

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA BELIMBING DEWA KELURAHAN PASIR PUTIH KOTA DEPOK

*Strategy for developing dewa star fruit agro-tourism in Pasir Putih village
of Depok city*

Putri Millenia Dahliani¹, Agus Subhan Prasetyo², Joko Mariyono³
Universitas Diponegoro
Semarang
pdahliani80@gmail.com

ABSTRACT

Agrotourism is a tourism activities that utilize the potential of agriculture as a tourist attraction. Internal and external analysis and strategies for developing agro-tourism are expected to be able to increase farmers income. Development is needed so that agro-tourism can survive and have future strategies in dealing with the crisis during the covid-19 pandemic. This research has purposes for 1). It analyzed the impact of the covid-19 pandemic on the development of Belimbing Dewa Agrotourism, Pasir Putih Village, Depok City. 2). Analyzing the internal and external environment of Belimbing Dewa Agrotourism, Pasir Putih Village, Depok City. 3). analyze the developed Belimbing Dewa Agrotourism strategy, Pasir Putih Village, Depok City, during the covid-19 pandemic. This research was conducted from December 20, 2021, to February 9, 2022, at Belimbing Dewa Agrotourism, Pasir Putih Village, Depok City. The study used survey methods and data collection methods by interview and observation. Respondents in this study were 30 people from agro-tourism visitors. The data analysis method used quantitative descriptive analysis. The results showed that the impact of the covid-19 pandemic on Belimbing Dewa Agrotourism could be sawed from a decrease in visitor visits, a reduction in worker salaries and layoffs, and a decline in cooperatives. MSME income, external and internal environmental factors that influence the affordability of entrance tickets and product prices, and the lack of funds, the opening of opportunities for economic improvement for the surrounding community, the challenge factor that must be faced is the unstable economic factor due to the covid-19 pandemic, based on the analysis of the position matrix shows that Belimbing Dewa Agrotourism is in quadrant 2. Hence, the strategy that must be applied is a diversification strategy.

Keyword : External factor, Internal factor, SWOT analysis.

INTISARI

Agrowisata adalah kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai objek wisata. Analisis internal dan eksternal serta strategi pengembangan agrowisata diharapkan mampu meningkatkan pendapatan petani, sehingga diharapkan agrowisata ini bisa bertahan dan memiliki strategi kedepan dalam menghadapi krisis dalam masa pandemi covid-19. Penelitian ini memiliki tujuan untuk 1). Menganalisis dampak adanya pandemi covid-19 terhadap pengembangan Agrowisata Belimbing Dewa Kelurahan Pasir Putih Kota Depok. 2). Menganalisis lingkungan internal dan eksternal Agrowisata Belimbing Dewa Kelurahan Pasir Putih Kota Depok. 3). menganalisis strategi pengembangan Agrowisata Belimbing Dewa Kelurahan Pasir Putih Kota Depok di masa

pandemi covid-19. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 20 Desember 2021 – 9 Februari 2022 di Agrowisata Belimbing Dewa Kelurahan Pasir Putih Kota Depok. Penelitian menggunakan metode survei, metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi kepada responden yaitu pengunjung dan pengelola agrowisata secara langsung. Responden pada penelitian ini sebanyak 30 orang dari pengunjung agrowisata. Metode analisis data menggunakan analisis deskripsi kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak adanya pandemi covid – 19 terhadap Agrowisata Belimbing Dewa terlihat dari penurunan kunjungan pengunjung, pengurangan gaji pekerja dan adanya PHK, penurunan pendapatan koperasi dan UMKM, faktor lingkungan eksternal dan internal yang mempengaruhi yaitu terjangkaunya harga tiket masuk dan harga produk, jumlah pengunjung yang berkurang secara drastis akibat pandemi covid – 19 dan kurangnya dana yang dimiliki, terbukanya peluang peningkatan ekonomi untuk masyarakat sekitar, faktor tantangan yang harus dihadapi yaitu faktor perekonomian yang tidak stabil akibat adanya pandemi covid – 19, berdasarkan analisis matriks posisi menunjukkan bahwa Agrowisata Belimbing Dewa berada pada kuadran 2, sehingga strategi yang harus diterapkan ialah strategi diversifikasi.

