

POTENSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN AGROEKOWISATA DESA ALAMENDAH SEBAGAI KAWASAN WISATA BERBASIS MASYARAKAT

POTENTIAL AND AGRO-ECOTOURISM DEVELOPMENT STRATEGY ALAMENDAH VILLAGE AS A COMMUNITY-BASED TOURISM AREA

Aisyah Nabilah^{*1}, Endah Djuwendah¹

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran
Jl. Raya Jatinangor Sumedang Km. 21

*Email: aisyahnabilahkr@gmail.com

ABSTRAK

Desa Alamendah merupakan salah satu kawasan agro-ekowisata di Kabupaten Bandung yang menerapkan konsep pariwisata berbasis masyarakat dalam pengelolaannya. Pengembangan sektor pariwisata secara berkelanjutan dapat berdampak bagi kesejahteraan masyarakat, sehingga strategi pengembangan agro-ekowisata di Desa Alamendah perlu dilakukan dengan tujuan supaya potensi dapat terus digali dan ditingkatkan. Tujuan dari penelitian ini adalah menggali potensi yang dapat menjadi daya tarik wisata serta menentukan prioritas alternatif strategi pengembangan Agro-ekowisata di Desa Alamendah. Penelitian ini menggunakan desain kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Analisis data yang digunakan menggunakan analisis SWOT dan ANP (*Analytical Network Process*). Hasil analisis ANP menunjukkan bahwa alternatif strategi prioritas utama dalam pengembangan Agro-ekowisata Desa Alamendah yang diperoleh adalah strategi menjaga loyalitas konsumen yang sebaiknya lebih difokuskan pada aktivitas agroindustri rumah tangga yang dilaksanakan oleh masyarakat lokal.

Kata Kunci: Agro-ekowisata, Strategi Pengembangan, SWOT, dan ANP (*Analytical Network Proses*)

ABSTRACT

*Alamendah Village is one of the agro-ecotourism areas in Bandung Regency which applies the concept of community-based tourism in its management. The sustainable development of the tourism sector can have an impact on the welfare of the community, so an agro-ecotourism development strategy in Alamendah Village needs to be carried out with the aim that the potential can continue to be explored and improved. The purpose of this research is to explore the potential that can become a tourist attraction and determine the priority of alternative agro-ecotourism development strategies in Alamendah Village. This research uses a qualitative design with a case study approach. Analysis of the data used using SWOT analysis and ANP (*Analytical Network Process*). The results of the ANP analysis show that the main priority alternative strategy in the development of Agro-ecotourism in Alamendah Village obtained is a strategy to maintain consumer loyalty which should be more focused on household agro-industry activities carried out by local communities.*

Keywords: *Agro-ecotourism, Development Strategy, SWOT, and ANP (Analytical Network Process)*

PENDAHULUAN

Pariwisata dapat tergolong sebagai salah satu sektor pembangunan yang dapat melajukan pertumbuhan perekonomian pada suatu wilayah. Pengembangan agrowisata dapat membuka peluang kerja bagi masyarakat lokal, selain itu pengembangan agrowisata dapat menjadi salah satu upaya dalam melestarikan sumber daya alam (Astutik, 2017). Berdasarkan data yang dilaporkan oleh Kementerian Pariwisata, pada tahun 2017 hingga 2019 kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) kian meningkat yaitu dari 4,11 persen menjadi 4,80 persen dengan kata lain mengalami peningkatan sekitar 0,70 persen. Dengan kehadiran pandemi COVID-19 tampaknya hal tersebut memberikan dampak terhadap sektor pariwisata, sehingga dapat diperkirakan menyebabkan penurunan kontribusi terhadap PDB menjadi sebesar 4,1%. Di lain sisi, pariwisata juga berkontribusi dalam menyumbang devisa negara, pada tahun 2018 sektor pariwisata mampu menyumbang sebesar US\$ 16,426 miliar, hal tersebut meningkat dari tahun sebelumnya yaitu sebesar US\$ 13,139 miliar atau meningkat sekitar US\$ 3,287 miliar (BPS, 2019).

World Travel and Tourism Council (WTTC) memposisikan negara Indonesia

pada urutan 10 besar negara dengan pertumbuhan pariwisata tercepat menurut daya atau kekuatannya di tahun 2018. Provinsi Jawa Barat merupakan daerah dengan potensi yang besar dalam pertumbuhan sektor pariwisata di Indonesia. Pada tahun 2018, Jawa Barat menempatkan posisi kedua berdasarkan banyaknya perusahaan dengan objek daya tarik wisata terbanyak menurut provinsi (BPS, 2018). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, daya tarik wisata alam Jawa Barat pada tahun 2018 yaitu sebesar 23,58 persen yang menandakan adanya peningkatan dari tahun sebelumnya yang sebesar 8,54 persen. Jawa Barat tidak hanya menarik wisatawan domestik saja, melainkan juga wisatawan mancanegara. Tabel 1 menunjukkan data perkembangan kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara di Provinsi Jawa Barat tahun 2015 hingga 2019 yang cenderung mengalami kenaikan. Selain keindahan alamnya yang begitu mempesona, kebudayaan dan kesenian yang beragam juga menjadikan Jawa Barat memiliki daya pikat tersendiri bagi wisatawan, sehingga keadaan ini memberikan peluang besar bagi pengembangan pariwisata Jawa Barat agar dapat menjadi penggerak bagi pembangunan daerah.

