

Strategi Pengembangan Agrowisata Sebagai Kawasan Eduwisata Lokal
(Studi Kasus : Objek Wisata Medan Istana Jambu Desa Ujung Labuhan Kecamatan Namorambe Kabupaten Deli Serdang)

Rizki Fahira Sirait¹, Nomi Noviani²

^{1,2} Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah, Medan

Corresponding Author : ✉ rizkifahirasirait@umnaw.ac.id

ABSTRACT

Rizki Fahira Sirait, 2018. Strategi Pengembangan Agrowisata Sebagai Kawasan Eduwisata Lokal (Studi Kasus : Objek Wisata Medan Istana Jambu Desa Ujung Labuhan Kecamatan Namorambe Kabupaten Deli Serdang. Dibawah bimbingan Pembimbing Skripsi oleh Ibu Nomi Noviani, SP, MP Penguji I Bapak Dian Habibie, SP, MP, MSi dan Penguji II Bapak Sugiari, SP, MP. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pendapatan yang dihasilkan dari Agrowisata Medan Istana Jambu. Untuk menentukan apa yang menjadi faktor internal dan eksternal dalam pengembangan Agrowisata Medan Istana Jambu. Untuk menentukan strategi apa yang tepat dalam pengembangan Agrowisata Medan Istana Jambu di daerah penelitian. Penelitian yang dilakukan ini berjenis penelitian kuantitatif dengan bentuk analisis dan subjek yang dijadikan sumber dalam penelitian ini adalah petani jagung manis. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode analisis data menggunakan Analisis SWOT dan untuk menyusun alat digunakan faktor-faktor strategi adalah matrik SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan yang dihasilkan Agrowisata Medan Istana Jambu pada tahun 2020 yaitu sebesar Rp. 309.930.000 dan pendapatan yang dihasilkan pada masa pandemi covid-19 (Desember 2020 - Desember 2021) yaitu sebesar Rp. 139.940.000. Berdasarkan hasil analisis internal Agrowisata Medan Istana Jambu terdapat kekuatan diantaranya kondisi menarik, biaya masuk murah, sering mengadakan kegiatan masyarakat, Agrowisata yang luas dan fasilitas yang memadai. Dan kelemahan adalah akses mencapai lokasi wisata, promosi yang belum intensif dan gencar, kemampuan tenaga kerja masih rendah dan belum ada diversifikasi produk olahan. Berdasarkan hasil analisis lingkungan eksternal Agrowisata Medan Istana Jambu diperoleh peluang yaitu adanya kerja sama dengan pihak lain, sesuai dengan kebijakan pemerintah yang dikeluarkan, sesuai dengan kebutuhan manusia akan liburan, terdapat dukungan dari masyarakat setempat dan peluang bagi investor untuk pengembangan sumberdaya alam. Ancaman yang terdapat pada Agrowisata Medan Istana Jambu adalah pesaing yang sama, minat pengunjung untuk datang kembali, jumlah pengunjung menurun di masa pandemic covid-19, perkembangan agrowisata lain yang mempunyai ciri khas, dan faktor gangguan hama yang cenderung sulit dikontrol. Berdasarkan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal Agrowisata Medan Istana Jambu menciptakan beberapa alternatif strategi pada Agrowisata Medan Istana Jambu yaitu strategi S-O Melakukan pengembangan Agrowisata dengan cara menambah spot foto dan wisata yang bervariasi dan terus melakukan peningkatan promosi, Strategi S-T seperti lebih menampilkan keunikan ciri khas dari Agrowisata Medan Istana Jambu dan lebih meningkatkan dan menjaga kualitas produk serta sistem pemasarannya, Strategi W-O seperti optimalisasi Agrowisata dengan terus

melakukan pengembangan serta penguatan usaha dari Agrowisata itu, Strategi W-T yaitu menawarkan diskon (potongan harga) baik pada produk maupun biaya masuk agrowisata dan memberikan rasa kenyamanan bagi pengunjung.

Keywords *Strategi, Pengembangan, Agrowisata, Eduwisata, SWOT*

PENDAHULUAN

Pertanian adalah bidang utama yang menyerap pekerjaan dan menghasilkan pendapatan bagi sebagian besar keluarga di jaringan pedesaan di Indonesia. Selama ini kapasitas dan keunggulan daerah pedesaan belum diperhitungkan, padahal tugasnya sangat besar. Daerah pedesaan bertujuan untuk menyerap bahan-bahan alami, memberikan kenyamanan, kualitas konvensional dan sosial-budaya pedesaan, agrowisata pedesaan, menyerap pekerjaan, andalan ketahanan pangan, dan metode sekolah ekologis (David, 2011).

