

KECAMATAN BUNOBOGU KABUPATEN BUOL STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN AGROWISATA KOPI DESA LONU

Strategic Development of Coffee Plantation Agrotourism in Lonu Village of Buol District

Hairul Rosidi¹⁾, Jhon Tomy²⁾, Moh. Alfit A. Laihi²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

²⁾Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

Email : jonhtomy1962@gmail.com muhalfit@gmail.com hairulrosidy@gmail.com

Submit: 16 Agustus 2024, Revised: 10 Oktober 2024, Accepted: Oktober 2024

DOI : <https://doi.org/10.22487/agrotekbis.v12i5.2307>

ABSTRACT

The development of coffee plantation agrotourism requires a well-formulated strategy to ensure business sustainability and attract consumer interest. Maximizing the potential of coffee plantation agrotourism can generate economic benefits for business owners, the government, local communities, and tourists seeking to experience the beauty of nature. This study aimed to identify the potential for development in Coffee Plantation Agrotourism in Lonu Village, Bunobogu District, Buol Regency, and to analyze the appropriate development strategy for its sustainability. Data collection involved interviews with six key respondents representing both internal and external stakeholders. A SWOT analysis was employed to assess the strengths, weaknesses, opportunities, and threats associated with the agrotourism business. The findings indicated that Coffee Plantation Agrotourism is positioned in Cell V of the Internal-External (IE) matrix and falls within Quadrant I, suggesting a "hold and maintain" strategic stance. The recommended strategy is the Strength-Opportunity (SO) approach, which leverages internal strengths to capitalize on external opportunities. The proposed strategies include (1) collaborating with the government and local communities to maintain road infrastructure and improve accessibility for visitors and (2) expanding the coffee plantation area to enhance its agrotourism potential. These strategic initiatives are expected to bolster the sustainability and attractiveness of Coffee Plantation Agrotourism in the region.

Keywords : Coffee Agrotourism, Development Strategy, IFAS, EFAS, and SWOT.

ABSTRAK

Agrowisata Kebun Kopi harus membuat dan merumuskan strategi pengembangan yang kompeten dan tepat untuk keberlangsungan usaha sebagai salah satu upaya menarik perhatian konsumen. Sehingga potensi agrowisata Agrowisata Kebun Kopi dapat dikembangkan semaksimal mungkin dan dapat mendatangkan keuntungan bagi pemilik usaha, pemerintah, masyarakat sekitar, serta wisatawan yang dapat menikmati keindahan alam. Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengidentifikasi potensi yang dapat dikembangkan pada Agrowisata Kebun Kopi di Desa Lonu Kecamatan Bunobogu Kabupaten Buol. (2) Menganalisis strategi pengembangan Agrowisata Kebun Kopi di Desa Lonu Kecamatan Bunobogu Kabupaten Buol. Jumlah responden yang diwawancarai sebanyak 6 orang responden dipilih dari pihak - pihak internal dan eksternal. Analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil analisis menunjukkan bahwa posisi pada sel VI (jaga dan pertahankan) dalam matriks Internal – eksternal (IE) dan pemetaan faktor internal dan eksternal pada diagram matrik berada di kuadran I. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi Agrowisata Kebun

Kopi berada pada posisi hold and maintain dan strategi yang tepat untuk diterapkan adalah strategi S-O. Strategi yang dihasilkan yaitu (1) Melakukan kerja sama dengan pemerintah dan warga setempat di sekitar lokasi usaha untuk menjaga dan merawat infrastruktur jalan serta lalu lintasnya agar memudahkan konsumen yang akan berkunjung ke Agrowisata Kebun Kopi. (2) Meluaskan area tanaman Kopi untuk pengembangan Agrowisata.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, Agrowisata, Kopi, SWOT, IFAS, EFAS.

PENDAHULUAN

Agrowisata di Indonesia juga banyak dikunjungi oleh wisatawan dari berbagai negara yang ada di dunia, dan juga Bali masih menjadi rekomendasi pariwisata di Indonesia karena kaya akan keindahan alam (pegunungan dan pantai), keragaman suku dan budaya yang masih sangat kuat dan juga keragaman suku dan budaya.

