

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA KEBUN BELIMBING  
NGRINGINREJO, KECAMATAN KALITIDU, KABUPATEN BOJONEGORO  
DALAM MENGHADAPI KRISIS PANDEMI COVID-19**

***AGROTOURISM DEVELOPMENT STRATEGY IN NGRINGINREJO VILLAGE  
TOWARD THE COVID-19 PANDEMIC CRISIS***

**Ameilia Dwi Anisa\*, Siwi Gayatri, Joko Mariyono<sup>3</sup>**

Universitas Diponegoro, Jl. Prof. Sudarto No.13, Tembalang, Kec. Tembalang, Semarang

\*Email: ameliadwi6768@gmail.com

(Diterima 24-06-2022; Disetujui 21-07-2022)

**ABSTRAK**

Pandemi Covid-19 berdampak terhadap sektor agrowisata. Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo, Bojonegoro merupakan salah satu agrowisata yang terdampak pandemi Covid-19. Dampak yang paling terlihat adalah penurunan jumlah pengunjung dan pemasaran terbatas. Kondisi ini menjadi perhatian khusus bagi peneliti karena agrowisata ini menjadi wisata unggulan dan sebagai sumber perekonomian bagi masyarakat setempat sehingga harus dipertahankan dan dikembangkan dengan strategi yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal serta menganalisis strategi pengembangan Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo dalam menghadapi krisis pandemi Covid-19. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2021 - Januari 2022 di Agrowisata Kebun Belimbing di Desa Ngringinrejo, Kecamatan Kalitidu, Kabupaten Bojonegoro. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive*. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Metode penentuan responden menggunakan teknik *snowball Sampling* dan *accidental sampling* dengan 40 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang dilakukan menggunakan matriks IFE dan EFE, analisis matriks SWOT serta matriks QSPM. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa diperoleh sembilan strategi alternatif dan strategi prioritas berdasarkan analisis QSPM yaitu meningkatkan inovasi fasilitas dan wahana yang beragam, memperluas area pemasaran belimbing dan melakukan promosi yang lebih aktif melalui media sosial. Rekomendasi strategi yang bisa dilakukan yaitu meningkatkan fasilitas dan wahana yang beragam seperti wahana permainan, edukasi wisata, spot-spot foto dan tempat makan atau cafe.

Kata kunci: agrowisata, belimbing, strategi, SWOT, QSPM

**ABSTRACT**

*The Covid-19 pandemic, had an impact on several sectors, agrotourism for instance. The most visible impacts are decrease in the number of visitors and limited marketing. This study aims to analyze the internal and external environment as well as analyze the strategy for developing Ngringenrejo Agrotourism toward Covid-19 pandemic crisis. This research was conducted in December 2021 - January 2022 at Starfruit Agrotourism in Ngringinrejo Village, Kalitidu District, Bojonegoro Regency. The research location was chosen purposively. This research use case study method. The method of determining respondents used snowball sampling and accidental sampling with 40 respondents. The types of data used were primary data and secondary data. The data analysis methods used were IFE and EFE matrices, SWOT matrix analysis and QSPM matrix. The results of the SWOT analysis showed that nine alternative strategies and priority strategies were obtained based on the QSPM analysis, namely increasing the innovation of various facilities, expanding the starfruit marketing area and carrying out more active promotions through social media. The recommended strategy that can be done is to improve various facilities such as game rides, educational tours, photo spots and cafes.*

*Keywords: agrotourism, starfruit, strategy, SWOT, QSPM*

## PENDAHULUAN

Perkembangan sektor pertanian kini tidak hanya berfokus pada kegiatan budidaya usahatani (*on farm*), namun kini juga berfokus pada kegiatan komersial hasil budidaya (*off farm*). Hal ini dipengaruhi oleh adanya perubahan minat dan kebutuhan masyarakat akan wisata yang semakin tinggi sehingga menyebabkan semakin berkembangnya pertanian dengan pendekatan sektor pariwisata.

Agrowisata merupakan objek wisata yang memadukan wisata dan edukasi yang berkaitan dengan bidang pertanian. Agrowisata sebagai salah satu aset pariwisata yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan berpeluang besar yang didukung oleh potensi pertanian di Indonesia. Pengembangan agrowisata di suatu wilayah dinilai dapat meningkatkan kearifan lokal, teknologi dan perekonomian di wilayah tersebut (Utama dan Junaedi, 2019). Perkembangan agrowisata yang pesat menyebabkan semakin banyaknya agrowisata yang menawarkan harga, inovasi sarana dan prasarana yang beragam untuk menarik pengunjung. Munculnya persaingan agrowisata maka pengelola agrowisata harus menerapkan strategi pengembangan yang tepat agar

tetap unggul dan mampu bersaing. Strategi pengembangan merupakan cara untuk mencapai tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan dengan pendayagunaan dan memaksimalkan sumber daya yang ada (Rangkuti, 2016). Salah satu prinsip pengembangan agrowisata yaitu adanya partisipasi masyarakat dalam kegiatan perencanaan. Perlu ada kerjasama yang baik antara pemerintah, swasta dan masyarakat untuk mengembangkan agrowisata (Nurhidayati, 2015).

Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo merupakan salah satu agrowisata unggulan di Kabupaten Bojonegoro yang mengandalkan potensi unggulan seperti belimbing yang berkualitas, wisata edukasi, berbagai fasilitas dan wahana yang beragam serta pemandangan bengawan solo yang asri dan sejuk. Agrowisata ini dikelola oleh BUMDes Tirto Abadi Desa Ngringinrejo dengan luas lahan sekitar 20,4 hektar yang terdapat sekitar 10.000 pohon belimbing. Pandemi Covid-19 yang tengah menjadi permasalahan kesehatan global menimbulkan dampak yang begitu besar terhadap berbagai sektor, salah satunya yaitu sektor pariwisata. Adanya kondisi pandemi ini menyebabkan berbagai permasalahan

terhadap agrowisata ini diantaranya terjadinya penurunan pengunjung, pemasaran belimbing terbatas dan menghambat pengembangan dan pengelolaan agrowisata.

Berdasarkan permasalahan yang ada, terjadinya perubahan kondisi eksternal yang ekstrim sekarang ini membutuhkan adanya perubahan dan perbaikan. Untuk itu, perlu dikaji mendalam terkait lingkungan internal dan eksternal serta strategi pengembangan agar Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo bisa bertahan dan memiliki strategi ke depan yang tepat dalam menghadapi krisis pandemi Covid-19.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2021 – Februari 2022 berlokasi di Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo, Kecamatan Kalitidu, Kabupaten Bojonegoro. Pemilihan lokasi dilakukan dengan purposive (sengaja) dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan salah satu wisata unggulan di Kabupaten Bojonegoro yang terdampak pandemi Covid-19 serta termasuk Kawasan pemberdayaan masyarakat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus.

Studi kasus merupakan metode penelitian dimana peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap suatu kasus, program, kejadian, proses dan aktivitas tertentu terhadap satu atau lebih orang (Sugiyono, 2017).

Metode penentuan responden menggunakan *snowball sampling* untuk responden internal dengan jumlah *key informant* sebanyak 10 orang (pihak pengelola, petani dan tokoh masyarakat). Penentuan responden eksternal yaitu menggunakan teknik *accidental sampling* sebanyak 30 pengunjung agrowisata. Adapun kriteria pengunjung yaitu berusia diatas 17 tahun dengan pertimbangan bahwa pengunjung mampu memberikan pendapat atas pertanyaan yang diajukan. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi.

Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis matriks IFE dan EFE yang digunakan untuk merencanakan strategi berdasarkan faktor internal dan eksternal, selanjutnya dianalisis dengan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Analisis matriks SWOT merupakan identifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) secara sistematis

dalam perencanaan strategi perusahaan (Rangkuti, 2016). Selanjutnya, dianalisis menggunakan matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) yang digunakan untuk menentukan prioritas strategi yang terbaik secara objektif berdasarkan faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi (David, 2011).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Keadaan Umum Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo

Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo terletak di Desa Ngringinrejo, Kecamatan Kalitidu, Kabupaten Bojonegoro yang berdiri sejak tahun 2014 dengan luas lahan 20,4 ha yang terdapat sekitar 10.000 pohon belimbing. Agrowisata ini sebagai salah satu unit usaha dari BUMDes Tirta Abadi Desa Ngringinrejo. Kebun belimbing Ngringinrejo dimiliki oleh masyarakat, dimana produksi dan pengolahan belimbing dilakukan oleh petani lokal atau masyarakat setempat. Namun untuk pengelolaan kebun secara keseluruhan dilakukan oleh BUMDes untuk menunjang kebutuhan operasional dan fasilitas pendukung agrowisata. Beberapa fasilitas yang terdapat di agrowisata ini yaitu gazebo, aula, mushola, tempat

parkir, toilet, taman bermain, rumah toko dan lainnya.

Komoditas unggulannya yaitu buah belimbing dengan ukuran yang cukup besar, rasa manis dan warna yang bagus. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri untuk pengunjung bahkan belimbing Ngringinrejo menjadi salah satu icon Bojonegoro. Varietas belimbing yang dikembangkan diantaranya belimbing Bangkok merah, Blitar, siwalan, Tulung Agung dan sembiring. Adapun komoditas lainnya yaitu jambu kristal, jambu air dan pisang. Agrowisata ini juga menawarkan petik langsung belimbing, paket wisata edukasi dan menjual produk olahan belimbing seperti sirup dan dodol belimbing.

