

## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Uji Kualitas Instrumen

Sebelum melakukan analisis data, dalam penelitian ini perlu dilakukan pengujian instrumen yaitu uji validitas dan uji reabilitas data.

##### 1. Uji Validitas

Validitas yaitu tingkat kesahihan dan keabsahan alat ukur yang digunakan. Apabila suatu instrument dinyatakan valid maka menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan bersifat valid atau dapat digunakan untuk mengukur sesuatu yang harus diukur (Sugiyono dalam Agus Tri, dkk, 2014). Kuesioner dapat dinyatakan valid (Santoso dalam Syamsudin Noor, 2014) apabila pertanyaan yang terdapat pada suatu kuesioner mampu menyatakan sesuatu yang telah diukur oleh kuesioner tersebut.

**Tabel 5.1**  
**Uji Validitas Data**

<b>KMO and Bartlett's Test</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.631
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	221.537
	Df	105
	Sig.	.000

Sumber: Hasil uji kualitas instrumen penelitian

Berdasarkan uji validitas pada tabel 5.1 menjelaskan bahwa nilai KMO sebesar 0.63 menunjukkan bahwa instrumen valid

dikarenakan telah memenuhi batas 0.50 atau nilai KMO sebesar 0.63 lebih besar dari 0.50. Sehingga untuk kuesioner yang digunakan telah memenuhi sarannya atau valid.

## 2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk menetapkan instrument atau kuesioner yang dapat dipergunakan lebih dari sekali, paling tidak oleh subjek peneliti atau responden yang sama maka dapat memperoleh data yang konsisten (Basuki & Yuliadi, 2014). Reliabilitas (Singarimbun dan Effendi dalam Syamsudin Noor, 2014) adalah indeks yang menyatakan bahwa bagaimana suatu alat pengukur dapat bersifat nyata atau dapat dipercaya.

**Tabel 5.2**  
**Uji Reabilitas Data**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.719	15

Sumber : Hasil uji kualitas instrumen penelitian

Berdasarkan uji reabilitas pada tabel 5.2 menunjukkan bahwa suatu instrumen penelitian menjelaskan memiliki reabilitas yang mencukupi apabila koefisien alpha Cronbach lebih besar atau sebesar 0,70. Sementara untuk uji reabilitas diatas menunjukkan bahwa koefisien Cronbach Alpha sebesar 0,71, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dalam data ini adalah reabel.

### 3. Analisis SWOT

Dari berbagai pilihan untuk wisata, agro wisata Kebun Teh Kaligua masih memerlukan strategi-strategi yang perlu di rancang dalam pengembangan agrowisata. Untuk menentukan perumusan strategi apa yang dapat di lakukan dalam mengembangkan Agrowisata Kebun Teh Kaligua dilihat dari sudut pandang pedagang peneliti menggunakan analisis SWOT yang biasa digunakan dalam perumusan strategi perusahaan.

Analisis SWOT merupakan proses pengambilan keputusan strategis selalu berhubungan dengan pengembangan misi, mencapai tujuan, strategi maupun kebijakan-kebijakan perusahaan, dengan adanya hal tersebut perencanaan strategis perusahaan yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam kondisi yang sesuai saat ini (Rangkuti, 1997).

Analisis ini didasarkan pada logika, yang mana mampu memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*) dari faktor internal, namun dengan adanya hal tersebut dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) dari faktor eksternal secara bersamaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal yaitu Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weaknesses*) dan faktor eksternal yaitu Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*). Dalam menentukan strategi dengan menggunakan analisis SWOT, terdapat tahap-tahap yang dilakukan diantaranya tahap

pengumpulan data, tahap analisis, dan tahap pengambilan keputusan.

Hasil dari identifikasi diatas dijelaskan sebagai berikut :

**Tabel 5.3**  
**Matriks Faktor Internal dan Faktor Eksternal Agrowisata Kebun Teh Kaligua**

Faktor Internal	Faktor Eksternal
1. Kekuatan a. Suasana agrowisata yang memberikan kenyamanan b. Kondisi alam yang masih asri, sejuk dan terjaga c. Banyaknya pedagang mempermudah pengunjung dalam memilih jenis kebutuhannya d. Sarana dan prasarana yang memadai (musholla, toilet, tempat sampah) e. Tersedianya lahan untuk masyarakat dalam berdagang	3. Peluang a. Kemajuan teknologi b. Kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersihan c. Memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat untuk berdagang d. Meningkatkan pendapatan, kesejahteraan masyarakat sekitar dengan berdagang
2. Kelemahan a. Kurangnya promosi agrowisata secara luas b. Jarak tempuh dan kondisi jalan menuju agrowisata yang kurang memadai c. Kurangnya pemerataan dalam berdagang	4. Ancaman a. Ancaman terjadi bencana alam b. Kondisi cuaca alam c. Adanya pengembangan objek wisata di daerah lain di Kabupaten Brebes