Pada awalnya. Agrowisata dikenal sebagai ekowisata (Ecotourism). Ekowisata merupakan konsep wisata yang paling cepat di antara model pengembangan pariwisata yang lainnya di seluruh dunia, dan memperoleh sambutan yang sangat serius, ekowisata biasanya dikembangkan di negara berkembang sebagai model pengembangan yang potensial untuk memelihara sumberdaya alam dan mendukung proses perbaikan ekonomi masyarakat lokal (Utama, 2010)

Agrowisata berhasil dikembangkan di Switzerland, Selandia Baru Australia dan Austria, sedangkan di USA baru tahap permulaan dan baru dikembangkan di California. Pengembangan agrowisata merupakan kombinasi antara pertanian dan dunia wisata untuk liburan di desa. Pengembangan agrowisata dapat diarahkan dalam bentuk ruang tertutup (seperti museum), terbuka (taman atau lanskap) atau kombinasi antar keduanya (Ismayanti, 2010).

Sebagai negara agraris, Indonesia memiliki kekayaan alam dan hayati yang sangat beragam, dan jika dikelola dengan tepat, maka kekayaan tersebut mampu diandalkan menjadi andalan perekonomian nasional. Salah satu esensi pembangunan pariwisata adalah membangun industri yang handal dan berdaya saing. Kondisi agroklimat di wilayah Indonesia sangat sesuai untuk pengembangan komoditas tropis dan sebagian subtropics pada ketinggian antara nol sampai ribuan meter di atas permukaan laut. Komoditi pertanian (mencakup tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, kehutanan, peternakan dan perikanan) dengan keragaman dan keunikannya yang bernilai tinggi serta diperkuat oleh kekayaan kultural yang sangat beragam dan mempunyai daya

Tarik kuat sebagai wisata agro ekowisata yang berbasis pertanian(Nisak.Z, 2013).

Objek agrowisata umumnya masih berupa hamparan suatu areal usaha pertanian dari perusahaan-perusahaan besar yang dikelola secara modern dengan orientasi objek keindahan alam dan belum menonjolkan atraksi keunikan dari aktivitas lokal masyarakat. Diantaranya adalah objek agrowisata seperti Agrowisata Tlogo, Agrowisata Tabanan Bali, Agrowisata Cinangneng, Tenjolaya Bogor, Agrowisata Kebun Salak di Sleman, Puncak Bogor, Taman Bunga Nusantara, Taman Margasatwa Ragunan, Taman Mekarsari, TMII, Agrowisata Cilangkap dan lain-lain(Riyad, 2017).

Agrowisata juga erat kaitannya dengan eduwisata, dengan agrowisata kita bisa berwisata sambil belajar. Eduwisata merupakan konsep wisata yang menerapkan pendidikan atau pengetahuan kepada wisatawan yang berkunjung pada suatu objek wisata. Di tempat tersebut pengunjung dapat melakukan kegiatan wisata dan belajar dengan metode yang menyenangkan. Agrowisata Cilangkap Jakarta Timur adalah salah satu tempat objek wisata yang harus dikembangkan menjadi kawasan eduwisata, karena agrowisata ini cukup menarik dan terdapat berbagai macam sarana dan prasarana edukasi(Gunawan 2018).

Agrowisata dicirikan sebagai kegiatan atau aktivitas perjalanan yang menggunakan kawasan di bidang agro dimulai dari pengolahan sampai mendapatkan barang-barang pertanian pada suatu sistem yang telah ditentukan untuk menambah wawasan, experience, dan hiburan di bidang agribisnis. Hadirnya agrowisata di daerah pedesaan yang bergantung pada lingkungan diharapkan memberikan banyak manfaat bagi penduduk desa maupun penduduk metropolitan untuk lebih memahami dan menyukai daerah pedesaan serta dijadikan sebagai sarana belajar(Hasan, 2017).

Agrowisata merupakan jawaban dalam mengajarkan masyarakat luas tentang pentingnya kawasan agraris. Agrowisata sendiri sangat penting untuk objek hiburan perjalanan yang menggunakan pertanian sebagai tujuan liburan. Secara umum, gagasan agrowisata adalah suatu perjalanan yang digabungkan dengan unsur pertanian yang mengacu pada komponen rekreatif yang telah menjadi ciri khas suatu wisata(Rahardjo, 2017).

