

Strategi Pengembangan Agrowisata Kebon Gulo, Kecamatan Musuk, Kabupaten Boyolali

Development Strategy of Kebon Gulo Agritourism, Musuk District, Boyolali Regency

Mainurlisma Rahmawati*, Joko Mariyono, Kadhung Prayoga

Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro Semarang Jawa Tengah

*Email: mainurlismarahmawati3@gmail.com

(Diterima 03-06-2025; Disetujui 26-07-2025)

ABSTRAK

Agrowisata merupakan salah satu alternatif pariwisata yang memanfaatkan aspek pertanian sebagai objek wisata. Objek agrowisata yang saat ini berkembang di Boyolali yaitu Agrowisata Kebon Gulo yang terletak di Kecamatan Musuk, Kabupaten Boyolali. Agrowisata Kebon Gulo dalam pelaksanaannya belum menunjukkan perkembangan yang optimal. Hal ini ditunjukkan dari terjadinya fluktuasi jumlah kedatangan pengunjung di Agrowisata Kebon Gulo. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal Agrowisata Kebon Gulo serta merumuskan alternatif strategi pada pengembangan Agrowisata Kebon Gulo. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2024 – Januari 2025 di Agrowisata Kebon Gulo yang berlokasi di Kecamatan Musuk, Kabupaten Boyolali. Metode yang digunakan yaitu metode dengan pendekatan studi kasus, di mana digunakan untuk mengidentifikasi dan mengontrol peristiwa yang terjadi baik dari dalam maupun dari luar Agrowisata Kebon Gulo berdasarkan fakta-fakta lapangan. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data internal (kekuatan dan kelemahan) serta data eksternal (peluang dan ancaman) dari Agrowisata Kebon Gulo. Metode analisis data menggunakan metode deskriptif, analisis IFAS, EFAS, SWOT dan AHP. Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi Agrowisata Kebon Gulo berada pada kuadran I dengan strategi pengembangan berdasarkan prioritasnya antara lain; 1) strategi meningkatkan kualitas dengan peningkatan kualitas dan pengembangan SDM; 2) strategi meningkatkan *ancillary* dengan membuat papan layanan pesan dan pengadaan kegiatan sosialisasi; 3) strategi meningkatkan aksesibilitas dengan mengembangkan website dan kerjasama dengan sekolah-sekolah; 4) strategi dengan meningkatkan *aminities* yaitu menambahkan fasilitas spot foto dan pusat oleh-oleh; 5) strategi meningkatkan atraksi dengan daya tarik dan inovasi agrowisata.

Kata kunci: AHP, strategi pengembangan agrowisata, SWOT

ABSTRACT

Agritourism is an alternative to tourism that utilizes agricultural aspects as a tourist attraction. The agritourism object that is currently developing in Boyolali is Kebon Gulo Agrotourism, which is located in Musuk District, Boyolali Regency. Kebon Gulo Agritourism in its implementation has not shown optimal development. This is indicated by fluctuations in the number of visitor arrivals at Kebon Gulo Agrotourism. This research aims to identify internal factors and external factors of Kebon Gulo Agrotourism and formulate alternative strategies for the development of Kebon Gulo Agrotourism. This research was conducted in December 2024 - January 2025 at Kebon Gulo Agrotourism which is located in Musuk District, Boyolali Regency. The method used is a method with a case study approach, which is used to identify and control events that occur both from inside and outside Kebon Gulo Agrotourism based on field facts. The data used in this study are internal data (strengths and weaknesses) and external data (opportunities and threats) from Kebon Gulo Agrotourism. The data analysis method uses descriptive methods, IFAS, EFAS, SWOT and AHP analysis. The results showed that the position of Kebon Gulo Agrotourism was in quadrant I with a development strategy based on its priorities, among others; 1) a strategy to improve quality by improving the quality and development of human resources; 2) strategies to improve ancillary by creating message impression service boards and procuring socialization activities; 3) strategies to improve accessibility by developing websites and collaborating with schools; 4) strategies to improve amenities, namely adding photo spot facilities and souvenir centers; 5) strategies to increase attractions with attraction and agro-tourism innovation.

Keywords: AHP, agrotourism development strategy, SWOT

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Kekayaan sumber daya alam, budaya, dan kondisi geografis menjadikan pariwisata sebagai sektor strategis yang mampu mendukung pertumbuhan ekonomi secara signifikan. Berdasarkan data *World Travel and Tourism Council* (2023), kontribusi sektor pariwisata Indonesia terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 127,3 miliar USD atau setara dengan 5,7% dari total ekonomi nasional. Sektor tersebut menunjukkan tren pemulihan yang positif setelah mengalami penurunan drastis akibat pandemi dan kembali menjadi salah satu penggerak ekonomi nasional. Pengembangan sektor pariwisata di Indonesia masih menghadapi sejumlah tantangan, antara lain keterbatasan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), kurangnya publikasi dan promosi, minimnya investasi, belum optimalnya infrastruktur, serta kurangnya perhatian terhadap aspek lingkungan hidup. Diversifikasi bentuk pariwisata yang lebih berkelanjutan dan berdampak langsung terhadap masyarakat lokal dapat menjadi langkah penting untuk menjawab tantangan tersebut. Salah satu bentuk yang potensial adalah agrowisata.

Agrowisata merupakan bentuk pariwisata yang menggabungkan kegiatan pertanian dengan rekreasi dan edukasi (Anisa *et al.*, 2022). Konsep tersebut dinilai mampu meningkatkan nilai tambah sektor pertanian, menciptakan lapangan kerja baru, serta mendukung pemberdayaan masyarakat pedesaan (Dayan & Sari, 2022; Nurani *et al.*, 2020). Keberadaan agrowisata dapat menjadi alternatif pengembangan pariwisata berkelanjutan yang mendukung pembangunan ekonomi lokal sekaligus menjaga kelestarian lingkungan. Provinsi Jawa Tengah dikenal sebagai salah satu sentra pertanian di Indonesia yang memiliki potensi besar dalam pengembangan agrowisata. Kabupaten Boyolali, sebagai daerah penghasil produk pertanian, telah mengembangkan beberapa destinasi agrowisata, salah satunya adalah Agrowisata Kebon Gulo yang terletak di Desa Kebongulo, Kecamatan Musuk. Agrowisata tersebut menawarkan konsep wisata berbasis perkebunan, dimana pengunjung dapat menikmati pengalaman petik buah secara langsung, serta menikmati fasilitas lain seperti kolam renang, gazebo, kantin, serta area rekreasi keluarga. Komoditas buah yang ditawarkan juga beragam, seperti durian, mangga, alpukat, jeruk, salak, jambu, pepaya, dan kelapa.

Potensi besar yang dimiliki Agrowisata Kebon Gulo belum sepenuhnya memberikan hasil yang optimal. Data kunjungan tahun 2020-2023 menunjukkan fluktuasi yang signifikan dan kecenderungan penurunan jumlah wisatawan, dari 27.904 kunjungan pada tahun 2021 menjadi 15.625 pada tahun 2023. Jumlah kunjungan wisatawan yang menunjukkan penurunan dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa potensi yang dimiliki Agrowisata Kebon Gulo belum dimanfaatkan secara optimal. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya penyusunan strategi pengembangan yang tepat dan terarah untuk meningkatkan daya tarik wisata serta mendorong keberlanjutan destinasi. Pengembangan agrowisata yang berkelanjutan perlu didasarkan pada pendekatan strategis yang mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang memengaruhinya. Faktor internal dan faktor eksternal nantinya dipertimbangkan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengembangkan kondisi dan mengevaluasi masalah suatu bisnis atau usaha yang didasarkan pada faktor internal (*strengths* dan *weakness*) dan faktor eksternal (*opportunities* dan *threats*) (Suarto, 2017).