Sumber : Hasil Olah Data Penelitian

Faktor Internal dan Faktor Eksternal yang terdapat pada penyajian tabel 5.3 diatas memerlukan pemberian rating untuk dianalisis. Dengan teknik penyebaran kuesioner kepada pedagang di area Agrowisata Kebun Teh Kaligua dapat mengetahui rating dari faktor internal dan faktor eksternal tersebut. Penggunaan skala dalam setiap kuesioner yaitu rating 1 sampai rating 4. Dalam artian, rating 1 atau skor 1 menunjukkan rating paling rendah, sedangkan untuk rating atau skor paling tinggi adalah

rating 4 untuk setiap penilaian faktor. Jika rating atau skornya 3 dan 4 telah menunjukkan kualitas yang tinggi bagi faktor kekuatan dan peluang, begitu sebaliknya jika rating atau skornya 1 dan 2 menunjukkan kualitas yang tinggi untuk faktor kelemahan dan ancaman. Dalam menentukan kriteria yang termasuk dalam faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dapat mencari panjang kelas interval dahulu, dimana perhitungannya antara lain yaitu :

Skor tertinggi (xt) : 4

Skor terendah (xr): 1

Rumus Rentang:  $R = x_t - x_r$

$R = 4 - 1$

$R = 3$

Panjang kelas interval:  $p = R/x_t$

$P = 3/4 = 0,75$

Dalam perhitungan panjang kelas diatas maka menggunakan panjang kelas interval 0,75 dan rating yang terendah adalah 1 sehingga dapat dibentuk kriteria seperti dibawah ini :

**Tabel 5.4**  
**Kriteria Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Dan Ancaman**

No.	Interval	Kekuatan dan Peluang	Kelemahan dan Ancaman
1.	3,26-4,00	Sangat tinggi	Sangat rendah
2.	2,51-3,25	Tinggi	Rendah
3.	1,76-2,50	Rendah	Tinggi
4.	1,00-1,75	Sangat rendah	Sangat tinggi

Sumber: Hasil olah data penelitian

a. Faktor Kekuatan

Berdasarkan pengamatan dan observasi yang telah diamati oleh peneliti, Agrowisata Kebun Teh Kaligua mempunyai berbagai macam kekuatan yang mampu dijadikan sebagai pengembangan agrowisata. Berbagai macam kekuatan tersebut diantaranya yaitu di lihat dari sudut pandang pedagang.

**Tabel 5.5**  
**Mean dari Faktor Kekuatan Agrowisata Kebun Teh Kaligua**

No.	Kekuatan	Mean	Keterangan
1.	Suasana agrowisata yang memberikan kenyamanan	3,33	Sangat tinggi
2.	Kondisi alam yang masih asri, sejuk dan terjaga	3,56	Sangat tinggi
3.	Banyaknya pedagang yang mempermudah pengunjung dalam memilih jenis barang yang dibutuhkan	3,35	Sangat tinggi
4.	Sarana dan prasarana yang memadai (musholla, toilet, tempat sampah)	3,42	Sangat tinggi
5.	Tersedianya lahan untuk masyarakat dalam berdagang	2,97	Tinggi
	Mean	3,32	Sangat tinggi

Sumber : Hasil olah data penelitian

Berdasarkan hasil olah data penelitian diatas menunjukkan bahwa nilai rata-rata untuk faktor kekuatan yaitu 3,32, sedangkan untuk faktor kekuatan dan peluang dengan rating 3 sampai 4 mendandakan bahwa kualitasnya tinggi bahkan sangat tinggi. Dengan demikian, untuk nilai rata-rata 3,32, telah membuktikan jika Agrowisata Kebun Teh Kaligua memiliki kekuatan yang tinggi dalam mengembangkan agrowisata dilihat dari sudut pandang pedagang.