Agrowisata saat ini merupakan alternatif liburan lain yang dibutuhkan oleh daerah setempat karena agrowisata memberikan keelokan alam yang bisa dirasakan maupun dapat menjadi suatu nilai yang bermanfaat. Orang bisa berkunjung ke Agrowisata untuk melihat jalannya pengembangan produk alam, kemudian bisa diajak memetik produk organik secara langsung di pembibitan kemudian, kemudian melahap dan mendapatkan kembali hasilnya.

Dengan gagasan agrowisata, dapat membuat budidaya lebih bermanfaat karena memberdayakan pengawas taman untuk memberikan taman berkualitas yang sesuai dengan pedoman agrowisata. Selain itu, jika minat terhadap barang-barang hortikultura meningkat, kepala kebun akan bekerja sama dengan petani terdekat untuk mengembangkan panen yang sebanding untuk mengatasi masalah permintaan dari pembeli. Perihal ini dilakukan untuk "stock display " yang diberikan di kawasan agrowisata dapat diakses secara konsisten(Afiyah, Abidatul, Sifi, Muhammad. 2015).

Agrowisata merupakan suatu jenis usaha di dalam pertanian yang menggunakan lahan pertanian kemudian menata secara menarik menjadi sebuah wisata dengan menekankan penjualan jasa kepada para wisatawan. Wujud jasanya bisa berbentuk keelokan alam, kedamaian serta sebuah pendidikan. Pengembangan bisnis agrowisata sangat memerlukan manajemen pengelolaan yang tepat. Dalam mengelola agrowisata yang wajib diperhatikan ialah sub sistemnya yaitu diantaranya ketersediaan fasilitas, objek yang ditawarkan, promosi serta pelayanan yang diberikan(Riyad, 2017).

Medan Istana Jambu ialah destinasi agrowisata buah Medan yang berada di Jalan Pembangunan, Sidirejo, Kecamatan Namorambe, Kabupaten Deli Serdang. Tempat liburan khas yang terletak pada ketinggian 121 - 128 mdpl tersebut, menawarkan basis tour edukasi dan wisata pertanian sehingga selalu ramai dikunjungi oleh warga metropolitan. Tempat wisata bertipe agrowisata di Medan yang digelar Istana Jambu ini menjadi spesial karena pengunjung bisa melakukan beragam kegiatan menarik yang berhubungan dengan usaha pertanian. Seperti menanam, melihat proses budidaya tanaman sampai ikut memetik buahbuahan segar. Jumlah wisatawan yang mengunjungi Agrowisata Medan Istana Jambu cukup padat saat hari sekolah dikarenakan pengunjung agrowisata ini pada umumnya para pelajar dan dikunjungi oleh institusi sekolah. Tidak hanya itu banyak juga orang dewasa maupun rombongan keluarga yang berkunjung ke agrowisata ini. Agrowisata ini sangat cocok untuk edukasi anak-anak agar lebih mengetahui wawasan mengenai dasar-dasar bertani, seperti menyemai, menanam hingga perawatan yang dibutuhkan.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini akan menganalisis Strategi Pengembangan Agrowisata Sebagai Kawasan Eduwisata Lokal Studi Kasus : Objek Wisata Medan Istana Jambu Desa Ujung Labuhan Kecamatan Namorambe Kabupaten Deli Serdang

Metode Analisa Data

Permasalahan penelitian dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui pendapatan dari Agrowisata Medan Istana Jambu kemudian mengenai lingkungan Internal dan Eksternal Agrowisata Medan Istana Jambu pada daerah penelitian, yaitu menggunakan Matriks Analisis IFAS dan EFAS. Untuk Menjawab rumusan masalah yang ketiga mengenai strategi pengembangan Agrowisata Medan Istana Jambu, yaitu menggunakan penyusunan strategi dengan menggunakan Analisis SWOT(Arikunto, 2017).

Matriks IFAS dan EFAS

Alat bantu yang digunakan dalam merumuskan strategi perusahaan adalah Matriks IFAS, Matriks EFAS, Matriks SWOT. Adapun Tahapan dalam menganalisis tabel matriks EFAS dan EFAS sebagai berikut :

1. IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*)

Langkah-langkah penyusunan Matriks IFAS antara lain :

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- b. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00). Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (Semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya

2. EFAS (*Eksternal Factor Analysis Strategy*)

Langkah-langkah penyusunan Matriks EFAS antara lain :

- a. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
- b. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-fatkor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya.

Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya 1. Sebaliknya, jika nilai ancaman sedikit ratingnya 4.

- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).

Matriks SWOT

SWOT "*Strength - Weaknesses - Opportunities - Threats*" Matriks merupakan alat mendeskripsikan ancaman-peluang eksternal dan kelemahan-kekuatan internal, yang menciptakan 4 strategi :

1. Strategi SO "*kekuatan internal & kesempatan eksternal*" adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.
2. Strategi WO "*kelemahan internal & kesempatan eksternal*" merupakan Strategi yang digunakan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.
3. Strategi ST "*kekuatan internal & ancaman eksternal*" adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi pengaruh dari ancaman eksternal.
4. Strategi WT "*kelemahan internal & ancaman eksternal*" merupakan strategi atau taktik defensif yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

Tabel 1.

Matriks SWOT "*Strengths - Weakness - Opportunities - Threats*"

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

Perusahaan	untuk mengatasi ancaman	kelemahan Dan menghindari ancaman
------------	-------------------------	---

Sumber: Rangkuti (2014).

Hasil dari matriks SWOT diharapkan bisa membagikan sebagian alternatif strategi yang bisa diseleksi oleh pengelola supaya tujuan utama dari perusahaan tercapai serta aktivitas perusahaan bisa membagikan hasil yang optimal. Dan wawancara yang telah dilakukan juga dapat nerumuskan strategi yang cocok dengan situasi dan kondisi perusahaan(Sugiyono, 2017).

Definisi Operasional

Untuk memperjelas ruang lingkup tujuan penelitian ini agar tidak terjadi keraguan dan kekeliruan maka diperlukan batasan operasional sebagai berikut :

1. Agrowisata merupakan bentuk aktivitas wisata yang melibatkan penggunaan lahan pertanian yang menjadi daya tarik bagi pengunjung.
2. Strategi adalah suatu proses penentuan sebuah rencana yang bertujuan dalam jangka panjang perusahaan, disertai dengan penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan dapat tercapai.
3. Lingkungan Internal adalah lingkungan yang mempengaruhi agrowisata Medan Istana Jambu dari dalam agrowisata itu sendiri.
4. Lingkungan Eksternal adalah lingkungan yang mempengaruhi agrowisata Medan Istana Jambu dari luar agrowisata.
5. SWOT adalah suatu alat yang digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang bermanfaat dalam mengembangkan perencanaan strategis.

Batasan Operasional

1. Lokasi penelitian berada di Desa Ujung Labuhan Kecamatan Namorambe Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara.
2. Responden dalam penelitian ini yaitu pengusaha/pemilik Objek Wisata Medan Istana Jambu, pekerja agrowisata, pengunjung dan warga setempat di Desa Ujung Labuhan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengelola Agrowisata

Pengelola Agrowisata Medan Istana Jambu adalah Bapak Acong yang merupakan pemilik agrowisata itu sendiri. Dalam Agrowisata ini Bapak Acong memiliki 10 orang karyawan untuk membantunya mengelola agrowisata medan istana jambu ini. Pemilik juga memberikan kepercayaan kepada karyawan agar benar-benar mengurus agrowisata ini, dan apabila sudah

LAYOUT 3



Gambar 1.

Layout Agrowisata Medan Istana Jambu

Pendapatan Agrowisata Medan Istana Jambu Biaya

Biaya merupakan semua pengorbanan yang harus ditanggung untuk penyediaan barang yang siap untuk dipakai oleh konsumen. Biaya pemasaran merupakan jumlah pengeluaran perusahaan untuk keperluan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan hasil produksinya dari jumlah pengeluaran oleh lembaga pemasaran dan laba yang diterima oleh badan yang bersangkutan (Hanafiah dan Saifuddin, 1996).

Biaya yang dikeluarkan pada Agrowisata Medan Istana Jambu yaitu biaya tenaga kerja, pupuk, pestisida, peralatan bungkus jambu, bibit, pakan ternak, perawatan kolam renang serta biaya listrik dan air. Total biaya yang dikeluarkan selama setahun (tahun 2019) yaitu sebesar Rp. 283.000.000. Dan Total biaya yang dikeluarkan selama masa pandemic covid-19 (Maret 2020- Maret 2021) yaitu sebesar Rp. 189.400.000

