS-W</p> <p>Kelemahan Internal perusahaan.</p>
<p>OPPORTUNITIES-O</p> <p>Peluang Faktor Eksternal Perusahaan.</p>	<p>STRATEGI S-O</p> <p>Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.</p>	<p>STRATEGI W-O</p> <p>Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.</p>
<p>THREATS-T</p> <p>Ancaman Faktor Eksternal Perusahaan.</p>	<p>STRATEGI S-T</p> <p>Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.</p>	<p>STRATEGI S-O</p> <p>Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.</p>

Sumber: Rangkuti, 2014

a. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan tersebut untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST

Ini adalah strategi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan

cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Hasil dari matriks 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 variable 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 penentunya.

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

- 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 dilakukan dengan mendaftarkan peluang dan ancaman yang dimiliki. Hasil kedua identifikasi faktor-faktor tersebut sebagai faktor penentu eksternal dan internal yang akan diberikan bobot.

- 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 (Masta,2006).

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

- 1 : jika indikator horizontal kurang penting daripada indikator vertikal.
- 2 : jika indikator horizontal sama penting dibandingkan indikator vertikal.
- 3 : jika indikator horizontal lebih penting dibanding indikator vertikal.

Tabel. 3 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 variable 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

Definisi dan Batasan Operasi Definisi:

1. Wisata adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan manusia perorangan maupun kelompok untuk mengunjungi destinasi tertentu dengan tujuan rekreasi, mempelajari keunikan daerah wisata.
2. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.
3. Lingkungan Internal adalah semua sumber daya manusia dan fisik yang mempengaruhi perusahaan.
4. Lingkungan Eksternal adalah semua elemen atau sub diluar perusahaan yang relevan untuk operasi.
5. SWOT adalah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang dalam suatu usaha atau bisnis.
6. Estimasi adalah pemantauan/wawancara secara langsung di lokasi penelitian.

Batasan Operasional

1. Tempat penelitian adalah di Agrowisata kebun Madu Efi di Perbukitan Puncak 2000 Siosar KM.13, Kabanjahe, Sumatera Utara.
2. Responden adalah Pemilik, Pekerja dan konsumen (Pengunjung) agrowisata Kebun Madu Efi.

DEKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak dan Luas Daerah

Perbukitan Puncak 2000 Siosar terletak di Desa Kacinambun, Kecamatan Tigapanah, Kabupaten Karo, Provinsi Sumatera Utara. Luas Desa ini adalah 8 Km² dengan ketinggian wilayah 1.750 di Atas Permukaan Laut. Secara administrative, puncak Siosar berbatasan dengan wilayah sebagai berikut :

Sebelah Barat	: Desa Talunkuta
Sebelah Selatan	: Hutan Lindung
Sebelah Utara	: Desa Kacinambun
Sebelah Timur	: Desa Nagara

Jarak lokasi penelitian dengan Berastagi adalah 25 Km, jarak ke Kabanjahe sejauh 10 Km, dan berjarak 76 Km dari Pusat Kota Medan. Hal ini menunjukkan lokasi penelitian mudah dijangkau dan berdekatan dengan aktivitas kegiatan.

Keadaan Penduduk Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan data BPS Kecamatan Tigapanah Dalam Angka 2018, jumlah penduduk Desa Kacinambun, Kecamatan Tigapanah dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
Laki – laki	607	54,68 %
Perempuan	503	45,32%
Jumlah	1.110	100

Sumber : Data Sekunder BPS, 2018

Dari tabel 5 diatas diketahui bahwa jumlah penduduk Desa Kacinambun adalah 1.110 jiwa yang terbagi menurut jenis kelamin antara lain Laki-laki

sebanyak 607 jiwa dengan persentase 54,68% dan Perempuan sebanyak 503 jiwa dengan persentase 45,32%.

Keadaan Penduduk Usia Diatas 15 Tahun Menurut Pekerjaan

Berdasarkan Data BPS Kecamatan Tigapanah Dalam Angka 2018, jumlah penduduk diatas usia 15 tahun menurut pekerjaan Desa Kacinambun Kecamatan Tigapanah dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5. Jumlah Penduduk Di Atas Usia 15 Tahun Menurut Pekerjaan

Dirinci	Jumlah (Jiwa)	Persentase %
Bekerja	842	98,59
Tidak Bekerja	12	1,41
Jumlah	854	100

Sumber : Data Sekunder BPS, 2018

Dari tabel 6 diketahui bahwa jumlah penduduk yang bekerja sebanyak 842 jiwa dengan persentase 98,59 % dan jumlah penduduk yang tidak bekerja sebanyak 12 jiwa dengan persentase 1,41%.

Penggunaan Tanah

Berdasarkan Data BPS Kecamatan Tigapanah Dalam Angka 2018, luas penggunaan lahan di Desa Kacinambun, Kecamatan Tigapanah dapat dilihat pada tabel 6 dibawah ini:

Tabel 6. Jumlah luas penggunaan lahan

Jenis Lahan	Luas (Ha)	Persentase %
Lahan bukan Sawah	784	98,25
Lahan bukan Pertanian	14	1,75
Jumlah	854	100

Sumber : Data Sekunder BPS, 2018

Berdasarkan data tabel 7 diatas menunjukkan bahwa jumlah lahan bukan sawah sebesar 786 Ha dengan persentase 98,25% dan luas lahan bukan pertanian sebesar 14 Ha dengan persentase 1,75%. Dengan data ini menunjukkan bahwa

penduduk cenderung menggunakan lahan bukan untuk sawah.

Sarana dan Prasarana Umum

Sarana dan Prasarana Umum mempunyai peranan penting dalam mempengaruhi perkembangan dan kemajuan masyarakat, karena dapat mendukung aktivitas masyarakat di daerah tersebut. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 7. Jumlah Sarana dan Prasarana Umum

Sarana dan Prasarana	Jumlah
Sekolah	1
Pustu	1
Puskesmas	1
Posyandu	1
Gereja	1

Sumber : Data Sekunder BPS, 2018

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Ekonomi Agrowisata

Agrowisata Kebun Madu Efi memiliki potensi diantaranya adalah ekonomi yang dimiliki Agrowisata Kebun Madu Efi dapat dilihat dari bidang usaha yang dimiliki. Dapat dilihat dari agrowisata dimana agrowisata ini melakukan pemanfaatan terhadap sumber daya alam yaitu lahan dan tempat yang awalnya lahan dan tempat ini hanya menjadi hamparan hutan kini dapat dirubah menjadi agrowisata yang mempunyai nilai ekonomi. Selain itu Agrowisata Kebun Madu Efi melakukan pembukaan lahan baru yang dipotensikan dengan baik, dimana Kebun Madu Efi memanfaatkan sebagai Agrowisata dengan membuat beberapa wisata yang berbeda dalam satu tempat. Menghasilkan produk madu asli dan propolis yang menjadi ciri khas aman dan baik dikonsumsi oleh pembeli. Pemanfaatan lahan baru ini dioptimalkan dengan melakukan ternak lebah madu yang menghasilkan madu asli dan propolis. Agrowisata juga bekerja sama dengan UMKM setempat guna meningkatkan ekonomi, dengan adanya peranan petani secara langsung seperti penjualan hasil usaha yang dipasarkan atau di kerjasama dengan sistem bagi hasil menjadikan adanya peran masyarakat sekitar terhadap agrowisata.

