

STRATEGI PENGEMBANGAN MANAJEMEN AGROWISATA GUNUNGSARI KOPENG

Maria Damai Milleni Rosari Leisubun*, Damara Dinda Nirmalasari Zebua

Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga

Email: 522018042@student.uksw.edu, damaradinda.zebua@uksw.edu

Abstrak

Sektor pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan suatu negara. Hal ini menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan untuk masyarakat yang ingin mengembangkan pariwisata, salah satu jenis pariwisata yang berkembang saat ini adalah agrowisata. agrowisata merupakan jenis wisata yang menyajikan keindahan daerah sektor pertanian yang didalamnya diajarkan cara mengelola sektor pertanian. Salah satu daerah destinasi wisata yang ingin dikembangkan yaitu Agrowisata Gunungsari Kopeng yang dimiliki oleh Bapak Slamet Buang. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui (1) mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki Gunungsari dan (2) merumuskan dan menyusun strategi pengelolaan yang tepat bagi agrowisata Gunungsari kopeng. Penelitian ini dilakukan pada bulan september sampai oktober 2022. Responden yang dipilih yaitu Bapak Slamet Buang sebagai key informant, Irfanianto sebagai informant 1, dan Mahmuda Alfitria sebagai informant 2. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Dari hasil penelitian ini mendapatkan nilai IFAS sebesar 0,34 dan EFAS sebesar 1,05 menunjukkan Strategi pengembangan manajemen Agrowisata Gunungsari Kopeng adalah kuadran I yaitu Progresif (Tumbuh dan Berkembang). Agrowisata Gunungsari menggunakan strategi SO (Strength-Opportunities), yaitu mempunyai Lokasi mendukung dan strategis serta promosi yang baik. Dengan adanya strategi tersebut Agrowisata Gunungsari juga harus memperhatikan kurangnya ketersediaan air dan memperbaiki sistem pengelolaan keuangan dan manajemen serta mencari tahu apa yang membuat kekecewaan terhadap pelanggan Agrowisata, dengan demikian Agrowisata Gunungsari akan tumbuh dan berkembang.

Kata kunci: Agrowisata, Gunungsari, Kopeng, Strategi Pengembangan, SWOT.

Abstract

The tourism sector is a source of income for a country. This is an opportunity that can be exploited by people who want to develop tourism, one type of tourism that is currently developing is agro-tourism. Agro-tourism is a type of tourism the presents the beauty of the agricultural sector in which it is taught how to manage the agricultural sector. One of the tourist destinations that wants to be developed is Gunungsari Kopeng Agrotourism which is owned by Mr. Slamet Buang. The purpose of this study was to find out (1) know the strengths, weaknesses, opportunities and

How to cite:	Maria Damai Milleni Rosari Leisubun, Damara Dinda Nirmalasari Zebua (2023) Strategi Pengembangan Manajemen Agrowisata Gunungsari Kopeng, (8) 12 https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v8i12
E-ISSN:	2548-1398
Published by:	Ridwan Institute

threats that Gunungsari has and (2) to formulate and develop appropriate management strategies for Gunung Sari Kopeng agro-tourism. This research was conducted from September to October 2022. The respondents selected were Mr. Slamet Buang as key informant, Irfanianto as informant 1, and Mahmuda Alfitria as informant 2. This study used SWOT analysis. From the results of this study obtained an IFAS value of 0.34 and an EFAS of 1.05 indicating that the management development strategy for Gunungsari Kopeng agro-tourism is quadrant I, namely Progressive (Growing and Developing). Gunung Sari Agrotourism uses the SO (Strength-Opportunities) strategy, namely having a supportive and strategic location and good promotion. With this strategy, Gunung Sari Agrotourism must also pay attention to the lack of water availability and improve the financial and management management system and find out what makes Agrotourism customers disappointed, thus Gunung Sari Agrotourism will grow and develop

Keyword: Agrotourism, Gunungsari, Kopeng, Development Strategy, SWOT

Pendahuluan

Sektor pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan di suatu negara, termasuk di Indonesia (Yakup, 2019). Kebutuhan jasa akan pariwisata pada masyarakat semakin meningkat seiring dengan peningkatan pendapatan (Khasanah, 2023). Agrowisata dapat menjadi alternatif wisata yang memberikan banyak manfaat kepada masyarakat luas (Atiko, Sudrajat, & Nasionalita, 2016). Agrowisata menjadi salah satu alternatif wisata yang memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi, serta pengelolaan sumber daya yang memperhatikan kelestarian alam (Yuwanti, Mansur, & Hariyadi, 2021).