Penerimaan

Penerimaan adalah nilai yang diperoleh dari penjualan hasil produksi. Jumlah penerimaan yang akan diperoleh dari suatu proses produksi dengan harga produk bersangkutan pada saat itu. Penerimaan dari Agrowisata Medan Istana Jambu yaitu bersumber dari jasa dan penjualan produk. Total penerimaan dari jasa maupun penjualan produk pada tahun 2020 yaitu sebesar :

$$\begin{aligned} & \text{Rp. 411.930.000} + \text{Rp. 181.000.000} \\ & = \text{Rp. 592.930.000 / tahun} \end{aligned}$$

Total penerimaan pada masa pandemic covid-19 (Desember 2020 - Desember 2021) hanya bersumber dari penjualan produk yaitu sebesar :

$$= \text{Rp. 329.340.000 / tahun}$$

Berikut ini merupakan data jumlah pengunjung agrowisata Medan Istana Jambu:

Tabel 2.
Jumlah Pengunjung Medan Istana Jambu

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	1.800
2	Febuari	1.015
3	Maret	966
4	April	1.300
5	Mei	980
6	Juni	1.400
7	Juli	1.000
8	Agustus	795
9	September	872
10	Oktober	1.108
11	November	995
12	Desember	1.500
	Total	13.731 orang

Sumber data : Pengurus Agrowisata 2021

Pendapatan

Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dan biaya pengeluaran. Pendapatan dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain : skala usaha, efisiensi penggunaan tenaga kerja, produksi yang dihasilkan, modal, dan hasil pemasaran. Pendapatan Agrowisata Medan Istana Jambu pada tahun 2021 dapat dilihat sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Pendapatan} &= \text{Biaya} - \text{Penerimaan} \\ &= \text{Rp. } 592.930.000 - \text{Rp.}283.000.000 \\ &= \text{Rp. } 309. 930.000 / \text{tahun} \end{aligned}$$

Pendapatan Agrowisata medan istana jambu pada masa pandemic covid-19(Desember 2020 - Desember 2021) dapat dilihat sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Pendapatan} &= \text{Penerimaan} - \text{Biaya} \\ &= \text{Rp. } 329.340.000 - \text{Rp.}189.400.000 \\ &= \text{Rp. } 139. 940.000/\text{tahun} \end{aligned}$$

Analisis Lingkungan Internal Strategi “Agrowisata Medan Istana Jambu”

Analisis lingkungan internal adalah suatu tahapan buat mengenali kekuatan dan kelemahan yang dipunyai oleh “ Agrowisata Medan Istana Jambu” dalam mengalami persaingan. Lingkungan internal bisa dianalisis melalui pendekatan secara langsung lewat tanya jawab serta observasi langsung.

Identifikasi Kekuatan Dan Kelemahan

Tabel 3.

Kelemahan dan Kekuatan "Agrowisata Medan Istana Jambu" Berdasarkan Faktor Internal Agrowisata

	Kelemahan	Kekuatan
Faktor Internal Agrowisata Medan Istana Jambu	Kondisi Menarik Biaya masuk murah Sering mengadakan kegiatan masyarakat Agrowisata yang luas Fasilitas yang memadai	Akses mencapai lokasi wisata Promosi yang belum intensif dan gencar Kemampuan tenaga kerja masih rendah Belum ada diversifikasi produkolahan

Pada tabel diatas dapat dilihat beberapa faktor internal kekuatan dan faktor internalkelemahan Agrowisata Medan Istana Jambu sebagai berikut :

Faktor Gangguan Hama yang Cenderung Sulit Dikontrol

Faktor yang dimaksud yaitu pengendalian hama yang ada pada jambu terkadang sulit untuk dikontrol. Adanya ulat buah yang membuat kualitas jambu tidak maksimal, walaupun sudah dilakukan pengecekan oleh pekerja tetapi masih ada juga dari hasil panen jambu yang sedikit busuk. Setelah di lakukan identifikasi faktor internal dan eksternal maka selanjutnya dapat di rincikan dalam Matriks IFAS dan EFAS, sebagaimana ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4

Faktor Analisis Internal (IFAS) dan Faktor Analisis Eksternal (EFAS)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan :			
Kondisi Menarik	0,14	3,9	0,55
Biaya masuk murah	0,11	3,1	0,38
Sering mengadakan kegiatan masyarakat	0,11	3,2	0,39
Agrowisata yang luas	0,11	3,2	0,39
Fasilitas yang memadai	0,14	4,0	0,60
Sub Total	0,61		2,31
Kelemahan:			
Akses mencapai lokasi wisata	0,07	1,9	0,14

