e-J. **Agrotekbis 14 (4) : 930 - 939, Agustus 2026** **ISSN : 2338-3011**
Published by Tadulako University **E-ISSN : 3030-9395**

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TAMAN BUNGA MEKAR ASIH SEBAGAI KAWASAN AGROWISATA DI DESA SUMBER AGUNG KECAMATAN MEPANGA KABUPATEN PARIGI MOUTONG

Business Development Strategy of Taman Bunga Mekar Asih As an Agrotourism Area in Sumber Agung Village, Mepanga Subdistrict Parigi Moutong Regency

Ahmad Fajri[1)], Wildani Pingkan S. Hamzens[2)], Al Alamsyar[2)]

[1)] Alumni Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Tadulako. Palu.
[2)] Dosen Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Tadulako. Palu.
Jl. Soekarno-Hatta Km 9, Tondo-Palu 94118, Sulawesi Tengah. Telp. 0451-429738
E-mail : ahmfaj@gmail.com. hamzenspingkan@gmail.com. alamsyar@gmail.com

ABSTRACT

Taman Bunga Mekar Asih must create and formulate a competent and appropriate development strategy for business continuity as one of the efforts to attract consumers. So that the agrotourism potential of Taman Bunga Mekar Asih can be developed as much as possible and can bring benefits to business owners, governments, surrounding communities, and tourists who can enjoy the beauty of nature. This research aims to formulate the development strategy of Taman Bunga Mekar Asih as an agrotourism area in Sumber Agung Village, Mepanga District, Parigi Moutong Regency. The number of respondents interviewed as many as 6 respondents were selected from internal and external parties. The analysis used is SWOT analysis. The results of the analysis showed that the position on cell V in the Internal – External Matrix (IE) and the mapping of internal and external factors in the matric diagram are in quadrant I. This indicates that the condition of Taman Bunga Mekar Asih is in a hold and maintain position and the right strategy to be applied is the S-O strategy. The resulting strategy is: (1) Adding and developing new and more innovative tourist facilities. (2) Cooperate with the government and local resident around the business site to maintain and maintain their road and traffic infrastructure to facilitate consumers who will visit Taman Bunga Mekar Asih. (3) Hold various types of events in cooperation with various parties.

Keywords : Agrotourism, Development Strategy, Flower Garden, SWOT.

ABSTRAK

Taman Bunga Mekar Asih harus membuat dan merumuskan strategi pengembangan yang kompeten dan tepat untuk keberlangsungan usaha sebagai salah satu upaya menarik perhatian konsumen. Sehingga potensi agrowisata Taman Bunga Mekar Asih 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 merumuskan strategi pengembangan Taman Bunga Mekar Asih sebagai kawasan agrowisata di Desa Sumber Agung Kecamatan Mepanga Kabupaten Parigi Moutong. 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 V dalam matriks Internal – eksternal (IE) dan pemetaan faktor internal dan eksternal pada diagram matrik berada di kuadran I. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi Taman Bunga Mekar Asih berada pada posisi *hold and maintain* dan strategi yang tepat untuk diterapkan adalah strategi S-O. Strategi yang dihasilkan yaitu : (1) Menambah dan melakukan pengembangan fasilitas wisata baru yang lebih inovatif. (2) Melakukan kerja sama dengan pemerintah dan warga setempat di sekitar lokasi usaha untuk menjaga dan

memelihara infrastruktur jalan serta lalu lintasnya agar memudahkan konsumen yang akan berkunjung ke Taman Bunga Mekar Asih. (3) Mengadakan berbagai jenis event bekerjasama dengan berbagai pihak.

Kata Kunci : Agrowisata, Strategi Pengembangan, SWOT, Taman Bunga.

PENDAHULUAN

Kekayaan alam hayati dan kondisi agroklimat yang dimiliki Indonesia begitu beragam dan didukung dengan kondisi di mana Indonesia merupakan negara agraris yang mengusahakan sektor pertanian baik itu tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, kehutanan, peternakan hingga perikanan (Fadlil *dkk.*, 2019). Selain diperuntukan sebagai budidaya pertanian kekayaan alam Indonesia juga memiliki peluang untuk dimanfaatkan sebagai sektor pariwisata. Sektor pariwisata berpotensi untuk dikembangkan. Sektor pariwisata diharapkan dapat berkontribusi terhadap pendapatan nasional. Pengembangan sektor pariwisata pertanian bertujuan untuk menjaga kelestarian alam.