Untuk menjaga keberlangsungan agrowisata, perawatan pohon belimbing dilakukan dengan cara ramah lingkungan. Petani meminimalisir penggunaan bahan kimia, dimana menggunakan pestisida nabati dan sebagian besar menggunakan pupuk organik. Rata-rata masa panen belimbing yaitu 3 – 4 kali dalam setahun dengan kapasitas produksi sekitar 90kg/pohon setiap tahun. Hasil panen belimbing dijual langsung di Kawasan agrowisata sebesar 50% dan 50% lagi dijual ke pasar daerah melalui tengkulak

seperti Semarang, Rembang, Tuban, Lamongan dan Surabaya.

### **Karakteristik Responden**

Responden yang digunakan terdiri atas responden internal agrowisata dan eksternal (pengunjung). Responden bagian internal agrowisata berjumlah 10 orang dengan karakteristik responden pada Tabel 1.

**Tabel 1. Jumlah dan Persentase Berdasarkan Karakteristik Responden Internal**

Kategori	Responden	
	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Usia		
a. ≤ 30 tahun	1	10
b. > 30 tahun	9	90
Jenis Kelamin		
a. Perempuan	1	10
b. Laki-laki	9	90
Pendidikan Terakhir		
a. SMP	3	30
b. SMA	3	30
c. Perguruan Tinggi	4	40
Asal Daerah		
a. Bojonegoro	10	100
b. Luar Bojonegoro	-	-

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

Berdasarkan Tabel 1. dapat diketahui dari 10 responden tersebut terdiri atas 1 orang perempuan dan 9 orang laki-laki. Usia responden mayoritas di atas 30 tahun yang berjumlah 9 orang dan 1 orang berusia di bawah 30 tahun. Tingkat pendidikan yang ditempuh responden terdiri atas pendidikan SMP sebanyak 3 orang, SMA sebanyak 3 orang dan perguruan tinggi 4 orang. Seluruh responden internal berasal dari domisili Bojonegoro. Kinerja seorang

tenaga kerja dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, dimana semakin tinggi tingkat pendidikan maka semakin meningkat keahlian, pengetahuan dan perubahan sikap. Menurut Aryadi dan Gantari (2020) menjelaskan bahwa adanya tenaga kerja yang telah mendapatkan pendidikan dan pelatihan, akan lebih mampu menerima tugas-tugas yang diberikan oleh perusahaan dengan baik.

Responden eksternal yang digunakan yaitu berjumlah 30 orang pengunjung Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo. Jumlah dan persentase sesuai karakteristik responden pengunjung pada Tabel 2.

Berdasarkan Tabel 2. diperoleh hasil bahwa 26 orang berusia antara 17-34 tahun dan 4 orang berusia 35 – 50 tahun. Persentase jenis kelamin perempuan sebesar 80% dan laki-laki 20%. Pekerjaan responden didominasi oleh pelajar/mahasiswa sebesar 33% dan pekerjaan lainnya seperti ibu rumah tangga sebesar 27%. Mayoritas pengunjung berasal dari domisili di Bojonegoro sebesar 53%, sedangkan luar bojonegoro 47%. Pengunjung cenderung berkunjung ke wisata terdekat untuk menekan biaya dan waktu. Menurut Novrani (2014) yang menyatakan bahwa

semakin dekat jarak objek wisata terhadap tempat tinggal maka semakin tinggi ketertarikan untuk mengunjungi objek wisata dan sebaliknya.

**Tabel 2. Jumlah dan Persentase Berdasarkan Karakteristik Responden Pengunjung**

Kategori	Responden	
	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Usia		
a. 17 – 34	26	87
b. 34 – 50	4	13
Jenis Kelamin		
a. Perempuan	24	80
b. Laki-Laki	6	20
Pendidikan Terakhir		
a. SMP	8	27
b. SMA	16	53
c. Perguruan Tinggi	6	20
Pekerjaan		
a. Wiraswasta	7	23
b. Pelajar/Mahasiswa	10	33
c. Akademisi	2	7
d. Pegawai Negeri	1	3
e. Petani	2	7

f. Lainnya	8	27
Asal Daerah		
a. Bojonegoro	16	53
b. Luar Bojonegoro	14	47

Sumber : Analisis Data Primer (2022)

### Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Agrowisata

Analisis lingkungan internal digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo melalui pendekatan secara langsung dan observasi. Menurut Susanthi (2017) menyatakan bahwa analisis lingkungan internal bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

**Tabel 3. Kekuatan dan Kelemahan Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo**

	Kekuatan	Kelemahan
<b>Faktor Internal Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo</b>	1. Terjangkaunya harga produk dan tiket masuk	1. Terbatasnya anggaran dana
	1. Lahan agrowisata yang cukup luas	2. Terdapat beberapa fasilitas wahana kurang terawat
	2. Lokasi dan akses jalan yang mudah dijangkau	3. Kurangnya penataan lingkungan wisata
	3. Belimbing berkualitas dan fresh	4. Kurangnya pengawasan di lokasi wisata
	4. Lingkungan yang asri dan sejuk cocok untuk <i>refreshing</i>	5. Promosi belum intensif atau gencar
	5. Tersedianya keragaman fasilitas dan wahana	6. Jumlah pengunjung menurun akibat pandemi Covid-19
	6. Adanya petik langsung belimbing dan paket agrowisata terjangkau	7. Pemasaran online belum berjalan dengan baik
	7. Telah menerapkan protokol Kesehatan Covid-19	8. Kebijakan tarif masuk tiap wahana
	8. Melibatkan partisipasi masyarakat sekitar sebagai pekerja	9. Diversifikasi produk olahan masih minim
	9. Mendapatkan pelatihan dan penyuluhan rutin	10. Harga buah belimbing tidak stabil

