

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA KEBUN TEH KALIGUA DI KABUPATEN BREBES: PERSPEKTIF PEDAGANG

Selly Viviyanti

Email: sellyviviyanti11@gmail.com

Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta
Jalan Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183
No. Telp: 0274 387649 (hotline), 0274 387656 ext. 199/200 No. Fax: 0274 387649

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penilaian pedagang terhadap potensi dan pendukung pengembangan Agrowisata Kebun Teh Kaligua serta memberikan arahan kebijakan untuk pengelolaan dan pengembangan yang tepat. Metode penelitian menggunakan dua pendekatan analisa yaitu analisis deskriptif dan analisis SWOT. Dengan sampel berjumlah 48 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *simple random sampling*.

Hasil penelitian menyatakan bahwa faktor kekuatan dan peluang pengembangan Agrowisata Kebun Teh Kaligua mempunyai rata-rata skor lebih tinggi dibandingkan dengan faktor kelemahan dan ancaman, sehingga strategi yang dapat diterapkan dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang secara optimal. Harapan pedagang terhadap pengembangan agrowisata yaitu peningkatan pada sarana prasarana dan fasilitas pendukung agrowisata, peningkatan kemajuan teknologi, sektor perekonomian masyarakat lokal. Arahan pengembangan agrowisata adalah pengembangan pada sarana prasarana dan fasilitas pendukung, memanfaatkan kemajuan teknologi, memberikan pelatihan dan edukasi bagi pedagang agar menciptakan produk yang lebih berinovasi dan ekonomi lokal.

Kata kunci: pedagang, faktor internal dan eksternal, pengembangan, agrowisata, analisis SWOT.

ABSTRACT

This research aims to determine the merchant's assessment of the potential and support of the development of Kaligua Tea Garden Agro Tourism as well as providing policy directions for proper management and development. The research method uses two analytical approaches that is descriptive analysis and SWOT analysis. With sample amounted to 48 respondents selected by using simple random sampling method.

The results stated that the strength and development potential of Kaligua Tea Garden has a higher average score compared to the weakness and threat factors, so that the strategy can be applied by maximizing the strength and opportunities optimally. Traders' expectations of agro-tourism development are improvements in infrastructure facilities and agro-tourism facilities, improvement of technological progress, local economic sector. The direction of agro-tourism development is the development of infrastructure and supporting facilities, utilizing technological advances, providing training and education for traders to create more innovative products and the local economy.

Keywords: trader, internal and external factors, development, agro, SWOT analysis.

PENDAHULUAN

Agrowisata merupakan rangkaian segala kegiatan pedesaan, termasuk dalam berpartisipasi mengikuti kegiatan bertani maupun berkebun, mempelajari adat maupun kebudayaan lokal, menikmati pemandangan sekitar serta keragaman hayati yang dimiliki, mempraktekkan pertanian organik maupun pertanian konvensional, dan memanen atau memetik buah-buahan maupun sayuran tropis. (Herrera, 2004).

Menurut Pitana (2005) pengembangan agrowisata sesuai dengan tipologi, kualifikasi, dan fungsi ekologis lahan dapat memberikan pengaruh secara langsung terhadap kelestarian sumber daya lahan serta pendapatan para petani dan masyarakat sekitar. Agrowisata dapat memperluas wawasan pengetahuan, memperoleh pengalaman dalam berwisata serta dapat mengetahui hubungan usaha di sektor pertanian antara lain seperti perkebunan, pertanian, hortikultura, tanaman pangan.

Keberadaan agrowisata Kebun Teh Kaligua telah memberikan dampak positif bagi mata pencaharian penduduk Desa Pandansari dan sekitarnya baik dampak positif yang diterima secara langsung maupun tidak langsung. Dampak positif yang dirasakan oleh perusahaan secara langsung yaitu dengan banyaknya masyarakat yang berminat untuk menyewa kios, sehingga semakin banyak pula keuntungan materi yang didapatkan oleh perusahaan. Sedangkan dampak positif bagi perusahaan secara tidak langsung yaitu dengan banyaknya pedagang, maka semakin mempermudah pengunjung dalam memilih jenis barang atau jasa sesuai dengan alternatif kebutuhannya. Sehingga dengan terpenuhinya kebutuhan pengunjung diharapkan mampu memberikan kepuasan bagi para pengunjung yang datang, sehingga secara tidak langsung pedagang turut berkontribusi terhadap Agrowisata Kebun Teh Kaligua (Rakhmani, 2015).