Untuk tiap-tiap faktor kekuatan dalam pengembangan agrowisata, memiliki nilai rata-rata yang berbeda-beda, seperti kondisi alam yang masih asri, sejuk dan terjaga memiliki nilai rata-rata 3,56 sehingga termasuk dalam tingkatan sangat tinggi. Dengan adanya kondisi alam yang masih asri, sejuk dan terjaga memberikan rasa nyaman bagi pedagang, masyarakat sekitar maupun pengunjung di daerah agrowisata. Untuk faktor kekuatan yang kedua adalah sarana dan prasarana yang memadai termasuk dalam tingkatan sangat tinggi dengan nilai rata-rata 3,42. Penyediaan fasilitas sarana dan prasarana yang memadai merupakan sebagai fasilitas penunjang bagi pedagang.

Selanjutnya, terdapat banyaknya pedagang menjadi faktor kekuatan dengan tingkatan sangat tinggi sebesar 3,35. Sehingga dapat mempermudah pengunjung dalam memilih jenis kebutuhannya dan menambah pendapatan pedagang. Selain itu, faktor kekuatan dengan tingkatan sangat tinggi yang keempat adalah suasana agrowisata yang memberikan kenyamanan dengan nilai rata-rata 3,33. Adanya keindahan alam tanaman teh yang hijau memberikan rasa nyaman pedagang. Terakhir, tersedianya lahan untuk masyarakat dalam berdagang termasuk dalam tingkatan tinggi dengan nilai rata-rata paling rendah sebesar 2,97. Penyediaan lahan tersebut dimaksudkan untuk memberikan kesempatan kerja baru kepada masyarakat agar mampu menambah pendapatan masyarakat.

b. Faktor Kelemahan

Berdasarkan hasil pengamatan dan observasi peneliti, terdapat berbagai macam kelemahan dari Kebun Teh Kaligua dengan perolehan nilai rata-rata sebagai berikut :

**Tabel 5.6**  
**Mean dari Faktor Kelemahan Agrowisata Kebun Teh Kaligua**

No.	Kelemahan	Mean	Keterangan
1.	Promosi agrowisata secara luas	2,79	Rendah
2.	Jarak tempuh dan kondisi jalan menuju agrowisata yang kurang memadai	2,31	Tinggi
3.	Kurangnya pemerataan tata kelola pedagang	2,39	Tinggi
	Mean	2,5	Tinggi

Sumber : Hasil olah data penelitian

Berdasarkan hasil olah data tabel 5.6 menunjukkan bahwa nilai rata-rata untuk faktor kelemahan yaitu 2,5 mendandakan bahwa kualitasnya tinggi. Dengan demikian, untuk nilai rata-rata 2,5 berdasarkan penilaian pedagang, telah membuktikan jika Agrowisata Kebun Teh Kaligua memiliki kelemahan yang tinggi sehingga dapat menjadi penghambat dalam pengembangan agrowisata.

Faktor kelemahan masing-masing memiliki nilai rata-rata yang berbeda, seperti adanya jarak tempuh dan kondisi jalan menuju agrowisata yang kurang memadai dengan nilai rata-rata 2,31 yang termasuk dalam tingkatan tinggi. Dengan keberadaan agrowisata yang jauh dari pusat kota, membuat Kebun Teh Kaligua memiliki kendala bagi pedagang maupun pengunjung yang hendak menuju ke agrowisata karena dapat memakan waktu lama, mengingat pedagang



yang berada di kawasan agrowisata berasal dari desa yang berbeda-beda. Selain itu, kondisi jalan yang kurang baik juga dapat mengganggu kenyamanan saat di perjalanan menuju agrowisata. Kurangnya pemerataan tata kelola usaha kecil juga termasuk dalam kelemahan dalam pengembangan agrowisata yaitu dengan nilai rata-rata 2,39 yang termasuk dalam tingkatan tinggi. Kurangnya pemerataan tata kelola penyediaan lahan bagi masyarakat untuk berdagang dibatasi sehingga penciptaan lapangan pekerjaan baru juga tidak merata. Dengan adanya pedagang di kawasan agrowisata hanya terdapat di beberapa wahana wisata saja, maka dari itu perlu adanya pemerataan tata kelola pedagang. Kelemahan-kelemahan yang terdapat dalam pengembangan agrowisata berdasarkan penilaian dari pedagang masih memerlukan perhatian dan segera ditangani agar tidak menjadi penghambat dan penghalang dalam pengembangan agrowisata.

c. Faktor Peluang

Terdapat berbagai peluang dengan nilai rata-rata yang berbeda untuk setiap indikator dari faktor peluang yang telah diperoleh dari hasil pengamatan yang mampu dimanfaatkan oleh pengelola dalam pengembangan agrowisata. Berikut faktor peluang yang dimiliki antara lain :