Tabel 1. Jumlah Wisatawan di Provinsi Jawa Barat Tahun 2015 – 2019

	Jumlah Kunjungan (Juta Kunjungan)				
	2015	2016	2017	2018	2019
Wisatawan Nusantara	56,3	58,7	59,6	63,3	64,6
Wisatawan Mancanegara	2,03	4,43	4,98	2,60	3,64

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat (2021)

Agro-ekowisata dapat menjadi alternatif dalam menerapkan pariwisata pedesaan yang menggabungkan antara sektor pertanian secara luas, alam, budaya, pendidikan, sosial dan ekonomi sebagai daya tarik wisata itu sendiri. Agro-ekowisata merupakan bentuk wisata dengan menempatkan kekayaan alam sebagai atraksi dengan menambahkan atraksi buatan (Suriadikusumah, 2014). Dalam proses pengembangan agro-ekowisata, diharapkan kepada masyarakat lokal dan pembuat kebijakan untuk memahami mengenai pandangan yang lebih luas dari sekedar mentalitas pembangunan pedesaan yang selama ini hanya berorientasi pada produk pertanian.

Kabupaten Bandung menjadi salah satu wilayah di Provinsi Jawa Barat yang mempunyai potensi daya tarik pada sektor pariwisatanya. Pada tahun 2019, data statistik Jawa Barat menunjukkan bahwa Kabupaten Bandung menempatkan posisi ke-11 dalam potensi Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) menurut jenisnya dengan

total sebanyak 48 objek wisata alam. Salah satu potensi wisata yang dimiliki Kabupaten Bandung dan layak dikembangkan adalah Desa Wisata Alamendah yang terletak di Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Mayoritas mata pencaharian penduduk Desa Alamendah yaitu sebagai petani, peternak dan pedagang, serta desa ini juga dikenal dengan potensi wisatanya seperti wisata alam, religi, budaya, dan agrowisata. Pengembangan obyek wisata diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan berdampak positif pula terhadap taraf hidup masyarakat. Aktivitas wisata yang terdapat di Desa Alamendah dilaksanakan dengan menerapkan konsep CBT (*Community Based Tourism*), artinya masyarakat lokal berperan sebagai aktor utama dalam pengelolaan dan pengembangannya.

Desa Alamendah mampu bertahan dengan melakukan inovasi *virtual tour*. Pada tahun 2021, Desa Alamendah berhasil masuk ke dalam 50 desa wisata terbaik di

Indonesia dalam ajang penganugerahan Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI). Desa Alamendah juga menempatkan posisi kedua sebagai kategori desa digital pada penganugerahan ADWI 2021, meskipun demikian masih terdapat permasalahan yang terjadi di antaranya adalah jumlah wisatawan yang berkunjung mayoritas masih berasal dari masyarakat dan juga rekan dari pengelola. DWA (Desa Wisata Alamendah) dikelola oleh masyarakat lokal, selain itu DWA juga berperan sebagai tim promosi bagi Arboretum Park Alamendah. Pengelolaan Arboretum Park Alamendah dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa dengan menerapkan sistem *three parties* yang terdiri dari tiga pilar yaitu Badan Usaha Milik Desa, Lembaga Masyarakat Desa Hutan dan Perusahaan Umum Kehutanan Negara.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menggali potensi agro-ekowisata di kawasan Agro-ekowisata Desa Alamendah dan memperoleh prioritas alternatif strategi pengembangan Agro-ekowisata Desa Alamendah dengan menggunakan metode SWOT dan ANP (*Analytical Network Process*). Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan baru terkait strategi pengembangan kawasan dan sebagai bahan masukan terkait pengembangan kawasan agro-ekowisata

bagi pengelola Agro-ekowisata di Desa Alamendah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan di kawasan agro-ekowisata Desa Alamendah pada Desember 2021 – Maret 2022. Desain penelitian ini menggunakan desain kualitatif dengan pendekatan studi kasus yaitu mengkaji dan menentukan prioritas pengembangan Agro-ekowisata Desa Alamendah, supaya diperoleh deskripsi yang utuh dan mendalam. Metode yang digunakan adalah wawancara mendalam dan observasi partisipatif dengan 5 informan yang ditentukan secara *purposive*, artinya informan tersebut dipilih didasarkan pada pertimbangan untuk mencapai tujuan yang akan dicapai peneliti yaitu mengetahui dan menilai alternatif strategi pengembangan Agro-ekowisata Desa Alamendah.

Pembahasan terkait dengan potensi yang dimiliki Desa Alamendah sebagai kawasan wisata mengacu pada teori bahwa dalam mengembangkan potensi kepariwisataan, sebuah destinasi wisata harus memiliki empat komponen utama di dalamnya *Attraction*, *Amenities*, *Accessibility*, dan *Ancillary services* (John Fletcher, Alan Fyall, David Gilbert, 2018). Teori ini diperlukan untuk memahami

secara mendalam mengenai potensi yang dimiliki Desa Alamendah sebagai kawasan wisata, sehingga proses pengembangan wisata dapat dilakukan secara lebih terarah.