Kata kunci : Faktor Eksternal, Faktor Internal, analisis SWOT

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata memiliki peluang yang sangat menjanjikan, yaitu sebagai salah satu penyumbang dalam pertumbuhan ekonomi pariwisata, meningkatkan pendapatan nasional, penyerap tenaga kerja, dan penyumbang devisa negara. Hal ini berdasarkan *World Travel and Tourism Council* (2015) yang menyatakan bahwa kontribusi pariwisata Indonesia terhadap produk domestik bruto (PDB) pada tahun 2014 adalah Rp. 325.467 miliar (3,2% dari PDB). Pariwisata Indonesia juga mendatangkan Investasi, pada tahun 2014 investasi yang telah dilakukan adalah Rp.167.435 milyar atau 5,3% dari total investasi. Selain itu, pariwisata Indonesia berkontribusi terhadap *visitor exports* dengan menghasilkan Rp.132.159,0 miliar (5,6% dari total ekspor) pada 2014. Namun, sejak kemunculan pandemi covid-19 pada awal tahun 2020 lalu yang terjadi di seluruh belahan dunia, mengakibatkan terjadinya penurunan aktivitas ekonomi secara menyeluruh di semua sektor, termasuk sektor pariwisata. Menurut (Kemenparekraf, 2021) pada tahun 2020 telah terjadi penurunan kedatangan turis sebesar 58 % - 78% atau sekitar 847 juta hingga 1139 juta wisatawan asing dikarenakan adanya pandemi covid-19, sedangkan pada kuartal ketiga di tahun 2021 persentase penurunan kedatangan turis mencapai angka 21,19%. Menurut (Masrurah dan Rahmawati, 2021) dampak pandemi covid-19 terhadap sektor

pariwisata dengan turunnya jumlah pengunjung begitu juga dengan pendapatan yang dihasilkan. Salah satu bagian yang tidak dapat dipisahkan dari pariwisata adalah agrowisata. Agrowisata merupakan kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai objek wisata, potensi itu berupa pemandangan alam kawasan pertanian, kekhasan maupun keanekaragaman produksi, teknologi dan budaya pertanian masyarakat sekitar (Makarim, 2016). Pembangunan agrowisata diharapkan mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru dan memberikan tambahan penghasilan bagi petani selain hasil produksinya.

Salah satu agrowisata yang juga mengalami pembangunan ialah Agrowisata Belimbing Dewa yang berada di kawasan Kelurahan Pasir Putih Kota Depok Jawa Barat. Agrowisata Belimbing Dewa telah dibangun sejak tahun 2007, buah belimbing dewa juga dikenal sebagai *icon* Kota Depok. Agrowisata Belimbing Dewa memiliki wisata petik langsung buah belimbing, area taman bermain, koperasi, area parkir dan fasilitas tempat ibadah. Agrowisata Belimbing Dewa telah ditetapkan oleh Pemkot Depok sebagai kawasan model agrowisata belimbing, dan diharapkan dapat menambah penghasilan petani belimbing dewa di sekitar agrowisata. Kenyataannya, potensi yang dimiliki oleh Agrowisata Belimbing Dewa tidak membawa perkembangan yang signifikan terhadap kemajuan Agrowisata. Hal ini terlihat dari pabrik pengolahan belimbing dewa yang telah mengalami penutupan dan hanya menyisakan koperasi yang akan beroperasi bila musim panen raya tiba di Agrowisata Belimbing Dewa. Selain itu, kurangnya kesadaran masyarakat sekitar dalam pengembangan agrowisata juga menjadi penyebab belum tercapainya pengembangan Agrowisata belimbing dewa.

Berdasarkan permasalahan yang ada, dibutuhkan analisis dampak adanya pandemi covid-19, analisis internal dan eksternal, serta strategi pengembangan agrowisata di masa pandemi covid-19. Alternatif strategi yang dapat digunakan ialah dengan menggunakan analisis strategi *Strength, Weakness, Opportunity, and Threats* (SWOT). Berdasarkan analisis SWOT tersebut, akan didapatkan analisis strategi pengembangan yang dapat dilakukan ke depan baik dengan strategi agresif, strategi diversifikasi, ataupun strategi defensif. Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait strategi

pengembangan yang tepat pada Agrowisata Belimbing Dewa Kelurahan Pasir Putih Kota Depok.

Tujuan penelitian ini yaitu 1). menganalisis dampak adanya pandemi covid-19 terhadap pengembangan Agrowisata Belimbing Dewa Kelurahan Pasir Putih Kota Depok, 2). menganalisis lingkungan internal dan eksternal Agrowisata Belimbing Dewa Kelurahan Pasir Putih Kota Depok, 3). menganalisis strategi pengembangan Agrowisata Belimbing Dewa Kelurahan Pasir Putih Kota Depok di masa pandemi covid-19.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Desember 2021 – Februari 2022 di Agrowisata Belimbing Dewa Kelurahan Pasir Putih Kota Depok. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) metode *survey* adalah metode yang dilakukan dengan cara mengambil sampel dari satu populasi lebih besar. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua macam teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* dan juga *accidental sampling*. Kriteria pengambilan sampel didasarkan atas keterlibatan secara langsung baik dari pihak pengelola, petani dan pedagang dalam lingkungan Agrowisata Belimbing Dewa. Pada teknik *accidental sampling* populasi yang digunakan yaitu pengunjung Agrowisata Belimbing Dewa. Jumlah responden yang diambil sebanyak 30 pengunjung. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian yaitu diambil minimal 30 sampel (Sugiyono, 2017). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian dengan wawancara Mendalam (*In Depht Interview*) dan observasi. Wawancara mendalam merupakan salah satu komunikasi antara seorang peneliti dengan narasumber nya. Menurut Komunikasi merupakan interaksi yang membuat penerima pesan dan pemberi pesan mampu mencapai kesepahaman yang sama. Menurut (Prasetyo, 2019) komunikasi dapat berjalan dengan efektif apabila terdapat kesepahaman yang sama sehingga tujuan komunikasi dapat berjalan sesuai dengan yang dikehendaki. Metode ini memiliki manfaat untuk peneliti, yaitu mendapatkan pengalaman langsung dari partisipan, sehingga dapat melakukan perekaman atau pencatatan