**Tabel 5.7**  
**Mean dari Faktor Peluang Agrowisata Kebun Teh Kaligua**

No.	Peluang	Mean	Keterangan
1.	Kemajuan teknologi	3,18	Tinggi
2.	Kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersihan	3,08	Tinggi
3.	Memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat untuk berdagang	3,5	Sangat tinggi
4.	Meningkatkan pendapatan, kesejahteraan masyarakat sekitar dengan berdagang	3,35	Tinggi
	Mean	3,24	Sangat tinggi

Sumber : Hasil olah data penelitian

Berdasarkan hasil olah data penelitian mengenai faktor peluang pada tabel 5.7, diperoleh nilai rata-rata untuk semua faktor peluang sebesar 3,24 dalam tingkatan sangat tinggi, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk pengembangan agrowisata berdasarkan penilaian dari pedagang. Faktor peluang dengan indikator memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat untuk berdagang termasuk dalam tingkatan sangat tinggi dengan nilai rata-rata 3,5. Adanya kesempatan kerja dapat mengurangi jumlah pengangguran dan menambah pendapatan masyarakat. Faktor peluang yang selanjutnya yaitu meningkatkan pendapatan, kesejahteraan masyarakat sekitar dengan berdagang dengan nilai rata-rata 3,35 dalam tingkatan tinggi. Keberadaan agrowisata memberikan dampak positif yang diterima oleh masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung. Dampak positif yang diterima secara langsung berupa masyarakat dapat bekerja di pabrik, sebagai buruh pemetik teh,

maupun pengelola agrowisata. Untuk dampak positif yang diterima masyarakat secara tidak langsung misalnya memberikan kesempatan kerja baru seperti berdagang di daerah agrowisata. Hal tersebut dapat meningkatkan pendapatan masyarakatnya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sehingga dapat mensejahterahkan kehidupan masyarakat.

Selanjutnya untuk indikator kemajuan teknologi yang berada dalam tingkatan tinggi juga dengan nilai rata-rata 3,18. Di dalam kawasan agrowisata, teknologi yang digunakan sudah cukup modern. Baik di bagian pabrik teh, pembuatan air mineral dalam kemasan, maupun sarana informasi yang terdapat di dalam kawasan agrowisata maupun dari segi pemasaran sehingga dapat menambah jumlah pengunjung jika dapat di manfaatkan dengan maksimal dan berdampak positif pada pendiri unit usaha kecil dan pedagang. Kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersihan juga menjadi faktor peluang dengan nilai rata-rata 3,08 yang termasuk dalam tingkatan tinggi. Adanya kesadaran dari diri masyarakat yang berada di kawasan agrowisata mampu menjaga dan melestarikan lingkungannya misalnya dengan diadakannya kerja bakti, tidak membuang sampah sembarangan, pendiri unit usaha kecil dan pedagang secara langsung memberikan dampak positif terhadap agrowisata, sekaligus dapat menjadi himbauan bagi wisatawan agar tetap menjaga kelestarian alam sekitar agrowisata sehingga pengunjung memberikan

kenyamanan bagi siapapun yang berada di kaasan agrowisata, terlebih agar pengunjung dapat berkunjung kembali.

Indikator-indikator dari faktor peluang yang ada berdasarkan penilaian dari pedagang, diharapkan mampumembantu dalam mengembangkan agrowisata dengan memanfaatkan sebaik mungkin agar dapat dikembangkan secara optimal dengan meminimlisir adanya faktor ancaman. Pengembangan agrowisata ini diharapkan mampu meningkatkan ekonomi pedagang maupun perusahaan.

d. Faktor Ancaman

Beberapa faktor ancaman dapat menjadi penghalang bagi pengembangan agrowisata, dengan tabel hasil olah data di bawah diperoleh nilai rata-rata dari masing-masing indikator faktor peluang, diantaranya yaitu :

**Tabel 5.8**  
**Mean dari Faktor Ancaman Agrowisata Kebun Teh Kaligua**

No.	Ancaman	Mean	Keterangan
1.	Ancaman terjadinya bencana alam	2,37	Tinggi
2.	Kondisi cuaca alam	2,39	Tinggi
3.	Adanya pengembangan objek wisata di daerah lain di Kabupaten Brebes	2,41	Tinggi
	Mean	2,39	Tinggi