Menurut Arini (2017) Agrowisata atau agrotourism juga dapat diartikan sebagai pengembangan industri wisata alam yang bertumpu pada pembudidayaan kekayaan alam. Hal ini di perkuat oleh pendapat Astuti (2017) bahwa agrowisata dipandang sebagai suatu konsep dan merupakan produk baru bagi pariwisata yang dapat dijadikan sebagai pariwisata alternatif dan sebagai langkah alternatif pengganti dalam menetralsir dampak dari kegiatan kepariwisataan.

Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa agrowisata merupakan suatu alternatif pariwisata yang memanfaatkan sumber daya alam di dalam aktivitasnya, agrowisata juga berperan sebagai jasa penyedia wisata edukasi yang memberi pemahaman mengenai proses usaha tani mulai dari penanaman, perawatan, panen bahkan sampai pemasaran dan pengolahan sehingga mampu meningkatkan nilai tambah dari sumber daya yang ada dan mampu meningkatkan pendapatan para petani (Bonita, 2016);(Risnayanti & Hanifa, 2020).

Mengembangkan agrowisata memerlukan berbagai faktor yang mendukung yaitu lingkungan internal dan eksternal, meliputi: kelemahan, kekuatan, ancaman dan peluang yang ada di agrowisata. Perlu adanya suatu strategi agar faktor-faktor tersebut dapat dikendalikan dengan baik sehingga praktik agrowisata pada akhirnya akan memberikan manfaat sebagaimana mestinya (Pakpahan, 2018). Gumelar, dkk (2018), menyatakan bahwa upaya pengembangan agrowisata pedesaan yang memanfaatkan potensi pertanian,

dan melibatkan masyarakat pedesaan, dapat berfungsi sebagai pemberdayaan masyarakat selaras dengan pemberdayaan masyarakat berbasis pariwisata (communitybased tourism).

Pemberdayaan masyarakat yang dimaksud adalah peran masyarakat dengan memberikan aspirasi selaras dengan pendayagunaan potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang dimilikinya (Nurhayati, 2019);(Hasan & Azis, 2018). Pemanfaatan Potensi wilayah di beberapa agrowisata di Desa Kopeng belum maksimal sehingga agrowisata menjadi terbengkalai dan tidak terawat. Agrowisata tersebut dan mengakibatkan terjadinya penurunan peminatan pengunjung.

Hal ini berimbas pada ketidaktertarikan wisatawan untuk mengunjungi Hal ini dialami oleh salah satu agrowisata di Desa Kopeng Agrowisata Gunungsari Kopeng diperkuat oleh pernyataan Widiyanto, (2015) menyebutkan bahwa persepsi wisatawan terhadap kualitas daya tarik menentukan minat berkunjung wisatawan. Berdasarkan hasil survei awal peneliti ke lapangan, agrowisata ini belum mampu mengemas informasi seputar agrowisata, mengelola tata ruang dan manajemen agrowisata tersebut dengan baik.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menggali dan mengetahui kekuatan (strengths), peluang (opportunities), kelemahan (weakness) dan ancaman (treats) yang dimiliki agrowisata sehingga peneliti dapat membantu membuat strategi agar Agrowisata Gunungsari dapat terjaga eksistensinya dan kembali diminati oleh para wisatawan baik domestik maupun mancanegara.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan desain deskriptif. Dalam menentukan informan penelitian, peneliti menggunakan purposive sampling untuk menentukan informant dan key informant, dimana menurut Saharsaputra (2012) tahap awal dalam menentukan key informant (informan kunci) adalah mencari orang yang dipandang mengetahui masalah yang ingin diteliti. Penelitian ini dilaksanakan di Agrowisata Gunungsari, Desa Kopeng, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang yang akan dilaksanakan pada bulan Mei sampai dengan Agustus 2022.

Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara “purposive” yaitu lokasi ditentukan secara sengaja dengan pertimbangan tertentu. Informasi diperoleh melalui wawancara secara langsung dengan informan. Informan yang dipilih yaitu Bapak Slamet Buang sebagai key informant, Irfianto sebagai informant 1, dan Mahmuda Alfitria sebagai informant 2. Metode analisis data menggunakan analisis data reduksi data. Penyajian data, penarikan kesimpulan, tahap input data yang terdiri dari IFAS dan EFAS.