Potensi ekonomi terhadap estimasi pendapatan dari tiket masuk, apabila di asumsikan sesuai dengan potensi wisatawan yang dilakukan dengan pemantauan langsung dan melakukan wawancara terhadap pemilik usaha. Total pengunjung yang ada pada hari kerja (tidak libur) pengunjung mencapai 100 orang/hari, dan pada saat libur mencapai 200 orang/hari dengan harga tiket Rp. 25.000,00/tiket.

Apabila di asumsikan sesuai dengan potensi wisata pada umumnya mencapai peningkatan sebesar 100% maka dapat diprediksi potensi ekonomi dari tiket masuk adalah sebesar Rp.9.000.000,00 hal ini terjadi saat pandemi covid-19 dimana terjadi penurunan tingkat pengunjung hampir mencapai 50%. Maka ini dapat dinyatakan sebagai salah satu potensi ekonomi pada Agrowisata Kebun Madu Efi hal ini di dapat dengan perhitungan estimasi pengunjung selama satu minggu.

Potensi ekonomi juga terdapat pada glamping dan kabin Madu Efi dengan estimasi satu minggu mencapai 10 glamping/hari dengan pendapatan Rp.6.500.000 dan 10 Kabin/hari dengan pendapatan Rp. 4.500.000,00 sehingga mencapai pendapatan dalam satu minggu mencapai Rp. 55.000.000,00 untuk penginapan Kebun Madu Efi (Glamping dan Kabin).

Sejarah Agrowisata Kebun Madu Efi

Felix Zulhendri, PhD (Pemilik Usaha Madu Efi) adalah lulusan S3 (PhD) dari Auckland University dan pakar dengan segudang pengalaman di bidang food science, bio protection dan hukum patent dunia. Sebelumnya beliau bekerja sebagai peneliti di Plant and Food Research Institute di Selandia Baru. Kemudian pada tahun 2014 kembali ke Indonesia untuk mengembangkan pengetahuannya dengan memulai usahanya beternak Madu yang didatangkan langsung dari Eropa. Luas areal kebun yang dikelola oleh pemilik seluas 28 Ha yang terletak di Puncak 2000 Siosar Desa Kacinambun Kecamatan Tigapanah Kabupaten Karo.

Jarak lokasi areal kebun cukup jauh yaitu 76 Km dari Pusat Kota Medan. Namun selama di perjalanan menuju lokasi, pengunjung yang datang disambut dengan keindahan alam yang sangat dekat dengan lokasi pegunungan Gunung

Sinabung yang menjadi faktor pendukung tempat pengusaha. Nama Efi tersebut diambil dari nama Ibu kandungnya yang sekarang menjadi brand (merek) dari setiap produk hasil olahan madu yang terdiri dari Madu Efi murni 100% dan propolis.

Pada tahun 2014 melakukan pembukaan lahan keluarga yang dijadikan kebun jeruk dan melakukan ternak lebah dan pada awalnya hanya digunakan sendiri yakni fokus pada penghasilan buah jeruk dan peternakan lebah. Pada tahun 2016 pemilik usaha mulai focus kepada peternakan lebah madu. Pada tahun 2016 difokuskan kepada peternakan lebah dan mulai melakukan penataan tempat untuk agrowisata, pada tahun 2018 agrowisata ini dibuka untuk umum dengan wisata kebun jeruk, taman bunga, dan peternakan lebah madu. Pada tahun 2019 pemilik usaha melakukan penambahan fasilitas wisata berupa penginapan yang diberi nama Kabin dan Glam ping Madu Efi dan juga memulai usaha pada bidang propolis. Semakin berkembangnya agrowisata Kebun Madu Efi kini dijadikan areal kebun menjadi agrowisata yang terdapat berbagai macam wisata diantaranya Peternakan lebah Madu, Area Camping Juga penginapan, Kebun Jeruk dan berkuda yang disuguhkan dengan panorama yang indah.

Visi, Misi dan Tujuan Usaha

Visi

Visi adalah hal yang mendefinisikan sesuatu yang ingin dicapai untuk melakukan usaha atau pekerjaan di waktu yang mendatang. Visi ini lebih focus ke arah masa depan (jangka panjang) dan cenderung bersifat strategis. Visi yang dimiliki oleh pemilik usaha Madu Efi adalah mengembangkan potensi daerah dengan Agrowisata yang didukung oleh konsep Madu murni hasil olahan kebun

dari peternakan lebah.

Misi

Misi adalah hal yang mendefinisikan sesuatu yang sedang dan akan dicapai dalam waktu yang sudah ditentukan. Misi lebih terfokus dengan keadaan saat ini dan merupakan target-target yang sifatnya lebih operasional yang mungkin dikaitkan dengan konsumen (pengunjung), proses-proses dalam usaha serta tingkat kinerja yang diinginkan. Misi yang dimiliki oleh pemilik usaha adalah menciptakan kepuasan konsumen dengan factor pendukung daerah wisata dan terus mengembangkan inovasi.

Tujuan

Tujuan adalah sasaran akhir yang ingin dicapai oleh pengusaha. Tujuan dari pengusaha adalah menghasilkan produk madu murni dari peternakan sendiri dan pengunjung yang datang lebih meningkat setiap tahunnya.

Analisis Lingkungan Internal Strategi “ Agrowisata Kebun Madu Efi”.

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

Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan

Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan Strategi “ Agrowisata Kebun Madu Efi” bertujuan untuk mengevaluasi keadaan serta kejadian yang berada di luar perusahaan/usaha. Analisis eksternal dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang ada pada perusahaan.

Tabel 8.Kelemahan dan Kekuatan “Agrowisata Kebun Madu Efi” berdasarkan faktor internal Agrowisata.

	Kekuatan	Kelemahan
Faktor Internal Agrowisata Kebun Madu Efi	a. Lokasi Strategis	a. Akses Mencapai Lokasi
	b. Memiliki Panorama yang Indah	b. Perubahan Iklim yang tidak menentu
	c. Memiliki Berbagai Wisata	c. Promosi yang belum intensif
	d. Memiliki Produk Unggulan Madu dan propolis	d. Harga yang relative mahal
	e. Kesuburan tanah yang bagus	

Sumber : Data Primer diolah Tahun 2020

Dari tabel 9 diatas maka dapat dilihat beberapa faktor internal kekuatan dan faktor internal kelemahan Agrowisata Kebun Madu Efi sebagai berikut :

Kekuatan

a. Lokasi Strategis

Agrowisata Kebun Madu Efi berada di Desa Kacinambun yang terletak di Perbukitan 2000 Siosar dekat dengan pusat kota Kabanjahe dengan jarak 10 Km, dan Berastagi dengan jarak 25 Km. Lokasi ini dibilang Strategis dikarenakan jauh dari perkotaan dan terdapat pada lingkungan yang asri, dapat dikatakan mempunyai lokasi strategis dikarenakan lokasi yang berdekatan dengan beberapa wisata seperti Zea Coffee, Surya cafe, Kebun Jeruk, dan menjadi sentral wisata sehingga dekat dengan wisata yang lain oleh karena itu lokasi strategis ini mejadi faktor kekuatan internal yang dimiliki agrowisata Kebun Madu Efi.