Penelitian mengenai strategi pengembangan agrowisata telah banyak dilakukan oleh berbagai peneliti sebelumnya, yaitu antara lain penelitian Prisdinawati dan Silamat (2021) yang meneliti mengenai Agrowisata Kebun Bunga di Rejang Lebong dengan metode analisis faktor internal-eksternal, matriks IE, SWOT, dan AHP. Hasilnya menunjukkan bahwa pengembangan agrowisata dipengaruhi oleh faktor lingkungan internal dan eksternal, serta strategi yang direkomendasikan adalah pengembangan berbasis kearifan lokal dengan mempertimbangkan keterbatasan sumber daya. Sementara itu, Putra dan Pratita (2021) meneliti pengembangan agribisnis kopi robusta di KSU Ketakasi Sidomulyo, Jember, menggunakan metode SWOT dan AHP. Strategi prioritas berdasarkan SWOT adalah peningkatan produktivitas dan pengembangan agribisnis terpadu (nilai bobot 3,628), sedangkan hasil AHP menunjukkan prioritas pada peningkatan kinerja sektor on farm (bobot 0,469) dengan strategi meningkatkan produksi (bobot 0,269).

Kebaruan dari penelitian strategi pengembangan Agrowisata Kebon Gulo terletak pada fokus objek wisatanya, yaitu produk yang ditawarkan. Agrowisata Kebon Gulo menawarkan beragam buah-buahan, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya hanya menyoroti satu jenis komoditas atau produk. Agrowisata Kebon Gulo juga menekankan keterlibatan aktif masyarakat lokal dalam pengelolaan agrowisata sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat sekitar. Strategi

pengembangannya bersifat lebih holistik dan adaptif, dengan memadukan wisata alam, promosi digital, penguatan UMKM, partisipasi masyarakat, serta peningkatan pengalaman pengunjung. Sementara itu, sebagian besar penelitian terdahulu lebih berfokus pada pengembangan aspek internal, seperti peningkatan kualitas SDM, produktivitas pertanian, dan kinerja usaha.

Hasil dari strategi pengembangan selanjutnya ditentukan prioritasnya menggunakan analisis AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Analisis AHP merupakan penyederhanaan masalah yang kompleks, tidak terstruktur, strategis, dan dinamis menjadi komponen yang lebih sederhana, yang diorganisir dalam bentuk hierarki. Metode AHP digunakan untuk menentukan bobot prioritas kriteria melalui perbandingan berpasangan (Kurnisanti, 2019). Berdasarkan hal tersebut, agrowisata dapat mengembangkan usahanya melalui prioritas strategi. Potensi sumber daya alam dan kawasan pertanian yang dimiliki Agrowisata Kebon Gulo seperti yang telah dipaparkan menjadi alasan penelitian ini dilakukan. Penelitian lebih lanjut terkait strategi pengembangan Agrowisata Kebon Gulo dengan memperhatikan aspek-aspek lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi perkembangannya diharapkan mampu menarik minat pengunjung lebih banyak, sehingga keberlanjutannya dapat dipertahankan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal Agrowisata Kebon Gulo serta merumuskan strategi prioritas pada pengembangan Agrowisata Kebon Gulo, Kecamatan Musuk, Kabupaten Boyolali.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian dilakukan di Agrowisata Kebon Gulo yang berada di Desa Kebongulo, Kecamatan Musuk, Kabupaten Boyolali. Penelitian dilaksanakan pada Desember 2024 hingga Januari 2025. Metode dalam penelitian ini yaitu menggunakan studi kasus, karena penelitian hanya berfokus secara mendalam pada satu objek penelitian yaitu agrowisata. Studi kasus juga bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman dan strategi yang dapat diterapkan untuk pengembangan Agrowisata Kebon Gulo. Teknik penentuan sampel responden yaitu menggunakan *purposive sampling*. Informan dipilih secara *purposive sampling* dalam penentuan *key informant*, dimana pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa informan merupakan pemangku kepentingan yang relevan, baik dari internal maupun eksternal Agrowisata Kebon Gulo dan pengunjung yang berusia lebih dari 17 tahun. Informan penelitian terdiri dari 12 orang yang meliputi pihak internal seperti 1 pemilik/owner, 1 pengelola, 1 karyawan bagian koordinator pemeliharaan tanaman dan pihak eksternal seperti 1 Pemerintah Desa, 1 pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Boyolali, 1 pihak Dinas Pertanian Kabupaten Boyolali dan 6 orang pengunjung.

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini terkait dengan kondisi aktual pengelolaan, kendala yang dihadapi, serta potensi dan peluang pengembangan Agrowisata Kebon Gulo. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan secara tatap muka menggunakan pedoman kuesioner kepada pemilik, pengelola karyawan, serta pihak Dinas Pariwisata dan Dinas Pertanian Kabupaten Boyolali di lokasi agrowisata dan kantor dinas. Wawancara dilaksanakan selama Desember 2024 hingga Januari 2025 dan dikomentasikan melalui rekaman suara dan catatan lapangan. Kuesioner juga dibagikan kepada pengunjung agrowisata. Observasi dilakukan secara langsung di lapangan untuk mencatat kondisi fasilitas, aktivitas wisata, serta interaksi antara pengelola dan pengunjung.

Data sekunder diperoleh dari sumber-sumber yang sudah ada, baik berupa dokumen, laporan, maupun publikasi lainnya. Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini yaitu: 1). Dokumen resmi dari Agrowisata Kebon Gulo, berupa laporan jumlah pengunjung sejak tahun 2020 hingga 2023, 2). Data dari Dinas Pertanian dan Dinas Pariwisata Kabupaten Boyolali, terkait dukungan program pemerintah, dan 3). literatur atau jurnal sebelumnya, terkait teori pengembangan agrowisata serta referensi mengenai analisis SWOT dan AHP. Alat analisis data mencakup matriks IFAS, EFAS, matriks SWOT, dan AHP. Matriks IFAS dan EFAS digunakan untuk menganalisis dan mengevaluasi lingkungan internal dan eksternal agrowisata (Luntungan dan Tawas, 2019). Matriks SWOT merupakan tahapan pencocokan pada proses formulasi strategi. Hasil strategi pengembangan kemudian ditentukan prioritasnya menggunakan analisis AHP.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Agrowisata Kebon Gulo terletak di Desa Kebongulo, Kecamatan Musuk, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah. Agrowisata tersebut resmi dibuka pada tahun 2020 dan berdiri di atas lahan seluas 2 hektar. Lokasinya berada di dataran tinggi lereng Gunung Merapi, dengan tanah subur yang mendukung berbagai tanaman buah, seperti durian, jambu, pepaya, dan alpukat. Agrowisata tersebut dibangun atas inisiatif pemilik lahan yang ingin memanfaatkan tanah kosong menjadi tempat wisata berbasis pertanian yang dapat memberikan manfaat ekonomi dan edukatif bagi masyarakat sekitar. Aktivitas utama yang ditawarkan meliputi wisata petik buah, edukasi pertanian, rekreasi keluarga, dan kegiatan *outbound*.