Untuk mengetahui arah pengembangan agrowisata yang dapat di rumuskan dalam penelitian ini, peneliti lebih menitik beratkan pada perspektif masyarakat khususnya pedagang. Hal ini nantinya akan meningkatkan pendapatan asli daerah dan pendapatan masyarakat sekitar dalam sektor pariwisata. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis memiliki keinginan untuk melakukan penelitian tentang “Strategi Pengembangan Agrowisata Kebun Teh Kaligua di Kabupaten Brebes: Perspektif Pedagang”

A. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan Agrowisata Kebun Teh Kaligua menurut penilaian pedagang.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan Agrowisata Kebun Teh Kaligua menurut penilaian pedagang.

METODE

A. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memilih lokasi yang objek wisatanya masih sangat memerlukan pengembangan yaitu Agrowisata Kebun Teh Kaligua, Desa Pandansari, Kecamatan Paguyangan, Kabupaten Brebes.

B. Jenis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan analisis SWOT. Analisis deskriptif kuantitatif bertujuan untuk mengetahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) berdasarkan penilaian pedagang. Dan analisis SWOT di gunakan untuk tujuan merumuskan dan menganalisis strategi pengembangan Agrowisata Kebun Teh Kaligua.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang di gunakan dalam penelitian yaitu dengan menggunakan metode *simple random sampling*. Peneliti dapat memilih sampel dengan

memberi kesempatan yang sama kepada seluruh jumlah populasi untuk kemudian dapat ditetapkan sebagai sampel. Untuk menentukan jumlah sampel maka digunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

$$n = \frac{55}{55.0.0025+1} = 48 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel adalah sebesar 48 responden. Level signifikansi yang digunakan sebesar 0,05.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode yang di gunakan adalah observasi dengan mengamati secara langsung lokasi penelitian. Wawancara untuk mendapatkan informasi secara langsung dari narasumber. Kuesioner digunakan sebagai instrumen untuk mengetahui informasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman agrowisata berdasarkan penilaian pedagang.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Agrowisata

Agrowisata merupakan rangkaian segala kegiatan pedesaan, termasuk dalam berpartisipasi mengikuti kegiatan bertani maupun berkebun, mempelajari adat maupun kebudayaan lokal, menikmati pemandangan sekitar serta keragaman hayati yang dimiliki, mempraktekkan pertanian organik maupun pertanian konvensional (Herrera, 2004).

2. Faktor Internal dan Faktor Eksternal Pengembangan Agrowisata Kebun Teh Kaligua

a. Faktor Internal

Adanya faktor kekuatan perlu di kembangkan dan di maksimalkan secara meningkat serta terus menerus dan faktor kelemahan yang ada dapat di minimalisirkan dalam bentuk upaya yang lain.

b. Faktor Eksternal

Dengan merumuskan strategi yang sesuai maka mampu memanfaatkan peluang dengan maksimal dan meminimalisir ancaman.

3. Pedagang

Pedagang dapat di artikan sebagai seseorang atau individu yang dengan mempunyai modal relatif bervariasi yang berusaha di bidang produksi dan penjualan barang maupun jasa-jasa untuk memenuhi kebutuhan individu maupun anggota kelompok masyarakat (Damayanti, 2011).

4. Pengembangan Agrowisata

Upaya mengembangkan objek dan daya tarik wisata serta kegiatan promosi dan pemasarannya, baik ditingkatkan secara terencana, efektif dan efisien serta berkelanjutan, dengan memanfaatkan secara optimal kerja sama antara kepariwisataan regional dan global guna meningkatkan hubungan antara bangsa (Pendit, 1999).

5. Pedagang terhadap Pariwisata

Kepariwisataan semakin berkembang ditunjukkan oleh peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, jumlah hotel, jumlah restoran dan lama tamu menginap. Pendapatan masyarakat semakin meningkat, maka mereka mengkonsumsi bahan pangan semakin meningkat (Bagus, 2006).

6. Strategi

Strategi merupakan suatu tindakan yang bersifat *incremental* atau senantiasa berkelanjutan dan meningkat terus menerus di lakukan berdasarkan sudut pandang yang dapat di lihat dari yang diharapkan oleh pelanggan untuk masa depan (Hamel dalam Rangkuti, 2002).