Menurut Suyastiri (2012), pelaksanaan konsep agrowisata akan mampu meningkatkan kesejahteraan petani, melindungi lingkungan Alam dan menghalangi keinginan petani dalam menerapkan perubahan penggunaan lahan

Agrowisata merupakan rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai objek wisata, baik potensi berupa pemandangan alam kawasan pertaniannya maupun kekhasan dan keanekaragaman aktivitas produksi dan teknologi pertaniannya serta budaya masyarakat pertaniannya (Nurisjah, 2001). Agrowisata atau wisata pertanian didefinisikan sebagai rangkain 2 aktivitas perjalanan wisata yang memanfaatkan lokasi atau sektor pertanian mu dari awal produksi hingga diperoleh poduk pertanian dalam berbagai sistem dan skala dengan tujuan memperluas pengetahuan, pemahaman, pengalaman, dan rekreasi di bidang pertanian (Budiarti, 2013). Perubahan persepsi masyarakat sekarang ini yang cenderung mengarah kepada konsep back to nature menyebabkan kebutuhan akan tempat berlibur yang alami cenderung meningkat (Herlita, 2008).

Agriwisata merupakan salah satu wahana yang efektif dalam rangka promosi produk-produk pertanian dan budaya nusantara. Hal tersebut karena selain dapat menikmati hasil pertanian secara langsung dari sumbernya,

para pengunjung akan terkesan dengan sensasi wisata alam yang unik unik dan segar yang akan terbwa hingga mereka kembali ke tempat asalnya bahkan mereka akan bercerita kepada keluarga serta handai tolannya (Palit,2017).

Kabupaten Buol adalah salah satu kabupaten di provinsi Sulawesi tengah Indonesia. Ibu kota kabupaten ini terletak di Kota Buol. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 4.043,57 km² dan berpenduduk sebanyak 132.786 jiwa. Sebagian daerah yang ada di kabupaten buol adalah pesisir sehingga cocok untuk dijadikan wisata bahari yang setiap tahunnya banyak dikunjungi oleh wisatawan asing. Tidak hanya itu, kab buol juga dikenal sebagai daerah pegunungan sehingga berpotensi dalam wisata alam pegunungan dan wisata agro. Salah satu wisata agro yang terkenal di kab buol adalah "Agrowisata Kebun Kopi". (BPS Kabupaten Buol, 2020).

Agrowisata Kebun Kopi Berada di Desa Lonu, Kecamatan Bonubogu, wisata agro Kopi Bisa memang menawan. Destinasi ini menawarkan pengunjung untuk mengetahui cara memilih dan menanam bibit kopi yang benar dilanjutkan cara merawat tanaman memetik biji kopi yang sehat dan menjemur. "Yang menarik juga disini diajari bagaimana menyangrai kopi yang baik agar menghasilkan minuman yang memiliki kualitas cita rasa, ini sangat menarik dan menginspirasi. Menurut Syamsiar (2007), Pengembangan Wisata Pertanian metode pengembangan pertanian dan pariwisata menempatkan masyarakat sebagai bagian yang tidak terpisahkan merupakan esensi dari pembangunan yang berdasarkan komunitas atau masyarakat Ini biasanya disebut *Community Based Development*.

Agrowisata Kebun Kopi hingga saat ini masih memiliki masalah yaitu minimnya strategi dalam mengembangkan agrowisata ini baik dalam dari segi promosi maupun pemasaran produk yang dimiliki dan strategi lainnya. Umumnya, harga tiket untuk masuk tempat wisata berbeda antara hari libur, minggu atau hari biasa. Berikut kami sertakan daftar harga tiket masuk ke area Kab Buol. Harga bisa berubah sewaktu-waktu. Saat weekday, harga tiket masuk Kebun Kopi adalah **Rp. 10,000.00**. Sementara saat weekend, harga tiket masuk Kebun Kopi adalah **Rp10,000.00**. Harga weekday

umumnya berarti hari Senin-Jumat, sementara weekend Sabtu dan Minggu.

Pada tahun 2007 hingga tahun 2013 produksi kopi mengalami kenaikan yang cukup pesat yaitu mencapai 691,16 ribu ton sehingga produksi kopi dari tahun 2007 hingga 2013 mengalami kenaikan sebesar 2,17% (Badan Pusat Statistik, 2015). Tidak hanya itu, Pada tahun 2015 sampai 2016 Indonesia menjadi produsen kopi terbesar setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia, yaitu mencapai 739.000 ton (ICO, 2019).

Tabel 1. Data luas areal perkebunan Kopi kabupaten Buol 2019.