ketika informasi muncul dan dapat mendeteksi aspek yang tidak biasa, ganjil atau aneh selama melakukan observasi (Ni'matuzahroh dan Prasetyaningrum, 2018). Metode analisis data yang digunakan yaitu metode analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis dampak pandemi covid-19 terhadap pengembangan Agrowisata Belimbing Dewa dan menganalisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal Agrowisata Belimbing Dewa. Metode analisis kuantitatif menggunakan analisis matriks IFAS, analisis matriks EFAS, analisis SWOT untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam lingkungan internal dan lingkungan eksternal serta menganalisis strategi pengembangan Agrowisata Belimbing Dewa di masa pandemi covid-19.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Dampak Pandemi covid-19 terhadap Agrowisata Belimbing Dewa

Pandemi covid-19 di Indonesia berdampak kepada seluruh segi kehidupan manusia termasuk dalam bidang ekonomi dan pariwisata. Salah satu bagian yang tidak dapat dipisahkan dari pariwisata adalah agrowisata. Agrowisata Belimbing Dewa merupakan salah satu agrowisata yang berada di kawasan Kelurahan Pasir Putih Kota Depok Jawa Barat. Akan tetapi, semenjak pandemi covid-19 di awal tahun 2020, aktivitas kunjungan wisatawan ke agrowisata ini berkurang drastis.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Pengunjung Agrowisata Belimbing Dewa Tahun 2020 – 2021.

Bulan	Tahun 2020	Tahun 2021
Januari	245	109
Februari	276	117
Maret	81	121
April	0	72
Mei	0	37
Juni	0	58
Juli	31	73
Agustus	56	92
September	49	135
Oktober	63	182
November	48	231
Desember	71	237
Total	920	1.464
Rata-rata	77	122

Sumber Data : Olah Data Primer Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 1. Dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan pengunjung periode tahun 2020 – 2021 di Agrowisata Belimbing Dewa memiliki rata – rata kunjungan per tahun 77 – 122 orang pertahun. Jumlah kunjungan tersebut tergolong lebih rendah dibanding data kunjungan pengunjung di tahun 2019 yang mencapai rata – rata angka kunjungan 350 orang pertahun. Hal ini dikarenakan adanya pandemi covid – 19 di Indonesia yang mulai terjadi sejak tahun 2020. Pandemi covid – 19 menyebabkan pembatasan kegiatan dan perjalanan diberlakukan pemerintah guna mencegah persebaran covid-19. Salah satu sektor yang paling merasakan kerugian dengan adanya pandemi covid-19 adalah sektor pariwisata. Selain dampak kunjungan pengunjung yang berkurang drastis, pandemi covid – 19 juga menyebabkan dampak lainnya yaitu pengurangan gaji pekerja dan PHK yang bertujuan untuk mengurangi *cost* yang dikeluarkan oleh agrowisata. Hal ini sesuai dengan pendapat Soehardi *et al.*, (2020) bahwa pada saat pandemi covid-19, penutupan sementara tempat wisata memberikan dampak buruk seperti pengurangan gaji dan insentif pegawai tempat wisata bahkan pemutusan hubungan kerja. Dampak lainnya yang dirasakan akibat berkurangnya jumlah kedatangan pengunjung agrowisata yaitu penurunan pendapatan penjualan koperasi dan juga penurunan pendapatan UMKM disekitar agrowisata akibat tidak adanya daya beli pengunjung. Menurut Amri (2020) yang menyatakan bahwa sektor UMKM yang paling banyak terdampak akibat adanya pandemi covid – 19 adalah sektor makanan dan minuman, dengan berbagai dampak yang dirasakan mulai dari turunnya penjualan, terhambatnya distribusi dan juga berkurangnya modal yang dimiliki.