Alternatif strategi pengembangan diperoleh melalui hasil pembobotan dengan menggunakan analisis SWOT. Untuk memprioritaskan alternatif strategi pengembangan menggunakan metode ANP (*Analytical Network Process*). Perhitungan analisis ANP dibantu dengan menggunakan perangkat lunak *Super Decisions*.

SWOT

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) dapat diartikan sebagai alat yang berfungsi dalam merumuskan suatu strategi perusahaan dengan mengidentifikasi faktor – faktor secara sistematis (Rangkuti, 2009). Analisis SWOT berfungsi untuk mengidentifikasi faktor apa saja yang mempengaruhi lingkungan internal maupun eksternal. Matriks SWOT dapat membantu dalam pengembangan empat model strategi, yaitu strategi SO (*Strength – Opportunity*), ST (*Strength – Threat*), WO (*Weakness – Opportunity*) dan WT (*Weakness – Threat*).

ANP (*Analytical Network Process*)

ANP adalah pengembangan dari metode *Analytical Hierarchy Process* (Saaty, 1996). Metode ANP juga memiliki

beberapa keunggulan, seperti terdapat *feedback* yang menyebabkan faktor yang berada pada klaster yang lebih rendah dapat dependen terhadap faktor yang berada pada klaster di atasnya dan membentuk suatu kerangka jaringan sehingga menjadikan metode ANP dapat mencakup lebih luas dibandingkan dengan metode AHP. Saaty mengemukakan bahwa terdapat 3 tahapan utama dalam pengambilan keputusan menggunakan metode ANP, sebagai berikut: (1) Konstruksi Model, tahap ini bertujuan untuk memperoleh informasi secara mendalam serta menghimpun berbagai data dan informasi yang dibutuhkan terkait penelitian secara mendalam; (2) Kuantifikasi Model, perancangan kuesioner dalam bentuk perbandingan pasangan tiap elemen pada klaster guna melihat yang lebih berpengaruh dengan menggunakan skala numerik 1 – 9; dan (3) Sintesis dan Analisis, tahapan ini bertujuan untuk mengolah data menggunakan *software super decisions*. *Geometric mean* merupakan perhitungan yang dilakukan guna mengetahui hasil penilaian informan serta merumuskan hasil pendapat dalam kelompok. Untuk menguji validitas hasil ANP dapat dilakukan dengan analisis *rater agreement*. Pengukuran yang membuktikan kesesuaian para informan terhadap masalah dalam satu *cluster*.

Pengukuran *rater agreement* dapat menggunakan salah satu alat yang dikenal dengan *Kendall's Coefficient of Concordance* di mana ($W; 0 < W < 1$). Apabila nilai $W = 1$, maka pendapat yang diberikan oleh informan mempunyai kesesuaian yang sempurna. Perhitungan alat ini dapat dilakukan dengan 3 tahapan yaitu *transpose*, *ranking* dan menghitung W . Rasio konsistensi harus memiliki nilai kurang dari sama dengan 10%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi wisata Agro-ekowisata di Desa Alamendah meliputi potensi wisata alam, religi, budaya, dan agrowisata. Dengan banyaknya potensi yang dimiliki Desa Alamendah, maka potensi tersebut perlu digali dan dikembangkan sehingga diharapkan dapat berdampak bagi kesejahteraan masyarakat lokal. Daya tarik Agro-ekowisata Desa Alamendah berdasarkan teori pengembangan destinasi pariwisata 4A (Fletcher et al, 2018) sebagai berikut.

Attraction, merupakan komponen penting pariwisata yang dapat menjadi hal pemikat bagi wisatawan, sehingga hal tersebut menjadi satu-satunya motivasi bagi seseorang untuk berkunjung. Potensi atraksi yang terdapat di Desa Alamendah diklasifikasikan menjadi atraksi wisata

alam, budaya dan buatan. Atraksi alam yang terdapat di Desa Alamendah meliputi bentang alam seperti Arboretum Park, Curug Awi Langit, Kawah Putih, Patuha Pinus *Land* dan Punceling *Pass*. Atraksi wisata budaya, meliputi atraksi yang berasal dari kebudayaan seperti seni tari jaipong, seni musik (karinding, calung, kecapi suling) hingga seni bela diri pencak silat. Atraksi buatan, meliputi seluruh atraksi yang dibuat oleh manusia seperti seperti Ciwidey *Valley*, Kampung Cai Rancaupas dan Patuha *Bike Park*. Terdapat berbagai harga dari paket wisata (Tabel) yang terdapat di kawasan Agro-ekowisata Desa Alamendah.