Kecamatan	Luas (Ha)		Produksi (ton)	
	2018	2019	2018	2019
Lakea	10	10	0,20	0,20
Biau	9	9	1,24	1,15
Karamat	13	5	1,23	1,23
Momunu	60	60	25,26	23,39
Tiloan	59	59	20,00	20,01
Bokat	82	82	47,99	47,99
Bukal	29	29	1,39	0,98
Bunobogu	200	205	2,96	29,99
Gadung	22	15	0,38	0,38
Paleleh	53	13	15,40	15,42
Paleleh Barat	24	24	10,45	10,42
BUOL	261	510	153,50	152,98

Sumber : BPS Kabupaten Buol, 2020.

Perkebunan kopi di Indonesia menurut pengusahaannya dibedakan menjadi Perkebunan Besar dan Perkebunan Rakyat (PR). Perkebunan Besar terdiri dari Perkebunan Besar Negara (PBN) dan Perkebunan Besar Swasta (PBS). Data kopi Indonesia yang diusahakan oleh PR Tahun 2016 seluas 1.198,6 ribu hektar, kemudian turun sekitar 0,58 persen pada Tahun 2017 menjadi seluas 1.191,6 ribuhektar. Pada Tahun 2018 luas areal kopi PR meningkat menjadi 1.210,7 ribu hektar (Direktorat Jendral Perkebunan 2019). Berikut merupakan data perkembangan luas (ha) dan produksi (ton) 2018 dan 2019 Kabupaten Buol terdapat pada Tabel 1.

Berdasarkan pada tabel 1 dapat kita lihat kecamatan dengan luas areal perkebunan kopi yang paling luas terdapat pada kecamatan Bunobogu pada tahun 2018 hanya memiliki luas areal 200 ha, dan pada tahun 2019 luas areal perkebunan menjadi 205 ha. Sedangkan luas areal perkebunan yang paling sempit terdapat pada kecamatan Biau hanya memiliki luas 9 ha pada tahun 2018 dan 2019, pada tabel diatas juga dapat kita lihat kecamatan dengan produksi kopi yang paling banyak terdapat pada kecamatan Bokat pada tahun 2018-2019 memiliki jumlah produksi kopi 47,99 ton. Sedangkan jumlah produksi terendah terdapat pada kecamatan Lakea hanya memiliki 0,20 ton

pada tahun 2018 dan 2019. Berikut merupakan data perkembangan jumlah pengunjung wisata Indonesia, Sulawesi Tengah dan Kabupaten Buol 2015-2019 pada tabel 2, tabel 3, dan Tabel 4. (BPS, 2020).

Berdasarkan data pada Tabel 2 dalam empat tahun terakhir dapat kita ketahui bahwa pengembangan jumlah pengunjung wisatwan pada setiap tahunnya mengalami peningkatan mulai dari peningkatan wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara. Berdasarkan data pada Tabel 3 dalam lima tahun terakhir dapat kita ketahui bahwa pengembangan jumlah

pengunjung wisatwan dari tahun ketahun mengalami perubahan peningkatan dan penurunan, pada tahun 2015 jumlah wisatawan mancanegara berjumlah 19.677 pengunjung, tahun 2016 berjumlah 55.795, pada tahun 2017 jumlah pengunjung 24.709, pada tahun 2018 jumlah pengunjung 23.942 dan pada tahun 2019 jumlah pengunjung 24.600. Berdasarkan data pada Tabel 4 dalam lima tahun terakhir dapat kita ketahui bahwa pengembangan jumlah pengunjung wisatwan pada setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah wisatawan.

Tabel 2. jumlah kunjungan wisata di Indonesia 2015-2019.

Keterangan	Jumlah kunjungan (Juta kunjungan)			
	2015	2016	2017	2018
Wisatawan Nusantara	256,42	264,33	270,82	303,4
Wisatawan Mancanegara	10,23	11,52	14,04	15,81

Sumber : Kementerian Pariwisata, 2019.

Tabel 3. jumlah kunjungan wisata di Sulawesi Tengah 2015-2019.

Keterangan	Jumlah kunjungan (Juta kunjungan)				
	2015	2016	2017	2018	2019
Wisatawan Mancanegara	19.677	55.795	24.709	23.942	24.600
Domestik	2.946,555	3.075,984	3.025,417	3.000,166	3.090,171
Jumlah	2.966,562	3.131.779	3.050,126	3.024,108	3.114,831

Sumber : BPS Sulawesi Tengah 2020.

Tabel 4. jumlah kunjungan wisata di Kabupaten Buol, 2015-2019.