Analisis IFAS

Analisis internal dilakukan untuk mendapatkan faktor kekuatan yang akan digunakan dan faktor kelemahan yang akan diantisipasi. Dalam mengevaluasi faktor tersebut digunakan matriks IFAS. Penentuan faktor internal dilakukan sebelum membuat matriks IFAS. berikut merupakan contoh tabel matriks IFAS:

Tabel 1 Matriks IFAS

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor Total
Kekuatan (<i>strengths</i>)			
Kelemahan (<i>weakness</i>)			
Total	1,00		

Analisis EFAS

Analisis eksternal dilakukan untuk mengembangkan faktor peluang yang dimanfaatkan dan faktor ancaman yang dihindari. Berikut tabel input data pada EFAS:

Tabel 2 Matriks EFAS

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor Total
Peluang (<i>opportunities</i>)			
Ancaman (<i>threats</i>)			
Total	1,00		

Tabel 3 Penilaian Bobot Matriks IFAS dan EFAS

FSI/FSE	A	B	C	Total	Bobot
A	■				
B		■			
C			■		
Total					

Matriks SWOT

Tabel 4 Matriks SWOT

Internal eksternal	Kekuatan (<i>Strengths-S</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses-W</i>)
Peluang (<i>Opportunities-O</i>)	Strategi S-O Memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang perusahaan yang ada	Strategi W-O Meminimalisir kelemahan perusahaan dengan cara memanfaatkan peluang perusahaan yang ada
Ancaman (<i>Threats-T</i>)	Strategi S-T Memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk mengatasi dampak dari ancamanyang dihadapi perusahaan	Strategi W-T Menciptakan strategi untuk mengurangi kelemahan perusahaan dan mengatasi ancaman yang dihadapi perusahaan

Sumber: Wasistiono, dkk (2007)

Kuadran Posisi SWOT

Dalam menentukan posisi perusahaan yang sebenarnya dari IFAS dan EFAS maka rumus yang dipakai untuk menentukan Matrix IFAS dan EFAS yaitu sbegai berikut: Penentuan IFAS diketahui dengan posisi sumbu X yaitu dengan rumus:

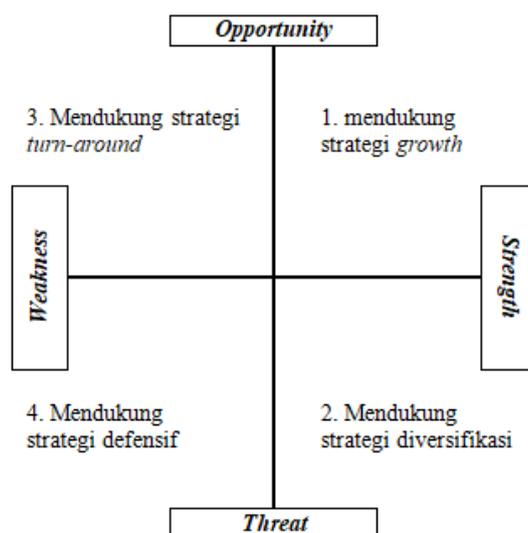
$$X = \text{Total Kekuatan} - \text{Total Kelemahan}$$

Sedangkan untuk penentuan rumus matrix EFAS dapat diketahui pada sumbu Y dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = \text{Total Peluang} - \text{Total Ancaman}$$

Hasil yang telah didapat melalui analisis pada tabel matriks faktor strategi internal dan faktor eksternal selanjutnya dipetakan pada matriks posisi dengan cara: 1) Sumbu horizontal (x) menunjukkan faktor internal kekuatan dan kelemahan, serta sumbu vertikal (y) menunjukkan faktor eksternal peluang dan ancaman. 2) Posisi perusahaan ditentukan dengan hasil sebagai berikut:

Jika peluang lebih besar daripada ancaman maka nilainya $y > 0$ dan sebaliknya jika ancaman lebih besar dari pada peluang maka nilainya $y < 0$. Jika kekuatan lebih besar daripada kelemahan maka nilai $x > 0$ dan sebaliknya jika kelemahan lebih besar dari pada kekuatan maka nilai $x < 0$.