Promosi yang belum intensif dan gencar	0,09	2,4	0,22
Kemampuan tenaga kerja masih rendah	0,11	3,2	0,39
Belum ada diversifikasi produk olahan	0,12	3,3	0,40
Subtotal	0,39		1,15
TOTAL	1		3,46
Faktor Eksternal			
Adanya kerja sama dengan pihak lain	0,13	3,9	0,55
Sesuai dengan kebijakan pemerintah yang	0,10	3,1	0,35
Sesuai dengan kebutuhan manusia akan	0,12	3,5	0,42
Terdapat dukungan dari masyarakat	0,11	3,3	0,40
Peluang bagi investor untuk pengembangan sumberdaya alam	0,11	3,3	0,40
Subtotal	0,57		2,12
Ancaman :			
Pesaing yang sama	0,09	2,4	0,22
Minat pengunjung untuk datang kembali	0,10	3,0	0,33
Jumlah pengunjung menurun di masa pandemic covid-19	0,07	1,8	0,13
Perkembangan Agrowisata Lain yang mempunyai ciri khas	0,07	2,1	0,17
Faktor gangguan hama yang cenderung sulit dikontrol	0,10	2,9	0,29
Subtotal	0,43		1,14
TOTAL	1		3,26

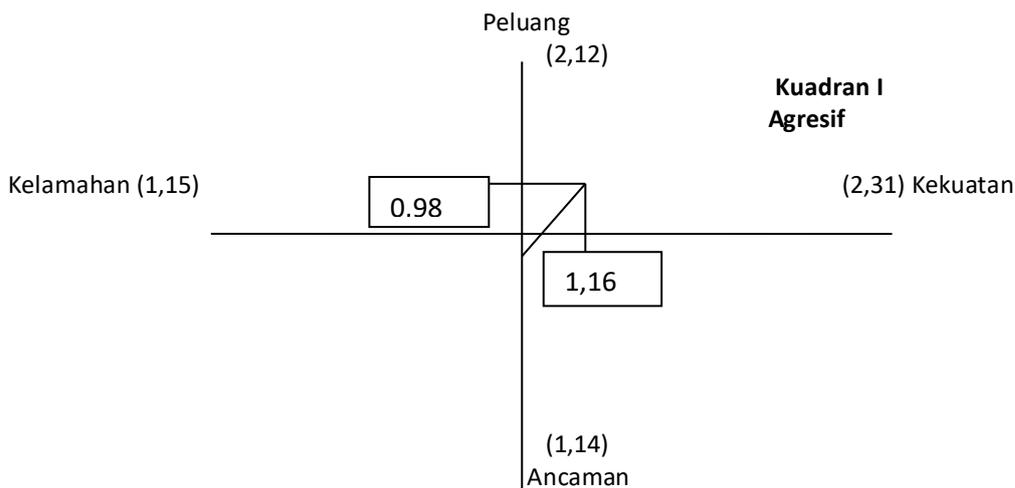
Pada Tabel diatas dapat dilihat faktor internal dengan skor tertinggi ialah fasilitas yang memadai dengan skor 0,60 yang merupakan kekuatan pada “Agrowisata Medan Istana Jambu”. Setelah itu, kelemahan dengan skor tertinggi yaitu belum ada diversifikasi produk olahan dengan skor 0,40. Sedangkan pada faktor eksternal pada peluang dengan skor tertinggi adalah adanya kerja sama dengan pihak lain nilai skor 0,55. Dan skor tertinggi pada ancaman adalah minat pengunjung untuk datang kembali dengan skor 0,33. Kemudian skor total pada faktor eksternal yaitu 3,46 dan pada faktor eksternal yaitu 3,26.

Dengan tersusunnya, matriks IFAS dan EFAS, maka dapat dihasilkan nilai skormasing-masing faktor yaitu :

$$\text{Kekuatan-Kelemahan} = 2,31 - 1,15 = 1,16$$

$$\text{Peluang - ancaman} = 2,12 - 1,14 = 0,98$$

Dari analisis faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan diagram analisisSWOT sebagai berikut :



Gambar 2

Diagram Analisis SWOT Hasil Pengolahan Data Internal danEksternal

Dari diagram diatas dapat disimpulkan bahwa Agrowisata Medan Istana Jambu berada pada titik (1,16 : 0,98) kuadran I, yang menandakan bahwa posisi tersebut ialah posisi yang tepat dan menguntungkan. Dengan terus melakukan strategi pengembangan yang “agresif (*Growth*)” dan meminimalisir ancaman serta kelemahan yang ada.