F. Metode Analisis Data

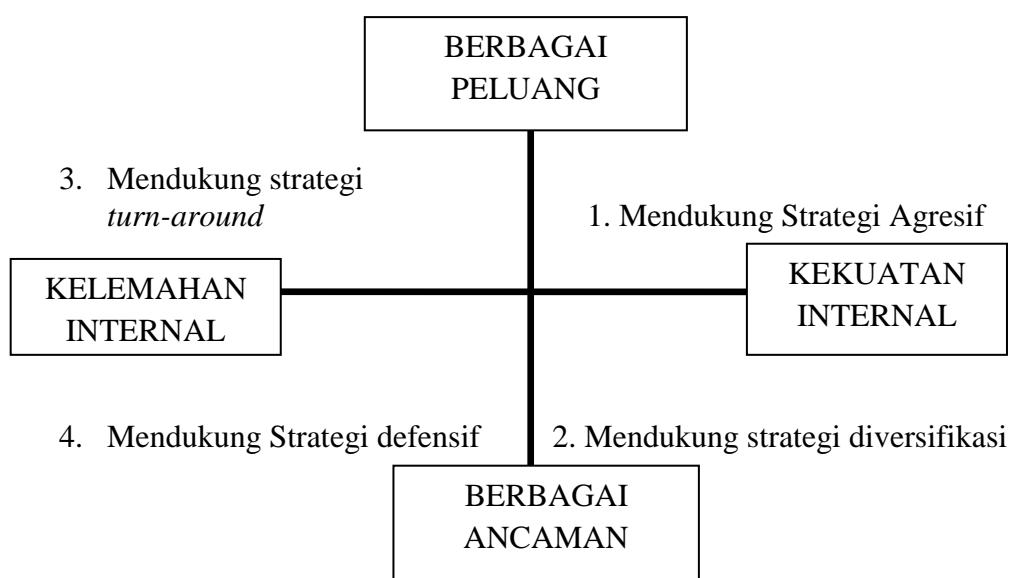
1. Analisis Deskriptif

Dengan adanya penggunaan metode analisis deskriptif, maka data yang akan disajikan berupa data deskriptif dengan penggambaran kata-kata tertulis yang di peroleh dari segala aspek atau perilaku yang diamati (Pradikta, 2013).

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui metode strategi pengembangan dengan menganalisis faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan serta faktor eskternal meliputi peluang dan ancaman (Rangkuti, 2002).

Gambar 3.1 Analisis SWOT



Sumber: Rangkuti, 2002:19

Kuadran 1: Ini termasuk dalam situasi yang sangat menguntungkan. Strategi yang ditetapkan dalam situasi ini yaitu mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

Kuadran 2: Strategi yang ditetapkan yaitu memanfaatkan kekuatan untuk memaksimalkan peluang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang yang besar, akan tetapi ia juga menghadapi beberapa kelemahan dari faktor internal.

Kuadran 4: Dalam situasi ini merupakan yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan menghadapi beberapa kelemahan dan ancaman dari faktor internal.

Adanya unsur-unsur SWOT, selanjutnya pengklasifikasian dan pra-analisis data eksternal dan internal yaitu sebagai berikut :

a. Matrik Faktor Strategi Eksternal

Penentuan Faktor Strategi Eksternal (EFAS) melalui beberapa cara sebagai berikut :

- 1.) Susunlah dalam kolom 1 (dimana terdapat 5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
- 2.) Berikan bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, dimulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting).
- 3.) Dalam kolom 3, hitung rating untuk masing-masing faktor dengan pemberian skala mulai dari 4 (*outsanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan seberapa besar pengaruh faktor tersebut terhadap proses pengembangan objek wisata. Selanjutnya, pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (dimana peluang yang semakin besar diberi rating +4, akan tetapi jika peluang yang diperoleh kecil, maka diberi rating +1). Sedangkan pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya.