Gambar 1 Kuadran SWOT Faktor Strategi Internal dan Faktor Eksternal
Sumber: Rangkuti, 2017

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum Agrowisata Gunungsari

Agrowisata ini di bangun sejak tahun 2017 oleh Pak Slamet Buang warga Dusun Plalar, Desa Kopeng, Kecamatan Getasan yang berawal dari petani hortikultura sejak tahun 2007 dengan sistem kontrak pada lahan yang sama dengan lokasi agrowisata saat ini. Lahan tersebut kemudian dibelinya secara bertahap mulai tahun 2011 sampai 2018.

Awalnya sang pemilik hanya berniat untuk menanam komoditas jambu biji dikarenakan sulitnya mendapat pasokan air, namun setelah jambu berumur 1,5 tahun Pak Slamet melihat potensi pemandangan dari ketinggian yang mengarah ke arah bawah dengan objek Kopeng, Rawa Pening, Gunung Merbabu, Gunung Telomoyo, Gunung

Andong Dan Kota Salatiga Pak Slamet berkeinginan untuk mengembangkannya menjadi sebuah objek wisata.

Bermodal lahan jambu yang tertata rapi diantara pemandangan yang indah, pak Slamet berinisiatif membangun menara pandang berdasar bahan bambu dan kayu sebagai daya tarik awal wisatawan. Pada bulan Desember 2017 secara resmi Agrowisata ini dibuka dengan total luas dua hektar. Slamet Buang mendirikan dan mengelola Agrowisata ini bersama Keluarga, Saudara, dan Masyarakat sekitar.

Operasional Agrowisata dibuka mulai pukul 07.00 WIB sampai 18.00 WIB, dengan harga tiket Rp. 25.000.00, - fasilitas yang dapat dinikmati wisatawan adalah kebun jambu (gratis makan jambu di lokasi), spot foto menara pandang gratis, amfiteater terbuka gratis untuk personal dan disewakan untuk acara, taman bunga, warung tradisional yang dapat disewa untuk kegiatan indoor dengan kapasitas 100 orang.

Agrowisata ini terdapat tiga spot foto berbahan dasar bambu di area wisata yaitu menara pandang dan dua jembatan yang dibangun untuk memaksimalkan spot pengambilan gambar untuk wisatawan. Jembatan atas menjadi tempat spot foto dengan latar belakang Gunung Merbabu, jembatan bawah menyajikan pemandangan Gunung Telomoyo Dan Andong beserta keindahan landskap Desa Kopeng, serta Gardu pandang yang tinggi yang dibuat seperti menara yang memperlihatkan semua pemandangan yang ada di sekitar Agrowisata.

Spot wisata yang menjadi favorite wisatawan selanjutnya adalah amfiteater dengan pemandangan langsung menuju ke arah bawah dengan objek Kopeng, Rawa Pening, Gunung Telomoyo, Gunung Andong Dan Kota Salatiga, amfiteater terbuka ini dilengkapi tempat duduk bertingkat dengan tanaman rumput jepang (*Zoysia Matrella*) diantara sela tingkat antara tempat duduk. Berbagai pertunjukan hiburan cocok diselenggarakan di amfiteater ini seperti pertunjukan konser musik, teater, drama, dan sebagainya.

Spot ini juga digemari banyak pengunjung saat ingin berkemah pada malam hari, pemandangan pada malam hari menjadi daya tarik dikarenakan pemandangan city light Kopeng dan Salatiga yang begitu indah. Agrowisata juga menyediakan mushola yang terletak di belakang restaurant dan toilet serta rumah makan dengan arsitektur bahan dasar bambu dan kayu samping menara pandang yang dapat menampung ± 100 orang pengunjung. Menu yang disajikan dari pengelola adalah menu nusantara yaitu gado-gado, mie goreng, ayam saus padang, dan lainnya dengan harga Rp. 10.000-30.000.00, - /Porsi.

Selain itu rumah makan juga menyediakan aneka minuman seperti wedang ronde, kopi, jus jambu dan sebagainya dengan harga mulai dari Rp. 5.000-15.000.00,-/gelas. Untuk wisatawan dalam kelompok besar yang menginginkan paket menu seperti paket prasmanan pengelola menyediakan mulai dari harga Rp. 45.000/orang (sudah termasuk HTM) dan paket nasi box mulai dari Rp.25.000/orang.