Keterangan	Jumlah kunjungan (Ribu kunjungan)				
	2015	2016	2017	2018	2019
Wisatawan Mancanegara	57	68	71	105	171
Domestik	14.167	15.335	28.726	49.901	59.593
Jumlah	14.224	15.403	28.797	50.006	59.764

Sumber : BPS Kabupaten Buol, 2020.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian adalah mengetahui strategi pengembangan Agrowisata Kopi di Desa Lonu Kecamatan Bunobogu Kabupaten Buol sebagai Kawasan Agrowisata dan juga dari instansi lainnya dan studi literatur

yang terkait dengan penelitian. Data yang diperoleh mengenai faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal dianalisis dengan menggunakan SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan di Agrowisata kebun kopi dan sekitaran Desa Lonu Kecamatan Bunobogu Kabupaten Buol Provinsi Sulawesi Tengah. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan sengaja atau Purposive karena lokasi tersebut dinggap mempunyai potensi untuk dikembangkan dengan alasan Satu satunya Agrowisata kebun kopi yang ada di Kabupaten Buol. Waktu penelitian dimulai dari bulan Desember 2020 sampai Januari 2021.

Teknik penentuan informan dalam penelitian kualitatif dimaksudkan untuk menjangring sebanyak mungkin informasi dari berbagai sumber. Dalam teknik pengambilan data teknik yang dipilih oleh peneliti adalah purposive sampling. Purposive sampling adalah pengambilan sampel berdasarkan wilayah penelitian dengan subyek yang diteliti ditentukan atas dasar tujuan dan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2008).

Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Responden dalam penelitian ini terdiri dari 7 orang yang merupakan pemilik lahan, karyawan, masyarakat setempat, pemerintah desa, pengunjung dan instansi terkait. Responden dipilih secara sengaja dan memiliki kontribusi besar dalam perumusan strategi dan dapat mewakili perusahaan serta wewenang mengenai data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Matriks Faktor Internal (IFE) dan Matriks Faktor Eksternal (EFE). Matriks IFE dan EFE terdiri dari kolom bobot, rating, dan total nilai yang merupakan hasil kali dari bobot dan rating. Untuk kolom bobot dan rating diisi sesuai dengan nilainya yang merupakan hasil dari pengelompokan faktor-faktor internal dan eksternal berdasarkan tingkat kepentingannya.

Matriks SWOT. Matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para pengambil keputusan mengembangkan empat jenis strategi: Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan ancaman), dan Strategi WT (kelemahan-ancaman). Mencocokkan faktor-faktor eksternal dan internal utama merupakan bagian tersulit dalam mengembangkan Matriks SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik dan tidak ada satu pun paduan yang paling benar (Ghazinoory et al, 2007; David, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Faktor Internal Dan Eksternal.

Faktor internal dan ekaternal digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman berasal dari identifikasi pada Agrowisata Kebun kopi. Hasil identifikasi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman tersebut nantinya akan digunakan untuk menyusun matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *matris Eksternal Factor Evaluation* (EFE).

Identifikasi Faktor Internal. Identifikasi faktor internal dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dihadapi oleh Agrowisata Kebun Kopi. Identifikasi kekuatan dan kelemahan dapat dilihat dari kondisi umum Agrowisata Kebun Kopi Kopi dan sumber daya yang dimilikinya dan juga dapat diketahui melalui wawancara dengan pihak Agrowisata Kebun Kopi. Berdasarkan hasil identifikasi faktor – faktor internal perusahaan dan juga berdasarkan informasi dari Agrowisata Kebun Kopi serta keadaan lingkungan internal yang ada, diperoleh kekuatan dan kelemahan perusahaan sebagai berikut:

Faktor Kekuatan.

- a. Memiliki Produk Kopi Lokal
- b. Membudidayakan Tanaman Kopi
- c. Memiliki Fasilitas Penunjang lainnya
- d. Memiliki Tanah Lahan Yang Subur
- e. Tempat Melakukan Riset dan Pembelajaran Bagi masyarakat dan Petani

Faktor Kelemahan

- a. Kurangnya Pemberdayaan SDM
- b. Infrastruktur Jalan masuk Kurang baik
- c. Belum Tersedianya Pendataan Pengunjung

Identifikasi Faktor Eksternal. Identifikasi faktor eksternal dilakukan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang ada. Identifikasi peluang dan ancaman dapat dilihat dari kondisi yang ada di luar Agrowisata Kebun Kopi BISA dan mempengaruhi jalannya usaha agrowisata tersebut. Berdasarkan hasil

identifikasi faktor eksternal perusahaan dan juga berdasarkan informasi dari Agrowisata Kebun Kopi serta keadaan lingkungan eksternal yang ada, diperoleh peluang dan ancaman perusahaan.