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

Analisis lingkungan eksternal digunakan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo. Rangkuti (2016) menyatakan bahwa analisis

lingkungan eksternal perlu dilakukan untuk merumuskan strategi dalam mengambil keuntungan dari berbagai peluang dan meminimalkan dampak dari ancaman yang berpotensi muncul.

**Tabel 4. Peluang dan Ancaman Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo**

	<b>Peluang</b>	<b>Ancaman</b>
<b>Faktor Eksternal Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo</b>	1. Gaya hidup masyarakat ( <i>Back to nature</i> )	1. Persaingan dengan wisata lain disekitar
	2. Memiliki pemandangan bengawan solo yang indah dan sejuk	2. Faktor musim dan iklim yang tidak menentu
	3. Agrowisata sudah banyak dikenal masyarakat	3. Hama dan penyakit yang menyerang tanaman
	4. Telah diliput oleh beberapa media yang menghasilkan <i>feedback</i> baik	4. Ketidakpastian jumlah pengunjung
	5. Konsep pengembangan wisata alam	5. Pandemi Covid-19 yang belum usai
	6. Dukungan pemerintah dalam pengembangan agrowisata	6. Faktor perekonomian yang tidak stabil akibat pandemi Covid-19
	7. Tingkat konsumsi buah selama pandemi Covid-19 relatif tinggi	7. Kurangnya kesadaran masyarakat sekitar dalam pengembangan agrowisata
	8. Respon positif dari pengunjung dan masyarakat	8. Adanya alternatif liburan lain selain agrowisata
	9. Peluang pasar yang besar	9. Kebijakan pemerintah yang menghambat aktivitas agrowisata
	10. Sektor wisata yang semakin diminati dan berkembang	10. Pihak agrowisata belum banyak kerjasama dengan berbagai pihak

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

**Analisis Matriks IFE (*Internal Factors Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factors Evaluation*)**

Analisis matriks IFE untuk mengetahui bobot dan rating dari penilaian responden terhadap faktor internal dan eksternal pada agrowisata. Menurut Putri *et al.* (2014) yang menjelaskan bahwa matriks IFE dan EFE digunakan untuk menganalisis faktor internal dan faktor eksternal perusahaan yang dilakukan dengan pembobotan dan rating.

Berdasarkan Tabel 5. diperoleh hasil bahwa terjangkau nya harga buah dan tiket masuk serta lahan agrowisata yang cukup luas merupakan kekuatan utama Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo dengan skor masing-masing

0,24. Kedua faktor tersebut berpengaruh besar terhadap agrowisata untuk mampu bersaing. Menurut pendapat Yulianti (2014) lingkungan internal dapat dikatakan memiliki kekuatan apabila sumber daya memiliki kemampuan bersaing sehingga perusahaan memperoleh keunggulan kompetitif. Kelemahan utama dari Agrowisata ini yaitu terdapat fasilitas dan wahana yang kurang terawat, promosi yang belum intensif dan diversifikasi produk olahan masih minim dengan skor masing-masing sebesar 0,17. Hal ini didukung oleh pendapat Azizah dan Rahmawati (2020) bahwa strategi promosi melalui media sosial untuk menarik pengunjung secara efektif.