Tabel 2. Daftar Harga Paket Wisata

No.	Paket Wisata	Harga (Rp/pax)
1.	Alamendah <i>Trip</i>	165.000
2.	<i>Coffee Trip</i>	205.000
3.	Ngagoes Ulin Kalembur	250.000
4.	Menginap (<i>Home Stay</i>)	100.000
5.	<i>Outbound</i>	75.000
6.	Rancabali <i>Trip</i>	195.000
7.	<i>Off-Road Land Rover History Tour</i>	350.000
8.	<i>Paintball/Archery Battle</i>	125.000
9.	Jelajah Curug	125.000
10.	<i>Camping</i>	250.000
11.	Petik Stroberi	80.000

Sumber: Desa Wisata Alamendah (2021)

Desa Wisata Alamendah menyediakan berbagai paket wisata yang dapat ditawarkan kepada wisatawan. Paket wisata Alamendah *Trip* merupakan aktivitas yang memanfaatkan berbagai kegiatan yang biasa dilakukan oleh masyarakat lokal

untuk dijadikan sebagai suatu pengalaman bagi para wisatawan. Aktivitas tersebut seperti pertanian, peternakan, UMKM, dan kesenian yang terdapat di Desa Alamendah. Harga dari paket Alamendah *Trip* mulai dari Rp 165.000/*pax* dengan minimal pemesanan sebanyak 50 *pax*. Paket ini meliputi aktivitas wisata pertanian, peternakan, kuliner, *snack*, makan siang dengan air mineral serta pemandu lokal. Kegiatan pertanian meliputi edukasi budidaya mulai dari pembersihan lahan, penanaman, pemanenan hingga pengemasan. Kegiatan UMKM meliputi pengolahan hasil pertanian mulai dari pengupasan, pembersihan, pengolahan hingga pengemasan. Kegiatan kesenian menjadi salah satu implementasi dari prinsip agro-ekowisata dikarenakan membuktikan adanya konservasi kebudayaan dan seni.

Coffee Trip merupakan paket wisata yang ditawarkan kepada wisatawan untuk mendapatkan pengalaman mengenai kopi secara mendalam. Harga dari paket *Coffee Trip* mulai dari Rp 205.000/*pax* dengan minimal pemesanan sebanyak 10 *pax*. Paket ini sudah termasuk dengan tiket masuk objek kopi, pertunjukan kesenian, kuliner (nasi liwet), *snack* dengan air mineral serta pemandu lokal. Aktivitas yang dilakukan selama di kebun kopi meliputi penanaman

kopi, pemanenan hingga pengolahan biji kopi menjadi kopi siap minum.

Paket Ngagoes Ulin Kalembur memberikan pengalaman bagi wisatawan melalui penawaran aktivitas wisata dengan bersepeda mengelilingi Desa Alamendah. Wisatawan dapat menikmati pemandangan serta aktivitas warga lokal seperti pertanian, pengolahan produk pertanian dan sebagainya. Harga yang ditawarkan untuk paket Ngagoes Ulin Kalembur mulai dari Rp 250.000/*pax* dengan minimal pemesanan sebanyak 10 *pax*. Paket ini meliputi aktivitas wisata pertanian, peternakan, kuliner, *snack* dengan air mineral serta pemandu lokal dan sudah termasuk peminjaman sepeda.

Amenities, berkembangnya sarana dan prasarana sejalan dengan semakin bertambahnya kebutuhan yang diperlukan oleh wisatawan. Fasilitas yang tersedia di kawasan Agro-ekowisata Desa Alamendah (Tabel 3) sudah cukup memadai, namun kondisi toilet yang tersedia belum sepenuhnya memenuhi syarat toilet yang baik yakni masih dalam keadaan basah dan belum menggunakan toilet duduk. Desa Alamendah juga belum memiliki titik kumpul atau tempat evakuasi sementara apabila terjadi bencana.

Tabel 3. Fasilitas Agro-ekowisata di Desa Alamendah

No.	Fasilitas	Jumlah (unit)
1.	Pusat Informasi	1
2.	Masjid dan Musholla	14
3.	Toilet	>10
4.	Penginapan	35
5.	Gazebo	20
6.	Lahan parkir	2
7.	Loket	1
8.	Aula	1

Toilet merupakan fasilitas utama yang dibutuhkan di kawasan wisata. Toilet yang tersedia di kawasan Agro-ekowisata Desa Alamendah terletak di berbagai tempat. Bangunan toilet dibangun sederhana dengan menggunakan tembok dan ada yang dindingnya perpaduan antara tembok dan bambu disertai dengan penyediaan air yang lancar. Pada kawasan wisata juga belum terdapat toilet yang dikhususkan untuk penyandang difabel.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan objek wisata Desa Alamendah selaku ketua pengelola ketua pengelola Desa Wisata Alamendah:

“Toilet yang tersedia di area wisata masih kurang memadai dikarenakan belum didominasi dengan penggunaan kloset duduk serta lantai toilet masih selalu dalam keadaan basah, sedangkan salah satu kriteria toilet yang baik adalah lantai toilet selalu dalam keadaan kering”.

Fasilitas penunjang lainnya terdapat beberapa rumah makan, pada Arboretum Park Alamendah terdapat satu area yang dikhususkan untuk restoran yang disertai dengan 20 unit gazebo. Restoran ini menyediakan berbagai menu makanan berat maupun ringan atau kudapan. Wisatawan dapat menikmati hidangan makanan di gazebo yang nyaman dengan ditemani pemandangan yang asri.