- 4.) Kalikan bobot yang terdapat pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, dimana untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Kemudian hasil yang diperoleh berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang mana nilainya berbeda-beda mulai dari 4,0 (*outsanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- 5.) Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan dalam proses pengembangan objek wisata. Nilai total tersebut menunjukkan bagaimana proses pengembangan objek wisata atau perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

b. Matrik Faktor Strategi Internal

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor strategis internal, maka suatu tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) disusun dengan tujuan untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal dalam kerangka *Strength and Weakness*. Berikut ini beberapa tahap dalam menyusun tabel IFAS antara lain :

- 1.) Dalam kolom 1 tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
- 2.) Memberikan bobot masing-masing faktor dengan penggunaan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai dengan skala 0,0 (tidak penting), berdasarkan pada faktor-faktor tersebut.
- 3.) Dalam kolom 3, hitung rating untuk masing-masing faktor dengan pemberian skala mulai dari 4 (*outsanding*) sampai dengan skala 1 (*poor*).
- 4.) Kalikan bobot yang terdapat dalam kolom 2 dengan rating pada kolom 3, dengan tujuan untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4.

Kemudian diperoleh hasil berupa skor pembobotan yang nilainya bervariasi dimulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).

- 5.) Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan dalam proses pengembangan objek wisata.

c. Matrik Tows atau Matrik SWOT

Matrik ini menggambarkan faktor-faktor peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi terhadap pengembangan objek wisata yang disesuaikan dengan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

- 1.) Strategi SO: strategi dengan memanfaatkan seluruh faktor kekuatan untuk memperoleh dan memanfaatkan peluang.
- 2.) Strategi ST: strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki objek wisata untuk menghambat ancaman.
- 3.) Strategi WO: strategi yang ditentukan berdasarkan adanya manfaat dari peluang yang dimiliki dengan cara meminimalisir kelemahan.
- 4.) Strategi WT: Strategi ini berupaya meminimalisir kelemahan yang dimiliki serta menghalangi ancaman.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Tabel 5.1
Uji Validitas Data

KMO and Bartlett's Test		
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 lebih besar dari 0.50 sehingga untuk kuesioner yang digunakan telah memenuhi sarannya atau valid.

2. Uji Reabilitas.

Tabel 5.2
Uji Reabilitas Data

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.719	15

Sumber : Hasil uji kualitas instrumen penelitian

Berdasarkan uji reabilitas pada tabel 5.2 menunjukkan bahwa koefisien Cronbach Alpha sebesar 0,71 atau lebih besar dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dalam data ini adalah reabel.

B. Analisis SWOT

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. Penggunaan skala dalam setiap kuesioner yaitu rating 1 sampai rating 4. 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. Berikut penentuan kriteria dengan mencari panjang kelas interval dahulu, dimana perhitungannya antara lain yaitu :

Skor tertinggi (xt)= 4; Skor terendah (xr)= 1

Rumus Rentang: $R = xt - xr = 4 - 1 = 3$

Panjang kelas interval: $p = R/xt = 3/4 = 0,75$

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

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 telah membuktikan bahwa Agrowisata Kebun Teh Kaligua memiliki kekuatan yang tinggi dalam mengembangkan agrowisata dilihat dari penilaian pedagang.

Untuk tiap-tiap faktor kekuatan dalam pengembangan agrowisata seperti kondisi alam yang masih asri, sejuk dan terjaga memiliki nilai rata-rata 3,56

termasuk dalam tingkatan sangat tinggi. 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 tingkatan sangat tinggi sebesar 3,35. Sehingga dapat mempermudah pengunjung dalam memilih jenis kebutuhannya dan menambah pendapatan pedagang. Selain itu, suasana agrowisata yang memberikan kenyamanan dengan nilai rata-rata 3,33. Terakhir, tersedianya lahan untuk masyarakat dalam berdagang termasuk dalam tingkatan tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 2,97.

b. Faktor Kelemahan

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 dalam berdagang	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 sehingga dapat menjadi penghambat dalam pengembangan agrowisata. Faktor kelemahan masing-masing seperti adanya jarak tempuh dan kondisi jalan menuju agrowisata yang kurang memadai dengan nilai rata-rata 2,31 yang termasuk dalam tingkatan tinggi. Kurangnya pemerataan tata kelola dalam berdagang dengan nilai rata-rata 2,39 yang termasuk dalam tingkatan tinggi. Adanya pembatasan penyediaan lahan untuk berdagang membuat penciptaan lapangan pekerjaan baru juga tidak merata. 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