Peranan sektor pariwisata nasional semakin penting sejalan dengan perkembangan dan kontribusi yang diberikan sektor pariwisata melalui penerimaan devisa, pendapatan daerah, pengembangan wilayah, maupun dalam penyerapan investasi dan tenaga kerja serta pengembangan usaha yang tersebar di berbagai pelosok wilayah di Indonesia. Menurut Buku Saku Kementerian Pariwisata (2016), kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional pada Tahun 2014 telah mencapai 9% atau sebesar Rp. 946,09 triliun. Sementara devisa dari sektor pariwisata pada Tahun 2014 telah mencapai Rp. 120 triliun dan kontribusi terhadap kesempatan kerja sebesar 11 juta orang (Anggraini, 2017). Melalui mekanisme tarikan dan dorongan terhadap sektor ekonomi lain yang terkait dengan sektor pariwisata, seperti hotel dan restoran, angkutan, industri kerajinan dan lain-lain. Melalui *multiplier effect*-nya, pariwisata dapat dan mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Itulah mengapa, percepatan pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja yang lebih luas dapat dilakukan dengan mempromosikan pengembangan pariwisata (LPEM-FEBUI, 2018).

Salah satu faktor yang mempengaruhi perolehan devisa negara dari sektor pariwisata tersebut adalah pajak yang didapat ketika wisatawan asing atau pun wisatawan nusantara melakukan transaksi ketika sedang melakukan perjalanan wisata. Pajak yang didapat dari sektor pariwisata tersebut cukup besar, sehingga dapat memberikan sumbangan devisa negara yang cukup tinggi. Peranan wisatawan sangatlah penting dalam pengembangan sektor pariwisata secara keseluruhan (Ernaldi, 2010). Pariwisata Indonesia tidak hanya menarik perhatian wisatawan nusantara tetapi juga wisatawan mancanegara.

Agrowisata atau wisata pertanian didefinisikan sebagai rangkai aktivitas perjalanan wisata yang memanfaatkan lokasi atau sektor pertanian mulai dari awal produksi hingga diperoleh produk 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).

Agrowisata 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 dan segar yang akan terbawa hingga mereka kembali ke tempat asalnya bahkan mereka akan bercerita kepada keluarga serta handai tolannya (Palit, 2017).

Tabel 1. Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Provinsi Sulawesi Tengah, 2015-2019

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Domestik	Mancanegara	
2015	2.946.885	19.677	2.966.562
2016	3.075.984	55.795	3.131.779
2017	3.025.417	24.709	3.050.126
2018	3.000.166	23.942	3.024.108
2019	3.090.171	24.660	3.114.831

Sumber : Dinas Pariwisata Daerah Provinsi Sulawesi Tengah, 2020.

Parigi Moutong merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Sulawesi Tengah memiliki banyak destinasi pariwisata. Pada Tahun 2012 Direktorat Jendral Pengembangan Destinasi Pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menetapkan Parigi Moutong sebagai salah satu dari 29 destinasi yang memiliki daya tarik wisata nasional. Namun kebanyakan masih berupa wisata alami seperti pegunungan dan pantai. Taman bunga Mekar Asih merupakan wisata berbasis pertanian yang terletak di Desa Sumber Agung Kecamatan Mepanga yang dibentuk pada Tahun 2020 dan dikelolah langsung oleh pemilik yang merupakan masyarakat di desa tersebut (Sudarso, 2016).

Taman Bunga Mekar Asih merupakan destinasi pariwisata yang berbasis masyarakat lokal. Pemilik usaha ini yang menjadikan bunga sebagai objek wisata. Di dalamnya kita bisa menemukan beragam bunga, mulai dari bunga matahari, celosia, kenikir, hingga *refugia* alias bunga kertas. Bunga-bunga tersebut ditanam dengan rapi secara berkelompok. Warnanya yang seragam dan membentuk pola sungguh tampak memanjakan mata. Selain itu lokasinya juga menyatu dengan kawasan pemancingan.