Homestay yang terdapat di Desa Wisata Alamendah terletak di sekitar objek wisata yaitu meliputi RW 1, 2 dan 3 yang terdiri dari 35 unit aktif. Model dan ukuran dari setiap *homestay* pun berbeda beda, sehingga daya tampungnya pun juga berbeda. Fasilitas yang disediakan di *homestay* berbeda beda namun secara keseluruhan cukup baik dan ketersediaan air bersih serta pasokan listrik sudah memadai. Pada Arboretum Park juga terdapat 1 unit penginapan yang baru dibangun, selain itu juga terdapat area *campground* yang berada pada Arboretum Park Alamendah yang dikelola oleh karang taruna.



Gambar 1. Fasilitas di Kawasan Agrowisata Desa Alamendah

Fasilitas lain yang tersedia adalah tempat sampah, namun ketersediaannya tidak tersebar dan jumlahnya yang masih kurang. Pada Arboretum Park Alamendah sudah tersedia tempat sampah khusus sampah anorganik, organik, dan B3, namun hanya tersedia 1 unit. Penempatan sampah di Desa Alamendah diletakkan di 1 titik yang kemudian nantinya akan dikumpulkan ke karang taruna dan dikirim ke Dinas Perumahan, Tata Ruang dan Kebersihan.

Accessibility, akses menuju Desa Alamendah dapat ditempuh dengan jarak 40,3 km dan waktu tempuh sekitar 1 jam 18 menit dari arah Bandung kota menggunakan kendaraan roda empat. Kondisi jalan menuju Desa Alamendah sudah memadai dikarenakan kondisi jalan yang dapat dilalui oleh 2 kendaraan roda 4 dari arah yang berbeda serta jalan telah diaspal dengan kondisi jalan yang baik atau tidak berlubang, namun petunjuk arah menuju Agro-ekowisata Desa Alamendah masih kurang.

Ancillary services, merupakan

lembaga kepariwisataan yang berperan dalam menunjang kegiatan pariwisata. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan telah berperan dalam menunjang kegiatan pariwisata, salah satunya yaitu dengan mengadakan kegiatan pelatihan terkait bidang pariwisata. Instansi perguruan tinggi pun telah melakukan banyak program dalam rangka menunjang aktivitas pariwisata maupun non pariwisata di Desa Alamendah. Pengelolaan wisata di Desa Alamendah dilakukan dengan menerapkan konsep pariwisata berbasis masyarakat. Pihak yang terlibat mulai dari pengelola *homestay*, kesenian, UMKM, pengurus inti serta pemandu wisata dan sebagainya. Arboretum Park Alamendah dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa dengan menerapkan sistem *three parties*. Masyarakat lokal juga ikut terlibat dalam keberlangsungan Arboretum Park. Seluruh RW di Desa Alamendah turut serta mulai dari permodalan hingga pengelolaan kebun stroberi serta beberapa perwakilan RW juga ikut terlibat dalam pengelolaan warung di

dalam Arboretum.

Pemerintah desa telah ikut serta dalam mendukung kegiatan agro-ekowisata Desa Alamendah, selain itu Dinas Pariwisata dan Budaya juga turut berkontribusi, salah satunya yaitu dalam penyelenggaraan pelatihan sumber daya manusia. Selain dari pemerintahan, perguruan tinggi juga turut berkontribusi bagi pengembangan agro-ekowisata Desa Alamendah, salah satu institusinya yaitu Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), Universitas Telkom, dan NHI atau sekarang lebih dikenal dengan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung. Desa Alamendah juga mendapatkan bantuan dari Geo Dipa yang berperan sebagai *community development*. Salah satu kontribusi Geo Dipa adalah dengan mengadakan pelatihan, permodalan sarana prasarana kantor dan sebagainya. Penyediaan beberapa fasilitas *homestay* juga dibantu oleh Universitas Telkom. Mengenai investasi, pihak pengelola Agro-ekowisata Desa Alamendah sejauh ini tidak membuka peluang bagi pihak luar untuk menjadi investor, namun membuka peluang

untuk berkolaborasi. Hal tersebut dikarenakan dianggap hanya dapat memberikan dampak negatif saja bagi masyarakat sehingga pada akhirnya masyarakat lokal hanya menjadi penonton.

IFE (*Internal Factor Evaluation*) Matrix

Berdasarkan hasil wawancara dan validasi, indikator faktor internal telah diperoleh sebanyak 9 indikator (kekuatan dan kelemahan). Pemberian nilai bobot dan rating didapatkan melalui *expert* dari pihak Agro-ekowisata Desa Alamendah dan skor diperoleh dari hasil perkalian bobot dan rating. Tabel menunjukkan bahwa total skor kekuatan yang diperoleh sebesar 2,51 dan total skor kelemahan yang diperoleh sebesar 0,51 sehingga total skor yang diperoleh matriks IFE adalah 3,02.