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. Faktor peluang dengan indikator memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat untuk berdagang termasuk dalam tingkatan sangat tinggi dengan nilai rata-rata 3,5. Selanjutnya peningkatkan pendapatan, kesejahteraan masyarakat sekitar dengan berdagang dengan nilai rata-rata 3,35 dalam tingkatan tinggi. Keberadaan agrowisata memberikan dampak positif yang diterima oleh masyarakat diantaranya memberikan kesempatan kerja baru seperti berdagang di daerah agrowisata. Hal tersebut dapat meningkatkan pendapatan masyarakatnya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Selanjutnya untuk indikator kemajuan teknologi yang berada dalam tingkatan tinggi juga dengan nilai rata-rata 3,18. Kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersihan juga menjadi faktor peluang dengan nilai rata-rata 3,08 yang termasuk

dalam tingkatan tinggi. Indikator-indikator dari faktor peluang yang ada berdasarkan penilaian dari pedagang, diharapkan mampu membantu dalam mengembangkan agrowisata dengan memanfaatkan secara optimal dengan meminimlisir adanya faktor ancaman.

d. Faktor Ancaman

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. 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. 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.

e. Faktor Strategi Internal dan Strategi Eksternal

Untuk penentuan bobot setiap indikator pertanyaan faktor internal diperoleh dari jumlah jawaban tiap-tiap indikator pertanyaan 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.

Tabel 5.9 IFAS
Faktor Strategi Internal Agrowisata Kebun Teh Kaligua

Faktor Stategi Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Kakuatan :			
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
Total			2,2151
Kelemahan :			
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
Total			0,7368
Total Faktor Strategi Internal			2,9519

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. 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 Strategi 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
Total			1,9293
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
Total			0,7132
Total Faktor Strategi Eksternal			2,6425

Sumber : Hasil olah data penelitian

Berdasarkan skor total pada tabel EFAS diatas memperoleh skor total faktor strategi eksternal 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 peluang lebih besar dibandingkan dengan jumlah skor variabel ancaman, sehingga diharapkan mampu membantu mengembangkan agrowisata dengan memanfaatkan peluang yang dimiliki secara optimal dan mencegah ancaman.

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

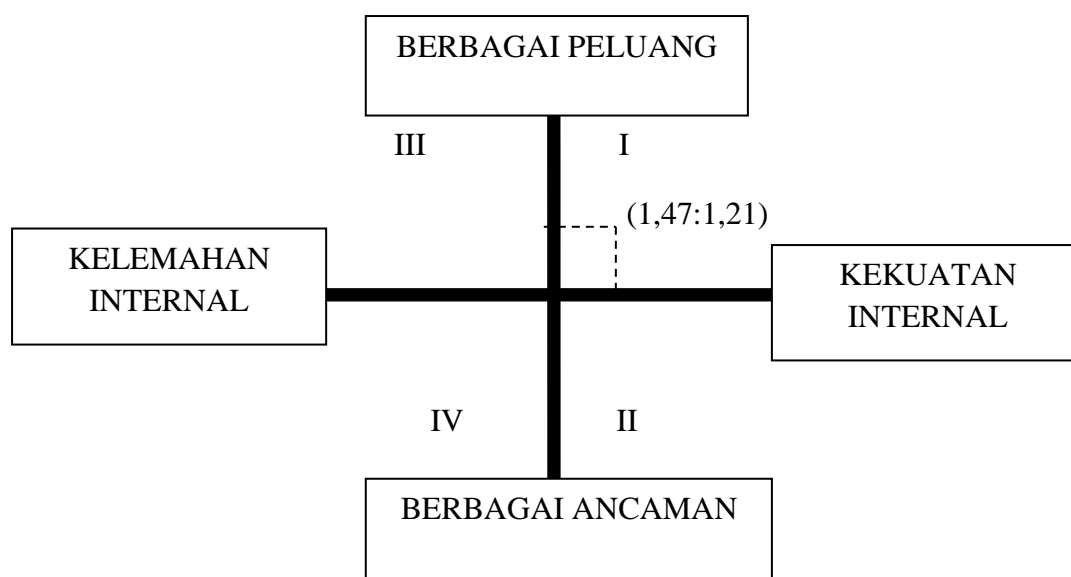
No.	Faktor Internal dan Eksternal	Nilai
1.	Faktor Internal :	
	1. Kekuatan	2,2151
	2. Kelemahan	0,7368
2.	Faktor Eksternal :	
	1. Peluang	1,9293
	2. Ancaman	0,7132