Fasilitas yang tersedia meliputi kolam renang, kebun kelinci, area *outbound*, aula, gazebo, kantin, spot foto, dan area UMKM. Seluruh fasilitas agrowisata dikelola oleh 10 orang karyawan tetap dan terus dipelihara secara berkala untuk memastikan kenyamanan pengunjung. Kebun buah yang terdapat di agrowisata juga terus dikelola dengan baik, dimana kebun buah tersebut memiliki berbagai macam tanaman buah dengan jumlah lebih dari 500 tanaman.



Gambar 1. Agrowisata Kebon Gulo

Pemandangan di sekitar Agrowisata Kebon Gulo juga tidak kalah menarik dibandingkan dengan destinasi wisata lainnya. Kawasan agrowisata tersebut dikelilingi oleh area persawahan dan perkebunan yang indah. Agrowisata Kebon Gulo beroperasi setiap hari dari pukul 08.00 hingga 17.00 WIB dengan tiket masuk sebesar Rp 10.000 per orang dan sudah bisa menikmati semua fasilitas yang ada. Transportasi untuk menuju ke lokasi wisata tersebut mayoritas masih menggunakan kendaraan pribadi karena belum terdapat transportasi umum untuk menuju daerah tersebut.

Faktor Internal dan Faktor Eksternal Agrowisata Kebon Gulo

Kondisi eksiting Agrowisata Kebon Gulo dapat ditinjau melalui empat komponen utama, yaitu atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan *ancillary*. Dari segi atraksi, daya tarik dari Agrowisata Kebon Gulo dapat dilihat dari kondisi alamnya. Agrowisata Kebon Gulo memiliki alam yang tergolong asri dengan area perkebunan yang masih mendominasi. Hal ini sependapat dengan Muchlis dan Santoso (2017) bahwa desa wisata atau agrowisata harus memiliki daya tarik berupa keindahan alam dan hamparan lahan pertanian. Daya tarik utama Agrowisata Kebon Gulo terletak pada pengalaman wisata petik buah langsung dari pohonnya. Atraksi lain yang menjadi daya tarik Agrowisata Kebon Gulo yaitu memiliki berbagai wahana permainan dan pelayanan yang ditawarkan kepada pengunjung. Wahana permainan yang cukup menarik perhatian pengunjung adalah kolam renang. Daya tarik dari Agrowisata Kebon Gulo diperkuat dengan pelayanan yang ramah dan profesional dari pihak pengelola.



Gambar 2. Kebun Buah dan Kolam Renang Agrowisata Kebon Gulo

Aksesibilitas menjadi hal yang penting untuk diperhatikan, karena semakin besar tingkat kenyamanan maka semakin banyak juga pengunjung yang datang (Isnowari *et al.*, 2023). Aksesibilitas menuju lokasi tergolong baik karena dapat diakses melalui jalan beraspal menggunakan kendaraan pribadi, meskipun masih minim penunjuk arah dan belum tersedia transportasi umum.

Aksesibilitas tidak hanya mencakup kondisi jalan, tetapi juga kemudahan akses informasi. Informasi yang baik membantu pengunjung menemukan lokasi dengan mudah, baik secara fisik maupun digital (Abdulhaji dan Yusuf, 2017). Agrowisata Kebon Gulo memanfaatkan media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook* yang dikelola langsung oleh pengelola untuk menyampaikan informasi seputar fasilitas, aktivitas, dan paket wisata yang ditawarkan.

Amenitas yang tersedia cukup lengkap, mencakup area parkir, toilet, mushola, gazebo, aula, dan kantin, meski masih perlu pengembangan terutama dalam kapasitas parkir dan optimalisasi keberadaan UMKM yang hanya aktif di akhir pekan. Dalam aspek *ancillary*, Agrowisata Kebon Gulo didukung oleh kolaborasi antara pengelola, Pemerintah Desa (PemDes), dan Dinas Pariwisata Kabupaten Boyolali, yang berperan dalam promosi, pelatihan, serta penyelenggaraan kegiatan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dan kunjungan wisatawan. Dukungan tersebut menunjukkan bahwa pengembangan agrowisata telah menjadi bagian dari upaya pembangunan berkelanjutan yang menyelaraskan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hal ini sesuai dengan pendapat Wibowo *et al.*, (2017) yang menyatakan bahwa pengembangan pariwisata harus menjadi bagian dari program pembangunan yang lebih besar, yang mencakup pembangunan ekonomi, fisik, dan sosial suatu negara. Sejalan dengan itu, penelitian oleh Prayoga *et al.*, (2023) mengenai sinergi kelembagaan dalam pengembangan Desa Wisata Lerep juga menegaskan pentingnya kolaborasi antar pemangku kepentingan lokal, termasuk pemerintah desa, institusi ekonomi, dan komunitas dalam membangun pariwisata berbasis potensi lokal yang berkelanjutan dan partisipatif, serta mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh.

Analisis dan Faktor Strategis Lingkungan Internal dan Eksternal Agrowisata

Analisis faktor internal dan eksternal merupakan tahap penting dalam proses perencanaan strategis Agrowisata Kebon Gulo. Analisis internal digunakan untuk mengenali kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) yang dimiliki, seperti sumber daya manusia, fasilitas produk, dan layanan yang secara langsung berada dalam kendali pengelola. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi internal yang mempengaruhi keberhasilan operasional dan pengembangan agrowisata.

Tabel 1. Kelemahan dan Kekuatan Berdasarkan Faktor Internal Agrowisata

Kekuatan	Kelemahan
1. Terdapat beragam komoditas buah-buahan yang ditawarkan.	1. Banyaknya komoditas menyebabkan pengunjung hanya dapat menikmati buah-buahan pada musim tertentu saja.
2. Tiket masuk yang ditawarkan relatif murah.	2. Promosi yang dilakukan di media sosial tidak dilakukan secara maksimal.
3. Pengunjung mendapatkan pelayanan yang baik ketika mengunjungi Agrowisata Kebon Gulo.	3. Tidak terdapat <i>tour guide</i> / pemandu wisata.
4. Tersedianya fasilitas yang cukup lengkap seperti tempat ibadah, toilet, tempat makan, dan aula.	4. Belum tersedianya toko souvenir dan <i>homestay</i> .
5. Menawarkan spot-spot foto yang <i>instagramable</i> .	5. Belum adanya inovasi produk buah-buahan pasca panen.
6. Agrowisata Kebon Gulo memiliki beragam wahana permainan yang ditawarkan, seperti kolam renang dan <i>flying fox</i> .	6. Transportasi umum yang belum tersedia untuk mencapai lokasi wisata.
7. Menawarkan berbagai wisata menarik seperti edukasi wisata agro, wisata petik buah, dan <i>outbound</i> .	7. Belum adanya Kerjasama dengan <i>stakeholder</i> .
8. Kawasan Agrowisata Kebon Gulo memiliki tingkat kesuburan tanah yang baik yang mendukung pengembangan agrowisata.	8. Lokasi Agrowisata Kebon Gulo kurang strategis karena terletak di tengah pedesaan
9. Pemanfaatan media sosial sebagai tempat promosi dan pelayanan.	

Sumber: Analisis Data Primer (2025)

Analisis eksternal digunakan untuk menganalisis faktor-faktor di luar kendali langsung, seperti kondisi sosial, budaya, ekonomi, teknologi, dan kebijakan pemerintah yang dapat menjadi peluang (*opportunities*) atau ancaman (*threats*) bagi keberlangsungan dan pertumbuhan Agrowisata Kebon Gulo. Kedua analisis tersebut saling melengkapi dalam menyusun strategi pengembangan yang tepat dan berkelanjutan.