b. Memiliki Panorama yang Indah

Agrowisata Kebun Madu Efi ini berada di dekat daerah Gn. Sinabung dan berada di Perbukitan 2000 dengan pemandangan Gn. Sinabung dan Perbukitan. Agrowisata ini memiliki wisata taman bunga dan juga Kebun Jeruk yang menjadi Pendukung panorama atau wisata yang ada. Hal ini didukung dengan keinginan masyarakat akan keindahan alam dan menjadi tempat foto. Oleh karena itu memiliki panorama yang indah merupakan faktor kekuatan internal dari Agrowisata Kebun Madu Efi yang tidak dimiliki oleh wisata yang lain.

c. Memiliki Berbagai Wisata

Dengan adanya berbagai wisata yang ada seperti Kebun Jeruk, Taman Bunga, Peternakan Lebah Madu, Berkuda, dan Penginapan (Glam ping dan Kabin). Hal ini menjadi kekuatan internal dengan daya tarik dari berbagai macam wisata dalam satu lokasi yang tak dimiliki oleh wisata lain.

d. Memiliki Produk Unggulan Madu dan Propolis

Agrowisata Kebun Madu Efi ini tidak hanya menyajikan wisata yang berbasis alam akan tetapi juga memiliki produk turunan dari Peternakan Lebah Madu yaitu Madu asli dan propolis yang menjadi produk unggulan, hal ini dapat dilihat dari banyaknya permintaan mengenai madu asli dan juga propolis. Agrowisata ini telah melakukan pemasaran hingga berbagai lokasi bahkan ekspor ke luar negeri. Hal ini menjadikan Kebun Madu Efi memiliki kekuatan internal dengan adanya ciri khas Produk.

e. Kesuburan Tanah yang Bagus

Dengan adanya kesuburan tanah yang bagus hal ini menjadi kekuatan bagi

Agrowisata Kebun Madu Efi untuk mendukung perkebunan jeruk dan taman bunga. Yang menjadi faktor penarik kepada pengunjung wisata.

Kelemahan

a. Akses Mencapai Lokasi

Akses untuk mencapai lokasi yang digunakan adalah transportasi pribadi, belum mendukung terhadap transportasi umum. Jarak yang ditempuh dari daerah perkotaan ke lokasi agrowisata ini cukup jauh sehingga memerlukan waktu yang cukup lama, sedangkan sarana dan prasarana yang ada masih kurang (penerangan) dan jauh dari pemukiman warga sehingga menjadi kelemahan dari pada agrowisata madu Efi.

b. Perubahan Iklim yang tidak menentu

Agrowisata Kebun Madu Efi yang berada di Puncak 2000 Siosar ini mempunyai kelemahan dengan perubahan iklim yang tidak menentu dikarenakan terletak pada daerah tinggi, hal ini berpengaruh pada produksi lebah madu, propolis dan juga taman bunga. Perubahan iklim yang tidak menentu ini menyebabkan penurunan pengunjung. Maka dengan ini perubahan iklim merupakan kelemahan internal pada Agrowisata Kebun Madu Efi.

c. Promosi yang belum Agresif atau Gencar

Agrowisata Kebun Madu Efi melakukan pemasaran melalui media online (facebook dan instagram), akan tetapi yang dipasarkan saat ini hanya mengenai taman bunga, panorama indah dan juga propolis. Hal ini menjadi kelemahan dikarenakan kurang banyaknya produk yang dipasarkan melalui media sosial dan juga sedikit nya kerja sama dengan media lain dalam

pemasaran usaha(hanya focus pada media sendiri).Dan pemasaran dilakukan dengan meletakkan banderol atau harga secara langsung.

d. Harga yang relative mahal

Agrowisata Kebun Madu Efi memiliki jarak yang jauh dengan pusat kota seperti Berastagi dan juga kota Medan, dengan jauhnya jarak akan lebih menarik perhatian konsumen dengan harga yang lebih murah. Tiket masuk untuk menikmati wisata Kebun Madu Efi adalah Rp. 15.000 untuk di Kabin Madu Efi dan Rp.20.000 pada Kebun Madu Efi. Penginapan yang tersedia di Kabin Madu Efi dengan harga Rp. 450.000 dengan kapasitas 2 orang, dan Glam ping dengan harga Rp. 600.00 dengan kapasitas 3-4 orang. Hal ini menyebabkan kurangnya minat pengunjung wisata untuk melakukan penginapan. Hal ini menjadikan kelemahan pada Agrowisata Kebun Madu Efi.

Analysis Lingkungan Eksternal Strategi “Agrowisata Kebun Madu Efi”

Analysis lingkungan eksternal Strategi “ Agrowisata Kebun Madu Efi” bertujuan untuk mengevaluasi keadaan serta kejadian yang berada di luar perusahaan/usaha. Analysis eksternal dilakukan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan, guna mengantisipasi ancaman yang ada dari luar perusahaan guna kelancaran usaha.

Identifikasi Peluang dan Ancaman

Tabel 9 .Peluang dan Ancaman “Agrowisata Kebun Madu Efi” berdasarkan faktor internal agrowisata.

	Peluang	Ancaman
Faktor Eksternal Agrowisata Kebun Madu Efi	a. Gaya hidup masyarakat (<i>back to nature</i>).	a. Adanya objek wisata lain di sekitar.
	b. Peluang investor untuk pengembangan SDA.	b. objek wisata lain yang mempunyai ciri khas.
	c. Teknologi yang semakin berkembang	c. Intensitas pesaing dalam usaha agrowisata yang tinggi.
	d. Jumlah pengunjung pada masa liburan.	d. Pandemi covid-19
	e. Sektor pariwisata yang berkembang dan diminati.	

Sumber : Data primer diolah Tahun 2020

Dari tabel 10 diatas maka dapat dilihat beberapa faktor eksternal Peluang dan Ancaman Agrowisata kebun Madu Efi sebagai berikut :

Peluang

a. Gaya hidup masyarakat (Back to nature)

Peluang yang dimiliki oleh agrowisata Madu Efi ini dapat dilihat dari banyaknya pemikiran masyarakat yang ingin hidup kembali dalam suasana yang lebih sejuk dan tenang. Hal ini lebih mendukung terhadap gaya/trend masyarakat perkotaan yang telah mengalami kejenuhan dengan rutinitas dan juga tatanan kota yang setiap hari dapat dilihat oleh masyarakat. Dengan adanya hal ini gaya hidup masyarakat dapat menjadi suatu peluang dalam faktor internal agrowisata Kebun Madu Efi.

b. Peluang investor untuk pengembangan SDA

Semakin meningkatnya minat wisata yang ada di Sumatera Utara, hal ini

menjadikan masyarakat baik secara individu maupun kelompok mempunyai untuk melakukan usaha atau investasi kepada pengembangan sumber daya alam. Hal ini dikarenakan dengan pemanfaatan sumber daya alam dapat dikembangkan menjadi suatu sumber yang menghasilkan baik secara daya guna maupun peningkatan ekonomi bagi pengusaha. Hal ini jelas membuat peluang bagi agrowisata baik Kebun Madu Efi atau pun wisata yang lain.

c. Teknologi yang semakin berkembang

Semakin berkembangnya teknologi pada saat ini menjadikan peluang terhadap sektor pariwisata, terutama agrowisata Kebun Madu Efi. Hal ini terlihat jelas dampaknya terutama pada sosial media dimana setiap orang mempunyai kemampuan untuk mengaksesnya. Dengan adanya teknologi ini membuat pemasaran terhadap wisata meningkat dengan menunjukkan keindahan alam dan kenyamanan yang ada pada wisata. Dimana orang-orang pada masa teknologi yang berkembang pesat ini menginginkan suatu hal yang baru dan fresh seperti objek foto dan wisata.