Faktor Peluang

- a. Masyarakat Lebih Menyukai Wisata Alam
- b. Infrastruktur Jalan Memadai
- c. Membuka Peluang Usaha Bagi Masyarakat
- d. Dukungan Dari Pihak Pemerintah

Tabel 5. Nilai Skor Pada Matriks IFE.

Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
a. Memiliki produk kopi local	0,172	4,000	0,509
b. Membudidayakan Tanaman Kopi	0,126	3,833	0,482
c. Memiliki fasilitas penunjang lainnya	0,120	3,167	0,379
d. Memiliki tanah lahan yang subur	0,123	3,333	0,409
e. Tempat melakukan riset dan belajar bagi masyarakat dan petani	0,124	3,333	0,414
Total Skor Kekuatan			2,194
Kelemahan			
f. Kurangnya pemberdayaan SDM	0,133	2,167	0,289
g. Infrastruktur jalan masuk kurang baik	0,121	1,500	0,182
h. Belum tersedianya pendataan pengunjung	0,126	1,333	0,167
Total skor kelemahan			0,638
Total	1,00		2,832

Sumber : Data yang telah diolah, 2021.

Faktor Ancaman

- a. Kurangnya Jumlah Pengunjung Akibat Pandemic Covid -19
- b. Serangan Hama Tanaman
- c. Perubahan Cuaca dan Iklim Yang Berubah ubah
- d. Intensitas Persaingan yang Tinggi

Analisis Faktor IFE. Analisis matrik IFE merupakan hasil identifikasi faktor-faktor internal berupa kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weakness). Berikut analisis IFE pada Agrowisata Kebun Kopi. Berdasarkan hasil matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), yang menjadi kekuatan utama dari Agrowisata Kebun kopi adalah produk kearifan lokal dengan skor 0,509. Faktor kelemahan utama dari Agrowisata Kebun Kopi berdasarkan

hasil matriks IFE adalah belum tersedianya pendataan pengunjung dengan skor 0,167.

Berdasarkan analisis matriks IFE diketahui bahwa total skor kekuatan untuk Agrowisata Kebun Kopi sebesar 2,193 dan total skor untuk kelemahannya adalah sebesar 0,638. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan pandangan yang cukup tinggi pada faktor kekuatan dan respon yang relatif kecil untuk kelemahan. Total skor matriks IFE sebesar 2,682 karena skor kekuatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan skor kelemahan mengindikasikan bahwa dalam pengembangan Agrowisata Kebun Kopi tersebut mampu memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi kelemahan yang ada.

Analisis Faktor EFE. Matriks EFE merupakan rangkuman dari faktor-faktor kunci yang terkait dengan peluang dan ancaman yang dihadapi Agrowisata Kebun Kopi. Alat ini digunakan ahli strategi untuk mengevaluasi pasar dan perusahaan. Faktor kunci peluang dan ancaman Agrowisata Kebun Kopi dijabarkan pada matriks EFE dapat dilihat pada Tabel 6. Berdasarkan analisis matriks EFE diketahui bahwa total

skor peluang untuk Agrowisata Kebun Kopi BISA sebesar 1,336 dan total skor untuk kelemahannya adalah sebesar 1,278 dan total skor matriks EFE sebesar 2,613. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi eksternal lingkungan usaha yang mempengaruhi Agrowisata Kebun Kopi BISA dalam kondisi yang baik, karena peluang usaha yang dimiliki Agrowisata Kebun Kopi dapat mengatasi ancaman yang ada.

Tabel 6. Nilai Skor Pada Matriks EFE.

Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
a. Masyarakat lebih menyukai wisata alam	0,132	2,167	0,286
b. Infrastruktur jalan memadai	0,129	2,667	0,344
c. Membuka peluang usaha bagi masyarakat	0,117	3,167	0,370
d. Dukungan dari pihak pemerintah	0,118	2,833	0,336
Total Skor Peluang			1,335
Ancaman			
e. Kurangnya jumlah pengunjung akibat pandemi covid-19	0,126	2,667	0,336
f. Serangan hama tanaman	0,129	2,833	0,365
g. Perubahan cuaca dan iklim yang berubah ubah	0,130	2,000	0,261
h. Intensitas persaingan tinggi	0,118	2,667	0,316
Total skor Ancaman			1,278
Total	1,00		2,613

Sumber : Data yang telah diolah, (2021).