Berdasarkan hasil pembobotan dan rating (Tabel 4) menggunakan Matriks IFAS diperoleh total rata – rata skor faktor strategi internal dengan nilai 3,02 yang berarti posisi internal Agro-ekowisata Desa Alamendah berada pada tingkat kuat.

Tabel 4. Penilaian Bobot dan Rating Faktor Internal Agro-ekowisata Desa Alamendah

FAKTOR INTERNAL		Bobot	Rating	Skor
<i>Strength</i>				
S1	Adanya tradisi seni budaya masyarakat yang menjadi daya tarik wisata	0,12	3,5	0,42
S2	Kelembagaan yang sinergis	0,12	3,75	0,45
S3	Lingkungan yang asri dan nyaman	0,10	4	0,4
S4	Akses jalan yang baik menuju agro-ekowisata Desa Alamendah	0,10	3,5	0,35
S5	Berkembangnya ekonomi kreatif berbasis agroindustri	0,12	3,75	0,45
S6	Berada di jalur wisata Bandung Selatan yang strategis	0,11	4	0,44
<i>Weakness</i>				
W1	Sarana dan prasarana penunjang yang belum memadai	0,12	1,5	0,18
W2	Promosi wisata yang belum optimal	0,12	1,5	0,18
W3	Kurangnya kesadaran dan pengetahuan masyarakat terhadap sapta pesona	0,10	1,5	0,15
TOTAL		1		3,02

Sumber: Data diolah (2022)

Kekuatan utama yang dimiliki Agro-ekowisata Desa Alamendah adalah kelembagaan yang sinergis dan berkembangnya ekonomi kreatif berbasis agroindustri dengan rata – rata total skor tertinggi yaitu 0,45. Faktor strategi internal tersebut menjadi kekuatan utama dikarenakan perannya yang mampu menopang keberlangsungan perekonomian Desa Alamendah di saat adanya kehadiran pandemi. Komponen 3A (*attraction, amenity, accessibility*) sangat penting bagi kelangsungan sektor pariwisata, namun

peran lembaga juga tidak kalah penting dalam keberhasilan suatu pariwisata sehingga kelembagaan menjadi suatu kekuatan utama yang terdapat di Desa Alamendah.

Kelemahan utama yang dialami Agro-ekowisata Desa Alamendah adalah kurangnya kesadaran dan pengetahuan masyarakat terhadap sapta pesona dengan rata – rata total skor terendah yaitu 0,15. Pengetahuan masyarakat mengenai pariwisata memang sudah mulai terealisasi, namun sapta pesona tampaknya masih

belum dipahami oleh masyarakat lokal.

EFE (*External Factor Evaluation*) Matrix

Berdasarkan hasil wawancara dan validasi, indikator faktor eksternal telah diperoleh sebanyak 6 indikator (peluang dan ancaman). Pemberian nilai bobot dan rating didapatkan melalui *expert* dari pihak Agro-ekowisata Desa Alamendah dan skor diperoleh dari hasil perkalian bobot dan rating. Tabel menunjukkan bahwa total skor peluang yang diperoleh sebesar 1,99 dan total skor ancaman yang diperoleh sebesar 1,35 sehingga total skor yang diperoleh matriks EFE adalah 3,34.

Berdasarkan hasil pembobotan dan rating (Tabel 5) menggunakan Matriks EFE diperoleh total rata – rata skor faktor strategi eksternal dengan nilai 3,34 yang

berarti posisi eksternal Agro-ekowisata Desa Alaendah berada pada tingkat yang tinggi. Peluang utama yang dimiliki Agro-ekowisata Desa Alamendah adalah dukungan dari perguruan tinggi dan instansi terkait dengan rata – rata total skor tertinggi yaitu 0,76. Peluang ini dinyatakan tinggi dikarenakan pada saat ini terdapat beberapa pihak yang turut serta dalam pembangunan wisata di Desa Alamendah, baik dari segi permodalan fasilitas maupun pelaksanaan kegiatan dalam rangka peningkatan mutu SDM. Dengan demikian, peluang dukungan dari pemerintah dan instansi terkait dirasa paling besar dan berpengaruh dalam pengembangan agro-ekowisata di Desa Alamendah.

Tabel 5. Penilaian Bobot dan Rating Faktor Eksternal Agro-ekowisata Desa Alamendah

FAKTOR EKSTERNAL		Bobot	Rating	Skor
<i>Opportunity</i>				
O1	Adanya tren <i>back to nature</i> yang sedang diminati pariwisata di Indonesia	0,17	3,25	0,55
O2	Perkembangan teknologi informasi yang menunjang agro-ekowisata	0,18	3,75	0,68
O3	Dukungan dari perguruan tinggi dan instansi terkait	0,19	4	0,76
<i>Threat</i>				
T1	Bencana alam (longsor)	0,17	3,25	0,55
T2	Terdapat pesaing wisata sejenis	0,12	3,5	0,42
T3	Kehadiran pandemi yang berkepanjangan dan kondisi yang tidak dapat diprediksi	0,17	2,25	0,38
TOTAL		1		3,34

Sumber: Data diolah (2022)

Ancaman utama yang dialami Agro-ekowisata Desa Alamendah adalah kehadiran pandemi yang berkepanjangan dan kondisi yang tidak dapat diprediksi dengan rata – rata total skor terendah yaitu 0,382. Ancaman ini telah menyebabkan kerugian dan paling berpengaruh signifikan bagi kelangsungan agro-ekowisata di Desa Alamendah. Penanganan yang sejauh ini telah dilakukan yaitu dengan menciptakan produk *virtual tour* sebagai pengganti sumber pemasukan di saat kebijakan penutupan objek wisata secara sementara dilakukan. Alternatif lain yang dapat

dilakukan yaitu dengan meningkatkan pemasaran digital produk – produk berbasis agroindustri.