Sumber : Hasil olah data penelitian

Berdasarkan faktor ancaman dari hasil olah data tabel 5.8 menjelaskan bahwa nilai rata-rata dari semua indikator sebesar 2,39 yang termasuk dalam tingkatan tinggi sehingga dapat menjadi

penghambat bagi pengembangan agrowisata. Kondisi cuaca alam di Agrowisata Kebun Teh Kaligua termasuk dalam tingkatan tinggi dengan nilai rata-rata 2,37. Ketika musim penghujan tiba, dapat mempengaruhi pedagang, karena ketika hendak beraktifitas dapat mempertimbangkan kembali kondisi cuacanya dimana jalan menjadi licin dan dianggap dapat membahayakan. Selain itu, ancaman terjadinya bencana alam juga termasuk dalam tingkatan tinggi dengan nilai rata-rata 2,39. Bencana alam merupakan suatu peristiwa yang dapat terjadi kapanpun dan dimanapun. Karena di kawasan agrowisata bukan tidak memungkinkan terjadinya bencana alam seperti banjir maupun tanah longsor yang dengan kapan saja dapat mengalami bencana alam. Walaupun sejauh ini belum terjadi longsor atau banjir besar yang membahayakan maupun terjadi di kawasan agrowisata. Namun, dengan adanya hal tersebut pedagang harus tetap lebih waspada dan berjaga-jaga. Selanjutnya adanya pengembangan objek wisata di daerah lain di Kabupaten Brebes dengan nilai rata-rata 2,41 yang termasuk dalam tingkatan tinggi. Adanya penawaran obyek material maupun obyek formal seperti atrak-atraksi pariwisata yang di adakan di daerah lain menjadi salah satu ancaman bagi agrowisata menurut penilaian pedagang. Hal tersebut dapat sekaligus mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki, menginventarisir obyek-obyek yang ada, membuat inovasi dan membuat beberapa

fasilitas yang dapat menarik jumlah pengunjung sehingga berdampak positif pada peningkatan pendapatan masyarakat yang berdagang.

e. Faktor Strategi Internal dan Strategi Eksternal

Untuk analisis faktor strategi internal menggunakan matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis*) sedangkan matriks EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis*) digunakan untuk faktor strategi eksternal. Dalam menganalisis faktor internal perlu dilakukan untuk dapat mengetahui faktor kekuatan yang digunakan dalam pengembangan agrowisata berdasarkan penilaian pedagang serta meminimalisir faktor kelemahan. Sedangkan untuk menganalisis faktor eksternal digunakan untuk dapat melihat faktor peluang yang mampu dimanfaatkan secara optimal dan menghambat faktor ancaman yang ada.

Penyusunan matriks IFAS dan matriks EFAS perlu mengetahui bobot dari tiap-tiap indikator pertanyaan faktor internal ataupun faktor eksternal terlebih dahulu. Untuk penentuan bobot setiap indikator pertanyaan faktor internal diperoleh dari jumlah jawaban tiap-tiap indikator pertanyaan (misalnya pertanyaan nomor 1 saja) dari seluruh responden dibagi dengan total jumlah jawaban tiap-tiap indikator pertanyaan dari faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan. Untuk perhitungan bobot faktor eksternal sama seperti perhitungan bobot pada faktor internal, bedanya perhitungan pembagian diambil dari tiap-tiap indikator pertanyaan dari faktor eksternal. Sedangkan untuk

perhitungan rating diperoleh dari jumlah jawaban masing-masing indikator pertanyaan dibagi dengan jumlah responden. Perolehan skor total dari hasil perhitungan pada matriks IFAS dan matriks EFAS bertujuan untuk mengetahui hasil skor tertinggi dari faktor strategi internal dan eksternal terhadap Agrowisata Kebun Teh Kaligua.

**Tabel 5.9 IFAS**  
**Faktor Strategi Internal Agrowisata Kebun Teh Kaligua**

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
<b>Kekuatan :</b>			
1. Suasana agrowisata yang memberikan kenyamanan	0,138	3	0,414
2. Kondisi alam yang masih asri, sejuk dan terjaga	0,1475	4	0,59
3. Banyaknya pedagang mempermudah pengunjung dalam memilih jenis barang yang di butuhkan	0,139	3	0,4167
4. Sarana dan prasarana yang memadai (musholla toilet, tempat sampah)	0,1415	3	0,4245
5. Tersedianya lahan dalam berdagang	0,1233	3	0,37
<b>Total</b>			<b>2,2151</b>
<b>Kelemahan :</b>			
1. Kurangnya promosi agrowisata secara luas	0,1156	3	0,3468
2. Jarak tempuh dan kondisi jalan yang kurang memadai	0,0958	2	0,1916
3. Kurangnya pemerataan tata kelola berdagang	0,0992	2	0,1984
<b>Total</b>			<b>0,7368</b>
<b>Total Faktor Strategi Internal</b>			<b>2,9519</b>