Tabel 5. Hasil Analisis Matriks IFE

Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Skor
<b>Kekuatan:</b>			
1. Terjangkaunya harga buah dan tiket masuk	0,06	3,93	0,24
2. Lahan agrowisata yang cukup luas	0,06	3,93	0,24
3. Lokasi dan akses jalan yang mudah dijangkau	0,06	3,73	0,22
4. Buah belimbing berkualitas dan <i>fresh</i>	0,05	3,48	0,17
5. Lingkungan yang asri dan sejuk cocok untuk <i>refreshing</i>	0,06	3,70	0,22
6. Tersedianya keragaman fasilitas dan wahana	0,05	3,20	0,16
7. Adanya petik langsung belimbing dan paket agrowisata terjangkau	0,06	3,70	0,22
8. Telah menerapkan protokol kesehatan Covid-19	0,05	3,43	0,17
9. Melibatkan partisipasi masyarakat sekitar sebagai pekerja	0,05	3,65	0,18
10. Mendapatkan pelatihan dan penyuluhan rutin dalam pengembangan agrowisata	0,05	3,23	0,16
<b>Subtotal</b>	<b>0,55</b>		<b>1,98</b>
<b>Kelemahan:</b>			
1. Terbatasnya anggaran dana	0,04	2,58	0,10
2. Terdapat beberapa fasilitas dan wahana kurang terawat	0,05	3,38	0,17
3. Kurangnya penataan lingkungan wisata	0,05	3,10	0,16
4. Kurangnya pengawasan di lokasi wisata	0,05	3,18	0,16
5. Promosi yang belum intensif atau gencar	0,05	3,48	0,17
6. Jumlah pengunjung menurun akibat pandemi Covid-19	0,04	2,90	0,12
7. Pemasaran online belum berjalan dengan baik	0,04	3,00	0,12
8. Kebijakan tarif masuk tiap fasilitas atau wahana	0,04	2,70	0,11
9. Diversifikasi produk olahan masih minim	0,05	3,45	0,17
10. Harga buah belimbing tidak stabil	0,04	2,98	0,12
<b>Subtotal</b>	<b>0,45</b>		<b>1,40</b>
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>3,38</b>

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

Total skor faktor internal Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo yaitu sebesar 3,38 terdiri atas total skor kekuatan sebesar antara 3,00-4,00 menunjukkan posisi terkuatnya. Kondisi tersebut artinya Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo mampu memanfaatkan kekuatannya untuk memperkecil kelemahan yang ada.

Berdasarkan Tabel 6. diperoleh hasil bahwa peluang utama yang dimiliki Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo adalah agrowisata ini sudah banyak dikenal masyarakat serta sektor

wisata yang semakin diminati dan berkembang dengan skor masing-masing 0,22. Agrowisata ini sudah banyak dikenal masyarakat dan minat berwisata yang semakin tinggi sehingga memberikan peluang besar untuk menarik pengunjung yang lebih luas. Sebagai wisata yang telah dikenal oleh khalayak luas harus mampu mempertahankan kualitas agar tetap eksis dan mampu bersaing. Menurut Kinasih *et al.* (2020) menyatakan bahwa suatu pariwisata harus berkomitmen untuk terus berinovasi agar mampu bertahan dan mampu menarik pengunjung.



Ancaman yang paling utama yaitu adanya alternatif liburan lain selain agrowisata dengan skor sebesar 0,22. Faktor tersebut menjadi ancaman paling nyata, karena semakin banyaknya tempat wisata yang menawarkan sarana yang disukai pengunjung. Ancaman utama lainnya

yaitu hama dan penyakit yang menyerang tanaman dengan skor 0,21. Hama dan penyakit yang menyerang tanaman belimbing seperti lalat buah menyebabkan rasa yang tidak manis dan buah tidak dapat tumbuh besar.

**Tabel 6. Hasil Analisis Matriks EFE**

<b>Faktor Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Peringkat</b>	<b>Skor</b>
<b>Peluang</b>			
1. Gaya hidup masyarakat ( <i>Back to nature</i> )	0,05	3,20	0,16
2. Memiliki pemandangan bengawan solo yang indah dan sejuk	0,05	3,00	0,15
3. Agrowisata sudah banyak dikenal masyarakat	0,06	3,68	0,22
4. Telah diliput oleh beberapa media yang menghasilkan <i>feedback</i> baik bagi agrowisata	0,05	2,88	0,14
5. Konsep pengembangan wisata alam	0,05	3,28	0,16
6. Dukungan pemerintah dalam pengembangan agrowisata	0,05	3,33	0,17
7. Tingkat konsumsi buah selama pandemi Covid-19 relatif tinggi	0,04	2,78	0,11
8. Respon positif dari pengunjung dan masyarakat	0,05	3,25	0,16
9. Potensi pasar yang besar	0,05	3,23	0,16
10. Sektor wisata yang semakin diminati dan berkembang	0,06	3,63	0,22
<b>Subtotal</b>	<b>0,51</b>		<b>1,65</b>
<b>Ancaman</b>			
1. Persaingan dengan wisata lain disekitar	0,05	3,20	0,16
2. Faktor musim dan iklim yang tidak menentu	0,05	2,90	0,15
3. Hama dan penyakit yang menyerang tanaman	0,06	3,53	0,21
4. Ketidakpastian jumlah pengunjung	0,04	2,83	0,11
5. Pandemi Covid-19 yang belum usai	0,05	3,43	0,17
6. Faktor perekonomian yang tidak stabil akibat pandemi Covid-19	0,04	2,83	0,11
7. Kurangnya kesadaran masyarakat sekitar dalam upaya pengembangan agrowisata	0,04	2,60	0,10
8. Adanya alternatif liburan lain selain agrowisata	0,06	3,63	0,22
9. Kebijakan pemerintah yang menghambat aktivitas agrowisata	0,05	3,05	0,15
10. Pihak agrowisata belum banyak kerjasama dengan pihak-pihak terkait pengembangan agrowisata	0,05	3,15	0,16
<b>Subtotal</b>	<b>0,49</b>		<b>1,54</b>
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>3,19</b>

Sumber : Analisis Data Primer (2022)

Total skor matriks EFE yaitu sebesar 3,19 terdiri atas peluang sebesar 1,65 dan ancaman sebesar 1,54. Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo berada di posisi eksternal yang kuat. Faktor peluang dari agrowisata lebih besar dibandingkan

ancaman yang ada, sehingga Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo sudah memanfaatkan peluang untuk memperkecil ancaman-ancaman yang kemungkinan timbul di masa yang akan datang.