Tabel 2. Peluang dan Ancaman Berdasarkan Faktor Eksternal Agrowisata

Peluang		Ancaman	
1.	Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Boyolali semakin meningkat.	1.	Adanya persaingan dengan agrowisata lain yang sejenis di Kawasan Kabupaten Boyolali.
2.	Membuka peluang lapangan pekerjaan dan wirausaha bagi masyarakat sekitar.	2.	Eksistensi Kawasan agrowisata yang tidak akan bertahan lama jika pengelola wisata tidak kreatif dan inovatif.
3.	Tren pasar saat ini yang sesuai dengan konsep agrowisata (<i>back to nature</i>).	3.	Ketidakpastian jumlah pengunjung.
4.	Kondisi alam yang potensial untuk pengembangan agrowisata buah-buahan.	4.	Kurangnya kerjasama dengan pemerintah dan masyarakat dalam melakukan promosi.
5.	Minat pengunjung agrowisata untuk datang kembali di lain waktu.	5.	Kondisi iklim yang tidak dapat diprediksi.
6.	Penawaran konsep eduwisata yang menjadi daya tarik sekolah-sekolah di Kabupaten Boyolali.	6.	Keterbatasan dalam pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi tenaga kerja di sektor agrowisata.
7.	Peningkatan jumlah pengunjung pada saat musim liburan.	7.	Adanya serangan hama pada beberapa tanaman buah-buahan di Agrowisata Kebon Gulo.
8.	Pemandangan yang indah dan udara yang sejuk		

Sumber: Analisis Data Primer (2025)

Total skor matriks IFAS yaitu sebesar 1,149, yang terdiri atas skor kekuatan sebesar 1,843 dan skor kelemahan sebesar 0,694. Hal ini menunjukkan bahwa Agrowisata Kebon Gulo berada dalam posisi internal yang kuat, di mana kekuatan yang dimiliki jauh lebih besar dibandingkan kelemahan yang ada. Hal tersebut dapat dilihat bahwa nilai kekuatan terbesar terdapat pada faktor nomor 4. Faktor pada nomor 4 yaitu fasilitas yang tersedia di lokasi agrowisata. Fasilitas seperti tempat ibadah, toilet, tempat makan, dan aula memiliki peran yang sangat penting dalam memberikan kenyamanan kepada pengunjung dan mendukung kelancaran operasional tempat wisata. Keberadaan fasilitas tersebut juga memiliki dampak positif terhadap citra Agrowisata Kebon Gulo di mata pengunjung, yang nantinya dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.

Sementara itu, skor dari faktor kelemahan yang memiliki nilai terendah atau paling lemah yaitu terdapat pada nomor 3, yaitu tidak terdapat *tour guide*/ pemandu wisata. Keberadaan pemandu wisata sangat penting dalam memberikan pengalaman yang lebih mendalam kepada pengunjung, terutama bagi mereka yang baru pertama kali mengunjungi lokasi agrowisata. Tanpa adanya pemandu wisata, pengunjung mungkin kesulitan untuk memahami informasi lebih lanjut mengenai tempat dan potensi yang ada di Agrowisata Kebon Gulo. Hal ini sejalan dengan pernyataan Brigitha *et al.*, (2018) bahwa pemandu wisata atau *tour guide* berperan sebagai penyedia informasi yang dapat meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan. Keberadaan pemandu wisata terlatih juga dapat meningkatkan kualitas layanan di Agrowisata Kebon Gulo. Pemandu yang kompeten tidak hanya membimbing dan memberi penjelasan, tetapi juga menciptakan kesan positif dan serta menyisipkan pesan pemasaran yang dapat mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung (Warokka dan Djamali, 2021).

Tabel 3. Faktor Strategis Internal Agrowisata

No	Faktor Strategis Internal (IFAS) Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1.	Terdapat beragam komoditas buah-buahan yang ditawarkan	0.071	3.58	0.255
2.	Tiket masuk yang ditawarkan relatif murah	0.051	3.58	0.184
3.	Pengunjung mendapatkan pelayanan yang baik ketika mengunjungi Agrowisata Kebon Gulo	0.070	3.17	0.221
4.	Tersedianya fasilitas yang cukup lengkap seperti tempat ibadah, toilet, tempat makan, dan aula	0.074	3.50	0.258
5.	Menawarkan spot-spot foto yang <i>instagramable</i>	0.063	2.33	0.148
6.	Agrowisata Kebon Gulo memiliki beragam wahana permainan yang ditawarkan, seperti kolam renang dan <i>flying fox</i>	0.061	2.92	0.177

7.	Menawarkan berbagai wisata menarik seperti edukasi wisata agro, wisata petik buah, dan <i>outbound</i>	0.074	3.17	0.234
8.	Kawasan Agrowisata Kebon Gulo memiliki tingkat kesuburan tanah yang baik yang mendukung pengembangan agrowisata	0.061	3.00	0.182
9.	Pemanfaatan media sosial sebagai tempat promosi dan pelayanan	0.074	2.50	0.184
Sub Total Skor Kekuatan			27.75	1.843
No	Faktor Strategis Internal (IFAS)	Bobot	Rating	Skor
Kelemahan				
1.	Banyaknya komoditas menyebabkan pengunjung hanya dapat menikmati buah-buahan pada musim tertentu saja	0.049	2.08	0.102
2.	Promosi yang dilakukan di media sosial tidak dilakukan secara maksimal	0.049	2.00	0.097
3.	Tidak terdapat <i>tour guide/</i> pemandu wisata	0.047	1.17	0.055
4.	Belum tersedianya toko souvenir dan <i>homestay</i>	0.050	1.25	0.063
5.	Belum adanya inovasi produk buah-buahan pasca panen	0.055	1.50	0.083
6.	Transportasi umum yang belum tersedia untuk mencapai lokasi wisata	0.043	1.58	0.069
7.	Belum adanya kerjasama dengan <i>stakeholder</i>	0.054	1.75	0.095
8.	Lokasi Agrowisata Kebon Gulo kurang strategis karena terletak di tengah pedesaan	0.054	2.42	0.131
Total		1	13.75	0.694
Total IFAS (Kekuatan – Kelemahan)				1.149

Sumber: Analisis Data Primer (2025)

Total skor matriks EFAS yaitu sebesar 0,909, yang terdiri atas skor peluang sebesar 1,921 dan skor ancaman sebesar 1,012. Hal tersebut menunjukkan bahwa Agrowisata Kebon Gulo berada dalam posisi eksternal yang kuat, di mana peluang yang tersedia jauh lebih besar dibandingkan ancaman yang dihadapi. Maka dari itu, Agrowisata Kebon Gulo mampu memanfaatkan berbagai potensi eksternal, dimana nilai peluang terbesar terdapat pada faktor nomor 2, yaitu membuka peluang lapangan pekerjaan dan wirausaha bagi masyarakat sekitar. Pengembangan agrowisata sangat bergantung pada keterlibatan masyarakat lokal, baik dalam bidang pekerjaan maupun kewirausahaan. Hal tersebut sejalan dengan Manteiro (2023) yang menekankan bahwa pentingnya peran aktif masyarakat agar manfaat ekonomi dapat dirasakan secara langsung.