Kekuatan yang dimiliki oleh Taman Bunga Mekar Asih terletak pada keunikan yang dimiliki oleh taman tersebut, karena pengunjung tidak hanya akan dimanjakan dengan pemandangan alam yang indah tetapi juga dapat menikmati pengalaman *outbond*. Harga tiket masuk yang perlu dikeluarkan juga terbilang sangat murah, pengunjung hanya perlu mengeluarkan biaya sebesar Rp. 5.000 per orang. Pengembangan suatu usaha tentunya juga harus menimbang mengenai ancaman yang akan dihadapi, terlebih usaha yang dijalankan berbasis pertanian. Ancaman paling umum yang dihadapi adalah serangan hama dan penyakit tanaman. Tentunya pemilik taman bunga mekar asih perlu menyiapkan strategi untuk menghadapi hal tersebut.

Taman Bunga Mekar Asih belum mampu mengembangkan potensi yang dimiliki, salah satu faktor yang menjadi kelemahanya adalah sistem manajemen yang belum baik akibat dari kurangnya kualitas dan kuantitas sumber daya manusia. Hal ini sejalan dengan penelitian Septio *dkk*. (2020) yang menyebutkan penyebab utama belum mampu mengoptimalkan kawasan wisata adalah kurangnya kualitas dan kuantitas sumber daya manusia serta belum memahami cara menyikapi faktor internal dan eksternal yang dimiliki.

Tigkat persaingan bisnis pariwisata di Wilayah Kecamatan Mepanga cukup besar. Sebagian besar pengunjung akan mengunjungi tempat wisata yang relatif besar dan sudah dikenal banyak orang seperti wisata pantai Muara Indah Ogodako, Wisata Air Terjun dan Taman Bunga Desa Meranti, Wisata Kebun Jeruk Di Kotaraya Barat, serta Cagar Alam Gunung Tinombala. Persaingan antar obyek wisata yang ada di Kecamatan Mepanga menuntut inovasi yang kreatif dari pengelola. Inovasi dan kreatifitas tersebut dibutuhkan untuk meningkatkan daya tarik Taman Bunga Mekar Asih di tengah persaingan yang sangat ketat.

Berdasarkan uraian di atas maka Taman Bunga Mekar Asih harus membuat dan merumuskan strategi pengembangan yang kompeten dan tepat untuk keberlangsungan usaha sebagai salah satu upaya menarik perhatian konsumen. Sehingga potensi Agrowisata Taman Bunga Mekar Asih dapat dikembangkan semaksimal mungkin dan dapat mendatangkan keuntungan bagi pemilik usaha, pemerintah, masyarakat sekitar, serta wisatawan yang dapat menikmati keindahan alam.

Berdasarakan permasalahan yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian adalah mengetahui strategi pegembangan Taman Bunga Mekar Asih sebagai kawasan agrowisata di Desa Sumber Agung Kecamatan Mepanga Kabupaten Parigi Moutong.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Taman Bunga Mekar Asih Desa Sumber Agung Kecamatan Mepanga Kabupaten Parigi Moutong Provinsi Sulawesi Tengah. Penentuan lokasi ini dilakukan dengan sengaja *(purposive)*, dengan alasan bahwa lokasi usaha tersebut mempunyai potensi untuk dikembangkan. Waktu penelitian akan dimulai dari bulan November sampai Desember 2020.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data yang langsung diperoleh dari pengamatan di lapangan (observasi) dan berdasarkan wawancara dengan pihak Taman Bunga Mekar Asih, serta dari hasil kuisioner oleh pihak manajemen yang terkait di dalamnya. Data sekunder berupa laporan tahunan pengunjung yang diperoleh dari pihak pengelola, selain itu data diperoleh 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 (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

Terdapat dua jenis responden yaitu responden internal dan eksternal. Responden pihak internal adalah pemilik dan pekerja pada Taman Bunga Mekar Asih. Responden dari pihak eksternal yaitu berasal dari Instansi terkait dalam hal ini Pemerintah Desa Sumber Agung. Responden dari pihak eksternal tersebut diharapkan dapat memberikan penilaian yang lebih objektif dari responden pihak internal. Terdapat pula responden dari pihak konsumen, yang juga sebagai responden dari pihak eksternal. Terdapat sebanyak 3 orang responden dari konsumen agar mendapatkan data yang lebih sesuai, berdasarkan pendapat yang diberikan para responden dari pihak konsumen tersebut. Jumlah keseluruhan responden adalah 6 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT. Identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2009). Data yang disajikan dalam analisis SWOT diperoleh dari hasil wawancara dan pengisian kuesioner terhadap responden, bahwa semua informasi tentang faktor IFAS dan EFAS yang ditemukan, selanjutnya dilakukan pembobotan sesuai petunjuk yang ada.