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 jumlah skor faktor kekuatan dan peluang lebih tinggi sehingga dapat dilakukan strategi pengembangan dengan memanfaatkan kekuatan serta peluang dan meminimalisir kekuatan dan ancaman yang ada. Selanjutnya, untuk nilai akhir dari perhitungan diatas dapat dijabarkan:



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, dengan situasi yang sangat menguntungkan bagi pengembangan agrowisata. Penerapan strategi pada posisi ini mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki dan memanfaatkan peluang.

f. Strategi SWOT dan Kebijakan Strategi Pengembangan

Di bawah ini merupakan tabel untuk merumuskan strategi dalam pengembangan agrowisata:

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

IFAS	<p style="text-align: center;">Strenghts (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Suasana agrowisata yang memberikan kenyamanan 2. Kondisi alam yang masih asri, sejuk dan terjaga 3. Banyaknya pedagang mempermudah pengunjung dalam memilih jenis barang dan jasa sesuai kebutuhannya 4. Sarana dan prasarana yang memadai 5. Tersedianya lahan untuk masyarakat dalam berdagang 	<p style="text-align: center;">Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya promosi agrowisata secara luas 2. Jarak tempuh dan kondisi jalan yang belum memadai 3. Kurangnya pemerataan tata kelola unit berdagang
<p style="text-align: center;">EFAS</p> <p style="text-align: center;">Opportunites (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemajuan teknologi 2. Minat masyarakat terhadap wisata lingkungan 3. Memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat untuk berdagang 4. Meningkatkan 	<p style="text-align: center;">Stategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kelestarian lingkungan alam agar memberikan kenyamanan 2. Menjaga keasrian agrowisata 3. Memberikan arahan dan pelatihan kepada pedagang mengenai bentuk usaha yang dilakukan 	<p style="text-align: center;">Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan kemajuan tekonologi dan melakukan kerjasama dengan pelaku wisata lain dalam meningkatkan promosi agrowisata. 2. Melakukan kerjasama dan koordinasi dengan pemerintah daerah mengenai kondisi jalan

pendapatan, kesejahteraan masyarakat dengan berdagang	4. Mengembangkan fasilitas sarana dan prasarana yang tersedia	menuju agrowisata 3. Menambah dan mengembangkan tata kelola berdagang dengan tetap menjaga kelestarian alam
<p>Treaths (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ancaman terjadi bencana alam 2. Kondisi cuaca alam 3. Adanya pengembangan objek wisata di daerah lain di Kabupaten Brebes 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan kemajuan teknologi dengan mengembangkan potensi yang inovatif dibarengi adanya kemajuan teknologi. 2. Meningkatkan kualitas kenyamanan dengan menghimbau masyarakat sekitar agar selalu menjaga kebersihan lingkungan sekitar 3. Memberikan pelatihan kepada pedagang dan pelaku unit usaha kecil untuk mengembangkan produk agar lebih berinovasi 4. Memberikan perluasan kesempatan kerja baru kepada masyarakat seperti tukang sampah, penambahan tata kelola berdagang 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 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 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.

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: menjaga kelestarian lingkungan alam agar memberikan kenyamanan, menjaga keasrian agrowisata, memberikan arahan lebih kepada pedagang mengenai bentuk usaha yang dilakukan, mengembangkan sarana dan prasarana yang tersedia. Strategi WO: memanfaatkan kemajuan tekonologi dan melakukan

kerjasama dengan pelaku wisata lain dalam meningkatkan promosi agrowisata, melakukan kerjasama dan koordinasi dengan pemerintah daerah mengenai kondisi jalan menuju agrowisata dan menambah dan mengembangkan tata kelola pedagang dengan tetap menjaga kelestarian alam.

2. Strategi ST: memanfaatkan kemajuan teknologi dengan menambah mengembangkan potensi yang inovatif dibarengi adanya kemajuan teknologi, meningkatkan kualitas kenyamanan dengan mengimbau masyarakat agar menjaga kebersihan lingkungan sekitar, memberikan perluasan kesempatan kerja baru kepada masyarakat seperti tukang sampah, dll.
3. Strategi WT: mengenali gejala-gejala alam untuk mengantisipasi ancaman terjadinya bencana alam, 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.

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Faktor internal dan faktor eksternal
 - a. Faktor internal yang menjadi kekuatan berdasarkan sudut pandang pengunjung mengenai Agrowisata Kebun Teh Kaligua adalah suasana agrowisata yang memberikan kenyamanan, kondisi alam yang masih asri, sejuk dan terjaga, banyaknya pedagang mempermudah pengunjung dalam memilih jenis barang sesuai dengan kebutuhannya, sarana dan prasarana yang memadai (musholla, toilet, tempat sampah) dan tersedianya lahan untuk masyarakat dalam berdagang. Untuk yang menjadi kelemahannya yaitu kurangnya promosi agrowisata secara luas, jarak tempuh dan kondisi jalan menuju agrowisata yang kurang memadai dan kurangnya pemerataan dalam berdagang.

- b. Untuk faktor eksternal yang menjadi peluang bagi Agrowisata Kebun Teh Kaligua antara lain kemajuan teknologi, kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersihan, memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat untuk berdagang dan meningkatkan pendapatan, kesejahteraan masyarakat sekitar dengan berdagang. Sedangkan yang menjadi ancaman adalah ancaman terjadinya bencana alam, kondisi cuaca alam dan adanya pengembangan objek wisata di daerah lain di Kabupaten Brebes.
2. Berdasarkan analisis SWOT yang telah diuraikan, diperoleh perumusan strategi yang tepat dalam pengembangan Agrowisata Kebun Teh Kaligua yang berdasarkan penilaian pedagang yaitu untuk strategi SO (*Strengths-Opportunities*) dengan menjaga kelestarian lingkungan alam agar memberikan kenyamanan, menjaga keasrian agrowisata, memberikan arahan lebih kepada pedagang mengenai bentuk usaha yang dilakukan, mengembangkan sarana dan prasarana yang tersedia. Untuk strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*) dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan melakukan kerjasama dengan pihak pengelola wisata lain dalam meningkatkan promosi agrowisata, menambah dan mengembangkan tata kelola berdagang dengan tetap menjaga kelestarian alam. Untuk strategi ST (*Strengths-Threats*) yaitu memanfaatkan kemajuan teknologi dengan mengembangkan potensi yang inovatif dibarengi adanya kemajuan teknologi, meningkatkan kualitas kenyamanan dengan menghimbau masyarakat sekitar agar menjaga kebersihan lingkungan, memberikan perluasan kesempatan kerja baru kepada masyarakat dan memberikan pelatihan kepada pedagang untuk mengembangkan produk agar lebih berinovasi. Untuk strategi WT (*Weaknesses-Threats*) yaitu dengan mengenali gejala-gejala alam untuk mengantisipasi ancaman terjadinya bencana alam dan 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.

B. Saran

1. Pemerintah daerah maupun dinas yang berkaitan mendukung adanya pengembangan Agrowisata Kebun Teh Kaligua dengan melakukan kerjasama dengan pihak agrowisata mengenai infrastuktur agar memperbaiki kondisi jalan menuju agrowisata yang kurang memadai sehingga mampu menunjang proses pengembangan agrowisata. Diharapkan kepada Pemerintah Daerah setempat, penentu kebijakan dan pakar agrowisata mampu mendukung dan memfasilitasi pengembangan agrowisata terutama yang berbasis pada peningkatan kualitas pedagang.
2. Pihak agrowisata memberikan pelatihan kepada para pedagang agar dapat menciptakan produk yang berinovasi, membentuk kelompok antar pedagang di agrowisata agar dapat di berikan pengarahan, pelatihan dan edukasi misalnya membuat cinderamata yang menjadi ciri khas agrowisata seperti gantungan kunci, paket harga teh kaligua, baju, dan lain sebagainya.
3. Diharapkan dengan adanya aspirasi dan pandangan dari pelaku unit usaha kecil dan pedagang mampu membantu dalam mengembangkan agrowisata.

DAFTAR RUJUKAN

- Adnyani, Ni Nym Dewi., dkk. (2015). *Strategi Pengembangan Agrowisata Salak Di Desa Sibetan Kabupaten Karangasem. Vol. 3.*
- Akpinar, Nevin., et al., (2003). *Rural Women and Agrotourism In The Context Of Sustainable Rural Development: A Case Study From Turkey.* October. Journal 6: 473–486.
- Aridiansar, Riske., dkk., (2015). *Pengembangan Agrowisata di Desa Wisata Tulungrejo Kota Batu, Jawa Timur.*Jurnal Produksi Tanaman. Volume 3, Nomor 5. Juli. hal. 383 – 390.

- Bagus, I. K. (2006). UKM dan Sektor Pariwisata. *Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah Sektor Pertanian Dalam Mendukung Sektor Pariwisata di Provinsi Bali*, 19-20.
- Basuki, T. A., & Yuliadi, I. (2014). *Electronic Data Processing (SPSS 15 dan Eviews 7)*. Yogyakarta: Danisa Media.
- Damayanti, I. (2011). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tinggi Rendahnya Pendapatan Pedagang Kaki Lima*, 58-59.
- Hasan, Shandi M. (2016). *Strategi Pengembangan Wisata Kota Cirebon Menuju Destinasi Utama Wisata Religi*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Herrera, A. C. (2004). *electronic Journal of Agricultural and Development Economics. Agriculture, Environmental Services and Agro-Tourism in the Dominican Republic*. Vol. 1(1), hal 87-116.
- Made, A. (2006). "Kontribusi UKM Pariwisata", *Kontribusi Usaha Kecil Sektor Pariwisata terhadap Pendapatan Bali: Suatu Pendekatan Model Input-Output*. Hal 7-8.
- Muhammad, S. (2013). *Manajemen Strategik : Konsep dan Alat Analisis (edisi 5)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Muljadi, A. J. (2014). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Palit, Ireine Gratia, dkk., (2017). *Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan*. Vol. 13. Januari. Juli, hal 21-34.
- Pendit, N. S. (1999). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Pitana, I. G. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Publishing.
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Pradikta, A. (2013). Pengembangan Oyek Wisata. *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati*, 37-38.
- PTPNIX. (2018). PT Perkebunan Nusantara IX. <http://ptpnix.co.id/wisata-agro/kaligua.html>. Diakses tanggal 20 Desember 2017 pukul 16.00 WIB.
- Rahman, Naiulu & H B S Eko Prakoso. (2012). *Perspektif Stakeholders Terhadap Potensi Obyek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) Telaga Ngebel Kabupaten Ponorogo*. Vol.1. No. 1.
- Rakhmani, Deni A. (2015). *Perubahan Sosial Ekonomi Masyarakat Kawasan Pabrik Teh Hitam Kaligua Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes 2002-2012*. Skripsi. Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

- Rangkuti, F. (2002). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT, Edisi Duapuluh Dua, Cetakan Keduapuluh Dua*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Subri, M. (2014). *Ekonomi Sumber Daya Manusia Dalam Perspektif Pembangunan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sujali. (1989). *Geografi Pariwisata dan Kepariwisataaan*. Yogyakarta: Fakultas Geografi Universitas Gadjah Mada.
- Sulistiawati, R. (2012). Pengaruh Upah Minimum. *Pengaruh Upah Minimum terhadap Penyerapan Tenaga Kerja dan Kesejahteraan Masyarakat* , Vol. 8, No. 3, hal 206-207.
- Sumantra, I Ketut, dkk,. (2015). *Pengembangan Model Agrowisata Salak Berbasis Masyarakat di Desa Sibetan*. Vol. 04. no. 02. September. hal 7-14.
- Sumarni, Brebesku Berhias, <https://brebesku.wordpress.com/>. Diakses tanggal 2 Januari 2018 pukul 14.00.
- Surya, Ida Bagus Ketut. (2007). *Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah Sektor Pertanian Dalam Mendukung Sektor Pariwisata di Provinsi Bali*. Vol. 7. Februari. hal 15-32.
- Tjokroamidjojo, B. (1982). *Teori Strategi Pembangunan Nasional*. Jakarta: PT. Gunung Agung.
- Wahab, S. (1997). *Pemasaran Pariwisata*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Wahab, S., & dkk. (1997). *Pemasaran Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Yoeti, O. A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Yoeti, O. A. (1997). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Yulianti, W. A. (2016). Evaluasi Penataan Kawasan Agrowisata Di Kebun Buah Mangunan Kecamatan Dlingo kabupaten Bantul . Skripsi. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Yusuf, M. A. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* . Jakarta: Prenada Media Group.