Wisatawan juga dapat mencari informasi Agrowisata Gunung Sari kopeng dengan mudah dengan mengakses website www.agrowisatakopeng.com, Google my Business, media sosial seperti instagram dan facebook dengan nama @agrowisata.kopeng kedepannya pengelola berencana melengkapi destinasi dengan Home Stay, Ruang

pertemuan dan fasilitas lainnya yang bersifat natural mengingat banyak wisatawan perkotaan saat ini yang merindukan wisata alam tradisional yang selalu kreatif untuk menambah daya tarik wisata.

Identifikasi Faktor Internal

Analisis Matrix Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Perhitungan matrix IFAS adalah penjumlahan semua dari jawaban responden faktor internal yaitu faktor kekuatan dan kelemahan, dalam melakukan perhitungan terdapat tingkat signifikan dalam perhitungan sebagai berikut:

Tabel 5 Tabel Analisis Matrix *Internal Factor analysis summary* (IFAS)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (<i>Strength</i>)			
Lokasi mendukung dan strategis untuk pengembangan Agrowisata Gunung Sari Kopeng.	0,12	4	0,49
Harga terjangkau dengan pemandangan yang dinikmati.	0,12	3	0,40
Dapat memetik dan menikmati buah secara bebas.	0,10	4	0,37
Kebersihan agrowisata	0,11	3	0,34
Total			1,60
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
Kurangnya sarana dan prasarana (akses jalan)	0,11	3	0,38
<i>Progress</i> pembuatan area spot foto (tidak berkesudahan dalam membangun) mengganggu kenyamanan pengunjung.	0,13	2	0,26
Kurangnya ketersediaan air di lingkungan agrowisata (pada waktu tertentu).	0,08	3	0,22
Kurangnya pemeliharaan pada beberapa spot foto.	0,11	2	0,26
Kurangnya pengelolaan manajemen keuangan agrowisata.	0,11	1	0,15
Total	1		1,26
Total IFAS			0,34

Sumber: Data Primer 2023

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan hasil dari pembobotan, rating dan skor yang diperoleh dari Matrix IFAS, bahwa Agrowisata Gunung sari dengan variabel kekuatan dan menjadi peran utama menghadapi persaingan yaitu lokasi mendukung dan strategis. Hasil total IFAS dari tabel tersebut adalah 0,34 yang dimana hasil dari pengurangan total kekuatan dikurangi total kelemahan.

Faktor internal kelemahan utama pada Agrowisata Gunung sari yaitu kurangnya pengelolaan manajemen keuangan agrowisata dengan hasil 0,15 dan juga kurangnya ketersediaan air dilingkungan agrowisata dengan hasil skor 0,22. Dengan ini Agrowisata harus memperhatikan kembali dalam pengelolaan manajemen keuangan dan juga kurangnya ketersediaan air pada agrowisata.

Identifikasi Faktor Eksternal

Analisis Matriks External Faktor Analysis summary (EFAS)

Tabel 6
Analisis Matriks EFAS (External Faktor Analysis summary)

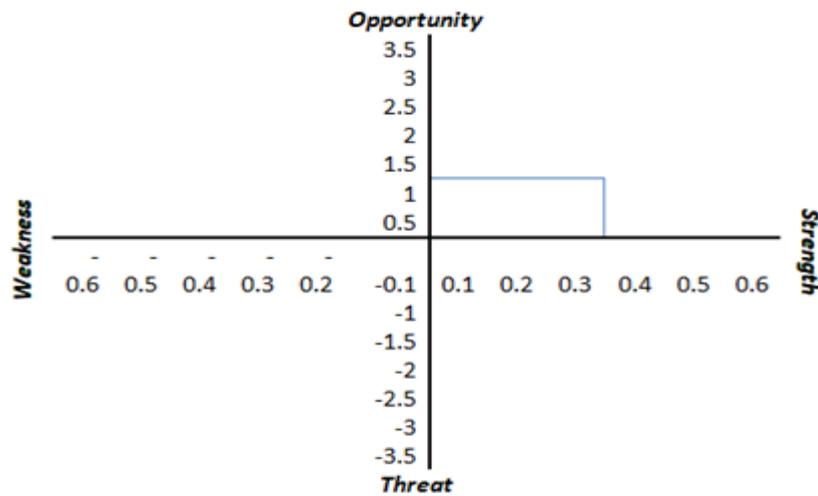
Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (<i>Opportunity</i>)			
Keinginan masyarakat untuk menghabiskan waktu bersama keluarga	0,13	4	0,53
Sebagai sarana untuk masyarakat berkumpul/ <i>gathering</i>	0,14	4	0,50
Masyarakat mengikuti tren dalam berwisata	0,12	3	0,39
Promosi melalui sosial media untuk meningkatkan jumlah pengunjung wisata.	0,17	4	0,67
TOTAL			2,09
Ancaman (<i>Threats</i>)			
Banyaknya bermunculan Agrowisata yang serupa	0,08	1	0,08
Kekecewaan wisatawan terhadap Agrowisata	0,18	2	0,31
Minat pengunjung untuk datang kembali	0,18	4	0,66
	1		1,05
Total			1,05