Pada saat pandemi covid-19 pemerintah menetapkan kebijakan PPKM di beberapa daerah termasuk di Kota Depok. Kebijakan yang diberlakukan berdampak pada Agrowisata Belimbing Dewa karena harus tutup dan tidak beroperasi selama kebijakan PPKM yang berlangsung selama 3 bulan yaitu pada bulan April, Mei, Juni 2020. Hal tersebut juga berdampak pada perekonomian warga yang hanya dapat bergantung pada Agrowisata Belimbing Dewa.

Analisis SWOT

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioener dan wawancara, maka dapat

dilakukan pemetaan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk dilakukan analisis SWOT seperti pada tabel 2.

Tabel 2. SWOT

Faktor Internal		Faktor Eksternal	
Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
1. Harga produk dan tiket masuk	1. Terbatasnya dana yang dimiliki	1. Tingkat konsumsi buah selama pandemi covid-19	1. Adanya peralihan kebun buah menjadi perumahan
2. Kualitas buah belimbing dewa yang unggul dari kebun sendiri	2. Kurangnya SDM yang berkualitas	2. Pasar buah belimbing dewa masih terbuka luas	2. Faktor perekonomian yang tidak stabil akibat pandemi covid-19
3. Kebun belimbing yang asri dan sejuk cocok untuk refsehing.	3. Variasi produk yang ditawarkan masih rendah.	3. Terbukanya peluang peningkatan ekonomi bagi masyarakat sekitar	3. Adanya perubahan iklim
4. Menerapkan protokol kesehatan covid – 19	4. Tidak ada papan keterangan	4. Adanya penyuluhan pertanian	4. Belum tersedianya transportasi menuju Agrowisata Belimbing Dewa
5. Pelayanan terhadap pengunjung ramah.	5. Lokasi yang cukup jauh dari jalan utama.	5. Respon positif dari pengunjung dan masyarakat sekitar.	5. Adanya persaingan dengan komoditas buah lainnya
6. Petik langsung buah belimbing.	6. Promosi sosial media belum maksimal	6. Minat pengunjung Agrowisata untuk datang kembali di lain waktu.	6. Tempat parkir kurang luas
7. Keragaman wahana yang ditawarkan.	7. Diversifikasi produk dan <i>packaging</i> .	7. Gaya hidup masyarakat untuk berwisata di zona hijau.	7. Adanya persaingan dengan komoditas buah lainnya
8. Koperasi yang menjual olahan buah belimbing dewa.	8. Pegawai yang dimiliki Agrowisata Belimbing Dewa kurang.	8. Dukungan pemerintah	8. Persaingan dengan agrowisata lainnya
9. Partisipasi dari masyarakat sekitar agrowisata.			
10. Fasilitas tempat ibadah.			

Sumber Data : Olah Data Primer Penelitian, 2022

Analisis Matriks IFAS Dan Matriks EFAS

Faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman dari Agrowisata Belimbing Dewa yang telah teridentifikasi rating dan bobotnya selanjutnya dibuat dalam matriks IFAS dan matriks EFAS untuk mengetahui total skor dari setiap faktor internal dan eksternal.

Tabel 3. Analisis Matriks Faktor kekuatan

No.	Faktor – Faktor Strategi Internal	Bobot (100%)	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan				
1.	Terjangkau nya harga produk dan tiket masuk (gratis).	0,07	5,0	0,35
2.	Kualitas buah belimbing dewa yang unggul dari kebun sendiri.	0,07	5,0	0,35
3.	Kebun belimbing yang asri dan sejuk cocok untuk refsehing.	0,07	5,0	0,35
4.	Menerapkan protokol kesehatan covid-19.	0,07	4,5	0,31
5.	Pelayanan terhadap pengunjung ramah.	0,06	4,2	0,25
6.	Adanya wisata petik langsung buah belimbing.	0,06	4,0	0,25
7.	Tersedianya keragaman wahana yang ditawarkan.	0,06	4,0	0,24
8.	Memiliki koperasi yang menjual olahan buah belimbing dewa.	0,06	3,9	0,23
9.	Melibatkan partisipasi dari masyarakat sekitar agrowisata.	0,06	4,2	0,23
10.	Memiliki fasilitas tempat ibadah.	0,05	4,3	0,21
Total		0.63	44,1	2,77

Sumber Data : Olah Data Primer Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 3. dapat diketahui bahwa faktor kekuatan utama yang dimiliki Agrowisata Belimbing Dewa ialah terjangkau nya harga tiket masuk dan tiket masuk wisata gratis atau tidak dipungut biaya dengan nilai skor 0,35. Hal ini menjadi salah satu kekuatan penting yang dimiliki Agrowisata Belimbing Dewa, karena dapat menarik minat pengunjung untuk datang ke agrowisata tanpa harus

melakukan pembelian tiket masuk wisata. Pengunjung hanya akan membayar jika membeli produk buah belimbing dewa sebesar Rp 15.000,- / kg ataupun membeli produk olahan buah belimbing dewa lainnya. Selain itu, tidak ada minimal nominal pembelian buah, pembeli dapat membeli buah belimbing dewa walaupun hanya 1 buah saja. Hal ini menjadi daya tarik agrowisata belimbing dewa yang lain. Hal ini sesuai dengan pendapat Putri (2016) yang menyatakan bahwa tidak adanya minimal pembelian produk menjadikan produk mampu bersaing dengan produk lainnya.