### Penentuan Posisi Agrowisata Dalam Kuadran SWOT

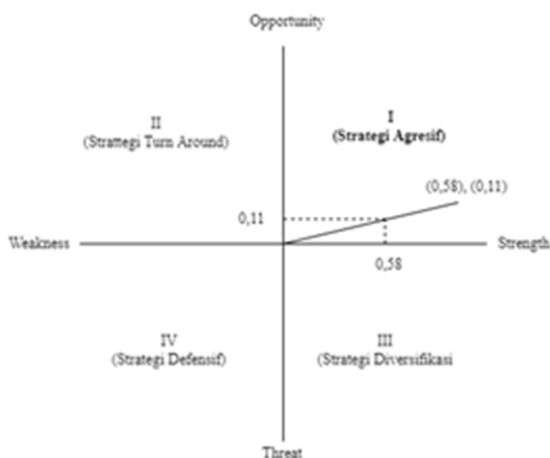
Pemetaan posisi agrowisata dalam kuadran SWOT menggunakan hasil *scoring* tiap faktor baik internal (kekuatan dan kelemahan) maupun eksternal (peluang dan ancaman) yang telah diidentifikasi. Variabel kekuatan dan kelemahan pada sumbu X, sedangkan variabel peluang dan ancaman pada sumbu Y. Berdasarkan analisis matriks IFE dan EFE diperoleh posisi agrowisata dalam kuadran SWOT sebagai berikut:

**Tabel 7. Penentuan Posisi Agrowisata**

Faktor	Skor	Koordinat (Kekuatan-Kelemahan) (Peluang-Ancaman)
<b>Internal</b>		
1. Kekuatan	1,98	Koordinat X = 0,58
2. Kelemahan	1,40	
<b>Eksternal</b>		
3. Peluang	1,65	Koordinat Y = 0,11
4. Ancaman	1,54	

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

Koordinat tersebut kemudian dipetakan dalam diagram analisis SWOT pada Gambar 1.



**Gambar 1. Posisi Pengembangan Agrowisata**

Berdasarkan gambar tersebut diperoleh hasil bahwa posisi pengembangan Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo berada pada kuadran I yang menunjukkan bahwa agrowisata dalam kondisi yang kuat dan berpotensi menguntungkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Rangkuti (2016) yang menyatakan bahwa kuadran I menunjukkan kondisi yang paling menguntungkan, dimana peluang dan kekuatan yang dimiliki optimal. Rekomendasi strategi yang diberikan yaitu strategi agresif artinya memaksimalkan kekuatan agar dapat memanfaatkan peluang sebanyak-banyaknya untuk mempertahankan eksistensi agrowisata. Menurut pendapat Hambali dan Andarini (2021) menjelaskan bahwa rekomendasi strategi yang dapat dilakukan apabila berada di kuadran I yaitu potensi pasar, pengembangan pasar dan produk.

Strategi SO (*Strength-Opportunity*) merupakan strategi yang diutamakan pada posisi tersebut, dimana yang memungkinkan untuk diterapkan yaitu penetrasi pasar dan pengembangan produk. Hal ini didukung oleh pendapat Sari *et al.* (2020) bahwa strategi penetrasi pasar untuk mencari pangsa pasar yang lebih luas melalui usaha pemasaran yang

lebih aktif, sedangkan strategi pengembangan produk untuk meningkatkan pendapatan dengan memperbaiki produk yang sudah ada atau pengembangan baru. Strategi penetrasi pasar dapat dilakukan melalui program kerja seperti membuka pangsa pasar lebih luas baik untuk wisatawan domestik maupun mancanegara. Pihak agrowisata juga perlu meningkatkan promosi produk secara online dengan memanfaatkan media sosial untuk menjangkau masyarakat luas.