Sementara itu, nilai ancaman terendah (paling terancam) yaitu terdapat pada nomor 5, yaitu kondisi iklim yang tidak dapat diprediksi. Kondisi iklim yang tidak dapat diprediksi menjadi salah satu ancaman terbesar bagi Agrowisata Kebon Gulo. Alam menjadi faktor penting dalam menjalankan agrowisata. Ketidakpastian cuaca dapat mengganggu pola tanam, panen, serta kualitas hasil pertanian yang menjadi daya tarik utama wisatawan. Hal ini sependapat dengan Rusmayadi *et al.*, (2024) bahwa kejadian cuaca ekstrem seperti badai dan kekeringan dapat berdampak langsung pada lahan pertanian dan mengakibatkan kerugian ekonomi. Kondisi iklim yang sulit diprediksi menyebabkan kesulitan dalam merencanakan aktivitas wisata yang melibatkan hasil pertanian, seperti kegiatan petik buah. Kondisi alam yang tidak baik, seperti hujan, juga dapat menjadi hambatan dalam pelaksanaan agrowisata karena tanah yang becek menyebabkan berkurangnya pengunjung Agrowisata Kebon Gulo.

Tabel 4. Faktor Strategis Eksternal Agrowisata

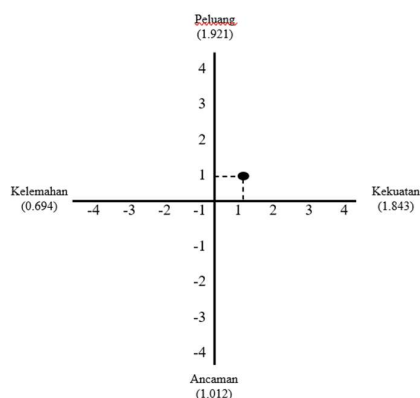
No	Faktor Strategis Eksternal (EFAS)	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1.	Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Boyolali semakin meningkat	0.080	3.33	0.265
2.	Membuka peluang lapangan pekerjaan dan wirausaha bagi masyarakat sekitar	0.081	3.58	0.290
3.	Tren pasar saat ini yang sesuai dengan konsep agrowisata (<i>back to nature</i>)	0.072	3.25	0.235
4.	Kondisi alam yang potensial untuk pengembangan agrowisata buah-buahan	0.069	2.92	0.202
5.	Minat pengunjung agrowisata untuk datang kembali di lain waktu	0.082	2.67	0.220
6.	Penawaran konsep eduwisata yang menjadi daya tarik sekolah-sekolah di Kabupaten Boyolali	0.078	3.08	0.241

7.	Peningkatan jumlah pengunjung pada saat musim liburan	0.074	3.33	0.245
8.	Pemandangan yang indah dan udara yang sejuk	0.77	2.92	0.223
Sub Total Skor Peluang			25.08	1.921
No	Faktor Strategis Eksternal (EFAS)	Bobot	Rating	Skor
Ancaman				
1.	Adanya persaingan dengan agrowisata lain yang sejenis di Kawasan Kabupaten Boyolali	0.053	2.75	0.146
2.	Eksistensi kawasan agrowisata yang tidak akan bertahan lama jika pengelola wisata tidak kreatif dan inovatif	0.062	3.00	0.186
3.	Ketidakpastian jumlah pengunjung	0.046	2.42	0.110
4.	Kurangnya kerjasama dengan pemerintah dan masyarakat dalam melakukan promosi	0.062	2.42	0.149
5.	Kondisi iklim yang tidak dapat diprediksi	0.041	2.33	0.096
6.	Keterbatasan dalam pelatihan dan pengembangan ketrampilan bagi tenaga kerja di sektor agrowisata	0.059	2.67	0.157
7.	Adanya serangan hama pada beberapa tanaman buah-buahan di Agrowisata Kebon Gulo	0.065	2.58	0.167
Total		1	18.17	1.012
Total EFAS (Peluang – Ancaman)				0.909

Sumber: Analisis Data Primer (2025)

Penggambaran SWOT

Penggambaran matriks SWOT digunakan untuk mengetahui posisi Agrowisata Kebon Gulo berdasarkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternalnya (peluang dan ancaman). Hasil dari diagram SWOT menunjukkan posisi Agrowisata Kebon Gulo berada pada kuadran I. Kondisi pada Agrowisata Kebon Gulo memiliki kekuatan yang masih bisa untuk dimaksimalkan dengan mengoptimalkan peluang yang ada. Strategi yang paling tepat adalah strategi agresif atau strategi SO yaitu strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini sependapat dengan Siregar et al., (2022) bahwa strategi pengembangan yang berada pada kuadran I artinya mendukung strategi growth, dimana posisi kuadran tersebut menunjukkan bahwa perusahaan terletak pada kondisi yang menguntungkan atau perusahaan memiliki peluang yang sangat besar.



Gambar 3. Kuadran SWOT

Strategi Pengembangan SWOT

Strategi terkait pengembangan Agrowisata Kebon Gulo dapat dilihat pada matriks SWOT. Analisis matriks SWOT menghasilkan strategi yang dikembangkan dalam empat tipe strategi pengembangan, yaitu strategi SO (*strengths-opportunities*), WO (*weaknesses- opportunities*), ST (*strengths-threats*), dan WT (*weaknesses-threats*). Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, terdapat 10 strategi SO (*Strengths – Opportunities*) yang cocok untuk diterapkan di Agrowisata Kebon Gulo. Agrowisata Kebon Gulo dapat menggunakan faktor kekuatannya untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi SO merupakan bentuk strategi yang mengharuskan pemilik usaha untuk bertindak *aggressive* dalam menggunakan kekuatan internal yang dimilikinya dalam menangkap peluang

eksternal. Strategi SO tersebut dapat memudahkan Agrowisata Kebon Gulo dalam merencanakan dan melaksanakan langkah-langkah pengembangan yang tepat bagi agrowisata tersebut.

Tabel 5. Strategi Pengembangan Agrowisata Kebon Gulo

<p style="text-align: center;">IFAS</p>	<p>Strengths (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat beragam komoditas buah-buahan yang ditawarkan 2. Tiket masuk yang ditawarkan relatif murah 3. Pengunjung mendapatkan pelayanan yang baik ketika mengunjungi Agrowisata Kebon Gulo 4. Tersedianya fasilitas yang cukup lengkap seperti tempat ibadah, toilet, tempat makan, dan aula 5. Menawarkan spot-spot foto yang <i>Instagramable</i> 6. Agrowisata Kebon Gulo memiliki beragam wahana permainan yang ditawarkan, seperti kolam renang dan flying fox 7. Menaawarkan berbagai wisata menarik seperti edukasi wisata agro, wisata petik buah, dan <i>outbound</i> 8. Kawasan Agrowisata Kebon Gulo memiliki tingkat kesuburan tanah yang baik yang mendukung pengembangan agrowisata 9. Pemanfaatan media sosial sebagai tempat promosi dan pelayanan 	<p>Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya komoditas menyebabkan pengunjung hanya dapat menikmati buah-buahan pada musim tertentu saja 2. Promosi yang dilakukan di media sosial tidak dilakukan secara maksimal 3. Tidak terdapat <i>tour guide</i>/pemandu wisata 4. Belum tersedianya toko souvenir dan <i>homestay</i> 5. Belum adanya inovasi produk buah-buahan pasca panen 6. Transportasi umum yang belum tersedia untuk mencapai lokasi wisata 7. Belum adanya kerjasama dengan <i>stakeholder</i> 8. Lokasi Agrowisata Kebon Gulo kurang strategis karena terletak di tengah pedesaan
<p>EFAS</p>	<p>Opportunity (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Boyolali semakin meningkat 2. Membuka peluang lapangan pekerjaan dan wirausaha bagi masyarakat sekitar 3. Tren pasar saat ini yang sesuai dengan konsep agrowisata (<i>back to nature</i>) 4. Kondisi lahan yang potensial untuk pengembangan agrowisata buah-buahan 5. Minat pengunjung agrowisata untuk datang kembali di lain waktu 6. Penawaran konsep eduwisata yang menjadi daya tarik sekolah-sekolah di Kabupaten Boyolali 7. Peningkatan jumlah pengunjung pada saat musim liburan 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan program wisata musiman yang berfokus pada buah-buahan musiman, seperti "Festival Buah" atau "Panen Raya" (S1, S4, S8, O1, O4, O8) 2. Penambahan dan perluasan spot foto dengan latar belakang alam (<i>back to nature</i>) beserta komoditas unggulannya (S1, S5, O3, O5, O7, O8) 3. Mengembangkan wahana dan fasilitas baru yang sesuai dengan tren wisata alam, seperti taman bunga atau <i>camping ground</i> untuk menarik lebih banyak wisatawan (S4, S6, O1, O3, O5, O7, O8) 4. Memberikan pelatihan berkala kepada pekerja atau staf agar <p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan produk olahan buah-buahan pasca panen, seperti jus, selai, atau <i>dried fruits</i> yang dapat dijual di lokasi wisata (W1, W5, O1, O2, O3, O7) 2. Mengoptimalkan penggunaan media sosial dengan membuat konten berkualitas tinggi, seperti video dan foto menarik mengenai spot-spot <i>Instagramable</i>, buah musiman dan aktivitas yang dapat dilakukan di Agrowisata Kebon Gulo (W2, O1) 3. Menjalin kerjasama dengan <i>Stakeholder</i> seperti pemerintah lokal, agen perjalanan, serta pelaku usaha lainnya untuk meningkatkan layanan dan fasilitas (W7, O2)