Formulasi Strategi Pengembangan Agrowisata Medan Istana Jambu

Bersumber dari hasil analisis kekuatan, kelemahan, kesempatan serta ancaman, maka dapat disusun matriks SWOT. Dari formulasi matriks SWOT yang dilakukan untuk Medan Istana Jambu juga wajib merumuskan strategi

yang bisa diterapkan kedalam usaha Agrowisata. Identifikasi strategi pengembangan yang dilaksanakan dalam riset ini bermanfaat untuk membagikan strategi pengembangan pada Medan Istana Jambu dalam menuntaskan kasus yang dialami.

Pada analisis SWOT yang telah dirangkai, ada berbagai cara yang efisien buat diterapkan yang belum sempat dicoba oleh Agrowisata Medan Istana Jambu. Formulasi alternatif strategi terbuat bersumber pada persetujuan serta wawancara sehingga cocok dengan keadaan perusahaan saat ini. Perumusan strategi dapat dilihat pada tabel 4.4. berikut :

Tabel 5
Matriks SWOT untuk Agrowisata Medan Istana Jambu

<p style="text-align: center;">Faktor Internal</p> <p style="text-align: center;">Faktor Eksternal</p>	<p style="text-align: center;">Kekuatan (S)</p> <p>Kondisi Menarik Biaya masuk murah Sering mengadakan kegiatan masyarakat Agrowisata yang luas Fasilitas yang memadai</p>	<p style="text-align: center;">Kelemahan (W)</p> <p>Akses mencapai lokasi wisata Promosi yang belum intensif dan gencar Kemampuan tenaga kerja masih rendah Belum ada diversifikasi produk olahan</p>
<p style="text-align: center;">Peluang (O)</p> <p>Adanya kerja sama dengan pihak lain Sesuai dengan kebijakan pemerintah yang dikeluarkan Sesuai dengan kebutuhan manusia akan liburan Terdapat dukungan dari masyarakat setempat Peluang bagi investor untuk pengembangan SDA</p>	<p style="text-align: center;">Strategi S-O</p> <p>Melakukan pengembangan Agrowisata dengan cara menambah spot foto yang beragam dan wisata yang bervariasi (S₁,S₂,S₄,S₅,O₁,O₃) Terus menerus melakukan peningkatan promosi untuk agrowisata melalui media social, pembuatan browser, banner,brosur dan lainnya (S₁,S₂,S₅, O₁,O₃, O₅) Sering melakukan kegiatan masyarakat</p>	<p style="text-align: center;">Strategi W-O</p> <p>Optimalisasi Agrowisata dengan terus melakukan pengembangan, promosi serta penguatan usaha dari Agrowisata itu (W₁,W₂,O₁,O₂, O₃) Mempertahankan keberlangsungan Agrowisata dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki Medan Istana Jambu (W₃, O₄, O₅) Melakukan diversifikasi olahan dari jambu yang dapat dipasarkan ke konsumen (W₄, O₄)</p>

	yang mampu mendatangkan pihak dari pemerintah (S ₃ ,O ₂ ,O ₄ ,O ₅)	
Ancaman (T) Pesaing yang sama Minat pengunjung untuk datang kembali Jumlah pengunjung menurun di masa pandemi covid-19 Perkembangan agrowisata lain yang mempunyai ciri khas Faktor gangguan hama yang cenderung sulit dikontrol	Strategi S-T Lebih menampilkan keunikan ciri khas dari Agrowisata Medan Istana Jambu (S ₁ ,S ₄ ,S ₅ ,T ₁ ,T ₂ ,T ₄) Melakukan pengembangan dengan mengikuti tren wisata yang paling diminati (S ₁ ,S ₃ ,S ₄ , T ₂ ,T ₃ ,T ₄) Lebih meningkatkan dan menjaga kualitas produk serta meningkatkan sistem pemasaran (S ₁ , S ₃)	Strategi W-T Menawarkan potongan harga (discount) serta mengadakan undian hadiah pada sebuah acara (W ₁ ,W ₂ ,T ₁ ,T ₃ ,T ₄) Memberikan rasa kenyamanan terhadap pengunjung atau konsumen (sikap ramah tamah) (W ₃ ,T ₂)

Dari diatas terdapat formulasi strategi yang dapat dirumuskan berdasarkan analisis SWOT. Keempat strategi tersebut dapat dibahas lebih rinci sebagai berikut :

Nilai rata-rata hasil belajar siswa kelas eksperimen menggunakan metode sosiodrama sebesar 77,3 dengan identifikasi kecenderungan *post test* termasuk dalam kategori baik. Nilai rata-rata hasil belajar siswa kelas eksperimen menggunakan metode sosiodrama sebesar 69,3 dengan identifikasi kecenderungan *post test* termasuk dalam kategori cukup. Dengan membandingkan harga t_{hitung} dengan harga t_{tabel} diperoleh bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $37,49 > 2,00$. Hal ini berarti bahwa H_a diterima yang berarti bahwa ada pengaruh penggunaan metode sosiodrama terhadap hasil belajar Bahasa Indonesia pada siswa kelas VIII SMP Negeri 3 Bangun Purba T.A. 2021/2022.