**Analisis Matriks SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, threat*)**

**Tabel 8. Hasil Matriks SWOT**

IFE	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
EFE	Daftar faktor kekuatan internal	Daftar faktor kelemahan internal
<b><i>Opportunity (O)</i></b>	<b>STRATEGI SO</b>	<b>STRATEGI WO</b>
Daftar faktor peluang eksternal	1. Meningkatkan inovasi fasilitas dan wahana yang beragam untuk menarik minat pengunjung (S1, S2, S3, S5, S6, S7, O1, O2, O3, O4) 2. Memperluas area pemasaran buah belimbing (S4, S9, O7, O9) 3. Menjaga protokol kesehatan demi kenyamanan bersama (S8, S10, O7, O8)	1. Meningkatkan diversifikasi produk olahan buah belimbing (W1, W9, W10, O3, O6, O7, O8, O9) 2. Melakukan promosi yang lebih aktif melalui media sosial seperti Facebook, YouTube, dan Instagram (W5, W6, W7, O4, O5, O9, O10)
<b><i>Threat (T)</i></b>	<b>STRATEGI ST</b>	<b>STRATEGI WT</b>
Daftar faktor ancaman eksternal	1. Menjaga ciri khas dan mengoptimalkan keunggulan agrowisata (S1, S4, S7, T1, T4, T8) 2. Melakukan kerjasama dengan pemerintah dan pihak lain untuk mendukung pemulihan agrowisata akibat krisis pandemi Covid-19 (S9, S10, T6, T7, T9, T10)	1. Meningkatkan budidaya yang ramah lingkungan sesuai SOP yang berlaku agar kuantitas dan kualitas buah tetap terjaga (W10, T2, T3) 2. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan SDM melalui pelatihan atau studi banding (W2, W3, W4, W9, T1, T7, T8, T10)

Sumber : Analisis Data Primer (2022)

**Matriks QSPM**

Matriks QSPM merupakan alat yang digunakan untuk mengevaluasi prioritas strategi alternatif secara objektif berdasarkan faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi. Prioritas strategi

Matriks SWOT merupakan alat yang digunakan untuk menentukan alternatif strategi pengembangan Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo berdasarkan hasil dari analisis matriks IFE dan EFE. Analisis matriks SWOT menghasilkan beberapa strategi alternatif yang diperoleh dari faktor internal dan eksternal sesuai dengan posisi agrowisata yaitu agresif. Beberapa alternatif strategi dalam pengembangan Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo yang diperoleh dari analisis matriks SWOT dijelaskan pada Tabel 8.

yang diurutkan berdasarkan penjumlahan total nilai daya tarik atau TAS sebagai berikut:

1. Meningkatkan inovasi fasilitas dan wahana yang beragam untuk menarik minat pengunjung (TAS sebesar 5,97)

2. Memperluas area pemasaran buah belimbing (TAS sebesar 5,58)
  3. Melakukan promosi yang lebih aktif melalui media sosial seperti Facebook, YouTube, dan Instagram (TAS sebesar 4,73)
  4. Meningkatkan diversifikasi produk olahan buah belimbing (TAS sebesar 4,69)
  5. Melakukan kerjasama dengan pemerintah dan pihak lain untuk mendukung pemulihan agrowisata pasca krisis pandemi Covid-19 (TAS sebesar 4,60)
  6. Menjaga protokol kesehatan demi kenyamanan bersama (TAS sebesar 4,52)
  7. Menjaga ciri khas dan mengoptimalkan keunggulan agrowisata (TAS sebesar 4,10)
  8. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan SDM melalui pelatihan atau studi banding (TAS sebesar 3,40)
  9. Meningkatkan budidaya yang ramah lingkungan sesuai dengan SOP yang
- Berdasarkan analisis matriks QSPM diperoleh hasil yaitu alternatif strategi dengan TAS tertinggi yaitu meningkatkan inovasi fasilitas dan wahana yang beragam untuk menarik minat pengunjung dengan TAS sebesar 5,97. Agrowisata dapat melakukan

peningkatan fasilitas dan wahana yang lengkap dan menarik sebagai upaya agar agrowisata dapat terus berjalan secara berkelanjutan. Menurut Hardina dan Sudarusman (2021) menjelaskan bahwa fasilitas beragam dapat memberikan kepuasan pengunjung serta berpengaruh terhadap keputusan pengunjung, jika fasilitas ditingkatkan maka keputusan berkunjung juga akan meningkat pula.

Alternatif strategi dengan total TAS tertinggi kedua yaitu memperluas area pemasaran produk belimbing dengan nilai TAS sebesar 5,58. Tingginya potensi pasar buah belimbing sehingga agrowisata dapat memperluas area pasar baik pasar lokal maupun pasar global. Buah belimbing Ngringinrejo yang mampu mendukung kebutuhan dan ketersediaan dalam pasar ekspor mancanegara, hal ini mendorong agrowisata ini untuk melakukan ekspor buah belimbing. Strategi dengan total TAS tertinggi ketiga adalah melakukan promosi yang lebih aktif melalui media sosial seperti Facebook, YouTube, dan Instagram dengan nilai TAS sebesar 4,73. Azizah dan Rahmawati (2020) menyatakan bahwa promosi melalui media sosial merupakan strategi yang efektif dan penting untuk dilakukan

karena akan mempengaruhi jumlah wisatawan.