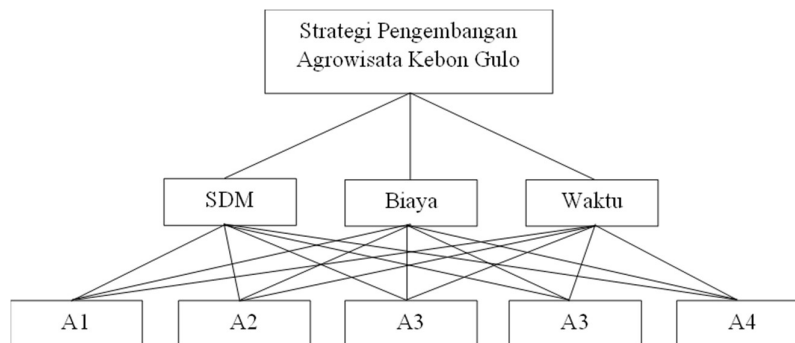
<p>8. Pemandangan yang indah dan udara yang sejuk</p>	<p>pelayanan semakin baik dan profesional (S3, O5)</p> <p>5. Menyediakan papan atau layanan untuk pengunjung dapat menyampaikan pesan dan kesannya sebagai bahan evaluasi (S2, S3, S4, S7, O5, O7)</p> <p>6. Mengembangkan <i>website</i> yang menyediakan informasi lengkap tentang Agrowisata Kebon Gulo, termasuk jadwal, paket wisata, pemesanan tiket, serta update promosi atau event terbaru (S2, S9, O1, O6)</p> <p>7. Mendirikan pusat oleh-oleh yang menjual produk lokal seperti makanan khas, produk kerajinan tangan atau buah-buahan segar (S1, O2)</p> <p>8. Meningkatkan kerjasama dengan sekolah-sekolah di Boyolali untuk menyediakan program <i>Outbound</i> yang mencakup kegiatan lingkungan dan pertanian (S7, O6)</p> <p>9. Mempertahankan kualitas buah yang dihasilkan dan meningkatkan pelayanan kepada pengunjung (S1, S3, O4, O5, O7)</p> <p>10. Mengadakan sosialisasi dan mengajak masyarakat yang memiliki usaha untuk bergabung bersama UMKM Agrowisata Kebon Gulo (S1, S4, S7, O2)</p>	<p>4. Menambah fasilitas <i>homestay</i> dan toko <i>souvenir</i> yang menjual produk lokal atau produk olahan buah untuk meningkatkan daya tarik wisatawan (W4, O1, O2, O7)</p> <p>5. Bekerja sama dengan Pemda dan perusahaan transportasi untuk menyediakan transportasi umum atau <i>shuttle</i> bus dari titik-titik strategis menuju Agrowisata Kebon Gulo (W6, O1)</p> <p>6. Merekrut atau melatih pemandu wisata lokal untuk memberikan pengalaman wisata yang lebih informatif dan menarik (W3, O5)</p> <p>7. Mengadakan festival atau acara musiman yang menampilkan buah-buahan segar dan berbagai aktivitas menarik selama musim panen (d disesuaikan dengan ketersediaan buah) (W1, O4, O8)</p> <p>8. Meningkatkan infrastruktur di sekitar Agrowisata Kebon Gulo, seperti perbaikan jalan dan penyediaan petunjuk arah yang jelas menuju lokasi (W8, O1)</p> <p>9. Mengembangkan program edukasi pertanian yang tidak bergantung pada musim buah, seperti pelatihan pertanian organik, mengenal ekosistem pertanian pengelolaan kebun, atau pembuatan pupuk kompos (W1, O6)</p> <p>10. Mengadakan program wisata edukasi yang melibatkan sekolah-sekolah, dengan menyediakan pemandu wisata terlatih yang mengajarkan siswa mengenai dunia pertanian (W3, O2, O6)</p>
<p>Threats (T)</p> <p>1. Adanya persaingan dengan agrowisata lain yang sejenis di Kawasan Kabupaten Boyolali</p> <p>2. Eksistensi kawasan agrowisata yang tidak akan bertahan lama jika pengelola wisata tidak kreatif dan inovatif</p> <p>3. Ketidakpastian jumlah pengunjung</p>	<p>Strategi ST</p> <p>1. Menonjolkan keunikan dan keberagaman buah-buahan yang hanya tersedia di Agrowisata Kebon Gulo sebagai daya tarik utama (S1, S8, T1, T2, T3)</p> <p>2. Membuat berbagai paket wisata dengan harga terjangkau namun tetap mengutamakan kualitas</p>	<p>Strategi WT</p> <p>1. Meningkatkan kerja sama dengan <i>stakeholder</i> dan pemerintah, seperti pemerintah daerah, dinas pariwisata, dan lembaga pendidikan (W2, W7, T4)</p> <p>2. Membuat produk olahan berbasis buah yang memiliki nilai jual tinggi, seperti jus, selai, atau makanan olahan</p>