d. Jumlah pengunjung pada masa liburan

Tingginya minat masyarakat untuk bepergian(wisata) menjadikan tempat wisata seperti agrowisata ini memiliki pengunjung yang banyak. Hal ini didapatkan dari survey yang dilakukan bahwa pengunjung yang datang pada wisata terutama agrowisata Kebun Madu Efi adalah anak-anak, remaja, dewasa dan orang tua. Survey dilakukan pada hari biasa(selain hari libur) dan membuktikan bahwasanya pengunjung mengalami peningkatan terutama pada saat hari libur dikarenakan banyak nya kalangan masyarakat yang ingin melakukan refreshing guna meninggalkan kesibukan yang ada. Hal ini

membuat agrowisata memiliki peluang yang lebih besar dikarenakan tingginya minat masyarakat dalam berwisata.

e. Sektor pariwisata yang berkembang dan diminati

Meningkatnya minat masyarakat dan teknologi yang ada terhadap wisata untuk rekreasi membuat perkembangan objek wisata terus berkembang dengan pesat terutama pada agrowisata Kebun Madu Efi tersendiri, hal ini dibuktikan dari pengolahan sumber daya alam yang awalnya hanya digunakan untuk perkebunan jeruk dan madu hingga saat ini telah dikembangkan dengan adanya taman bunga, produk propolis dan glam ping guna memuaskan pengunjung yang ingin menikmati suasana yang nyaman dan sejuk dengan panorama indah secara langsung. Hal ini membuktikan bahwasanya sektor pariwisata yang semakin meningkat baik pengolahan wisata atau jumlah pariwisata.

Ancaman

a. Adanya objek wisata lain di sekitar

Objek wisata lain yang berada didekat agrowisata Kebun Madu Efi merupakan salah satu yang menjadi ancaman pelaku usaha agrowisata yaitu agrowisata Kebun Madu Efi, dimana objek wisata lain menawarkan berbagai fasilitas atau keunggulan yang sangat digemari oleh pengunjung seperti spot-spot foto yang kekinian dan membuat para pengunjung lebih tertarik pada wisata lainnya di bandingkan dengan agrowisata Kebun Madu Efi.

b. Perkembangan wisata lain yang mempunyai ciri khas

Tempat wisata yang saat ini ada menjadikan ancaman bagi agrowisata Kebun Madu Efi, dimana wisata lain mempunyai ciri khas dan brand

tersendiri yang dapat menjadikan daya tarik bagi pengunjung wisata, seperti halnya wisata taman bunga yang ada di Merek. Hal ini jelas menjadi ancaman bagi agrowisata Kebun Madu Efi yang saat ini mempunyai ciri khas madu sedangkan wisata lain mempunyai ciri khas atau keunggulan yang lebih dari satu.

c. Intensitas pesaing dalam usaha agrowisata yang tinggi

Semakin tingginya minat masyarakat terhadap objek wisata menjadikan banyak pelaku usaha untuk menyediakan objek wisata sebagai usaha dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan, hal ini didapati dari banyak wisata-wisata baru yang saat ini dibuka. Dengan banyaknya jumlah pesaing dalam bidang wisata menjadikan ancaman bagi agrowisata Kebun Madu Efi untuk mendapatkan pengunjung dan keuntungan bagi pengusaha.

d. Pandemi covid-19

Pandemi covid-19 menjadi ancaman serius bagi pemilik usaha maupun objek wisata lain dikarenakan terjadi penurunan jumlah pengunjung. Hal ini menjadi suatu ancaman yang tidak terduga pada saat ini, dikarenakan agrowisata Kebun Madu Efi adalah objek wisata terbuka dimana terdapat banyak pengunjung dari semua kalangan dan berbagai tempat. Hal ini jelas merugikan bagi pemilik usaha atau wisata dikarenakan terjadinya penurunan jumlah pengunjung yang berakibat kepada kerugian.

Dari penjelasan berbagai faktor internal dan eksternal Agrowisata Kebun Madu Efi maka dapat dilakukan penentuan kuadran SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 10 sebagai berikut :

Tabel 10. Matriks Faktor Internal dan Eksternal pada “Agrowisata Kebun Madu Efi”

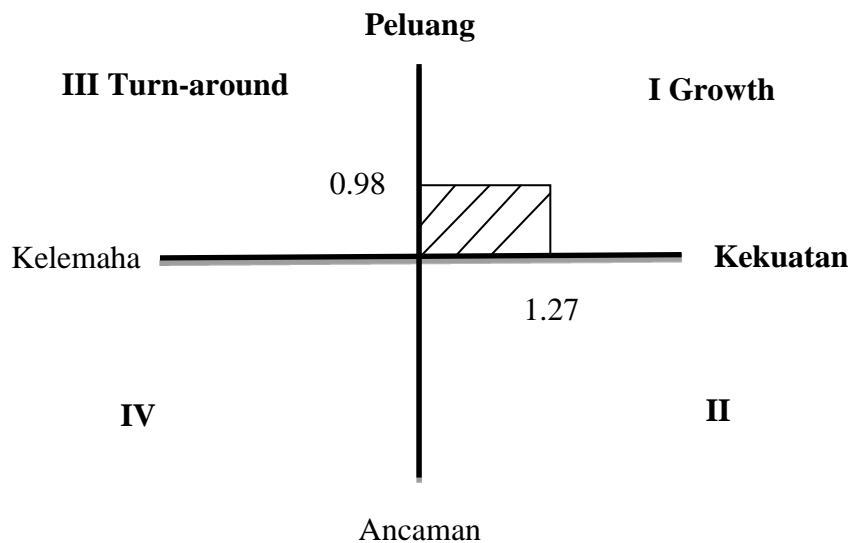
Faktor Internal	Bobot	Rating	Total
Kekuatan :			
Lokasi Strategis	0.13	3.30	0.42
Memiliki Panorama yang Indah	0.09	3.60	0.34
Memiliki Berbagai Wisata	0.11	3.35	0.38
Memiliki Produk Unggulan Madu dan Propolis	0.13	3.30	0.44
Kesuburan tanah yang bagus	0.15	3.48	0.52
Subtotal	0.62	17.03	2.10
Kelemahan :			
Akses Mencapai Lokasi	0.10	2.08	0.21
Perubahan Iklim yang tidak menentu	0.11	2.13	0.23
Promosi yang belum intensif	0.10	2.15	0.21
Harga yang relative mahal	0.07	2.40	0.18
Subtotal	0.38	8.76	0.83
TOTAL	1.00	25.79	2.93
Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Total
Peluang :			
Gaya hidup masyarakat (<i>back to nature</i>)	0.11	3.18	0.35
Peluang investor untuk pengembangan SDA	0.11	3.28	0.36
Teknologi yang semakin berkembang	0.11	3.25	0.36
Jumlah pengunjung pada masa liburan	0.10	3.45	0.36
Sektor pariwisata yang berkembang dan dimintai	0.11	3.43	0.38
Subtotal	0.55	16.59	1.81
Ancaman :			
Adanya objek wisata lain di sekitar	0.11	1.93	0.21
Perkembangan wisata lain yang mempunyai ciri khas	0.09	2.08	0.20
Intensitas pesaing dalam usaha agrowisata yang tinggi	0.14	1.83	0.25
Pandemi covid-19	0.11	1.90	0.21
Subtotal	0.45	7.74	0.87
TOTAL	1.00	24.33	2.68

Sumber : Data primer diolah Tahun 2020

Dari Tabel 10 diatas dapat dilihat bahwa faktor internal dengan skor tertinggi adalah Memiliki produk unggulan Madu Asli dan Propolis dengan skor 0.44 yang merupakan kekuatan pada “Agrowisata Kebun Madu Efi”. Kemudian kelemahan dengan skor tertinggi adalah Perubahan iklim yang tidak menentu

dengan skor 0.23. Sedangkan pada faktor eksternal pada peluang dengan skor tertinggi adalah Sektor pariwisata yang semakin berkembang dengan nilai skor 0.38. Dan skor tertinggi pada ancaman adalah Intensitas pesaing dalam usaha agrowisata yang tinggi dengan skor 0.25.