KESIMPULAN

Pendapatan yang dihasilkan Agrowisata Medan Istana Jambu pada tahun 2020 yaitu sebesar Rp. 309.930.000 dan pendapatan yang dihasilkan pada masa pandemi covid-19 (Desember 2020 – Desember 2021) yaitu sebesar Rp. 139.940.000 Berdasarkan hasil analisis internal Agrowisata Medan Istana Jambu terdapat kekuatan diantaranya kondisi menarik, biaya masuk murah, sering mengadakan kegiatan masyarakat, Agrowisata yang luas dan fasilitas yang memadai. Dan kelemahan adalah akses mencapai lokasi wisata, promosi yang belum intensif dan gencar, kemampuan tenaga kerja masih rendah dan belum ada diversifikasi produk olahan. Berdasarkan hasil analisis lingkungan eksternal Agrowisata Medan Istana Jambu diperoleh peluang yaitu adanya kerja sama dengan pihak lain, sesuai dengan kebijakan pemerintah yang dikeluarkan, sesuai dengan kebutuhan manusia akan liburan, terdapat dukungan dari masyarakat setempat dan peluang bagi investor untuk pengembangan sumberdaya alam. Ancaman yang terdapat pada Agrowisata Medan Istana Jambu adalah pesaing yang sama, minat pengunjung untuk datang kembali, jumlah pengunjung menurun di masa pandemic covid-19, perkembangan agrowisata lain yang mempunyai ciri khas, dan faktor gangguan hama yang cenderung sulit dikontrol. Berdasarkan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal Agrowisata Medan Istana Jambu menciptakan beberapa alternatif strategi pada Agrowisata Medan Istana Jambu yaitu strategi S-O Melakukan pengembangan Agrowisata dengan cara menambah spot foto dan wisata yang bervariasi dan terus melakukan peningkatan promosi, Strategi S-T seperti lebih menampilkan keunikan ciri khas dari Agrowisata Medan Istana Jambu dan lebih meningkatkan dan menjaga kualitas produk serta sistem pemasarannya, Strategi W-O seperti optimalisasi Agrowisata dengan terus melakukan pengembangan serta penguatan usaha dari Agrowisata itu, Strategi W-T yaitu menawarkan diskon (potongan harga) baik pada produk maupun biaya masuk agrowisata dan memberikan rasa kenyamanan bagi pengunjung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Jamaludin Sirait dan Ibunda yusmiati serta keluarga tercinta. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Nomi Noviani, SP, MP selaku pembimbing. Terima kasih kepada seluruh dosen serta staff Fakultas Pertanian Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah dan seluruh teman - teman Fakultas Pertanian stambuk 2018.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyah, Abidatul, Sifi, Muhammad, Dwiatman. 2015. "Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendi Home Industry (Studi Kasus Pada Home Industry Cokelat 'Cozy' Kademangan Blitar)."
- Arikunto, Suharsimi. 2017. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- David, F. .. 2011. *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*. Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Gunawan, Febby Natalia. 2018. *Pengaruh Kombinasi Filler (Tepung Tapioka-Tepung Beras Ketan Dan Tepung Terigu-Tepung Beras Ketan) Dan Bentuk Terhadap Karakteristik Kerupuk Putih Telur*. Penelitian. Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Katolik Soegijapranata. Semarang.
- Hasan, Iqbal. 2017. *Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Parawisata*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarna.
- Nisak.Z. 2013. "Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif." *Jurnal Ekbis* 9 (2):468-76.
- Rahardjo, Satjipto. 2017. *Penelitian Hukum Di Indonesia Pada Akhir Abad Ke-20*. Bandung: Rineka Cipta.
- Riyad, Anang Jamaluddin. 2017. *Analisis Pemasaran Tepung Tapioka*. Universitas Wahid Hasyim Semarang. Semarang.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Utama, I. Gusti Rai. 2010. *Agrowisata Sebagai Parawisata Alternatif Di Indonesia*. Denpasar.