Berdasarkan Tabel dari hasil matriks EFAS yang diperoleh menunjukkan bahwa skor tertinggi untuk peluang yaitu, Promosi melalui media sosial untuk meningkatkan jumlah pengunjung wisata dengan skor 0,67. Hal ini didukung dengan jumlah wisatawan yang datang melalui media sosial/ promosi dan variabel kedua untuk menghabiskan waktu bersama keluarga dengan skor 0,53.

Faktor Eksternal ancaman utama dalam agrowisata gunung sari yaitu banyak bermunculan agrowisata yang serupa dengan hasil skor yaitu 0,08 maka dari itu menanggulangi banyaknya bermunculan agrowisata yang lain agrowisata gunung sari perlu memunculkan ide atau spot yang tidak didapatkan oleh agrowisata lainnya, atau membuat ciri khas dari agrowisata gunung sari sendiri. Dari total keseluruhan untuk mendapatkan hasil EFAS yaitu peluang dikurangi ancaman yang dimana total peluang dikurangi total ancaman dengan hasil yang didapatkan yaitu 1,047 yang di genapi 1,05.

Kuadran SWOT

Berdasarkan hasil analisis matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS) dan External Factor Analysis summary yang telah dilakukan, didapatkan nilai pembobotan yaitu matriks IFAS sebesar 0,34. Dan nilai rata-rata matriks EFAS sebesar 1,05 kemudian untuk langkah selanjutnya adalah memasukan nilai masing-masing dari matriks IFAS dan EFAS kedalam kuadran SWOT. Dalam kuadran SWOT, IFAS diposisikan kedalam sumbu X sedangkan EFAS dimasukan kedalam sumbu Y, Berdasarkan matriks IFAS dan EFAS tersebut dapat diketahui posisi sumbu X dan Posisi sumbu Y menentukan posisi kuadran SWOT. Kondisi ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Kuadran SWOT
Sumber: Data Primer 2023

Berdasarkan hasil dari Gambar 2 kuadran SWOT dapat diketahui bahwa Agrowisata Gunung sari berada pada posisi diantara sumbu Opportunity dan Strength yakni kuadran I, yang artinya Agrowisata Gunung sari memiliki peluang dan kekuatan serta dapat mengoptimalkan peluang yang ada tersebut disarankan untuk Agrowisata gunungsari untuk melakukan strategi progresif dengan memanfaatkan kekuatan (strength) internal perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari peluang (Opportunity) eksternal untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang meningkat.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, skor yang didapatkan pada nilai IFAS dan EFAS : a) Kekuatan (Strength) memiliki nilai sebesar 1,60 dan mempunyai lokasi mendukung dan strategis sebagai nilai faktor yang terbesar dan faktor yang terkecil skornya yaitu kebersihan agrowisata, b) Kelemahan (weakness) memiliki nilai sebesar 1,26. kelemahan yang memiliki faktor terbesar yaitu kurangnya sarana dan prasarana (akses jalan) dan faktor terkecil yaitu kurangnya pengelolaan manajemen keuangan agrowisata.