Sumber : Hasil olah data penelitian

Berdasarkan hasil total skor analisis IFAS diatas memperoleh nilai total sebesar 2,9519 dengan variabel kekuatan total skor 2,2151

dan variabel kelemahan dengan total skor 0,7368. Dari masing-masing variabel dari faktor internal, perolehan skor variabel kekuatan lebih tinggi dibandingkan dengan variabel kelemahan, sehingga berdasarkan penilaian pedagang mempunyai peluang yang tinggi dalam pengembangan agrowisata.

**Tabel 5.10 EFAS**  
**Faktor Strategi Eksternal Agrowisata Kebun Teh Kaligua**

Faktor Stategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Peluang :			
1. Kemajuan teknologi	0,1582	3	0,4746
2. Kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersihan	0,153	3	0,459
3. Memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat untuk berdagang	0,1737	3	0,5211
4. Meningkatkan pendapatan, kesejahteraan masyarakat dengan berdagang	0,1582	3	0,4746
<b>Total</b>			<b>1,9293</b>
Ancaman :			
1. Ancaman terjadinya bencana alam	0,1178	2	0,2356
2. Kondisi cuaca alam	0,1189	2	0,2378
3. Adanya pengembangan objek wisata di daerah lain di Kabupaten Brebes	0,1199	2	0,2398
<b>Total</b>			<b>0,7132</b>
<b>Total Faktor Strategi Eksternal</b>			<b>2,6425</b>

Sumber : Hasil olah data penelitian

Berdasarkan skor total pada tabel EFAS diatas memperoleh skor total faktor strategi eksternal dari variabel peluang dan ancaman berdasarkan penilaian pedagang sebesar 2,6425 dengan perolehan jumlah skor variabel peluang yaitu 1,9293 dan untuk jumlah skor variabel ancaman sebesar 0,7132. Untuk perolehan perhitungan



jumlah skor variabel lebih besar dibandingkan dengan jumlah skor variabel ancaman, sehingga dengan hal tersebut diharapkan penilaian dari pedagang mampu membantu mengembangkan agrowisata dengan memanfaatkan peluang yang dimiliki secara optimal dan mencegah ancaman yang ada agar tidak ada penghambat dalam pengembangan agrowisata.

Adanya perhitungan dari dari setiap faktor internal dan eksternal yang telah dihitung dengan menggunakan matriks IFAS dan EFAS maka perhitungan nilai akhir dari faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman adalah :

**Tabel 5.11**  
**Perolehan Nilai Akhir dari Faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman**

No.	Faktor Internal dan Eksternal	Nilai
1.	Faktor Internal :	
	1. Kekuatan	<b>2,2151</b>
	2. Kelemahan	<b>0,7368</b>
2.	Faktor Eksternal :	
	1. Peluang	<b>1,9293</b>
	2. Ancaman	<b>0,7132</b>