Tabel 4. Analisis Matriks Faktor kelemahan

No.	Faktor – Faktor Strategi Internal	Bobot (100%)	Rating	Bobot x Rating
Kelemahan				
1.	Terbatasnya dana untuk mengembangkan agrowisata	0.04	2.7	0.11
2.	Kurangnya kualitas SDM di Agrowisata Belimbing Dewa.	0.05	3.9	0.12
3.	Variasi produk yang ditawarkan masih rendah.	0.04	3.3	0.13
4.	Belum adanya papan papan keterangan (arah pintu masuk, arah tempat parkir).	0.05	3.0	0.15
5.	Berada pada lokasi yang cukup jauh dari jalan utama.	0.05	3.0	0.15
6.	Promosi sosial media belum maksimal.	0.05	2.7	0.16
7.	Pegawai yang dimiliki Agrowisata Belimbing Dewa kurang.	0.05	3.2	0.16
8.	Diversifikasi produk dan pengemasan masih sederhana.	0.05	3.2	0.16
Total		0.28	24,0	1,11
Total Skor Internal		1	68.1	3.88

Sumber Data : Olah Data Primer Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 4. dapat diketahui bahwa faktor internal yang menjadi kelemahan utama bagi Agrowisata Belimbing Dewa adalah terbatasnya dana untuk mengembangkan agrowisata yang memiliki skor 0,11. Kelemahan utama yang dimiliki Agrowisata Belimbing Dewa yaitu keterbatasan dana yang dimiliki dalam mengelola fasilitas Agrowisata. Hal ini menyebabkan fasilitas di agrowisata tidak dapat berjalan dengan semestinya, seperti koperasi agrowisata

yang hanya mampu buka pada saat masa panen tiba, karena melimpah nya buah belimbing pada saat itu. Hal ini sesuai pendapat Febriana dan Meirinawati (2021) yang menyatakan bahwa tidak adanya pendanaan akan menyebabkan terhambatnya pengelolaan terhadap agrowisata. Selain itu, keterbatasan dana juga menyebabkan kurangnya pengelola kebun agrowisata sehingga perawatan kebun hanya dilakukan dengan sedikit sumber daya manusia (SDM).

Tabel 5. Analisis Matriks Faktor peluang

No.	Faktor – Faktor Strategi Internal Peluang	Bobot (100%)	Rating	Bobot x Rating
1.	Tingkat konsumsi buah selama pandemi covid-19 relatif tinggi.	0,07	3,4	0,238
2.	Pasar buah belimbing masih terbuka.	0,06	3,2	0,2
3.	Terbukanya peluang peningkatan ekonomi bagi masyarakat sekitar.	0,07	2,4	0,168
4.	Respon positif dari pengunjung dan masyarakat sekitar.	0,06	2,7	0,162
5.	Adanya penyuluhan untuk menyediakan prasarana dalam mencegah penularan covid-19.	0,06	2,4	0,144
6.	Minat pengunjung Agrowisata untuk datang kembali di lain waktu.	0,05	2,4	0,11
7.	Gaya hidup masyarakat untuk berwisata di zona hijau.	0,05	2,6	0,13
8.	Dukungan pemerintah daerah dalam pengembangan agrowisata.	0,04	2,4	0,01
Total		0,46	21,5	1,2

Sumber Data : Olah Data Primer Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 5. dapat diketahui bahwa faktor eksternal utama yang menjadi peluang utama bagi Agrowisata Belimbing Dewa adalah tingkat konsumsi buah meningkat di tingkat konsumen pada masa pandemi covid-19 yang memiliki skor 0,238. Konsumsi buah yang memiliki banyak kandungan vitamin c diharapkan oleh masyarakat dapat meningkatkan immuitas tubuh dalam masa pandemi covid – 19. Hal ini menjadi peluang besar untuk buah belimbing dewa

yang memiliki kandungan vitamin c.