<p>4. Kurangnya kerjasama dengan pemerintah dan masyarakat dalam melakukan promosi</p> <p>5. Kondisi iklim yang tidak dapat diprediksi</p> <p>6. Keterbatas dalam pelatihan dan pengembangan bagi tenaga kerja di sektor agrowisata</p> <p>7. Adnya serangan hama pada beberapa tanaman buah-buahan di Agrowisata Kebon Gulo</p>	<p>pengalaman (S2, S4, S6, S7, T2, T3)</p> <p>3. Meningkatkan inovasi dengan menambah wahana permainan baru, menambah spot-spot foto yang <i>instagramable</i>, serta meningkatkan kualitas wahana dan spot foto yang sudah ada (S5, S7, T2)</p> <p>4. Bekerjasama dengan Pemerintah Daerah, Pemerintah Desa, dan masyarakat lokal untuk meningkatkan promosi Agrowisata Kebon Gulo, baik melalui media sosial, brosur, maupun acara bersama yang melibatkan masyarakat (S9, T4)</p> <p>5. Menyediakan program pelatihan rutin bagi tenaga kerja di Agrowisata Kebon Gulo agar dapat memberikan pelayanan yang lebih profesional dan berkompeten (S3, T6)</p> <p>6. Meminimalkan dampak kerusakan dari hama penyakit tanaman dan cuaca yang tidak menentu, seperti penggunaan pestisida organik atau pemasangan perangkap hama (S1, T5, T7)</p>	<p>lainnya (W1, W4, W5, T1, T2)</p> <p>3. Membuat produk olahan berbasis buah yang memiliki nilai jual tinggi, seperti jus, selai, atau makanan olahan lainnya (W1, W4, W5, T1, T2)</p> <p>4. Menyusun rencana pengembangan transportasi dengan bekerjasama dengan penyedia layanan atau membuka jalur transportasi yang lebih mudah dijangkau oleh pengunjung (W6, T5)</p> <p>5. Menambah tenaga kerja yang berkompeten dan profesional agar dapat mengembangkan obyek wisata dan meningkatkan kualitas tempat wisata serta menciptakan beragam inovasi (W3, W8, T2, T3, T6, T7)</p>
--	---	---

Sumber: Analisis Data Primer (2025)

Strategi Prioritas pada Pengembangan Agrowisata Kebon Gulo

Tahap penentuan strategi prioritas merupakan proses penilaian alternatif untuk memperoleh tujuan akhir. Penentuan strategi prioritas pada pengembangan Agrowisata Kebon Gulo dilakukan menggunakan analisis *Analytical Hierarchy Process* (AHP). AHP merupakan salah satu metode pengambilan keputusan yang bertujuan untuk menentukan pilihan yang terbaik dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Kriteria-kriteria yang dikembangkan dalam memilih strategi pengembangan SO (*Strengths – Opportunities*) Agrowisata Kebon Gulo adalah SDM (Sumber Daya Manusia), Biaya, dan Waktu. Kriteria tersebut dipasangkan dengan masing-masing alternatif komponen utama Agrowisata Kebon Gulo, yaitu A1 (*Aminities*), A2 (*Accessibility*), A3 (*Attractions*), A4 (*Quality*), dan A5 (*Ancillary*).



Gambar 4. Hierarki Pengambilan Keputusan AHP

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa strategi A4 menjadi strategi terbaik pertama dengan bobot akhir sebesar 0.270. Alternatif strategi A4 yaitu terdiri dari memberikan pelatihan berkala kepada pekerja atau staf agar pelayanan semakin baik dan profesional, serta mempertahankan kualitas buah yang dihasilkan dan meningkatkan pelayanan kepada pengunjung. Alternatif strategi terbaik kedua yaitu strategi dalam meningkatkan *ancillary* atau strategi pengembangan sosial dan ekonomi (A5) dengan bobot akhir sebesar 0.246. Alternatif strategi A5 yaitu menyediakan papan atau layanan untuk pengunjung dapat menyampaikan pesan dan kesannya sebagai bahan evaluasi, serta mengadakan sosialisasi dan mengajak masyarakat yang memiliki usaha untuk bergabung bersama UMKM Agrowisata Kebon Gulo. Tingkat kepuasan pengunjung terhadap berbagai aspek pelayanan di agrowisata sangat penting untuk diperhatikan, karena dapat memberikan *insight* tentang pentingnya umpan balik pengunjung untuk evaluasi pelayanan (Kholil dan Mutiara, 2022).

Alternatif strategi terbaik ketiga yaitu strategi dalam meningkatkan aksesibilitas (A2) dengan bobot akhir sebesar 0.195. Alternatif strategi A2 yaitu mengembangkan *website* yang menyediakan informasi lengkap tentang Agrowisata Kebon Gulo, termasuk jadwal, paket wisata, pemesanan tiket, dan update promosi atau *event* terbaru, serta meningkatkan kerjasama dengan sekolah-sekolah di Kabupaten Boyolali untuk menyediakan program *outbound* yang mencakup kegiatan lingkungan dan pertanian. Alternatif strategi terbaik keempat yaitu strategi dalam meningkatkan *aminties* (A1) dengan bobot akhir sebesar 0.158. Alternatif strategi A1 yaitu menambah dan memperluas spot foto dengan latar belakang (*back to nature*) beserta komoditas unggulannya serta mendirikan pusat oleh-oleh yang menjual produk lokal seperti makanan khas, produk kerajinan tangan, atau buah-buahan segar. Pariwisata juga perlu fokus pada tercapainya kepuasan pengunjung, salah satunya dengan melakukan perbaikan, khususnya pada fasilitas (*aminties*) yang ada di destinasi wisata (Chaerunissa dan Yuniningsih, 2020).

Alternatif strategi terbaik kelima yaitu strategi dalam meningkatkan atraksi (A3) dengan bobot akhir sebesar 0.130. Alternatif strategi A3 yaitu mengembangkan program wisata musiman yang berfokus pada buah-buahan musiman, seperti “Festival Buah” atau “Panen Raya”, serta mengembangkan wahana dan fasilitas baru yang sesuai dengan tren wisata alam, seperti taman bunga atau *camping ground* untuk menarik lebih banyak wisatawan. Hal ini sependapat dengan Sukmaratri dan Damayanti (2016) bahwa pengembangan sektor pariwisata akan selalu mengikuti tren perkembangan kegiatan wisata, seperti perkembangan teknologi, tren pasar, keunikan produk dan kebutuhan masyarakat yang merupakan wujud dari strategi pengembangan suatu kawasan wisata.

Tabel 6. Perangkingan AHP

Alternatif	Kriteria			Bobot Akhir	Rank
	SDM	Biaya	Waktu		
	0.478	0.412	0.110		
A1	0.154	0.182	0.088	0.158	4
A2	0.187	0.166	0.342	0.195	3
A3	0.146	0.128	0.064	0.130	5
A4	0.283	0.248	0.296	0.270	1
A5	0.229	0.276	0.210	0.246	2

Sumber: Analisis Data Primer (2025)

KESIMPULAN

Kesimpulan Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis lingkungan internal dalam penelitian ini menghasilkan sembilan kekuatan dan delapan kelemahan, sedangkan dari lingkungan eksternal menghasilkan delapan peluang dan tujuh ancaman yang mempengaruhi pengembangan Agrowisata Kebon Gulo. Melalui analisis SWOT, diperoleh sepuluh alternatif strategi pengembangan yang dapat diterapkan. Berdasarkan perhitungan dalam matriks SWOT, diperoleh titik koordinat (1,1;0,9) yang menempatkan Agrowisata Kebon Gulo pada Kuadran I, yang berarti strategi yang paling tepat digunakan adalah strategi agresif atau strategi SO (Strengths-Opportunities). Strategi tersebut disusun untuk memaksimalkan kekuatan internal dalam memanfaatkan peluang eksternal secara optimal, dengan mengacu pada lima komponen utama pengembangan destinasi wisata, yaitu A1

(*Aminities*), A2 (*Accessibility*), A3 (*Attractions*), A4 (*Quality*), dan A5 (*Ancillary*) dengan mempertimbangkan kriteria SDM, biaya, dan waktu yang baik dan memadai.