Peluang (Opportunity) memiliki nilai sebesar 2,09. peluang yang memiliki skor terbesar yaitu promosi dan yang terendah skornya yaitu masyarakat mengikuti trend dalam berwisata. Ancaman (Threats) memiliki total skor nilai 1,05. Ancaman skor yang tertinggi yaitu minat pengunjung untuk datang kembali dan yang terendah yaitu banyak bermunculan agrowisata yang serupa. Yang kemudian menjadi nilai IFAS dan EFAS dengan nilai skor IFAS menjadi 0,34 dan EFAS memiliki nilai sebesar 1,05 dan diinput kedalam Kuadran SWOT mendapatkan titik kordinat di Kuadran I dengan total skor bobot 1,39.

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan pendekatan SWOT hasil yang didapatkan dari total perhitungan antara opportunity-threat sebesar 1,04 dan strength-weakness sebesar 0,34 dan dimasukkan ke dalam kuadran SWOT. Berdasarkan hasil

disimpulkan bahwa strategi pengembangan manajemen Agrowisata Gunungsari Kopeng berada pada kuadran I yaitu progresif (tumbuh dan berkembang).

Agrowisata Gunung sari menggunakan strategi SO (Strength-Opportunities), yaitu mempunyai Lokasi mendukung dan strategis serta promosi yang baik. Dengan adanya strategi tersebut Agrowisata Gunungsari juga harus memperhatikan kebersihan agrowisata, kurangnya ketersediaan air dan memperbaiki sistem pengelolaan keuangan, manajemen serta mencari tahu apa yang membuat kekecewaan terhadap pelanggan Agrowisata, dengan demikian Agrowisata Gunung sari akan tumbuh dan berkembang.

BIBLIOGRAFI

- Astuti, Ni Wayan Wahyu. (2017). Prospek Pengembangan Agrowisata Sebagai Wisata Alternatif Di Desa Pelaga. *Soshum: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 3(3), 301.
- Atiko, Gita, Sudrajat, Ratih Hasanah, & Nasionalita, Kharisma. (2016). Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata Ri (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram@ Indtravel). *EProceedings of Management*, 3(2).
- Arini, T., 2017. Key Performance Indicator untuk Perusahaan Jasa, Penerbit Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Grup), Jakarta
- Al Rochmanto, Bayu dan Widiyanto. 2015. Amrin, Abdullah. Strategi Pemasaran Asuransi Syariah. Jakarta: Grasindo.
- Bonita, Nita. (2016). Peran Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Labuan Cermin Di Kabupaten Berau. *E-Journal Ilmu Pemerintahan*, 4(4), 1499–1510.
- Gumelar S. Sastrayuda. Lia Afiza. 2018. Pembangunan &. Pengembangan Pariwisata. Bandung: PT Rafika Aditama.
- Hasan, Muhammad, & Azis, Muhammad. (2018). *Pembangunan Ekonomi & Pemberdayaan Masyarakat: Strategi Pembangunan Manusia dalam Perspektif Ekonomi Lokal*. CV. Nur Lina Bekerjasama dengan Pustaka Taman Ilmu.
- Khasanah, Siti Fatimatul. (2023). Pengembangan Ekonomi Pariwisata Lokal Berbasis Maqashid Syaria: Participatory Appraisal of Competitive Advantage. *Syntax Idea*, 5(8).
- Nurhayati, Nunung. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal. *Abdi Wiralodra: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 95–111.
- Pakpahan, Rosdiana. (2018). Implementasi Prinsip Pariwisata Berbasis Komunitas Dalam Pengembangan Desa Wisata Nglinggo Yogyakarta. *Barista: Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata*, 5(1), 103–116.
- Risnayanti, Risnayanti, & Hanifa, Hanifa. (2020). Sumber Daya Wisata Nagari Tuo Pariangan Sebagai Destinasi Wisata Budaya Di Kabupaten Tanah Datar Sumatera

Barat. *Jurnal Daya Saing*, 6(3), 269–278.

Rangkuti, Freddy. 2017. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.

Suharsaputra, Uhar. 2012. Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan. Bandung : PT Refika Aditama.

Yakup, Anggita Permata. (2019). *Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia*. Universitas Airlangga.

Yuwanti, Sri, Mansur, Ahmad, & Hariyadi, Bagus Reza. (2021). Pengenalan Kegiatan Tambahan Mata Pencarian Masyarakat Melalui Pembinaan Pengembangan Pariwisata Berbasis masyarakat Di Desa Purbosari. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin*, 1(1), 1–17.

Copyright holder:

Maria Damai Milleni Rosari Leisubun, Damara Dinda Nirmalasari Zebua (2023)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