Tabel 6. Analisis Matriks Faktor Ancaman

No.	Faktor – Faktor Strategi Internal	Bobot (100%)	Rating	Bobot x Rating
Ancaman				
1.	Adanya peralihan kebun buah menjadi perumahan.	0.015	3,8	0,057
2.	Penurunan jumlah pengunjung di masa pandemi covid – 19 secara drastis.	0.02	3,4	0.068
3.	Adanya perubahan iklim.	0.06	3,2	0,19
4.	Belum tersedianya transportasi menuju agrowisata	0.08	3,0	0.20
5.	Adanya persaingan dengan komoditas buah lain.	0.07	3,4	0,23
6.	Tempat parkir kurang luas.	0.06	3,13	0.24
7.	Adanya persaingan dengan agrowisata lainnya.	0.072	3,7	0.26
8.	Akses jalan menuju agrowisata yang kurang lebar.	0,09	2,9	0.261
Total		0.47	26,53	1,506
Total eksternal		1	48,03	2,706

Sumber Data : Olah Data Primer Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 6. dapat diketahui bahwa faktor eksternal yang menjadi ancaman utama bagi Agrowisata Belimbing Dewa adalah adanya peralihan lahan kebun mnjadi lahan perumahan yang memiliki skor 0,057. Masyarakat sekitar tertarik dengan peluang penjualan tanah yang mereka miliki untuk dijadikan perumahan, sehingga tanah kebun yang mereka miliki cenderung mereka jual.

Penentuan Posisi Agrowisata

Berdasarkan pada hasil analisis IFAS-EFAS, selanjutnya setiap kuadran memiliki rumusan strategi sebagai strategi utamanya. Untuk menentukan posisi pengembangan Agrowisata Belimbing Dewa dalam kuadran IFAS-EFAS, maka harus dihitung terlebih dahulu nilai faktor X dan Y. Nilai faktor X merupakan nilai faktor strategi internal yang membentuk garis horizontal dan didapatkan dari hasil pengurangan dari total skor kekuatan dan total skor kelemahan, sedangkan nilai faktor Y merupakan nilai faktor strategi eksternal yang membentuk garis

vertikal dan didapatkan dari hasil pengurangan total skor peluang dan total skor ancaman (Azizah, 2017) seperti dalam persamaan berikut ini:

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

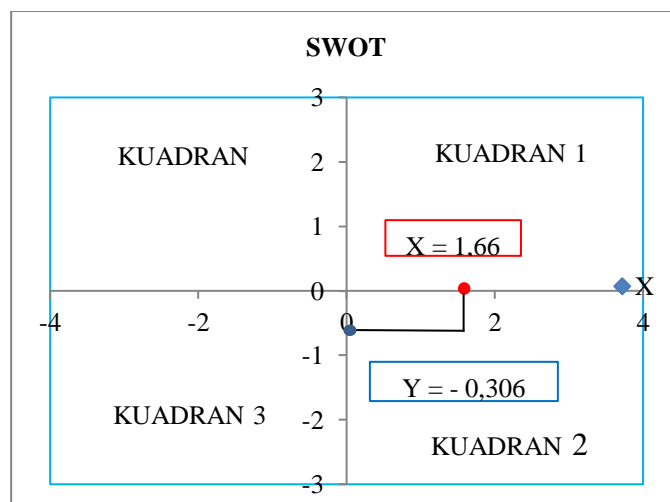
$$= 2,77 - 1,11$$

$$= 1,66$$

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

$$= 1,2 - 1,506$$

$$= - 0,306$$



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT Hasil pengolahan Data Internal dan Eksternal

Berdasarkan gambar 2. dapat diketahui bahwa pada posisi kuadran 2 telah memberikan gambaran keadaan bahwa Agrowisata Belimbing Dewa yang berada pada kondisi memiliki kekuatan internal yang besar tetapi nilai peluang yang dimiliki belum mampu menghadapi ancaman yang dimiliki, sehingga strategi yang dapat diterapkan bila berada dalam kondisi ini yaitu dengan menerapkan kebijakan pertumbuhan diversifikasi dimana agrowisata memiliki kekuatan dari segi internal dan juga memiliki ancaman dari luar. Hal ini sesuai dengan pendapat (Amalia, 2016) yang menyatakan bahwa posisi kuadran 2 kekuatan yang dimiliki untuk dimanfaatkan sebagai peluang di masa depan dapat dilakukan dengan menerapkan strategi diversifikasi. Strategi ini dapat menutup kelemahannya dengan terus melakukan perubahan dan mengejar peluang yang telah tersedia. Strategi yang dihasilkan dari analisis matriks posisi akan menghasilkan alternatif

strategi yang baik untuk dijalankan. Oleh karena itu, analisis matriks SWOT dilakukan untuk melengkapi matriks posisi agar strategi yang dihasilkan dapat lebih dikembangkan. Strategi yang mungkin dilakukan pada posisi kuadran 2 ialah strategi untuk mengembangkan inovasi produk. Hal ini sesuai dengan pendapat (Kumalasari, 2016) bahwa strategi yang dapat dilakukan pada kondisi diversifikasi dapat berupa pengembangan produk yang dihasilkan sehingga mampu menangkap pangsa pasar yang banyak dan dibutuhkan inovasi yang salah satunya dapat berupa peningkatan promosi produk.