Tabel 7. Koordinat Kurva SWOT.

Kriteria	Koordinat	Keterangan
Kekuatan – Kelemahan	1,556	Sumbu X
Peluang – Ancaman	0,057	Sumbu Y

Analisis Kurva SWOT. Analisis kurva SWOT dibentuk berdasarkan hasil tabel matriks IFE dan matriks EFE. Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 8 dan Tabel 9, nilai skor pada masing-masing faktor data dirinci kekuatan 2,193, kelemahan 0,638, peluang 1,336, dan ancaman 1,278. Maka diketahui selisih skor kekuatan dan kelemahan adalah 1,555 sedangkan selisih skor peluang dan ancaman adalah 0,058.

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa posisi pemetaan faktor internal dan eksternal pada diagram matrik

berada di kuadran I yang berarti ada pada posisi positif yang berarti memungkinkan untuk dilakukannya suatu pengembangan usaha (*forward*) karena menunjukkan bahwa Agrowisata Kebun Kopi memiliki kekuatan dan peluang yang besar dan lebih banyak dibandingkan dengan kelemahan dan ancaman.

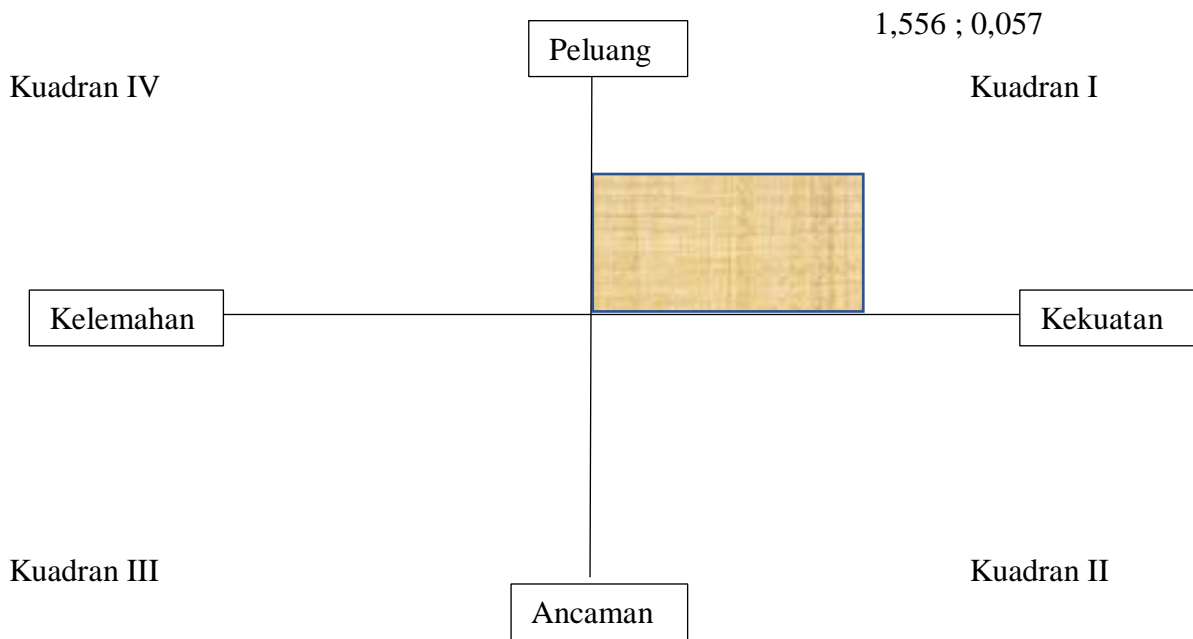
Posisi kuadran I berarti perusahaan mempunyai peluang dan dan kekuatan strategi yang diambil dalam kondisi ini harus mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif atau growth oriented strategy

dengan memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki (Rangkuti, 2004).

Rangkuti (2013) menyatakan bahwa jika hasil analisis berada pada kuadran I perusahaan disarankan untuk membuat langkah-langkah bersifat proaktif (agresif). Hal ini juga didukung oleh pendapat Rangkuti (2018) yang menyatakan bahwa penentuan kuadran I tersebut adalah hasil dari perhitungan bobot x rating antara masing-

masing kekuatan dan kelemahan lalu dikurangi untuk sumbu X, lalu hal serupa untuk peluang yang dikurangi ancaman untuk sumbu Y.

Melalui pengembangan wisata pertanian yang menonjolkan budaya lokal dalam penggunaan lahan, pendapatan petani diharapkan dapat ditingkatkan sementara menghemat sumber daya lahan, dan mempertahankan budaya dan teknologi lokal umumnya berlaku untuk lingkungan kondisi alamnya (Sanjaya, 2013).



Gambar 1. Kurva SWOT.

Analisis Matriks SWOT. Matriks SWOT mengembangkan empat alternatif strategi antara lain strategi SO (strength-opportunity), strategi ST (strength-treats), strategi WO (weaknesses-opportunity), dan strategi WT (weaknesses-threat). Pemilihan strategi utama dari matriks SWOT disesuaikan dengan posisi perusahaan dan bersifat melengkapi analisis yang telah dibuat sebelumnya. Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT pada Agrowisata Kebun Kopi, diperoleh delapan alternatif (Tabel 8). Berdasarkan hasil analisis matriks Internal Factor Evaluation dan matriks External Factor Evaluation yang kemudian menghasilkan kurva SWOT yang terbentuk berdasarkan skor masing masing faktor, menunjukkan

bahwa posisi Agrowisata Kebun Kopi berada pada kuadran I yaitu posisi yang sangat menguntungkan. Strategi yang diambil Agrowisata Kebun Kopi pada posisi ini adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan internal untuk memaksimalkan peluang yang dimiliki atau biasa disebut dengan strategi Strengths-Opportunities (Strategi SO). Terdapat dua alternatif strategi yang dapat dilakukan pada strategi SO yaitu :

1. Menambah fasilitas penginapan dan fasilitas lainnya, sehingga dapat menerima pesanan konsumen lebih banyak lagi dan melakukan pengembangan objek – objek wisata baru yang lebih inovatif.

- Memperluas area tanam untuk pengembangan Agrowisata Kebun Kopi.

Menambah fasilitas penginapan dan fasilitas lainnya merupakan strategi yang dapat memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini, dikarenakan jumlah wisatawan yang terus bertambah serta tingginya keinginan konsumen untuk berwisata *back to nature*

akan meningkatkan jumlah konsumen yang ingin berwisata. Lokasi Agrowisata Kebun Kopi terletak cukup jauh dari fasilitas penginapan yang berada di Desa Lonu. Hal ini, dikarenakan jumlah wisatawan yang terus bertambah serta tingginya keinginan konsumen untuk berwisata *back to nature* akan meningkatkan jumlah konsumen yang ingin berwisata.

Tabel 8. Hasil Analisis Matriks SWOT.

Faktor Internal	<i>Strenght</i>	<i>Weakness</i>
	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki produk kopilokal Membudidayakan tanaman kopi Memiliki fasilitas penunjang lainnya Memiliki tanah lahan yang subur Tempat melakukan riset dan pembelajaran bagi masyarakat dan petani 	<ol style="list-style-type: none"> Kurangnya pemberdayaan SDM Infrastruktur jalan masuk kurang baik Belum tersedianya pendataan pengunjung
Faktor Eksternal		
<i>Opportunities</i>	STRATEGI SO	STRATEGI WO
<ol style="list-style-type: none"> Masyarakat lebih menyukai wisata alam Infrastruktur jalan memadai Membuat peluang usaha bagi masyarakat lain Dukungan dari pihak pemerintah 	<ol style="list-style-type: none"> Menambah fasilitas penginapan dan fasilitas lainnya, sehingga dapat menerima pesanan konsumen lebih banyak lagi dan melakukan pengembangan objek-objek wisata baru yang lebih inovatif (S1,S2, S3, S5, O1, O3, O4). Memperluas area tanam untuk pengembangan Agrowisata Kebun Kopi (S1, S4, O3, O4) 	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan pelatihan tentang pengolahan bagaimana cara agrowisata dan pengolahan kopi mulai dari penanaman sampai produksi (W1, O1, O3, O4) Melakukan kerja sama dengan pemerintah dan warga masyarakat di sekitar untuk menjaga dan memelihara fasilitas yang ada agar memberikan kenyamanan kepada pengunjung(W2, O1, O2, O3)
<i>Threats</i>	STRATEGI ST	STRATEGI WT
<ol style="list-style-type: none"> Kurangnya jumlah pengunjung akibat andemi Serangan hama tanaman Perubahan cuaca dan iklim yang berubah ubah 	<ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan mutu pelayanan jasa dan kualitas serta fasilitas wisata yang ada dengan khas yang berbeda sehingga konsumen merasa senang dan puas atas fasilitas yang ada (S1, S2, S3, S5, W2, W3) 	<ol style="list-style-type: none"> Menyediakan fasilitas jaringan yang bagus seperti pemasangan wifi pada Agrowisata untuk mempermudah dan melancarkan komunikasi atau penyebaran informasi dan pengunjung tidak bosan saat berada dilokasi apalagi dalam situasi pandemi (W1, W2, T2)

Sumber : Data yang telah diolah (2021).