2. Strategi pengembangan yang dapat diterapkan oleh Agrowisata Kebon Gulo berdasarkan tingkat prioritas yang diperoleh dari bobot akhir perhitungan AHP strategi pengembangan kualitas (A4) dengan bobot akhir sebesar 0,270, strategi pengembangan ancillary (A5) dengan bobot akhir sebesar 0.246, strategi pengembangan aksesibilitas (A2) dengan bobot akhir sebesar 0,195, strategi pengembangan amenities (A1) dengan bobot akhir sebesar 0,158, dan strategi pengembangan atraksi (A3) dengan bobot akhir sebesar 0,130.

SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh saran sebagai berikut:

1. Implikasi manajerial yang dapat direkomendasikan kepada pihak internal Agrowisata Kebon Gulo mencakup dua aspek penting, yaitu pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) dan penguatan koordinasi serta kerja sama multisektoral. Pengembangan SDM perlu dilakukan melalui pelatihan berkala serta peningkatan kapasitas pelayanan. Koordinasi dan kerja sama dengan berbagai pihak seperti Pemerintah Daerah, lembaga pendidikan, pelaku UMKM, dan sektor swasta sangat diperlukan, untuk menciptakan sinergi dalam mendukung pengembangan agrowisata secara berkelanjutan.
2. Perlu dilakukan perbaikan dan penambahan petunjuk jalan menuju lokasi Agrowisata Kebon Gulo guna meningkatkan kenyamanan dan kemudahan akses bagi pengunjung. Saat ini, petunjuk jalan yang tersedia masih sangat terbatas, yaitu hanya satu papan petunjuk yang terletak sekitar 100 meter sebelum lokasi. Keberadaan petunjuk tambahan di titik-titik strategis, seperti jalan utama, persimpangan, dan area-area rawan kebingungan, akan membantu pengunjung dalam menemukan lokasi dengan lebih mudah serta memberikan citra positif terhadap pengelolaan destinasi wisata.
3. Pengembangan produk dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki Agrowisata Kebon Gulo sangat penting untuk dilakukan sebagai upaya meningkatkan nilai tambah dan daya tarik wisata. Potensi alam, hasil pertanian, serta kekayaan budaya lokal dapat dijadikan sebagai bahan dasar untuk menciptakan produk-produk unggulan yang bernilai ekonomis dan menarik minat wisatawan.
4. Pemilik dan pengelola Agrowisata Kebon Gulo diharapkan dapat lebih aktif dalam melakukan promosi. Saat ini, terlihat bahwa aktivitas promosi, khususnya melalui media sosial, seperti Instagram, masih kurang optimal. Oleh karena itu, disarankan untuk meningkatkan frekuensi unggahan konten yang menarik dan kreatif, sehingga dapat lebih menarik perhatian calon pengunjung. Konten yang dimaksud dapat berupa foto, video, atau cerita mengenai pengalaman menarik yang bisa didapatkan selama berkunjung ke agrowisata tersebut. Pengelola juga dapat membuat paket wisata yang lebih variatif dan menarik, dengan memperhatikan minat dan preferensi pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulhaji, S. & Yusuf, I. S. H. (2017). Pengaruh atraksi, aksesibilitas dan fasilitas terhadap citra Objek Wisata Danau Tolire Besar di Kota Ternate. *J. Penelitian Humano*. 7(2): 134 – 148.
- Anisa, A. D., Gayatri, S, & Mariyono, J. (2022). Strategi pengembangan Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo, Kecamatan Kalitidu, Kabupaten Bojonegoro dalam Menghadapi Krisis Pandemi COVID-19. *J. Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 8(2): 1495 – 1508.
- Brigitha, T. B., Lopian, J. & Taroreh, R. (2018). Pengaruh pengetahuan dan keterampilan *tour guide* terhadap kepuasan wisatawan di Bunaken. *J. Emba*. 6(2): 848 – 857.
- Chaerunissa, S. F. & Yuniningsih, T. (2020). analisis komponen pengembangan pariwisata Desa Wisata Wanolopo Kota Semarang. *J. Of Public Policy and Management Review*. 9(4): 159 – 175.
- Dayan, M. A., & Sari, M. I. (2022). Potensi agrowisata berbasis masyarakat. *J. Ilmu Multidisiplin Nasional*. 1(1): 53 – 59.

- Kholil, A. Y. & Mutiara, F. (2022). Kepuasan pengunjung terhadap pelayanan di Kusuma Agrowisata Kota Batu. *J. Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*. 6(3): 883 – 891.
- Kurniasanti, S. A. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata. *J. of Tourism and Creativity*. 3(1): 65 – 76.
- Luntungan, W. G. A. & Tawass, H. N. (2019). Strategi pemasaran Bambuden Boulevard Manado: Analisis SWOT. *J. Emba*. 7(4): 5495 – 5504.
- Manteiro, M. C. (2023). Pengembangan pariwisata (*Community Based Tourism*) sebagai strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat di Kabupaten Timor Tengah Selatan Nusa Tenggara Timur. *J. Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*. 8(2): 190 – 203.
- Muchlis, S. & Santoso, E. B. (2017). Penentuan kriteria pengembangan Agrowisata di Kecamatan Sukapura Kabupaten Probolinggo. *J. Teknik ITS*. 6(2): C248 – C252.
- Nurani, R. I., Roessali, W. & Ekowati, T. (2020). Strategi pengembangan Agrowisata Jollong di Kabupaten Pati. *J. Pariwisata*. 7(2): 80 – 91.
- Prayoga, K., Zahirah, P. Y. F., & Prasetyo, A. S. (2023). *Institutional synergy for the development of Lerep tourism village, Semarang Regency*. *Agric*. 35(1): 8 – 15.
- Prisdinawati, D. & Silamat, E. (2021). Strategi Pengembangan Agrowisata Unggulan (Kebun Bunga) Di Dataran Tinggi Kabupaten Rejang Lebong. *J. Agribis*. 14(2): 1734 – 1748.
- Putra, M. E. Y., & Pratita, D. G. (2021). Strategi pengembangan agribisnis kopi robusta produksi ksu ketakasi sidomulyo kabupaten jember. *J. Manajemen*. 1(2): 82 – 88.
- Rusmayadi, G., Silamat, E., Abidin, Z., Anripa, N., Rubijantoro, S., & Sitopu, J. W. (2024). Analisis dampak perubahan iklim terhadap produktivitas tanaman pangan. *J. Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*. 7(3): 9488 – 9495.
- Siregar, S., Rangkuti, K., & Prandini, E. G. (2022). Agrowisata Kebun Jeruk Manis dan Strategi Pengembangannya. *J. Of Agribusiness Sciences*. 06(01): 64 – 70.
- Suarto, E. (2017). Pengembangan objek wisata berbasis analisis SWOT. *J. Spasial: Penelitian, Terapan Ilmu Geografi, dan Pendidikan Geografi*. 3(1): 50 – 63.
- Sukmaratri, M. & Damayanti, M. (2016). Diversifikasi produk wisata sebagai strategi pengembangan daya saing wisata Kota Batu. *J. Pembangunan Wilayah dan Kota*. 12(3): 325 – 335.
- Warokka, M. N. & Djamali, R. (2021). Penguatan peran *tour guide* dalam memasarkan objek wisata di Kecamatan Silian Raya di Kabupaten Minahasa Tenggara. *J. Hospitality and Tourism*. 4(1): 118 – 130.
- Wibowo, S., Rusmana, O., Zuhelfa, & Muslim, S. (2017). Pengembangan ekonomi melalui sektor pariwisata. *J. Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*. 1(2): 93 – 99.
- World Travel and Tourism Council*. (2023). *World Travel and Tourism Economic Impact Research*.