Dari hasil analisis dari Tabel 11 Matriks internal mempunyai nilai skor 2.93 dan pada matriks eksternal mempunyai nilai skor 2.68, selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci, kekuatan : 2.10, kelemahan : 0.83, peluang : 1.81, ancaman : 0.87. maka dengan ini diketahui nilai dari kekuatan diatas kelemahan dengan kelemahan mempunyai selisih (+) 1.27 dan nilai peluang diatas nilai ancaman dengan selisih (+) 0.98, dari identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam diagram analisis SWOT, dapat dilihat pada gambar 3 dibawah ini:



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

Dari gambar diatas dapat dilihat dengan jelas menunjukkan bahwa Agrowisata Kebun Mad Efi telah berada di jalur yang tepat dan menguntungkan. Dengan terus melakukan strategi pengembangan yang agresif (Growth) yang dapat meningkatkan dan berkembang usaha Agrowisata.

Formulasi Strategi Pengembangan Agrowisata Kebun Madu Efi

Berdasarkan dari hasil identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, 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 Kebun Madu Efi 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 Kebun Madu Efi dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Dalam analisis SWOT yang dibuat ini terdapat beberapa strategi yang efektif untuk dijalankan yang belum pernah dilakukan oleh Agrowisata Kebun Madu Efi. Perumusan alternatif strategi dibuat berdasarkan persetujuan dan wawancara dengan pengurus dan pengunjung Agrowisata Kebun Madu Efi, sehingga alternatif strategi yang dirumuskan dalam matriks SWOT merupakan alternatif strategi yang sesuai dengan kondisi usaha saat ini. Formulasi strategi dengan menggunakan matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Analisis SWOT Agrowisata Kebun Madu Efi

Faktor Internal	<p>Kekuatan (S) :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lokasi Strategis • Memiliki Panorama yang Indah • Memiliki Berbagai Wisata • Memiliki Produk Unggulan Madu • Kesuburan tanah yang bagus 	<p>Kelemahan (W) :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Akses Mencapai Lokasi • Perubahan Iklim yang tidak menentu • Promosi yang belum intensif • Harga yang relative mahal
<p>Faktor Eksternal</p> <p>Peluang (O) :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gaya hidup masyarakat (back to nature) • Peluang investor untuk pengembangan SDA • Teknologi yang semakin berkembang • Jumlah pengunjung pada masa liburan • Sektor pariwisata yang berkembang dan diminati 	<p>Strategi S-O :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan Pengembangan Produk dan wisata dengan memanfaatkan kualitas produk dan wisata yang bervariasi • Melakukan promosi secara kontinyu dengan pembuatan browser, banner serta pemanfaatan media sosial guna menunjukkan eksistensi agrowisata. • Melakukan pendidikan 	<p>Strategi W-O :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Optimalisasi Agrowisata dengan melakukan pengembangan serta ciri khas • Melakukan perbaikan infrastruktur dengan perbaikan sarana pada agrowisata

	<p>dan pembelajaran mengenai agrowisata dan budidaya peternakan lebah madu yang bertujuan untuk mengoptimalkan usaha</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan penjemputan terhadap pengunjung yang melakukan penginapan terhadap agrowisata Kebun Madu Efi 	
<p>Ancaman (T) :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adanya objek wisata lain di sekitar • Perkembangan wisata lain yang mempunyai ciri khas • Intensitas pesaing dalam usaha agrowisata yang tinggi • Pandemi covid-19 	<p>Strategi S-T :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan promosi secara kontinyu dengan pembuatan browser, banner serta pemanfaatan media sosial guna menunjukkan eksistensi agrowisata 	<p>Strategi W-T :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menawarkan potongan harga (discount) pada pemesanan produk atau fasilitas wisata • Memberikan rasa kenyamanan terhadap pengunjung atau konsumen (sikap ramah tamah) • Optimalisasi Agrowisata dengan melakukan pengembangan serta ciri khas

Dari Tabel 11 di atas terdapat alternatif alternatif strategi yang dapat dirumuskan berdasarkan hasil analisis SWOT tersebut. Keempat strategi tersebut

dibahas lebih jelas dibawah ini.

1. Strategi S-O (Strength-Opportunities)

Strategi S-O adalah strategi yang memanfaatkan apa yang dimiliki oleh perusahaan untuk dapat meraih peluang yang ada guna memaksimalkan keuntungan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Kekuatan yang menjadi pertimbangan dalam analisis strategi S-O adalah lokasi strategis, edukasi pada agrowisata, berbagai wisata yang ada, harga produk olahan makanan dan satu – satunya yang mempunyai produk madu asli. Sementara peluang yang dapat dimanfaatkan adalah pasar tersedia untuk hasil peternakan lebah, minat pengunjung pada agrowisata, dan permintaan masyarakat terhadap madu asli. Strategi S–O yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk Agrowisata Kebun Madu Efi adalah Melakukan Pengembangan Produk dan wisata dengan memanfaatkan kualitas produk dan wisata yang bervariasi dengan cara terus mengeksplorasi sumber daya alam yang menghasilkan suatu produk dan wisata/destinasi baru, melakukan inovasi produk madu (ukuran) dan rasa dari produk olahan yang sudah ada (makanan).

Terus melakukan promosi dengan cara mengedukasi konsumen melalui brosur/media cetak dan elektronik secara online. Kegiatan promosi dapat ditingkatkan dengan cara melakukan promosi di media cetak dengan mencantumkan harga produk serta memberikan promosi yang menarik Melakukan transaksi online dimana para konsumen dapat membeli produk olahan agrowisata seperti madu dan propolis tanpa harus datang langsung.

Melakukan pendidikan dan pembelajaran mengenai agrowisata dan

budidaya peternakan lebah madu yang bertujuan untuk mengoptimalkan usaha dengan tujuan mengoptimalkan usaha budidaya. Memberikan karyawan dan pengunjung untuk mengikuti pelatihan budidaya lebah madu dan juga pengelolaan agrowisata sehingga agrowisata Kebun Madu Efi dapat berkembang dan berjalan dengan baik.