Internal - External Matrix for Positioning

Total rata-rata skor matriks IFE pada Agro-ekowisata Desa Alamendah adalah 3,02, sedangkan total rata-rata skor matriks EFE adalah 3,34. Berdasarkan pada Gambar 2, dapat diketahui bahwa analisa yang diperoleh dari Matriks Internal – Eksternal menjelaskan bahwa Agro-ekowisata Desa Alamendah berada pada sel I, yang artinya posisi tumbuh dan berkembang (Rangkuti, 2013). Dengan kata

lain, kekuatan dan peluang yang ada pada agro-ekowisata di Desa Alamendah menjadikan wisata ini mulai mengalami pertumbuhan dan berkembang. Perusahaan yang berada pada sel tersebut dikatakan tepat untuk menerapkan strategi Penetrasi Pasar, Pengembangan Pasar, Pengembangan Produk dan Integrasi Horizontal.

**Gambar 2. Matriks IE Agro-ekowisata
Desa Alamendah**

Sumber: Data diolah (2022)

Penggunaan Matriks SWOT dapat berfungsi dalam menunjukkan berbagai strategi yang dapat dilakukan oleh Agro-ekowisata Desa Alamendah. Tahapan yang dilakukan dalam Matriks SWOT adalah dengan mencocokkan faktor internal dan eksternal Agro-ekowisata Desa Alamendah, sehingga dapat diperoleh strategi alternatif yang tepat bagi Agro-ekowisata dalam mengatasi ancaman yang ada. Berikut ini merupakan hasil dari strategi – strategi tersebut:

1. SO (*Strength – Opportunity*), strategi SO digunakan dengan menggunakan kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan seluruh peluang yang ada.
 - 1) Menjaga loyalitas konsumen (S1, S2, S3, S4, S6, O1, O2, O3).

- 2) Mengembangkan produk *virtual tour* (S2, O2, O3).
2. WO (*Weakness – Opportunity*), strategi WO dilakukan dengan mengoptimalkan seluruh peluang yang ada sehingga dapat meminimalisir kelemahan yang dapat menghambat pengembangan perusahaan.

		Total Skor Internal		
		Kuat 3,0 – 4,0	Sedang 2,0 – 2,99	Lemah 1,0 – 1,99
Total Skor Eksternal	Kuat 3,0 – 4,0	I	II	III
	Sedang 2,0 – 2,99	IV	V	VI
	Lemah 1,0 – 1,99	VII	VIII	XI

- 1) Mengoptimalkan pemasaran digital secara intensif (W2, O1, O2, O3).
 - 2) Melakukan pelatihan dan pendidikan tenaga SDM yang ada dengan bantuan atau dukungan dari pihak luar (W3, O2, O3).
3. ST (*Strength – Threat*), strategi ST dilakukan dengan mengoptimalkan seluruh kekuatan yang ada guna menekan ancaman yang dapat berdampak negatif bagi perusahaan.
 - 1) Meningkatkan promosi produk agroindustri (S2, S5, T2, T3).
 4. WT (*Weakness – Threat*), strategi WT bersifat defensif yang dilakukan dengan meminimalkan seluruh

kelemahan maupun ancaman yang ada.

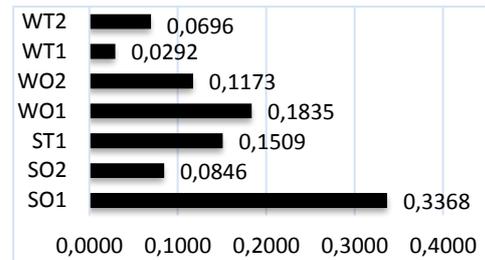
- 1) Mengajukan proposal permohonan bantuan kepada pemerintah daerah untuk pembangunan sarana prasarana (W1, T2).
- 2) Meningkatkan pengawasan dan pengendalian mutu produk (W1, T1).