Analisis Strategi SWOT

Tabel 7. Perumusan Strategi Alternatif SWOT

<p>Faktor Internal</p> <p style="text-align: center;">/</p> <p>Faktor Eksternal</p>	<p>Kekuatan (<i>Strengths</i>):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terjangkaunya harga produk dan tiket masuk (gratis). 2. Menerapkan protokol kesehatan covid-19 3. Kualitas buah belimbing dewa yang unggul dari kebun sendiri. 4. Kebun belimbing yang asri dan sejuk cocok untuk refreshing 5. Adanya petik langsung buah belimbing. 6. Pelayanan terhadap pengunjung ramah. 7. Tersedianya keragaman wahana yang ditawarkan. 8. Memiliki koperasi yang menjual olahan buah belimbing dewa. 9. Melibatkan partisipasi dari masyarakat sekitar agrowisata. 10. Memiliki fasilitas tempat ibadah. 	<p>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terbatasnya dana untuk mengembangkan agrowisata 2. Promosi sosial media belum maksimal 3. Diversifikasi produk dan pengemasan masih sederhana. 4. Kurangnya kualitas SDM di Agrowisata Belimbing Dewa. 5. Variasi produk yang ditawarkan masih rendah. 6. Belum adanya papan petunjuk (arah pintu masuk, arah tempat parkir). 7. Pegawai yang dimiliki Agrowisata Belimbing Dewa kurang. 8. Berada pada lokasi yang cukup jauh dari jalan utama.
<p>Peluang (<i>Opportunities</i>):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dukungan pemerintah daerah dalam pengembangan agrowisata. 2. Tingkat konsumsi buah selama pandemi covid-19 relatif tinggi. 3. Respon positif dari pengunjung dan masyarakat sekitar. 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan kegiatan, fasilitas dan pelayanan yang sudah ada di Agrowisata Belimbing Dewa. 2. Membuat <i>event</i> pada akhir pekan sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat suatu tim khusus promosi dengan memaksimalkan potensi yang dimiliki agrowisata (W1, W2, O1, O2, O4). 2. Memperluas jaringan dengan instansi lain seperti dinas pertanian.

<ol style="list-style-type: none"> 4. Adanya penyuluhan untuk menyediakan prasarana dalam mencegah penularan Covid-19. 5. Pasar buah belimbing yang masih terbuka. 6. Minat pengunjung Agrowisata untuk datang kembali di lain waktu. 7. Gaya hidup masyarakat untuk berwisata di zona hijau. 8. Terbukanya peluang peningkatan ekonomi bagi masyarakat sekitar 	<p>(S1, S3, O2, O3, O5, O6).</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Melakukan pemasaran produk buah melalui kemitraan dengan lembaga pemasaran lain seperti dengan supermarket. 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Bekerja sama dengan masyarakat sekitar untuk mengelola dan menjaga agrowisata (Parkir, tempat ibadah, dan keamanan).
<p style="text-align: center;">Ancaman (Threths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan dengan agrowisata lainnya. 2. Adanya peralihan kebun buah menjadi perumahan. 3. Adanya perubahan iklim. 4. Adanya persaingan dengan komoditas buah lainnya. 5. Penurunan jumlah pengunjung di masa pandemi covid – 19 secara drastis. 6. Akses jalan menuju agrowisata yang kurang lebar. 7. Belum tersedianya transportasi menuju Agrowisata Belimbing Dewa. 8. Tempat parkir kurang luas. 	<p style="text-align: center;">Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga konsep atau ciri khas dari agrowisata Belimbing Dewa. 2. Menampilkan keunikan yang dimiliki dengan mengikuti trend wisata yang saat ini diminati. 3. Melakukan komunikasi dengan masyarakat sekitar untuk mengembangkan fasilitas agrowisata ke depannya. 	<p style="text-align: center;">Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan <i>branding</i> terhadap produk olahan dari belimbing dewa, kemudian di promosikan melalui media sosial yang sedang trend saat ini. 2. Meningkatkan kuantitas dan kualitas infrastruktur pendukung kegiatan agrowisata seperti papan penunjuk arah. 3. Melakukan pelatihan dan studi banding kembali kepada SDM Agrowisata Belimbing Dewa.

Berdasarkan tabel 7. dapat diketahui bahwa hasil analisis kekuatan, kelemahan, kesempatan serta ancaman, maka dapat disusun matriks SWOT. Dari formulasi matriks SWOT yang dilakukan untuk Agrowisata Belimbing Dewa juga wajib merumuskan strategi yang bisa diterapkan kedalam usaha Agrowisata. Identifikasi strategi pengembangan yang dilaksanakan dalam riset ini bermanfaat untuk membagikan strategi pengembangan pada Agrowisata Belimbing Dewa dalam menuntaskan kasus yang dialami.