2. Strategi W-O (Weakness – Opportunity)

Strategi W-O adalah strategi menggunakan peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki oleh agrowisata Kebun Madu Efi. Peluang yang dapat dimanfaatkan oleh agrowisata Kebun Madu Efi adalah Gaya hidup masyarakat yang ingin kembali kea lam, pasar tersedia untuk hasil budidaya peternakan lebah madu, minat pengunjung pada agrowisata, dan permintaan hasil budidaya ternak lebah madu dan propolis. Kelemahan yang perlu di atasi adalah kurangnya pemasaran produk olahan agrowisata Kebun Madu Efi seperti madu dan propolis yang menjadi ciri khas, infrastruktur pada agrowisata Kebun Madu Efi, iklim yang tidak dapat ditebak atau dapat berubah secara tiba-tiba, serta harga yang relative mahal. Strategi W-O yang dirumuskan dari analisis SWOT adalah Optimalisasi Agrowisata degan melakukan pengembangan serta ciri khas.

Melakukan perbaikan infrastruktur dengan menambahkan fasilitas – fasilitas menarik pada agrowisata. Menambah ikon – ikon yang menarik untuk dijadikan tempat selfie para pengunjung. Melakukan perbaikan akses jalan menuju agrowisata Kebun Madu Efi sehingga pengunjung dapat lebih mudah dan aman untuk masuk ke tempat pada agrowisata Kebun Madu Efi sehingga para pengunjung bisa menikmati keindahan alam yang indah dapat dinikmati

saat menuju agrowisata.

3. Strategi S-T (Strengths-Threats)

Strategi S-T adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh usaha untuk menghadapi ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Kekuatan yang digunakan dalam perumusan strategi S-T adalah lokasi strategis, edukasi pada agrowisata, panorama yang indah, memiliki berbagai wisata, memiliki produk unggulan yang merupakan ciri khas (madu). Serta ancaman yang harus dihadapi Agrowisata Kebun Madu Efi yaitu pesaing objek wisata lain di sekitar lokasi, perkembangan wisata lain yang mempunyai ciri khas, intensitas pesaing dalam usaha agrowisata yang tinggi serta Pandemi covid-19. Strategi S-T yang dirumuskan dari analisis SWOT untuk Agrowisata Kebun Madu Efi adalah melakukan promosi secara kontinyu dengan melakukan pembuatan browser, banner serta pemanfaatan media sosial guna menunjukkan eksistensi agrowisata. Dengan begitu dapat menutupi kelemahan dan juga anggapan terhadap pengunjung akan ancaman yang ada terhadap agrowisata tersebut.

4. Strategi W-T (Weakness-Threats)

Strategi W-T merupakan strategi meminimalkan kelemahan yang dimiliki oleh usaha untuk menghadapi ancaman yang akan dihadapi. Kelemahan yang harus di atasi oleh Agrowisata Kebun Madu Efi adalah kurangnya pemrasaran produk olahan agrowisata, infrastruktur pada agrowisata Kebun Madu Efi, promosi yang masih kurang gencar dan harga yang terbilang mahal. Ancaman yang harus dihindari Agrowisata Kebun Madu Efi adalah objek wisata lain, serta perkembangan agrowisata lain yang mempunyai ciri khas. Oleh karena

itu strategi W-T yang dilakukan dari matriks SWOT adalah menawarkan potongan harga (discount) setiap melakukan pembelian produk dari agrowisata dan juga pada penginapan yang berupa kabin dang glam ping.

Mempertahankan kualitas dan ciri khas produk agrowisata yang berupa madu asli dan juga propolis dengan menjadikannya kedalam beberapa kemasan yang berbeda (ukuran). Dan kualitas produk olahan agrowisata yang dihasilkan dan dapat menjaga ketersediaan produk agrowisata sehingga ciri khas produk tersebut tetap terjaga dan tersedia.

Menjaga kepercayaan karyawan/pegawai dengan pengunjung dengan sikap ramah dan terbuka, sehingga pengunjung merasa nyaman dan dapat menikmati agrowisata Kebun Madu Efi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

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

1. Potensi ekonomi yang dimiliki Agrowisata Kebun Madu Efi dapat dilihat dari bidang usaha yang dimiliki. Dapat dilihat bidang agrowisata dimana agrowisata Kebun Madu Efi melakukan pemanfaatan sumber daya alam dengan pembukaan lahan baru yang pada awalnya dianggap sebagai hutan atau kawasan tidak digunakan dan bekerja sama dengan UMKM setempat.
2. Berdasarkan hasil analisis internal Agrowisata Kebun Madu Efi terdapat lima kekuatan diantaranya lokasi strategis, memiliki panorama yang indah, memiliki berbagai wisata, memiliki produk unggulan madu, dan kesuburan tanah yang bagus. Dan kelemahan adalah kurangnya pemasaran produk olahan dan agrowisata, akses menuju lokasi, perubahan cuaca yang tidak menentu, dan harga yang relative mahal.
3. Berdasarkan hasil analisis lingkungan eksternal Agrowisata Kebun Madu Efi diperoleh peluang yaitu gaya hidup masyarakat (*back to nature*), peluang investor, jumlah pengunjung pada masa libur dan teknologi yang semakin berkembang. Ancaman yang terdapat pada Agrowisata Kebun Madu Efi adalah adanya objek wisata lain di sekitar dan mempunyai cirri khas, intensitas pesaing agrowisata dan pandemic covid-19 pada saat ini.
4. Berdasarkan Alternatif strategi Agrowisata Kebun Madu Efi yang dirumuskan dengan menilai faktor internal dan faktor eksternal kemudian

digunakan matriks SWOT maka menghasilkan alternatif strategi SO (Strength-Opportunity) yaitu :

- Melakukan Pengembangan Produk dan wisata dengan memanfaatkan kualitas produk dan wisata yang bervariasi.
- melakukan promosi secara kontinyu dengan pembuatan browser, banner serta pemanfaatan media sosial guna menunjukkan eksistensi agrowisata
- Melakukan pendidikan dan pembelajaran mengenai agrowisata dan budidaya peternakan lebah madu yang bertujuan untuk mengoptimalkan usaha.
- Optimalisasi Agrowisata dengan melakukan pengembangan serta ciri khas, melakukan perbaikan infrastruktur dengan perbaikan sarana pada agrowisata.
- Melakukan penjemputan terhadap pengunjung yang melakukan penginapan terhadap Agrowisata Kebun Madu Efi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat dilihat bahwa pengembangan sangat penting pengaruhnya dalam suatu Agrowisata. Karena itu saran yang dapat diberikan untuk Agrowisata Kebun Madu Efi sebagai berikut :

1. Meningkatkan kegiatan pemasarannya dengan prioritas alternatif strategi yang ada pada penelitian ini (dirumuskan).
2. Menggencarkan kegiatan pemasaran dan pengenalan agrowisata Kebun Madu Efi kepada masyarakat sesuai prioritas alternatif strategi yang ada pada penelitian ini (dirumuskan).