Identifikasi Faktor Internal. Dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dihadapi oleh Taman Bunga Mekar Asih. Identifikasi kekuatan dan kelemahan dapat dilihat dari kondisi umum Taman Bunga Mekar Asih dan sumber daya yang dimilikinya.

Faktor Kekuatan

a. Memilki *landscape* taman bunga yang indah.
b. Lokasi wisata yang strategis.
c. Memiliki fasilitas penunjang lainnya.
d. Harga tiket masuk murah.

Faktor Kelemahan

a. Promosi belum gencar.
b. Sistem manajemen yang belum maksimal.
c. Bunga memiliki waktu budidaya yang lama.

Identifikasi Faktor Eksternal. Berdasarkan hasil identifikasi faktor–faktor eksternal perusahaan dan juga berdasarkan informasi dari Taman Bunga Mekar Asih serta keadaan lingkungan eksternal yang ada, diperoleh peluang dan ancaman perusahaan.

Faktor Peluang

a. Kecenderungan masyarakat beralih ke wisata alam.
b. Infrastruktur jalan yang memadai.

c. Membuka peluang usaha bagi masyarakat sekitar.
d. Dukungan pihak pemerintah.

Faktor Ancaman

a. Kurangnya pengunjung akibat pandemic covid-19.
b. Serangan hama dan penyakit bagi tanaman.
c. Perubahan cuaca atau iklim yang ekstrem.
d. Intensitas persaingan yang tinggi.

Berdasarkan hasil matriks Internal Factor Evaluation (IFE), yang menjadi kekuatan utama dari Taman Bunga Mekar Asih adalah memiliki panorama alam yang indah dengan skor 0,640. Faktor kekuatan utama tersebut dapat dijadikan keunggulan untuk bersaing dengan tempat wisata lainnya. Faktor kelemahan utama dari Taman Bunga Mekar Asih berdasarkan hasil matriks IFE promosi yang belum gencar dengan skor 0,251.

Tabel 2. Nilai Skor pada Matrik IFE

Faktor-faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
a. Memilki *landscape* taman bunga yang indah	0,167	3,833	0,640
b. Lokasi wisata yang strategis	0,163	3,667	0,599
c. Memiliki fasilitas penunjang lainnya	0,140	2,833	0,395
d. Harga tiket masuk murah.	0,147	3,333	0,490
Sub Total Skor Kekuatan			2,124
Kelemahan			
a. Promosi belum gencar	0,151	1,667	0,251
b. Sistem manajemen yang belum maksimal	0,106	1,500	0,158
c. Bunga memiliki waktu budidaya yang lama	0,127	1,833	0,232
Sub Total Skor Kelemahan			0,640
Total	1,00		2,776

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021.

Tabel 3. Nilai Skor pada Matrik EFE

Faktor-faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
a. Kecenderungan masyarakat beralih ke wisata alam	0,126	3,166	0,400
b. Infrastruktur jalan yang memadai	0,154	3,333	0,515
c. Membuka peluang usaha bagi masyarakat sekitar	0,144	3,500	0,505
d. Dukungan pihak pemerintah	0,125	3,166	0,395
Sub Total Skor Peluang			1,817
Ancaman			
a. Kurangnya pengunjung akibat pandemic covid-19	0,132	2,667	0,353
b. Serangan hama dan penyakit bagi tanaman	0,104	2,166	0,225
c. Perubahan cuaca atau iklim yang ekstrem	0,104	3,667	0,381
d. Intensitas persaingan yang tinggi	0,108	1,833	0,199
Sub Total Skor Ancaman			1,159
Total	1,00		2,977

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021.

Berdasarkan analisis matriks EFE diketahui bahwa total skor peluang untuk Taman Bunga Mekar Asih sebesar 1,817 dan total skor untuk kelemahannya adalah sebesar 1,159 dan total skor matriks EFE sebesar 2,977. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi eksternal lingkungan usaha yang mempengaruhi Taman Bunga Mekar Asih dalam kondisi yang baik, karena peluang usaha yang dimiliki Taman Bunga Mekar Asih dapat mengatasi ancaman yang ada.