Ketiga prioritas strategi tersebut memiliki kaitan yang cukup erat, karena dengan adanya strategi pertama yaitu meningkatkan inovasi fasilitas dan wahana akan mendukung strategi yang kedua yaitu memperluas area pemasaran produk belimbing. Untuk melakukan kedua strategi tersebut harus diiringi dengan strategi yang ketiga yaitu melakukan promosi yang lebih aktif melalui media sosial agar semakin dikenal oleh masyarakat secara luas dan mampu bertahan dan bersaing dalam menghadapi krisis pandemi Covid-19 maupun pasca Covid-19.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo berada pada posisi kuadran I menunjukkan bahwa berada di kondisi yang sangat menguntungkan.
2. Alternatif strategi yang dihasilkan dari analisis matriks SWOT diperoleh sembilan strategi
3. Prioritas strategi pengembangan agrowisata menghasilkan tiga strategi

prioritas utama dari hasil analisis matriks QSPM yaitu meningkatkan inovasi fasilitas dan wahana yang beragam untuk menarik minat pengunjung, memperluas area pemasaran belimbing dan melakukan promosi yang lebih aktif melalui media sosial.

4. Rekomendasi strategi yang bisa dilakukan yaitu meningkatkan fasilitas dan wahana yang beragam seperti wahana permainan, edukasi wisata, spot-spot foto kekinian dan tempat makan atau cafe.

### **Saran**

Penelitian ini masih terdapat beberapa kelemahan dikarenakan adanya keterbatasan penulis seperti dalam penggunaan variabel yang belum mewakili semua faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan strategi pengembangan agrowisata. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel lain seperti untuk mengukur tingkat kepuasan pengunjung yang dapat digunakan sebagai acuan dalam penentuan strategi pengembangan agrowisata.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Aryadi, H. dan A. D. Gantari. 2020. Analisis proses rekrutmen dan

- seleksi calon tenaga kerja outsourcing pada kantor pusat PT Trikarya Cemerlang Jakarta. *Jurnal Akrab Juara*, 5 (4): 148-158.
- Azizah, N. N. dan F. Rahmawati. 2020. Strategi pengembangan agrowisata melalui pendekatan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). *Journal of Edutourism Tourism Research*, 2 (1): 43-54.
- David, F. R. 2011. *Strategic management concept and cases*. Prentice Hall. New Jersey.
- Hambali, A. dan S. Andarini. 2021. Formulasi Strategi pengembangan bisnis menggunakan pendekatan *Business Modal Canvas* (BMC) dan *swot analysis* dalam upaya meningkatkan daya saing pada piring seng coffe dan co tunjungan Surabaya. *Journal of Applied Business Administration*, 5 (2): 131-142.
- Hardina, M. S. dan Sudarusman, E. 2021. Pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisata Taman Sari di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2 (1): 85-100.
- Kinasih, R. S., W. Roessali., dan E. Prasetyo. 2020. Visitors satisfaction and development strategy of Purwosari agrotourism in Semarang. *Journal of Socioeconomics and Development*, 3 (2): 101-114.
- Nurhidayati, S. E. 2015. Studi evaluasi penerapan *Community Based Tourism* (CBT) sebagai pendukung agrowisata berkelanjutan. *Jurnal Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, 28 (1): 1-10.
- Novrani, A. 2014. Analisis permintaan wisatawan nusantara objek wisata Taman Nasional Karimunjawa, Kabupaten Jepara. *Journal Diponegoro of Economics*, 3 (5): 1-5.
- Putri, N. E., R. Astuti. dan S. A. Putri. 2014. Perencanaan strategi pengembangan restoran menggunakan analisis SWOT dan metode QSPM (Studi kasus restoran Big Burger Malang). *Jurnal. Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 3 (2): 93-106.
- Rangkuti, F. 2016. Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, T., K. Selamat. dan Purnami, S. 2020. Analisis SWOT dalam pengembangan agrowisata di Desa Pelaga, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi*, 19 (1): 1-9.
- Sugiyono. 2017. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D. Bandung. Alfabeta.
- Susanthi, P. R. 2017. Analisis lingkungan internal dan eksternal dalam mencapai tujuan perusahaan (Studi kasus STIE Galileo Batam). *Jurnal Elektronik*, 1 (1): 30-42.
- Utama, I. G. B. R. dan I. W. R. Junaedi. 2019. Program kemitraan masyarakat Desa Wisata Blimbingsari, Melaya, Jembrana, Bali. *Jurnal Aplikasi Ilmu Pengetahuan dan Teknologi*, 2 (2): 54-68.
- Yulianti, D. 2014. Analisis lingkungan internal dan eksternal dalam pencapaian tujuan perusahaan. *Jurnal Sosiologi*. 16 (2): 103-114.
- Zulkarnaen, H. O. dan Sutopo. 2013. Analisis strategi pemasaran pada Usaha Kecil Menengah (UKM) makanan ringan (Studi penelitian UKM Snack Barikah di Solo). *Journal Diponegoro of Management*, 2 (3): 1-13.