3. Menerapkan alternatif strategi yang dirumuskan dan dikenalkan kepada masyarakat agar alternatif tersebut dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Jazuli, S. 2016. Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan pada BMT-El Syifa Ciganjur. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Khair, dkk. 2016. Manajemen Strategi. UMSU Press.Medan.
- Masta, Hermawati, 2006. Analisis manajemen Strategi PT. Anggrek Persada Indah dalam menghadapi Persaingan bisnis Anggrek Dendrobium (Skripsi). Bogor Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Nadhiroh, A. 2017. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif pada Agrowisata di Wisata Tengah Sawah Desa Gubug Kabupaten Grobogan. Program Studi Ekonomi Syariah. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus.
- Nurisyah, S. 2001. Pengembangan Kawasan Wisata Agro. . Program Studi Arsitektur Lanskap. Jurusan Budidaya Pertanian. Fakultas Pertanian. IPB. Bogor, No. IV. Hlm. 20-23
- Rangkuti, Freddy. 2014. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Grammedia Pustaka Utama Kompas Grammedia Building.
- Sanjaya, I Gede Arya., Cocorda, G.A.S., dan I Nyoman, G.A., 2013. Studi Potensi Subak Renon di Denpasar Selatan untuk Pengembangan Agrowisata. Vol. 2 No.1. Januari 2013.
- Siregar, Gustina, and Lena Wati. "Strategi Pengembangan Usaha Tahu Rumah Tangga." *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian* 19.1 (2015).
- Suyastiri, Ni Made. 2012. Pemberdayaan Subak melalui "Green Tourism" Mendukung Keberlanjutan Pembangunan Pertanian di Bali. Vol.8 No.2 Februari 2012. Hlm.168-173.
- Utama, I. G. B. R., & Junaedi, I. W. R. (2015). Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia:: Solusi Masif Pengentasan Kemiskinan. Dee publish.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA KEBUN MADU EFI {STUDI KASUS : KEBUN MADU EFI, PERBUKITAN PUNCAK 2000 SIOSAR KM. 13, KABANJAHE, SUMATERA UTARA)

Kepada Yth :

Bapak/Ibu/Saudara/i

Di

Tempat

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fathul Umam Fauzi

NPM : 1604300059

Jurusan : Agribisnis/Fakultas Pertanian

Instansi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Bersamaan dengan surat ini saya memohon maaf karena telah mengganggu kesibukan bapak/ibu/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 kerja sama dari bapak/ibu/saudara/I saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Kuesioner Penelitian

A. Karakteristik Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pendidikan :

Pekerjaan :

Status :

Jumlah Tanggungan :

B. Petunjuk Pengisian

1. Sebelum mengisi jawaban tersebut saya berharap ketersediaan bapak/ibu/saudara/I untuk membaca terlebih dahulu pertanyaan-pertanyaan ini.
2. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dengan tanda (√) pada kolom yang tersedia.
3. Keterangan Pilihan :

SS	: Sangat Setuju	(4)
S	: Setuju	(3)
TS	: Tidak Setuju	(2)
STS	: Sangat Tidak Setuju	(1)

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

TUJUAN KUISIONER PENELITIAN

Analisis Matriks IFAS (Internal factor Analysis Summery)

PERTANYAAN		JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
KEKUATAN (STRENGHT)					
1	Lokasi Strategis				
2	Memiliki Panorama yang indah				
3	Memiliki Berbagai fasilitas				
4	Memiliki Produk Unggulan Madu dan Propolis				
5	Kesuburan Tanah yang bagus/lingkungan yang asri				

KELEMAHAN (WEAKNESS)					
1	Akses mencapai lokasi wisata				

2	Perubahan Iklim yang tidak menentu				
3	Promosi yang belum intensif atau gencar				
4	Harga yang relative mahal				

Analysis Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summery)

PERTANYAAN		JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
PELUANG (OPPORTUNITIES)					
1	Gaya Hidup masyarakat (<i>Back to nature</i>)				
2	Peluang bagi investor untuk pengembangan sumber daya alam				
3	Teknologi yang semakin berkembang				
4	Tingkat jumlah pengunjung pada musim libur				
5	Sektor pariwisata yang semakin diminati dan berkembang				
ANCAMAN (THREATS)					
1	Adanya objek wisata lain di sekitar				
2	Kondisi Iklim yang tidak menentu				
3	Perkembangan agrowisata lain yang mempunyai ciri khas				
4	Intensitas persaingan dalam usaha agrowisata yang tinggi				

- Pemberian nilai rating terhadap faktor internal dan eksternal Agrowisata Kebun Madu Efi

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 bagaimana faktor kekuatan tersebut mempengaruhi kondisi Agrowisata Kebun Madu Efi.

Kekuatan	4	3	2	1
a. Lokasi Strategis				
b. Memiliki Panorama yang indah				
c. Memiliki berbagai Fasilitas				
d. Memiliki Produk Unggulan Madu				
e. Kesuburan Tanah yang bagus/lingkungan				

- Pemberian nilai rating terhadap kelemahan Agrowisata Kebun Madu Efi menurut bapak/ibu bagaimana kelemahan tersebut mempengaruhi Agrowisata Kebun Madu Efi.

Kelemahan	1	2	3	4
a. Akses mencapai Lokasi Wisata				
b. Perubahan Iklim yang tidak menentu				
c. Promosi yang belum intensif dan gencar				
d. Harga yang relative mahal				

- Pemberian nilai rating terhadap peluang Agrowisata Kebun Madu Efi menurut bapak/ibu bagaimana peluang tersebut mempengaruhi Agrowisata Kebun Madu Efi

Peluang	4	3	2	1
a. Gaya hidup masyarakat (<i>back to nature</i>)				
b. Peluang bagi investor untuk pengembangan sumber daya alam				
c. Dukungan dari Pemerintah				
d. Jumlah tingkat Pengunjung pada masa libur				
e. Sektor pariwisata yang diminati dan semakin berkembang				

- Pemberian nilai rating terhadap ancaman Agrowisata Kebun Madu Efi menurut bapak/ibu bagaimana ancaman tersebut mempengaruhi Agrowisata Kebun Madu Efi.

Ancaman	1	2	3	4
a. Adanya objek wisata lain di sekitar				
b. Kondisi Iklim yang tidak menentu				
c. Perkembangan agrowisata lain yang mempunyai ciri khas				
d. Intensitas persaingan dalam usaha agrowisata yang tinggi				

.....,.....,2020

(.....)

Saya ucapkan terima kasih yang sebenar-benarnya atas kerja sama dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/I dalam pengisian kuesioner penelitian ini. Semoga bermanfaat.

Lampiran 2. Penentuan bobot strategi internal dan eksternal SWOT

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 horizontal kurang penting daripada indikator vertikal

2 : jika indikator horizontal sama penting dibandingkan indikator vertikal

3 : jika indikator horizontal lebih penting dibanding indikator vertical

Pembobotan geometris faktor internal Agrowisata Kebun Madu Efi

HASIL RATA-RATA PERHITUNGAN NILAI GEOMETRIS IFAS									
	A	B	C	D	E	F	G	H	I
A	1.00	0.89	1.43	1.01	1.01	1.44	1.53	1.63	2.06
B	1.69	1.00	0.65	0.62	0.47	1.06	1.00	0.90	1.43
C	0.79	1.95	1.00	0.68	1.09	1.18	1.33	1.18	1.48
D	1.28	1.83	1.78	1.00	1.09	1.33	1.21	1.43	1.60
E	1.28	2.20	1.13	1.29	1.00	1.80	2.00	1.28	2.00
F	1.11	1.30	1.18	0.99	0.60	1.00	0.86	0.91	1.40
G	0.89	1.30	0.99	1.18	0.57	1.33	1.00	1.35	1.60
H	0.69	1.48	1.21	0.69	0.98	1.20	0.76	1.00	1.13
I	0.50	0.79	0.91	0.59	0.50	0.71	0.70	1.31	1.00
TOTAL	9.21	12.73	10.26	8.03	7.30	11.04	10.39	10.97	13.69