Analisis Matriks IE. Hasil analisis matriks IE berguna untuk mengetahui posisi perusahaan. Matriks IE ini diperoleh dari pemaduan matriks IFE dan EFE, matriks IE dikelompokkan menjadi tiga kelompok strategi**.** Matriks IE akan menunjukkan Taman Bunga Mekar Asih dengan melihat skor pada sel–sel dalam matriks IE.

Berdasarkan hasil penjumlahan total skor pada matriks IFE dan EFE maka didapatkan skor masing–masing sebesar 2,776 untuk matriks IFE artinya bahwa perusahaan mempunyai kekuatan yang sedang atau rata-rata dan 2,977 untuk matriks EFE artinya bahwa perusahaan dapat memanfaatkan peluang sedang atau rata-rata. Skor tersebut merupakan input bagi analisis matriks IE yang nantinya dipetakan pada matriks IE, sehingga dapat diketahui posisi perusahaan saat ini.

Pemetaan terhadap masing-masing total skor dari faktor–faktor internal dan eksternal menggambarkan posisi Taman Bunga Mekar Asih saat ini, yaitu pada sel V dalam matriks Internal–eksternal (IE). Posisi ini memberikan gambaran keadaan Taman Bunga Mekar Asih yang berada pada kondisi *hold and maintain* atau pelihara dan pertahankan. Analisis matriks IE Usaha Taman Bunga Mekar Asih dapat terlihat pada Gambar 1.

Strategi yang umumnya diterapkan oleh perusahaan pada posisi tersebut adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Peningkatan pangsa pasar dapat dilakukan dengan menjangkau pasar–pasar yang sebelumnya belum disentuh oleh pesaing–pesaing lain. Pemasaran berperan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan melalui produk pariwisata yang dikemas sedemikian rupa agar memiliki keunikan yang khas dan berbeda dengan produk pariwisata pesaing lain yang sejenis (Ratu *dkk.*, 2016). Strategi pengembangan produk adalah strategi untuk meningkatkan penjualan dengan memodifikasi produk atau jasa yang sudah ada. Strategi pengembangan produk dapat dilakukan dengan cara selalu membuat produk produk baru yang memiliki ciri khas tersendiri dan berbeda dengan para pesaing (Ernaldi, 2010).

Analisis Kurva SWOT. Dibentuk berdasarkan hasil tabel matriks IFE dan matriks EFE. Nilai skor pada masing-masing faktor dapat dirinci, kekuatan 2,214 kelemahan 0,640 peluang 1,817 dan ancaman 1,159. Hal tersebut dapat terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Koordinat Kurva SWOT

Kriteria	Koordinat	Keterangan
Kekuatan –Kelemahan	1,482	Sumbu X
Peluang – Ancaman	0,657	Sumbu Y

Total Faktor Eksternal	Total Faktor Internal		
	Kuat 3,0 – 4,0	Rata-rata 2,0 – 2,99	Lemah 1,0 – 1,99
Tinggi 3,0 – 4,0	I	II	III
Sedang 2,0 – 2,99	IV	V	VI
Rendah 1,0 – 1,99	VII	VIII	IX

Gambar 1. Hasil Analisis Matriks Internal Eksternal.

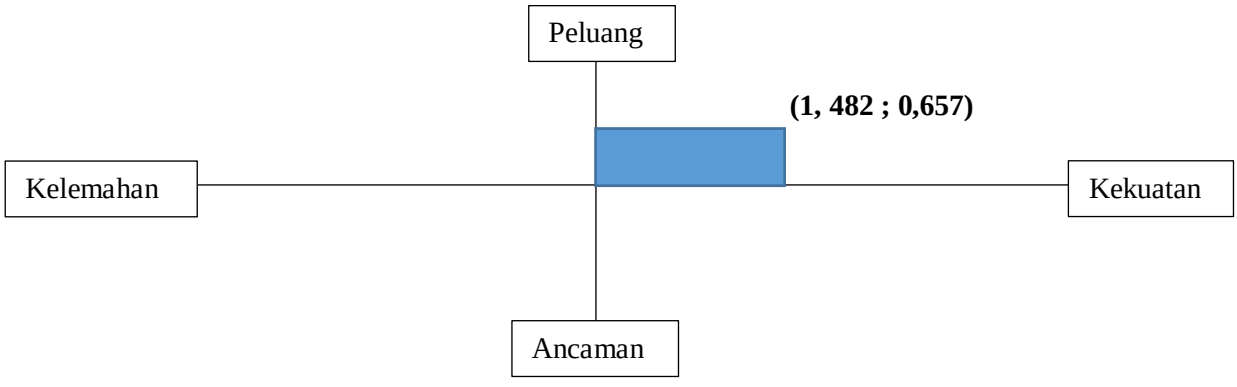
Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa posisi pemetaan faktor internal dan eksternal pada diagram matrik berada di kuadran I yang berarti ada pada posisi positif yang berarti memungkinkan untuk dilakukannya suatu pengembangan usaha *(forward)* karena menunjukkan bahwa Taman Bunga Mekar Asih memiliki kekuatan dan peluang yang besar dan lebih banyak dibandingkan dengan kelemahan dan ancaman.