Strategi S-O

1. Mengoptimalkan kegiatan, fasilitas dan pelayanan yang sudah ada di Agrowisata Belimbing Dewa.
2. Membuat *event* pada akhir pekan sehingga dapat menarik minat kunjungan wisatawan.
3. Melakukan pemasaran produk buah melalui kemitraan dengan lembaga

pemasaran lain seperti supermarket.

Strategi S-T

1. Menjaga konsep atau ciri khas dari agrowisata Belimbing Dewa.
2. Menampilkan keunikan yang dimiliki dengan mengikuti *trend* wisata yang saat ini diminati.
3. Melakukan komunikasi dengan masyarakat sekitar untuk mengembangkan fasilitas agrowisata ke depannya.

Strategi W-O

1. Membuat tim marketing untuk melakukan promosi dengan memaksimalkan potensi yang dimiliki agrowisata.
2. Memperluas jaringan dengan instansi lain seperti dinas pertanian.
3. Bekerja sama dengan masyarakat sekitar untuk mengelola dan menjaga agrowisata (parkir, tempat ibadah, dan keamanan).

Strategi W-T

1. Melakukan *branding* terhadap produk olahan dari belimbing dewa, kemudian di promosikan melalui media sosial yang sedang *trend* saat ini.
2. Meningkatkan kuantitas dan kualitas infrastruktur pendukung kegiatan agrowisata seperti papan penunjuk arah.
3. Melakukan pelatihan dan studi banding kepada SDM Agrowisata Belimbing Dewa ke agrowisata lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat diperoleh kesimpulan 1). Agrowisata Belimbing Dewa ikut terdampak pandemi covid-19, hal ini terlihat dengan berkurangnya pengunjung di tahun 2020, adanya PHK dan pengurangan gaji, serta penurunan pendapatan koperasi dan UMKM, 2). Faktor kekuatan yang mempengaruhi yaitu terjangkaunya harga tiket masuk dan harga produk, faktor kelemahan yang mempengaruhi yaitu terbatasnya dana untuk pengembangan agrowisata, faktor peluang yang mempengaruhi yaitu tingkat konsumsi buah

selama pandemi covid-19 relatif tinggi, dan faktor tantangan yang harus dihadapi yaitu adanya peralihan lahan kebun menjadi perumahan. 3). Agrowisata Belimbing Dewa berada pada kuadran 2, sehingga strategi yang harus diterapkan ialah strategi diversifikasi. Strategi diversifikasi dapat dilakukan dengan menerapkan strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O dan strategi W-T.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, A. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 23 – 131.
- Amalia, A. (2016). Perencanaan strategi pemasaran dengan pendekatan bauran pemasaran dan SWOT pada perusahaan POPY TUBBY. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(3), 297 – 306.
- Azizah, A. (2017). *Tourism development and strategy for increasing numbers of visitors in Kediri. Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 5(2), 131–136.
- Hadiwardoyo, W. (2020). Kerugian ekonomi nasional akibat pandemi covid-19. Baskara: *Journal of Business and Entrepreneurship*, 2(2), 83 – 92.
- Kememparekraf. 2021. *Tren Industri Pariwisata 2021*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kumalasari, N. A. (2016). Perencanaan strategi promosi melalui analisis SWOT pada bisnis delicy. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(2), 225 – 234.
- Makarim, I. M., & M. B. Baiquni. (2016). Pengelolaan agrowisata berbasis masyarakat di Desa Sidomulyo, Kota Batu. *Jurnal Bumi Indonesia*, 5(1), 1-10.
- Masruroh, U. A. (2021). Strategi pengembangan Agrowisata Kebun Belimbing di Kabupaten Tulungagung serta dampaknya terhadap perekonomian di era pandemi covid-19. *Journal Economics and Development*, 1(1), 1-13.
- Ni'matuzahroh & S. Prasetyaningrum. (2018). *Observasi: Teori dan Aplikasi dalam Psikologi*. Malang: Penerbit UMM Press.
- Prasetyo, A. S., R. Safitri., & K. Hidayat. (2019). Strategi komunikasi ketua dalam meningkatkan eksistensi Kelompok (kasus di kelompok tani sidodadi di Desa Junrejo , Kecamatan Junrejo Kota Batu Jawa timur. *Jurnal Habitat*, 30(1), 26-34.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Utami, B. A., & A. Kafabih. (2021). Sektor pariwisata Indonesia di tengah pandemi COVID 19. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*. 4(1), 383 – 389.
- World Tourism and Trade Center*. (2017). *Tourism towards 2030 Global Overview*. Madrid, Spain: UNWTO