- A. Lokasi Strategis
- B. Memiliki Panorama yang Indah
- C. Memiliki Berbagai Wisata
- D. Memiliki Produk Unggulan Madu
- E. Kesuburan tanah yang bagus

- F. Akses Mencapai Lokasi
- G. Perubahan Iklim yang tidak menentu
- H. Promosi yang belum intensif
- I. Harga yang relative mahal

Pembobotan Normalisasi faktor internal Agrowisata Kebun Madu Efi

NORMALISASI FAKTOR INTERNAL IFAS										RATA - RATA
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	
A	0.11	0.07	0.14	0.13	0.14	0.13	0.15	0.15	0.15	0.13
B	0.18	0.08	0.06	0.08	0.06	0.10	0.10	0.08	0.10	0.09
C	0.09	0.15	0.10	0.08	0.15	0.11	0.13	0.11	0.11	0.11
D	0.14	0.14	0.17	0.12	0.15	0.12	0.12	0.13	0.12	0.13
E	0.14	0.17	0.11	0.16	0.14	0.16	0.19	0.12	0.15	0.15
F	0.12	0.10	0.11	0.12	0.08	0.09	0.08	0.08	0.10	0.10
G	0.10	0.10	0.10	0.15	0.08	0.12	0.10	0.12	0.12	0.11
H	0.07	0.12	0.12	0.09	0.13	0.11	0.07	0.09	0.08	0.10
I	0.05	0.06	0.09	0.07	0.07	0.06	0.07	0.12	0.07	0.07
TOTAL	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

Pembobotan geometris faktor eksternal Agrowisata Kebun Madu Efi

HASIL RATA-RATA PERHITUNGAN NILAI GEOMETRIS EFAS									
	A	B	C	D	E	F	G	H	I
A	1.00	1.53	0.80	0.81	1.21	1.03	0.81	0.91	0.91
B	1.63	1.00	1.14	0.80	0.53	1.08	0.84	0.89	0.95
C	0.79	1.31	1.00	1.44	0.80	0.90	1.16	0.70	1.09
D	0.83	1.28	0.80	1.00	1.01	0.79	1.08	0.64	1.15
E	1.21	1.04	1.04	0.99	1.00	0.78	0.80	0.78	1.54
F	0.81	0.99	1.15	1.06	1.06	1.00	1.08	0.73	0.94
G	0.53	0.64	0.98	0.73	0.66	1.08	1.00	0.93	1.21
H	1.01	1.24	1.46	1.34	1.35	1.43	1.35	1.00	1.21
I	0.65	0.80	1.24	0.89	0.84	1.35	1.01	1.41	1.00
TOTAL	8.45	9.81	9.60	9.05	8.46	9.41	9.13	7.97	10.00

- A. Gaya hidup masyarakat (back to nature)

Lampiran 4. Karakteristik Sampel (Responden)

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Status	Jumlah Tanggungan
1	Jessica	Perempuan	22 Tahun	S1	Mahasiswa	Belum Menikah	0
2	Selly Khairunnisa	Perempuan	22 Tahun	S1	Mahasiswa	Belum Menikah	0
3	M. Gani	Laki-laki	18 Tahun	SMA	Pelajar	Belum Menikah	0
4	Sani Mediatama Putra	Laki-laki	22 Tahun	SMA	Wiraswasta	Belum Menikah	0
5	Kesuma Dwi Tatri	Perempuan	17 Tahun	SMA	Pelajar	Belum Menikah	0
6	Cindy Permata Sari	Perempuan	17 Tahun	SMA	Pelajar	Belum Menikah	0
7	Harri Dwi aditya	Laki-laki	22 Tahun	S1	Mahasiswa	Belum Menikah	0
8	Misbah el. Adwiyah	Perempuan	22 Tahun	SLTA	Wiraswasta	Belum Menikah	0
9	Lailatus Shifa	Perempuan	18 Tahun	SLTA	Wiraswasta	Belum Menikah	0
10	Novita Nurul sany	Perempuan	23 Tahun	S1	Guru	Belum Menikah	0
11	Rahmat Hidayat	Laki-laki	28 Tahun	SMA	Wiraswasta	Belum Menikah	0
12	Abrar Tanjung	Laki-laki	30 Tahun	SMK	Wiraswasta	Belum Menikah	0
13	Cika Tanjung	Perempuan	24 Tahun	S1	Mahasiswa	Belum Menikah	0
14	Agus Riana	Perempuan	31 Tahun	SMA	Mahasiswa	Belum Menikah	2
15	Mia Nazwi	Perempuan	22 Tahun	S1	Ibu rumah Tangga	Menikah	0
16	Naurah Salsablia	Perempuan	18 Tahun	S1	Mahasiswa	Belum Menikah	0
17	Andre Prayoga	Laki-laki	22 Tahun	S1	Mahasiswa	Belum Menikah	0
18	Pujianti	Perempuan	22 Tahun	S1	Mahasiswa	Belum Menikah	0
19	M. Iqbal	Laki-laki	20 Tahun		PT. Indah Cargo	Belum Menikah	0
20	Nadhah Wianti	Perempuan	21 Tahun			Belum Menikah	0
21	Resha	Perempuan	24 Tahun	SMA	Pegawai Swasta	Belum Menikah	0
22	Nur Widya Ningsih	Perempuan	22 Tahun	S1	Mahasiswa	Belum Menikah	0
23	Eli Damayanti	Perempuan	30 Tahun	SMA	Ibu rumah Tangga	Menikah	3
24	Anggi Anggara	Laki-laki	23 Tahun	SMA	Wiraswasta	Menikah	1
25	Vinka Pratiwi	Perempuan	19 Tahun		Wiraswasta	Menikah	1
26	Brian Targan	Laki-laki	22 Tahun	S1	Mahasiswa	Belum Menikah	0
27	Lia Tika Purba	Perempuan	22 Tahun	D3	Pegawai Swasta	Belum Menikah	0
28	Tiara Syahfiri	Perempuan	15 Tahun	SMA	Pelajar	Belum Menikah	0
29	Dwi Salsablia	Perempuan	14 Tahun	MTS	Pelajar	Belum Menikah	0
30	Ellia Elisabet	Perempuan	23 Tahun	S1	Mahasiswa	Belum Menikah	0
31	Nicken	Perempuan	22 Tahun	D3	Mahasiswa	Belum Menikah	0
32	Yuri	Laki-laki	22 Tahun	D3	Wiraswasta	Menikah	1
33	Eriro	Laki-laki	20 Tahun	D3	Mahasiswa	Belum Menikah	0
34	John Michael	Laki-laki	20 Tahun	S1	Mahasiswa	Belum Menikah	0
35	Obinzaro Matwew putra Zega	Laki-laki	23 Tahun	S1	Mahasiswa	Belum Menikah	0
36	Darwin Duha	Laki-laki	17 Tahun	S1	Merchandiser	Belum Menikah	0
37	Jeni	Perempuan	22 Tahun	S1	Finance	Belum Menikah	0
38	Aulia Khusnul Arif	Laki-laki	17 Tahun	SMA	Pelajar	Belum Menikah	0
39	Haat Nuri Akmal Fajri	Laki-laki	23 Tahun	S1	Mahasiswa	Belum Menikah	0
40	Rafli Dwi Nurrahman	Laki-laki	23 Tahun	S1	Wiraswasta	Belum Menikah	0