ANP (*Analytical Network Process*)

Berdasarkan pada hasil pengolahan SWOT diperoleh model jaringan keterkaitan pada metode ANP. Model tersebut diperoleh dengan menghubungkan keterkaitan antar kriteria dan node. Pada model ANP terdapat tiga klaster yang terdiri dari tujuan, kriteria dan alternatif. Pada tujuan yakni berisi mengenai prioritas strategi pengembangan Agro-ekowisata Desa Alamendah. Pada klaster kriteria terdiri dari *strength*, *weakness*, *opportunity* dan *threat* dimana pada masing – masing klaster terdapat beberapa elemen. Klaster terakhir merupakan alternatif yang terdiri dari beberapa elemen yakni SO1, SO2, ST1, WO1, WO2, WT1 dan WT2. Melalui bantuan *super decision*, nilai konsistensi yang diperoleh dari kuesioner ini memiliki nilai kurang dari 0,1 sehingga hal tersebut berarti bahwa penilaian yang diberikan oleh informan dapat dikatakan konsisten.

Prioritas Alternatif

Gambar menunjukkan hasil pembobotan untuk setiap alternatif yang telah ditentukan. Berikut ini merupakan hasil pembobotan untuk setiap alternatif yang ada.



Gambar 3. Prioritas Alternatif

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Gambar 3, dapat diketahui bahwa nilai bobot tertinggi sebesar 0,3368 yang merupakan menjaga loyalitas konsumen menjadi prioritas pertama dalam strategi pengembangan Agro-ekowisata Desa Alamendah. Strategi yang dapat dilakukan dalam upaya menjaga loyalitas konsumen bisa berupa pelatihan tenaga kerja terutama di bidang pemasaran dan pelayanan, lalu pembuatan kuesioner kepuasan konsumen serta pengadaan program seperti mengadakan *event* atau agenda rutin berupa aktivitas khas Desa Alamendah maupun aktivitas pada hari – hari besar yang berkaitan dengan alam seperti hari pohon sedunia. Strategi menjaga loyalitas konsumen dapat lebih

difokuskan dalam pelaksanaan aktivitas agroindustri yang dilaksanakan oleh masyarakat setempat.

Strategi tersebut perlu didukung dengan strategi lainnya yaitu pengoptimalan pemasaran digital, peningkatan kualitas SDM, dan dukungan pemerintah. Nilai *rater agreement* yang diperoleh untuk kluster alternatif adalah 0,817 yang berarti bahwa pendapat yang diberikan oleh informan mempunyai kesesuaian yang hampir sempurna. Dengan tingkat kesepakatan tersebut menunjukkan bahwa para informan sepakat terhadap prioritas tersebut sebagai alternatif dalam pengembangan Agro-ekowisata Desa Alamendah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Agro-ekowisata Desa Alamendah menjalankan aktivitas pariwisatanya dengan menerapkan pada konsep CBT (*Community Based Tourism*). Potensi yang dimiliki Desa Alamendah sebagai kawasan agro-ekowisata sangat beragam, mulai dari alam, budaya, buatan hingga kuliner. Ketersediaan sarana dan prasarana masih belum sesuai dengan kriteria yang baik, namun untuk akses menuju Desa Alamendah sudah memadai meskipun

akses ke tiap objek wisatanya masih belum memadai. Berdasarkan analisis SWOT terdapat 7 strategi alternatif dalam pengembangan Agro-ekowisata di Desa Alamendah. Berdasarkan analisis ANP (*Analytical Network Process*) diperoleh prioritas utama dari beberapa strategi alternatif yang dihasilkan yaitu strategi menjaga loyalitas konsumen, strategi ini dapat lebih ditekankan pada pelaksanaan aktivitas agroindustri rumahan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan adalah pengelola wisata dapat menambah jumlah tempat sampah yang lebih menyeluruh dan mengklasifikasikan sampah ke dalam limbah organik, anorganik dan B3 serta pengelola wisata mampu menerapkan alternatif strategi prioritas kedua yaitu pemasaran digital secara intensif. Upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan SMM (*Social Media Marketing*) dan *Email Marketing*. SMM sebagai media pemasaran dapat berperan dalam meningkatkan *brand awareness*, sedangkan *email marketing* dapat berperan dalam menarik audiens menjadi konsumen. *Email marketing* juga dapat menjalin komunikasi dan keterlibatan wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Astutik, N. P. (2017). Strategy of Agro Tourism Development in Gombengsari District Banyuwangi. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 3(1), 38.
<https://doi.org/10.22334/jbhost.v3i1.91>
- BPS. (2018). *Statistik Objek Daya Tarik Wisata 2018*.
- BPS. (2019). *Jumlah Devisa Sektor Pariwisata*.
<https://www.bps.go.id/dynamic/table/2018/05/22/1357/jumlah-devisa>
- John Fletcher, Alan Fyall, David Gilbert, S. W. (2018). *Tourism: Principles and Practice*. (Sixth). Pearson Education Limited.
- Rangkuti, F. (2009). *Analisis SWOT Teknik Membeda Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategic Management Concept & Cases* (Eighth Ed). Prentice Hall International, Inc.
- Saaty, T. L. (1996). *Decision Making With Dependence and Feedback: The Analytic Network Process*. Pittsburgh: RWS Publications.
- Suriadikusumah, A. (2014). Ekowisata Dan Agrowisata (Eko-Agrowisata) Alternatif Solusi Untuk Pengembangan Wilayah Pada Lahan-Lahan Berlereng Di Jawa Barat. *Fak. Pertanian Unpad-Bandung, Gambar 1*, 1–10.