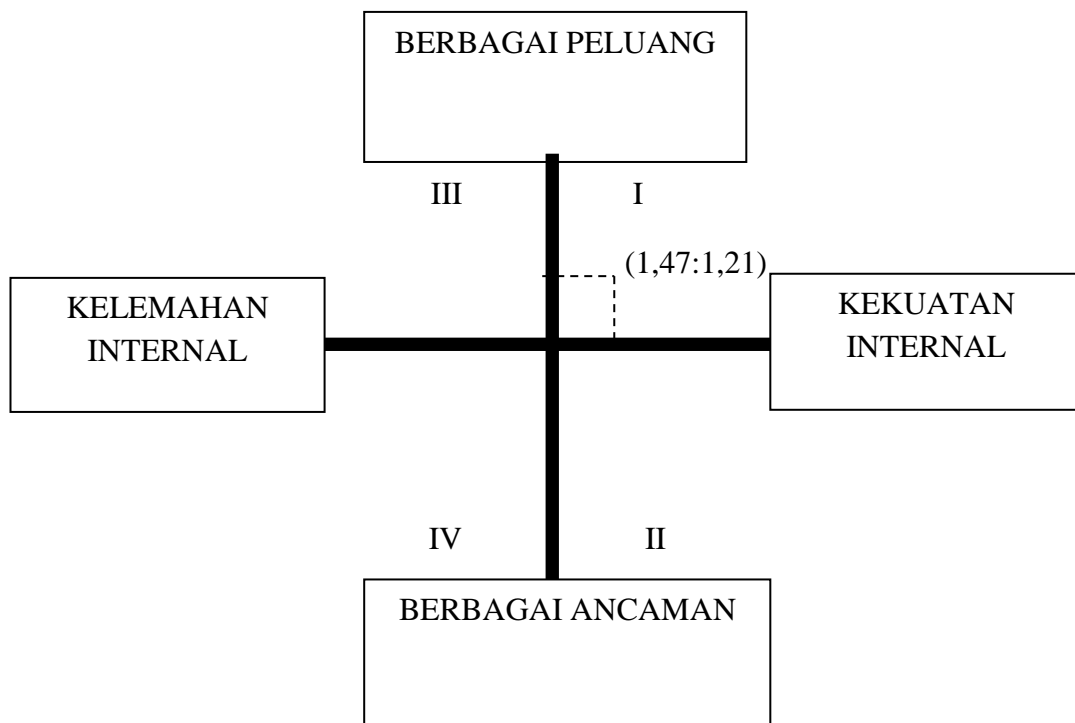
Sumber : Hasil olah data penelitian

$$\text{Kekuatan} - \text{Kelemahan} : 2,2151 - 0,7368 = 1,4783$$

$$\text{Peluang} - \text{Ancaman} : 1,9293 - 0,7132 = 1,2161$$

Berdasarkan hasil olah data, perolehan total nilai dari perhitungan matriks IFAS dan EFAS menunjukkan bahwa perolehan jumlah skor faktor kekuatan dan peluang lebih tinggi dibandingkan dengan faktor kelemahan dan ancaman. Artinya dapat dilakukan

strategi pengembangan berdasarkan penilaian pedagang dengan memanfaatkan kekuatan secara optimal dan meminimalisir kekuatan yang ada. Tidak hanya itu, peluang juga harus mampu dimanfaatkan dan dikelola dengan baik untuk menghindari adanya ancaman. Selanjutnya, untuk nilai akhir dari perhitungan diatas dapat dijabarkan dalam analisis SWOT sebagai berikut :



**Gambar 5.1**  
**Analisis SWOT Agrowisata Kebun Teh Kaligua**

Berdasarkan Gambar 5.1 diatas menjelaskan bahwa posisi Agrowisata Kebun Teh Kaligua berada di Kuadran I, artinya posisi di Kuadran I adalah posisi dengan situasi yang sangat menguntungkan bagi pengembangan agrowisata. Dengan adanya kekuatan dan peluang yang dimiliki Agrowisata Kebun Teh Kaligua dapat dimanfaatkan

secara optimal. Penerapan strategi pada posisi ini yaitu mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki dan memanfaatkan peluang agar mampu menjadi strategi yang dapat digunakan secara tepat dalam pengembangan Agrowisata Kebun Teh Kaligua.

f. Strategi SWOT dan Kebijakan Strategi Pengembangan

Matriks SWOT merupakan alat analisis yang digunakan dalam perumusan strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan Agrowisata Kebun Teh Kaligua, dibawah ini merupakan tabel untuk merumuskan strategi tersebut dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki serta mengantisipasi kelemahan dan ancaman. Berikut perumusan strategi menggunakan matriks SWOT :