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.

Posisi kuadran 1, berarti perusahaan mempunyai peluang 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). Strategi SO (Strengths–Opportunities dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan internal Perusahaan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

Analisis Matriks SWOT. Matriks SWOT mengembangkan empat alternatif strategi antara lain strategi SO (*strengths-opportunities*), strategi ST (*strengths-treats*), strategi WO (*weaknesses-opportunities*), dan strategi WT (*weaknesses-threats*). Pemilihan strategi utama dari matriks SWOT disesuaikan dengan posisi perusahaan dan bersifat melengkapi analisis yang telah dibuat sebelumnya. Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT pada Taman Bunga Mekar Asih, diperoleh delapan alternatif sebagaimana terlihat pada Tabel 5.

Penjabaran Rencana Program, Kegiatan dan Tujuan pada Strategi SO. Bila mengacu hasil analisis SWOT tersebut, maka strategi yang dapat dilakukan sebanyak 3 (tiga) alternatif strategi, yaitu : 1). Menambah fasilitas, sehingga dapat menerima pesanan konsumen lebih banyak lagi dan melakukan pengembangan objek-objek wisata baru yang lebih inovatif. 2). Melakukan kerja sama dengan pemerintah dan warga setempat di sekitar lokasi usaha untuk menjaga dan memelihara infrastruktur jalan serta lalu lintasnya agar memudahkan konsumen yang akan berkunjung ke Taman Bunga Mekar Asih. 3). Bekerjasama dengan berbagai pihak untuk mengadakan berbagai jenis event yang berbeda, terlihat pada Tabel 6.



Gambar 2. Kurva SWOT.

Tabel 5. Hasil Analisis Matriks SWOT

Faktor Internal / Faktor Eksternal	*Strenghts* 1. Memiliki *landscape* taman bunga yang indah 2. Lokasi wisata yang strategis 3. Memiliki fasilitas penunjang lainnya 4. Harga tiket masuk murah	*Weakness* 1. Promosi belum gencar 2. Sistem manajemen yang belum maksimal 3. Bunga memiliki waktu budidaya yang lama
Opportunities 1. Kecenderungan masyarakat beralih ke wisata alam 2. Infrastruktur jalan yang memadai 3. Membuka peluang usaha bagi masyarakat sekitar 4. Dukungan dari pihak Pemerintah	STRATEGI SO 1. Menambah fasilitas, sehingga dapat menerima pesanan konsumen lebih banyak lagi dan melakukan pengembangan objek – objek wisata baru yang lebih inovatif (S2, S3, S4, O1, O3, O4). 2. Melakukan kerja sama dengan pemerintah dan warga setempat di sekitar lokasi usaha untuk menjaga dan memelihara infrastruktur jalan serta lalu lintasnya agar memudahkan konsumen yang akan berkunjung ke Taman Bunga Mekar Asih (S2, S4, O2, O5). 3. Bekerjasama dengan berbagai pihak untuk engadakan berbagai jenis event yang berbeda (S2, S3, O3, O4)	STRATEGI WO 1. Melakukan promosi lebih aktif dan gencar melalui media elektronik dan media cetak serta membuat promosi dengan paket – paket liburan tertentu (W1, O1, O2, O3, O4). 2. Meningkatkan mutu pelayanan dengan memperkenalkan sistem manajemen yang jelas kepada seluruh tenaga kerja agar memberikan kesan pelayanan yang baik kepada pengunjung. (W2, O1).
Threats 1. Kurangnya jumlah pengunjung akibat pandemi covid-19 2. Serangan hama dan penyakit bagi tanaman 3. Perubahan cuaca atau iklim yang ekstrem 4. Intensitas persaingan yang tinggi	STRATEGI ST 1. Meningkatkan mutu pelayanan jasa dan kualitas dari fasilitas wisata yang ada dengan ciri khas tersendiri sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan dan fasilitas yang ada (S1, S2, S4, T4). 2. Pengembangan dan pembangunan objek wisata yang ramah lingkungan serta pengawasan terhadap perilaku yang merusak objek (S1, S3, T2, T4).	STRATEGI WT 1. Melakukan promosi melalui media informasi dengan disertai kampanye penanggulangan covid-19 agar pengunjung tak ragu untuk mengunjungi saat pandemi (W1, T1, T2). 2. Menetapkan visi dan misi, serta SOP yang sesuai dengan jenis bunga serta teknologi terbaru untuk mengatasi ancaman hama, penyakit serta iklim ekstrim (W2, W3, W4, T1, T2).