Agrowisata menjadi pilihan penting dalam kaitannya dengan prioritas Sekarang dan di masa depan, tujuan pembangunan berkelanjutan Perpaduan antara pertanian dan pariwisata. Strategi pengembangan pertama wisata pertanian dalam jangka pendek harus dengan mempertimbangkan kebutuhan infrastruktur dan keselamatan wisatawan pertanian, dan kerjasama yang efektif dengan agen perjalanan untuk mempromosikan tempat wisata baru (Catalino dan Lizardo, 2004).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian ini, maka kesimpulan yang dapat diambil sesuai dengan tujuan penelitian adalah sebagai berikut. Hasil matriks IE menunjukkan Agrowisata Kebun Kopi pada sel VI, yaitu berada pada kondisi *hold and maintain* atau pelihara dan pertahankan, sedangkan hasil kurva SWOT menunjukkan Agrowisata Kebun Kopi pada kuadran I yang bersifat agresif. Strategi yang tepat untuk diterapkan oleh Agrowisata Kebun Kopi S-O (Strenghts – Opportunities).

Saran

Melakukan kerja sama dengan pemerintah dan warga setempat di sekitar lokasi usaha untuk menjaga dan merawat infrastruktur jalan serta lalu lintasnya agar memudahkan konsumen yang akan berkunjung ke Agrowisata Kebun Kopi. Meluaskan area tanaman kopi untuk peluasan wilayah Agrowisata. Menambah Fasilitas wifi dan Penginapan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2015. *Produksi Kopi di Indonesia*. Badan Pusat Statistik, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2020. *Kabupaten Buol Dalam Angka 2020*. Sulteng
- Budiarti, T., 2013. *Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat Pada Usahatani Terpadu Guna Meningkatkan Kesejahteraan Petani dan Keberlanjutan Sistem Pertanian*. Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia. Vol. 18 (3) : 200-207.
- Catalino, Alejandro Herrera., and Magdalena Lizardo. 2004. *Agriculture, Environmental Services and Agro-Tourism in Dominican Republic*. E- Journal of Agricultural and Development Economic (JADE). Vol.1 (1) :108-109. 2004.
- Ghazinoory, S., Esmail Zadeh, A., & Memariani, A. (2007). *Fuzzy SWOT analysis*. Journal of Intelligent & Fuzzy Systems. Vol.18(1) : 99-108.
- Herlita R.K 2008. *Analisis Preferensi dan Perilaku Pengunjung Wisata Agro Gunung Mas Cisarua Bogor*. Skripsi. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor; Bogor.
- ICO (International Coffee Organization). 2019.
- Nurisjah, S. (2001). *Pengembangan kawasan wisata agro (Agrotourism)*. Buletin Tanaman dan Lanskap Indonesia. Vol. 4 (2) : 20-23.
- Palit, I.G. 2017. *Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan*. Jurnal Agri-Sosial Ekonomi Unstrat. Vol. 13 (2) : 21-34.
- Rangkuti, F. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2018. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*.

- Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Vol. 2 (1) : 161-162. Edisi Januari 2013.
- Syamsiar, Siti. 2007. *Model Pengembangan Agrowisata Perdesaan sebagai Basis Pembangunan Masyarakat*. Jurnal SEPA. Vol. 4 (2) : 101-102.
- Sugiyono. 2008. *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”*. Bandung: Alfabeta.
- Sanjaya, I Gede Arya., Cocorda, G.A.S., dan I Nyoman, G.A., 2013. *Studi Potensi Subak Renon di Denpasar Selatan untuk Pengembangan Agrowisata*. E-Journal Agroteknologi Tropika.
- Suyastiri, Ni Made. 2012. *Pemberdayaan Subak melalui “Green Tourism” Mendukung Keberlanjutan Pembangunan Pertanian di Bali*. Jurnal SEPA Vol.8 (2) : 168-173. Edisi Februari 2012.