**Tabel 5.12**  
**Matriks SWOT Faktor Internal dan Eksternal Agrowisata Kebun Teh Kaligua**

<b>IFAS</b>	<p align="center"><b>Strenghts (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Suasana agrowisata yang memberikan kenyamanan</li> <li>2. Kondisi alam yang masih asri, sejuk dan terjaga</li> <li>3. Banyaknya pedagang mempermudah pengunjung dalam memilih jenis barang dan jasa sesuai kebutuhannya</li> <li>4. Sarana dan prasarana yang memadai</li> <li>5. Tersedianya lahan untuk masyarakat dalam berdagang</li> </ol>	<p align="center"><b>Weakness (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya promosi agrowisata secara luas</li> <li>2. Jarak tempuh dan kondisi jalan yang belum memadai</li> <li>3. Kurangnya pemerataan tata kelola unit berdagang</li> </ol>
<b>EFAS</b>	<p align="center"><b>Strategi SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjaga kelestarian lingkungan alam agar memberikan kenyamanan</li> <li>2. Menjaga keasrian agrowisata</li> <li>3. Memberikan arahan dan pelatihan kepada pedagang mengenai bentuk usaha yang dilakukan</li> <li>4. Mengembangkan fasilitas sarana dan prasarana yang tersedia</li> <li>5. Membina pedagang untuk menambah produktivitas yang bervariasi</li> </ol>	<p align="center"><b>Strategi WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan kemajuan teknologi dan melakukan kerjasama dengan pelaku wisata lain dalam meningkatkan promosi agrowisata.</li> <li>2. Melakukan kerjasama dan koordinasi dengan pemerintah daerah mengenai kondisi jalan menuju agrowisata</li> <li>3. Menambah dan mengembangkan tata kelola berdagang dengan tetap menjaga kelestarian alam</li> </ol>
<b>Treaths (T)</b>	<p align="center"><b>Strategi ST</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan kemajuan teknologi</li> </ol>	<p align="center"><b>Strategi WT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengenali gejala-gejala alam untuk</li> </ol>

<p>2. Kondisi cuaca alam</p> <p>3. Adanya pengembangan objek wisata di daerah lain di Kabupaten Brebes</p>	<p>dengan mengembangkan potensi yang inovatif dibarengi adanya kemajuan teknologi.</p> <p>2. Meningkatkan kualitas kenyamanan dengan menghimbau masyarakat sekitar agar selalu menjaga kebersihan lingkungan sekitar</p> <p>3. Memberikan pelatihan kepada pedagang dan pelaku unit usaha kecil untuk mengembangkan produk agar lebih berinovasi</p> <p>4. Memberikan perluasan kesempatan kerja baru kepada masyarakat seperti tukang sampah, penambahan tata kelola berdagang</p>	<p>mengantisipasi ancaman terjadinya bencana alam, dengan memperhatikan kondisi cuaca alam yang berpotensi menimbulkan bencana alam seperti tanah longsor atau banjir</p> <p>2. Mengoptimalkan kinerja pengelola dan melakukan kerjasama dengan agen wisata yang lain untuk mengembangkan inovasi baru di lihat dari banyaknya pengembangan objek wisata di daerah lain.</p>
--	---	--

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian

Berdasarkan matriks analisis SWOT pada tabel diatas sehingga dapat diperoleh strategi SO, WO, ST, WT dalam pengembangan agrowisata antara lain :

1. Strategi SO

- a.) Menjaga kelestarian lingkungan alam agar memberikan kenyamanan.
- b.) Menjaga keasrian agrowisata
- c.) Memberikan arahan lebih kepada pedagang mengenai bentuk usaha yang dilakukan.

- d.) Mengembangkan sarana dan prasarana yang tersedia.
- e.) Mengembangkan dan membina pedagang untuk menambah produktivitas yang bervariasi.

## 2. Strategi WO

- a.) Memanfaatkan kemajuan teknologi dan melakukan kerjasama dengan pelaku wisata lain dalam meningkatkan promosi agrowisata.
- b.) Melakukan kerjasama dan koordinasi dengan pemerintah daerah mengenai kondisi jalan menuju agrowisata
- c.) Menambah dan mengembangkan tata kelola pedagang dengan tetap menjaga kelestarian alam.

## 3. Strategi ST

- a.) Memanfaatkan kemajuan teknologi dengan menambah mengembangkan potensi yang inovatif dibarengi adanya kemajuan teknologi.
- b.) Meningkatkan kualitas kenyamanan dengan mengimbau masyarakat agar menjaga kebersihan lingkungan sekitar.
- c.) Memberikan perluasan kesempatan kerja baru kepada masyarakat seperti tukang sampah, dll
- d.) Memberikan pelatihan kepada pedagang dan pelaku unit usaha kecil untuk mengembangkan produk agar lebih berinovasi.

## 4. Strategi WT

- a.) Mengenali gejala-gejala alam untuk mengantisipasi ancaman terjadinya bencana alam, dengan memperhatikan kondisi cuaca alam yang berpotensi menimbulkan bencana alam seperti tanah longsor atau banjir.
- b.) Mengoptimalkan kinerja pengelola dan melakukan kerjasama dengan agen wisata yang lain untuk mengembangkan inovasi baru di lihat dari banyaknya pengembangan objek wisata di daerah lain.