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021.

Tabel 6. Rencana Program, Kegiatan dan Tujuan pada Strategi SO

No	Strategi	Program	Kegiatan	Tujuan
1.	Menambah dan melakukan pengembangan fasilitas wisata baru yang lebih inovatif	Menambah fasilitas wisata yang inovatif	1. Pengadaan fasilitas *campig groud* 2. Penyediaan jasa paket foto *preweddig* 3. Penyediaan jasa bursa bung (penjualan bunga) 4. Penyediaan jasa pelatihan pembibitan bunga dan landscaping	Bertambahnya jumlah pengunjung Pengunjung lama tidak merasakan kejenuhan
2.	Melakukan kerja sama dengan pemerintah dan warga setempat di sekitar lokasi usaha untuk menjaga dan memelihara infrastruktur jalan serta lalu lintasnya agar memudahkan konsumen yang akan berkunjung ke Taman Bunga Mekar Asih	Bekerja sama dengan Pemeritah Desa Sumber Agung	1. Pemeliharaan rutin/berkala infrastruktur jalan 2. Rehabilitasi jalan yang rusak 3. Pengadaan papan penunjuk arah menuju lokasi Taman Bunga Mekar Asih	Pengunjung merasakan perjalanan yang baik menuju Taman Bunga Mekar Asih
3.	Mengadakan berbagai jenis event bekerjasama dengan berbagai pihak.	Festival bunga	Melakukan kerjasama dengan ibu-ibu PKK untuk pengadaan bunga yang akan di pamerkan melalui festival bunga	Menarik minat pengunjung untuk datang ke Taman Bunga Mekar Asih
		Foto terbaik	Melakukan kerjasama dengan Karang Taruna setempat untuk mengadakan kegiatan lomba foto terbaik dengan teman Taman Bunga Mekar Asih	

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian ini, maka dalam pengembangan Taman Bunga Mekar Asih strategi yang tepat untuk diterapkan oleh Taman Bunga Mekar Asih adalah strategi S-O (Strenghts – Opportunities), maka perlu dilakukan penambahan fasilitas yang dapat menerima pesanan konsumen lebih banyak lagi dan melakukan pengembangan objek–objek wisata baru yang lebih inovatif, bekerja sama dengan investor, serta pelaku penting pasar untuk mendapatkan ruang di pasar, dan mengadakan berbagai jenis event yang berbeda bekerjasama dengan berbagai pihak.

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian ini, maka saran yang dapat disampaikan kepada Taman Bunga Mekar Asih dengan mengacu pada kesimpulan di atas adalah sebagai berikut :

1. Taman Bunga Mekar Asih hendaknya menjaga dan mempertahankan potensi yang dimiliki dengan cara menerapkan strategi yang mendukung pengembangan produk dan penetrasi pasar sehingga dapat bersaing dengan usaha wisata sejenis lainnya.

2. Taman Bunga Mekar Asih hendaknya melakukan penambahan fasilitas penunjang lainya bagi pengunjung sehingga mereka tidak merasa bosan untuk berkunjung. Fasilitas penunjang tersebut dapat berupa penginapan, *Camping Ground*, Paket foto prewedding, Bursa bunga, Mengadakan pelatihan pembibitan bunga, serta menyediakan jasa penataan taman atau *landscaping.*

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, D. 2017. *Analisis Hubungan Komplementer dan Kompetisi Antar Destinasi Pariwisata (Studi Kasus: 10 Destinasi Pariwisata Prioritas Di Indonesia)*. J. