

HALAMAN PENGESAHAN

Naskah Publikasi yang berjudul:

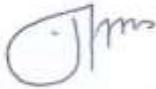
**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA KEBUN BUAH MANGUNAN
KECAMATAN DLINGO KABUPATEN BANTUL**

Disusun oleh:

Iwan Gunawan
20150220109

Telah disetujui pada 30 Maret 2019

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Sriyadi, M.P.
NIK. 19691028 199603 133 023



Yogyakarta, 30 Maret 2019

Pembimbing Pendamping



Francy Risvansuna Fivintari, S.P., M.P.
NIK. 19720629 199804 133 046

Mengetahui:

Ketua Program Studi Agribisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Ir. Eni Istiyanti, M.P.
NIP. 19650120 198812 133 003

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA KEBUN BUAH MANGUNAN KECAMATAN DLINGO KABUPATEN BANTUL

Development Strategy Of Kebun Buah Mangunan Agrotourism Dlingo District Bantul Regency

Iwan Gunawan

Dr.Ir. Sriyadi, M.P. / Francy Risvansuna F, S.P., M.P.
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

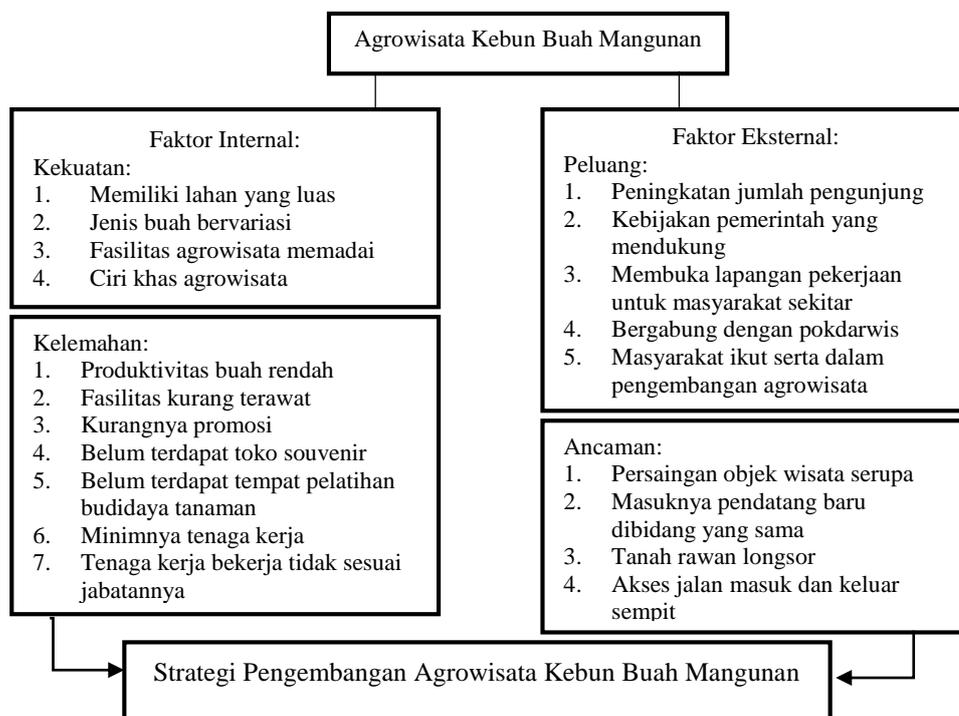
The purpose of this study is to identify internal and external environmental factors that influence the development of Kebun Buah Mangunan agrotourism. Knowing the strategies that can be applied and become a priority in the effort of developing Kebun Buah Mangunan agrotourism. The analytical method used is SWOT Analysis. internal factors at Kebun Buah Mangunan agrotourism, have extensive land, varied types of fruit, adequate agrotourism facilities and typical agrotourism. low fruit productivity, poorly maintained facilities, lack of promotion, there is no souvenir shop, there is no place for cultivation training, lack of labor, and laborers do not work according to their positions. The external factor for Kebun Buah Mangunan agrotourism is the increasing number of visitors, government policies that support, open employment opportunities, join pokdarwis, and the community participates in agrotourism development, competition for similar tourism objects, the entry of new arrivals in the same field, lands prone to landslides and narrow access to in and out roads. The development strategy which is a top priority based on the QSPM matrix analysis is to optimize management of Kebun Buah Mangunan agrotourism. increase the number of work, increase the number and types of fruit that are cultivated (product diversification) and other tourism activities.

Keywords: Development Strategy, Kebun Buah Mangunan Agrotourism, SWOT Analysis.

PENDAHULUAN

Sub sektor pariwisata yang berkembang di Kabupaten Bantul salah satunya adalah agrowisata Kebun Buah Mangunan. Potensi yang dimiliki oleh agrowisata Kebun Buah Mangunan sangat beragam, dimulai dari pemandangan alamnya yang indah, memiliki banyak varietas buah-buahan, memiliki fasilitas outbond dan bisa menjadi tempat perkemahan atau tempat bermalam untuk menikmati indah malamnya Yogyakarta. Daya tarik dari agrowisata Kebun Buah Mangunan yang sekarang ramai diperbincangkan yaitu pesona awan dipagi hari, fenomena tersebut banyak dicari oleh wisatawan nusantara ataupun wisatawan mancanegara. Potensi agrowisata yang tinggi tersebut belum sepenuhnya dikembangkan dan dimanfaatkan secara optimal dapat dilihat dari fasilitas

penunjang wisatawan yang kurang, kondisi sarana dan prasarana yang tidak terawat dengan baik, belum mengutamakan pembelajaran budidaya pertanian didalamnya dan banyak pohon buah-buahan di Kebun Buah Mangunan tidak berbuah. Kepala Dinas Pertanian dan Kehutanan Bantul, Partogi Pakpahan menyatakan bahwa dari seluruh tanaman yang dibudidayakan sebagian tidak berbuah meskipun tumbuh subur (Antara Yogyakarta, 2014). Padahal pohon buah-buahan adalah salah satu ciri khas dari agrowisata Kebun Buah Mangunan. Menurut ketua pengelola agrowisata Kebun Buah Mangunan Ibu Rujiatmi, pada tahun 2017 jumlah wisatawan yang berkunjung sebesar 471.294 orang akan tetapi pada tahun 2018 jumlah wisatawan yang berkunjung turun drastis yaitu hanya sebesar 330.747 orang . Hal tersebut banyak dipengaruhi berbagai faktor salah satunya adalah terdapat banyak wisata yang hampir mirip dengan agrowisata Kebun Buah Mangunan di Kecamatan Dlingo, yang memiliki keindahan alam yang serupa. Banyaknya wisata serupa di Desa Mangunan tersebut akan mempengaruhi kedatangan wisatawan ke agrowisata Kebun Buah Mangunan. Oleh karena itu, agrowisata Kebun Buah Mangunan perlu untuk merumuskan strategi pengembangan agrowisata yang tepat, dengan tujuan agar dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke agrowisata Kebun Buah Mangunan serta dapat meningkatkan daya saing agrowisata di tingkat lokal maupun interlokal.



Gambar 1. Bagan Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif secara kualitatif. Menurut Sugiyono (2013), metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan secara langsung keadaan dari Agrowisata Kebun Buah Mangunan.

Metode yang digunakan untuk menentukan lokasi adalah menggunakan metode *purposive*. Metode *purposive* adalah teknik pengambilan data dengan pertimbangan tertentu atau secara disengaja dipilih. Metode *purposive* digunakan karena penelitian ini membahas tentang perumusan strategi sebuah perusahaan sehingga pemilihan tempatnya adalah Kebun Buah Mangunan. Kebun Buah Mangunan dipilih karena agrowisata tersebut mempunyai potensi yang belum dikembangkan serta belum ada yang melakukan penelitian strategi pengembangan agrowisata di Kebun Buah Mangunan.

Metode yang digunakan untuk menentukan sampel responden adalah *convenience sampling* dan *Purposive*. *Convenience sampling* atau sampling aksidental adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria dan pertimbangan tertentu, siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Sampel pengunjung Agrowisata Kebun Buah Mangunan dipilih sebanyak 70 orang dengan kriteria pernah mengunjungi Agrowisata Kebun Buah Mangunan, sampel diambil dalam jangka waktu satu minggu. Sampel masyarakat sekitar dipilih sebanyak 10 kepala keluarga dengan kriteria tinggal disekitar Agrowisata Kebun Buah Mangunan atau berdomisili di desa Mangunan dan berbatasan langsung dengan Agrowisata Kebun Buah Mangunan. Untuk sampel pengelola, Dinas Pertanian dan Pengurus Desa dipilih secara *purposive* atau sengaja dipilih karena dinilai sebagai *key informan*, memiliki informasi penting mengenai Agrowisata Kebun Buah Mangunan.

A. Matriks IE

IE (Internal-Eksternal) Matriks adalah menempatkan perusahaan ke dalam matriks dengan EFE (baris) dan IFE (kolom) dengan 3 ukuran, kuat sedang dan lemah. Matriks IE didasari pada dua dimensi kunci: total rata-rata tertimbang IFE pada sumbu x dan total rata-rata tertimbang EFE pada sumbu y. total rata-rata tertimbang yang diturunkan dari masing-masing divisi memungkinkan pembuatan matriks IE tingkat korporasi. Pada sumbu x dari matriks IE, total rata-rata tertimbang dari 1,0 hingga 1,99 dianggap rendah, nilai 2,0 hingga 2,99 adalah menengah, dan nilai 3,0 hingga 4,0 adalah tinggi.

Skor Total Bobot IFE

		Kuat	Sedang	Lemah	
		4.0	3.0	2.0	1.0
Skor Total Bobot EFE	4.0 Tinggi	I Tumbuh Dan Kembangkan	II Tumbuh dan Kembangkan	III Jaga dan Pertahankan	
	3.0 Sedang	IV Tumbuh dan Kembangkan	V Jaga dan Pertahankan	VI Tuai atau Divestikasi	
	2.0 Lemah	VII Jaga dan Pertahankan	VIII Tuai atau Divestikasi	IX Tuai atau Divestikasi	
	1.0				

Gambar 2. Matriks Internal dan Eksternal

B. Analisis SWOT

Tahapan Pembuatan Matrik SWOT:

- a. Buat daftar peluang eksternal organisasi
- b. Buat daftar ancaman eksternal organisasi
- c. Buat daftar kekuatan kunci internal organisasi
- d. Buat daftar kelemahan kunci internal organisasi
- e. Cocokkan kekuatan-kekuatan internal dengan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya pada sel strategi SO

- f. Cocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya pada sel strategi WO
- g. Cocokkan kekuatan-kekuatan internal dengan ancaman-ancaman eksternal dan catat hasilnya pada sel strategi ST
- h. Cocokkan kelemahan-kelemahan internal dan ancaman-ancaman eksternal dan catat hasilnya pada sel strategi WT

Internal Faktor	<p>Kekuatan (strengths)</p> <p>Aspek yang terdapat pada faktor internal kekuatan agrowisata:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki lahan yang luas 2. Jenis buah bervariasi 3. Fasilitas agrowisata memadai 4. Ciri khas agrowisata 	<p>Kelemahan (Weaknesses)</p> <p>Aspek yang terdapat pada faktor internal kekuatan agrowisata:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produktivitas buah rendah 2. Fasilitas kurang terawat 3. Kurangnya promosi 4. Belum terdapat toko souvenir 5. Belum terdapat tempat pelatihan budidaya 6. Minimnya tenaga kerja 7. Tenaga kerja bekerja tidak sesuai jabatannya
Eksternal Faktor		
<p>Peluang (Opportunities)</p> <p>Aspek yang terdapat pada faktor eksternal kekuatan agrowisata:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan jumlah pengunjung 2. Kebijakan pemerintah yang mendukung 3. Membuka lapangan pekerjaan 4. Bergabung dengan pokdarwis 5. Masyarakat ikut serta dalam pengembangan agrowisata 	<p>Strategi SO</p> <p>Gunakan kekuatan untuk meraih keuntungan yang ada</p>	<p>Strategi WO</p> <p>Perkecil kelemahan untuk meraih keuntungan dari peluang yang ada</p>
<p>Ancaman (Threats)</p> <p>Aspek yang terdapat pada faktor eksternal kekuatan agrowisata:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan objek wisata serupa 2. Masuknya pendatang baru dibidang yang sama 3. Tanah rawan longsor 4. Akses jalan masuk dan keluar sempit 	<p>Strategi ST</p> <p>Gunakan kekuatan untuk menghindari ancaman</p>	<p>Strategi WT</p> <p>Perkecil kelemahan untuk menghindari ancaman</p>

Gambar 3. Matriks SWOT

C. Matriks QSPM

QSPM merupakan analisis yang didapat dari informasi matriks EFE dan matriks IFE yang telah dilakukan. Masing-masing dari faktor IFE dan EFE yang berpengaruh akan dicatat dan dijumlahkan. QSPM digunakan untuk menentukan daya tarik dari berbagai strategi berdasarkan faktor keberhasilan internal dan eksternal dimanfaatkan atau untuk memperbaikinya.

Tabel 1. Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

Faktor Kunci		Bobot	Alternatif Strategi		
			Strategi 1	Strategi 2	Strategi 3
Faktor Eksternal Kunci	Ekonomi				
	Sosial				
	Politik				
	Teknologi				
	DII				
Faktor Internal Kunci	Manajemen				
	Pemasaran				
	Keuangan				
	Produksi				
	DII				

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)

Analisis matriks IFE digunakan untuk mengevaluasi keadaan dari internal sebuah perusahaan yang nantinya akan digunakan sebagai acuan pengembangan perusahaan kedepannya. Hasil identifikasi faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan diberikan penilaian bobot dan rating oleh responden. Berikut adalah hasil pembobotan dan rating yang telah dilakukan.

Tabel 2. *Analisis Internal Factor Evaluation* (IFE)

No	Faktor Internal	Rata-rata		
		Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	Memiliki lahan yang luas	0,08	4	0,32
2	Jenis buah bervariasi	0,09	4	0,36
3	Fasilitas agrowisata memadai	0,09	4	0,36
4	Ciri khas agrowisata	0,10	3	0,30
Total skor kekuatan				1,34
Kelemahan				
1	Produktivitas buah rendah	0,10	2	0,20
2	Fasilitas kurang terawat	0,10	2	0,20
3	Kurangnya promosi	0,09	2	0,18
4	Belum terdapat toko souvenir	0,10	2	0,20
5	Belum terdapat tempat pelatihan budidaya tanaman	0,08	2	0,16
6	Minimnya tenaga kerja	0,09	2	0,18
7	Tenaga kerja bekerja tidak sesuai jabatannya	0,08	3	0,24
Total skor kelemahan				1,36
Total bobot dan skor faktor internal		1.00	-	2,7

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Berdasarkan hasil analisis *Internal Factor Evaluation* (IFE) dapat disimpulkan bahwa dari faktor internal kekuatan agrowisata Kebun Buah Mangunan, faktor yang

paling tertinggi adalah jenis buah bervariasi dan fasilitas agrowisata memadai yaitu sebesar 0,36. Faktor tersebut adalah faktor yang sangat berpengaruh besar pada lingkungan internal perusahaan dan menjadi kekuatan utama bagi agrowisata kebun Buah Mangunan. Sedangkan faktor internal kelemahan agrowisata Kebun Buah Mangunan, faktor yang paling penting untuk diperbaiki adalah belum terdapat tempat pelatihan budidaya tanaman dengan skor sebesar 0,16 sehingga faktor tersebut bisa menjadi kelemahan paling disorot.

Berdasarkan hasil analisis *Internal Factor Evaluation* (IFE) dapat disimpulkan bahwa dari jumlah skor faktor internal kekuatan agrowisata Kebun Buah Mangunan sebesar 1,34. Sedangkan jumlah skor faktor internal kelemahan sebesar 1,36. Dari hasil skor tersebut dapat disimpulkan bahwa kelemahan dari agrowisata lebih besar daripada kekuatan yang dimiliki. Sehingga agrowisata Kebun Buah Mangunan belum sepenuhnya memanfaatkan kekuatan untuk memperkecil kelemahan yang ada pada agrowisata Kebun Buah Mangunan. Skor total dari faktor internal sebesar 2,7.

B. Analisis Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE)

Tabel 3. Analisis Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE)

No	Faktor Eksternal	Rata-rata		
		Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Peningkatan jumlah pengunjung	0,14	4	0,56
2	Kebijakan pemerintah yang mendukung	0,15	4	0,60
3	Membuka lapangan pekerjaan	0,13	3	0,39
4	Bergabung dengan pokdarwis	0,11	3	0,33
5	Masyarakat ikut serta dalam pengembangan agrowisata	0,10	3	0,30
Total skor peluang				2,18
Ancaman				
1	Persaingan objek wisata serupa	0,10	3	0,30
2	Masuknya pendatang baru dibidang yang sama	0,07	2	0,14
3	Tanah rawan longsor	0,09	2	0,18
4	Akses jalan masuk dan keluar sempit	0,11	1	0,11
Total skor ancaman				0,73
Total skor faktor eksternal		1,00	-	2,91

Sumber : Data Primer, diolah 2019

Berdasarkan hasil analisis *Eksternal Factor Evaluation* (IFE) dapat disimpulkan bahwa dari faktor eksternal peluang agrowisata Kebun Buah Mangunan, faktor yang paling tertinggi adalah kebijakan pemerintah yang mendukung yaitu sebesar 0,60.

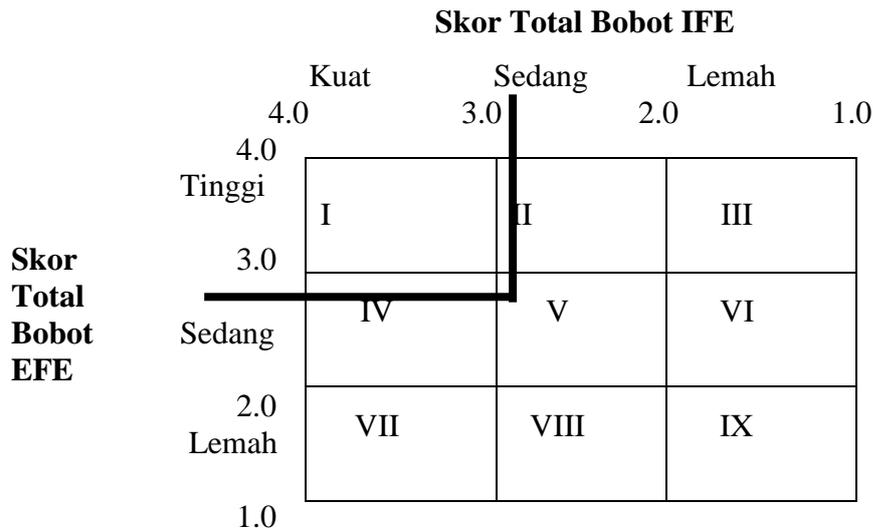
Faktor tersebut adalah faktor yang sangat berpengaruh besar pada lingkungan eksternal perusahaan dan menjadi peluang utama bagi agrowisata kebun Buah Mangunan. Karena, agrowisata Kebun Buah Manguna merupakan agrowisata yang dikelola oleh pemerintah sehingga segala sesuatu perencanaan akan bersangkutan langsung dengan pemerintah. Sedangkan faktor eksternal ancaman agrowisata Kebun Buah Mangunan, faktor yang paling penting untuk diperbaiki adalah akses jalan masuk dan keluar sempit dengan skor sebesar 0,11. Faktor tersebut bisa menjadi ancaman paling nyata karena ketika terdapat wisatawan datang menggunakan bus besar maka kebanyakan dari wisatawan tersebut membatalkan untuk berkunjung ke agrowisata Kebun Buah Mangunan.

Berdasarkan hasil analisis *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) dapat disimpulkan bahwa dari jumlah skor faktor eksternal peluang agrowisata Kebun Buah Mangunan sebesar 2,18. Sedangkan jumlah skor faktor eksternal ancaman sebesar 0,73. Dari hasil skor tersebut dapat disimpulkan bahwa peluang dari agrowisata lebih besar daripada ancaman yang dimiliki. Sehingga agrowisata Kebun Buah Mangunan sudah memanfaatkan peluang untuk memperkecil ancaman yang ada pada agrowisata Kebun Buah Mangunan. Skor total dari faktor eksternal sebesar 2,91.

A. Analisis Matriks Internal-Eksternal (IE)

Tahap selanjutnya dari hasil evaluasi dan analisis yang telah dilakukan adalah melakukan analisis internal – eksternal yang menghasilkan matriks Internal – eksternal (IE). Analisis internal – eksternal dilakukan untuk mempertajam hasil evaluasi dan analisis yang telah dilakukan sebelumnya. Analisis yang akan menghasilkan matriks Internal – eksternal (IE) ini berguna untuk mengetahui posisi agrowisata Kebun Buah Mangunan saat ini pada matriks IE, sehingga dapat menentukan strategi yang dapat dipilih.

Berdasarkan analisis *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) didapatkan total skor faktor internal sebesar 2,7 sedangkan total skor faktor eksternal sebesar 2,91. Pemetaan total skor faktor internal dan eksternal akan menggambarkan keadaan dari agrowisata Kebun Buah Mangunan pada saat ini.



Gambar 4. Hasil Matriks Internal dan Eksternal

Berdasarkan hasil IFE dan EFE berada pada sel V yaitu jaga dan pertahankan. Dapat disimpulkan bahwa strategi yang tepat adalah pemanfaatan lahan yang luas guna budidaya dan kegiatan wisata. Melakukan promosi yang intensif dan mengoptimalkan pengelolaan yang ada. Strategi yang dihasilkan tersebut bertujuan untuk mengembangkan agrowisata. Strategi tersebut dapat menjadi strategi paling sesuai untuk agrowisata Kebun Buah Mangunan pada saat ini.

B. Analisis SWOT

Matriks SWOT merupakan alat analisis yang menggabungkan faktor – faktor internal dan eksternal yang terdapat pada matriks IFE dan EFE. Matriks SWOT digunakan sebagai penghasil strategi berdasarkan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*treats*) bagi perusahaan. Keempat alternatif strategi tersebut adalah strategi SO (*strength-opportunity*), strategi ST (*strength-treats*), strategi WO (*weaknesses-opportunity*), dan strategi WT (*weaknesses-threat*). Tujuan dari matriks SWOT adalah untuk mendapatkan sebanyak mungkin strategi yang memungkinkan untuk digunakan oleh perusahaan.

Internal Faktor	<p>Kekuatan (strengths)</p> <p>Aspek yang terdapat pada faktor internal kekuatan agrowisata:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki lahan yang luas 2. Jenis buah bervariasi 3. Fasilitas agrowisata memadai 4. Ciri khas agrowisata 	<p>Kelemahan (Weaknesses)</p> <p>Aspek yang terdapat pada faktor internal kekuatan agrowisata:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produktivitas buah rendah 2. Fasilitas kurang terawat 3. Kurangnya promosi 4. Belum terdapat toko souvenir 5. Belum terdapat tempat pelatihan budidaya 6. Minimnya tenaga kerja 7. Tenaga kerja bekerja tidak sesuai jabatannya
Eksternal Faktor	<p>Peluang (Opportunities)</p> <p>Aspek yang terdapat pada faktor eksternal kekuatan agrowisata:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan jumlah pengunjung 2. Kebijakan pemerintah yang mendukung 3. Membuka lapangan pekerjaan 4. Bergabung dengan pokdarwis 5. Masyarakat ikut serta dalam pengembangan agrowisata 	<p>Strategi SO :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah jumlah dan jenis buah yang dibudidaya (diversifikasi Produk) dan kegiatan wisata lainnya (S1-O2)
	<p>Ancaman (Threats)</p> <p>Aspek yang terdapat pada faktor eksternal kekuatan agrowisata:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan objek wisata serupa 2. Masuknya pendatang baru dibidang yang sama 3. Tanah rawan longsor 4. Akses jalan masuk dan keluar sempit 	<p>Strategi WO :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan pengelolaan agrowisata Kebun Buah Mangunan (W1-W2-O1-O2) 2. Melakukan promosi yang intensif melalui media cetak maupun media elektronik (W3-O1) 3. Menambah tenaga kerja yang bekerja (W6-W7-O3-O5)
	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengutamakan ciri khas agrowisata yaitu sebagai wisata berbasis kebun buah (S4-T1-T2) 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat paket wisata agro seperti pelatihan budidaya dan pemetikan buah dilahan langsung (W5-T1-T2) 2. Bekerjasama dengan wisata lain di Desa Mangunan (W3-T1-T2)

Gambar 5. Hasil Analisis SWOT

1. Strategi SO

Strategi SO merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal agrowisata untuk memanfaatkan peluang yang ada guna menambah keuntungan bagi agrowisata Kebun Buah Mangunan. Alternatif strategi yang dihasilkan yaitu, menambah berbagai jenis buah yang dibudidaya (diversifikasi produk) dan kegiatan wisata lainnya.

2. Strategi WO

Strategi WO merupakan strategi yang bertujuan mengurangi kelemahan dari faktor internal agrowisata dengan memanfaatkan peluang yang ada guna menambah keuntungan bagi agrowisata Kebun Buah Mangunan. Terdapat tiga alternatif strategi yang dihasilkan yaitu:

- a. Mengoptimalkan Pengelolaan Agrowisata Kebun Buah Mangunan
- b. Melakukan Promosi Yang Intensif Melalui Media Cetak Maupun Media Elektronik
- c. Menambah tenaga kerja yang bekerja

3. Strategi ST

Strategi ST merupakan strategi yang bertujuan mengurangi ancaman dari faktor eksternal agrowisata dengan memanfaatkan kekuatan yang ada guna menambah keuntungan bagi agrowisata Kebun Buah Mangunan. Alternatif strategi yang dihasilkan yaitu mengutamakan ciri khas agrowisata yaitu sebagai wisata berbasis kebun buah.

4. Strategi WT

Strategi WT merupakan strategi yang bertujuan mengurangi kelemahan dari faktor internal agrowisata untuk menghindari ancaman yang ada guna menambah keuntungan bagi agrowisata Kebun Buah Mangunan. Terdapat dua alternatif strategi yang dihasilkan yaitu :

- a. Membuat Paket Wisata Agro Seperti Pelatihan Budidaya Dan Pemetikan Buah Dilahan Langsung
- b. Bekerjasama Dengan Wisata Lain Di Desa Mangunan

C. Analisis Matriks QSPM

Analisis matriks QSPM merupakan Tahap pengambilan keputusan yang menentukan prioritas dari alternatif strategi yang telah dirumuskan sebelumnya pada analisis IE dan analisis SWOT.

Tabel 4. hasil analisis QSPM

No	Strategi	Total Skor
1	Mengoptimalkan pengelolaan agrowisata Kebun Buah Mangunan	1,56
2	Menambah tenaga kerja yang bekerja	1,11
3	Menambah jumlah dan jenis buah yang dibudidaya (diversifikasi produk) dan kegiatan wisata lainnya	0,92
4	Mengutamakan ciri khas agrowisata yaitu wisata berbasis kebun buah	0,74
5	Melakukan promosi yang intensif melalui media cetak maupun media elektronik	0,74
6	Bekerja sama dengan wisata lain di Desa Mangunan	0,62
7	Membuat paket wisata agro seperti pelatihan budidaya dan pemetikan buah dilahan langsung	0,60

Sumber : Data Primer, diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa strategi yang dapat menjadi prioritas pengembangan agrowisata Kebun Buah Mangunan adalah Mengoptimalkan pengelolaan agrowisata Kebun Buah Mangunan. Mengoptimalkan pengelolaan agrowisata Kebun Buah Mangunan bisa berarti penambahan fasilitas baru, perawatan dan penataan yang ada di agrowisata kebun buah mangunan. Pengelolaan yang optimal sangat

diperlukan untuk memanfaatkan peluang yang ada sehingga menjadi keuntungan bagi agrowisata Kebun Buah Mangunan. Penambahan fasilitas yang dibutuhkan seperti tempat souvenir maupun tempat pelatihan budidaya. Pada agrowisata Kebun Buah Mangunan belum memiliki tempat souvenir atau oleh-oleh sehingga souvenir yang dijual hanya dititipkan ke warung makan yang ada di puncak agrowisata Kebun Buah Mangunan. Yang kedua adalah tempat pelatihan budidaya karena banyak wisatawan yang tertarik dengan wisata berbasis pertanian sehingga akan menambah jenis kegiatan yang ada pada agrowisata kebun Buah Mangunan.

Perawatan yang dilakukan oleh agrowisata bertujuan untuk menjaga berbagai fasilitas dan kebun dari kerusakan. Fasilitas tersebut berupa tempat penginapan, tempat ibadah atau fasilitas lainnya yang ada pada agrowisata. Serta berbagai kebun buah-buahan sehingga meningkatkan produktivitas buah yang ada. Banyak fasilitas yang ada pada agrowisata dalam keadaan rusak dan tidak terawat, hal tersebut menjadi kerugian bagi agrowisata Kebun Buah Mangunan. Dengan perawatan yang baik diharapkan akan menjadi daya tarik bagi wisatawan dan menambah kepuasan bagi wisatawan itu sendiri.

Penataan kembali yang dimaksud adalah penataan tempat parkir yang digunakan dan papan penunjuk jalan yang ada. Penataan tersebut bertujuan untuk memaksimalkan lahan yang ada guna menambah kapasitas dari tempat parkir tersebut. Pada saat hari libur atau hari besar, tempat parkir tidak bisa menampung kendaraan yang masuk sehingga banyak kendaraan yang parkir didepan pintu masuk agrowisata. Hal tersebut membuat wisatawan harus berjalan jauh untuk menuju puncak agrowisata Kebun Buah Mangunan.

Strategi kedua adalah penambahan tenaga kerja yang bekerja, penambahan tenaga kerja yang bekerja menjadi strategi yang dihasilkan untuk mengurangi kelemahan dari agrowisata dengan memanfaatkan peluang yang ada. Dengan penambahan tenaga kerja diharapkan tenaga kerja yang bekerja pada agrowisata telah sesuai dengan bagian yang dikerjakannya sehingga, tenaga kerja tersebut bisa fokus kepada pekerjaannya.

Strategi ketiga adalah menambah jumlah dan jenis buah yang dibudidayakan (diversifikasi produk) dan kegiatan wisata lainnya. Menambah jumlah dan jenis buah yang dibudidayakan (diversifikasi produk) dan kegiatan wisata lainnya merupakan strategi yang memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini berbanding lurus peluang yang dimiliki. Ketika jenis buah yang ditanam semakin bervariasi dan bertambah maka akan membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat sekitar. Tenaga kerja yang paling diutamakan

adalah masyarakat sekitar yang ada di agrowisata Kebun Buah Mangunan. Keuntungan bagi agrowisata Kebun Buah Mangunan sendiri yaitu produk yang dijual kepada wisatawan semakin bervariasi dan akan mempertahankan citra atau ciri khas agrowisata Kebun Buah Mangunan sebagai wisata berbasis pertanian. Selain memanfaatkan lahan untuk budidaya, lahan tersebut bisa juga digunakan untuk kegiatan-kegiatan lainnya.

Strategi keempat adalah mengutamakan ciri khas agrowisata yaitu sebagai wisata berbasis kebun buah. Di Desa Mangunan terdapat 11 tempat wisata yang sudah berdiri berkembang. Wisata tersebut rata-rata mengandalkan keindahan pemandangan alam sebagai kekuatan utama. Berbeda dengan agrowisata Kebun Buah Mangunan yang memiliki ciri khas tersendiri yaitu, sebagai wisata berbasis pertanian yang didalamnya memiliki berbagai kebun buah. Penentuan strategi tersebut diharapkan menjadi pembeda agrowisata terhadap wisata lainnya yang ada di Desa Mangunan.

Strategi kelima melakukan promosi yang intensif melalui media cetak maupun media elektronik, strategi ini dilakukan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Karena promosi yang telah dilakukan oleh agrowisata Kebun Buah Mangunan hanya sebatas lisan yaitu pemanfaatan kepuasan wisatawan yang akan merekomendasikan kepada teman, saudara atau orang yang dikenalnya. Sehingga pemanfaatan promosi menggunakan media seperti media cetak maupun media elektronik belum digunakan oleh agrowisata Kebun Buah Mangunan. Promosi yang intensif juga harus sejalan dengan fasilitas yang ditawarkan serta pengembangan produk yang berkelanjutan. Hal tersebut akan membuat wisatawan puas ketika berkunjung karena promosi yang dilakukan sesuai dengan keadaan agrowisata Kebun Buah Mangunan secara nyata.

Strategi keenam bekerjasama dengan wisata lain di Desa Mangunan. Strategi yang dimaksud adalah melakukan kerja sama dengan berbagai wisata lainnya untuk dapat mengurangi persaingan bisnis. Selain itu, strategi ini diharapkan membantu setiap wisata yang saling bekerja sama dalam melakukan promosi usaha dan pengembangan potensi wisata alam lainnya.

Strategi ketujuh Kelebihan dari agrowisata Kebun Buah Mangunan adalah wisata berbasis pertanian. Pemanfaatan kebun buah menjadi tempat pelatihan dan edukasi diharapkan kedepannya akan menjadi kekuatan dari agrowisata kebun Buah Mangunan.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Strategi Pengembangan Agrowisata Kebun Buah Mangunan Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kondisi internal agrowisata yang menjadi kekuatan dari agrowisata Kebun Buah Mangunan adalah, memiliki lahan yang luas, jenis buah bervariasi, fasilitas agrowisata memadai dan ciri khas agrowisata. Sedangkan yang menjadi kelemahan adalah produktivitas buah rendah, fasilitas kurang terawat, kurangnya promosi, belum terdapat toko souvenir, belum terdapat tempat pelatihan budidaya, minimnya tenaga kerja, dan tenaga kerja bekerja tidak sesuai jabatannya. Kondisi eksternal agrowisata yang menjadi peluang dari agrowisata Kebun Buah Mangunan adalah, peningkatan jumlah pengunjung, kebijakan pemerintah yang mendukung, membuka lapangan pekerjaan, bergabung dengan pokdarwis, dan masyarakat ikut serta dalam pengembangan agrowisata. Sedangkan yang menjadi ancaman adalah, persaingan objek wisata serupa, masuknya pendatang baru dibidang yang sama, tanah rawan longsor dan akses jalan masuk dan keluar sempit.
2. Strategi pengembangan yang menjadi prioritas utama berdasarkan analisis matriks QSPM adalah mengoptimalkan pengelolaan agrowisata Kebun Buah Mangunan, penambahan tenaga kerja yang bekerja, menambah jumlah dan jenis buah yang dibudidaya (diversifikasi produk) dan kegiatan wisata lainnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang didapatkan maka saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Mengimplementasikan strategi yang menjadi prioritas guna pengembangan agrowisata Kebun Buah Mangunan yaitu menambah berbagai jenis buah yang dibudidaya dan kegiatan wisata lainnya.
2. Agrowisata Kebun Buah Mangunan harus senantiasa berkembang, merawat fasilitas yang ada serta menambah berbagai fasilitas yang belum tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara Yogya. (2014, Desember 26). Diambil kembali dari Antara Yogya: <https://jogja.antaranews.com/berita/328226/bantul-akan-audit-hortikultura-kebun-buah-mangunan>
- Arifin, H. S. (1992). *Beberapa Pemikiran Pengembangan Agrowisata Pada Kawasan Cagar Budaya Betawi di Condet, Jakarta Timur*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Atmoko, T. (2010). Strategi Pengembangan Ekowisata Pada Habitat Bekantan (*Nasalis larvatus* Wurmbe) Di Kuala Samboja, Kalimantan Timur (Strategy for Ecotourism Development in Proboscis Monkey (*Nasalis larvatus* Wurmbe.) Habitat at Kuala Samboja, East Kalimantan). *Penelitian Hutan dan Konservasi Alam*, Vol 8 No 4 : 425 - 437.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Angka 2018*.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistik Indonesia 2018*.
- Brahmanto Erlangga, Hary Hermawan, Faizal Hamzah. (2017). Strategi Pengembangan Kampung Batu Malakasari Sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus. *Jurnal Media Wisata*, Vol 15 No 2: 588 - 600.
- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ernaldi, E. (2010). *Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata Perkebunan Teh Gunung Mas Ptpn VIII Bogor Jawa Barat*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Flamin, Alamsyah dan Asnaryati. (2013). Potensi Wisata Dan Strategi Pengembangan Tahura Nipa-Nipa, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara. *Jurnal Penelitian Kehutanan Wallacea*, Vol. 2 No. 2: 154-168.
- Gurindawangsa Saga Ardian, Topowijono, Supriono. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Produk Agrowisata (Studi Pada Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 15 No 2: 141 - 150.
- Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Hit Michael A, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson. (1996). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Erlangga.

- Kholil A Yusuf dan Farah Mutiara. (2018). Analisis Potensi Dan Strategi Pengembangan Agrowisata (Studi Kasus di Study Wisata Bukit Flora, Desa Gunung Petung, Nongkojajar, Kecamatan Tukur, Kabupaten Pasuruan). *Buana Sains*, Vol 18 No. 1: 73-84.
- Palit Irene Gratia, Celcius Talumingan, Grace A J Rumagit. (2017). Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan. *Agri-SosioEkonomi Unsrat*, ISSN 1907– 4298, Volume 13 Nomor 2A, Juli 2017 : 21 - 34.
- Pambudi Siwi harning, Sunarto, Prabang Setyono. (2018). Strategi Pengembangan Agrowisata Dalam Mendukung Pembangunan Pertanian Studi Kasus Di Desa Wisata Kaligono (Dewi Kano) Kecamatan Kaligesing Kabupaten Purworejo. *Analisis Kebijakan Pertanian*, Vol. 16 No. 2: 165-184.
- Paputungan Hardiana Fujiadisti, Zetly E Tamond, Diane D Pioh. (2017). Strategi Pengelolaan Agrowisata Kebun Kopi Di Desa Purworejo Timur Kabupaten Bolaang Mongondow Timur. *Agri-Sosio Ekonomi Unsrat*, Volume 13 No 3: 77-86.
- Pitana, I Gede. (2002). *Prinsip-prinsip Ecotourism dan agritourism*.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Tirtawinata, Moh Reza dan Lisdiana Fachrudin. (1996). *Daya Tarik dan Pengelolaan Agrowisata*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. (2006). *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.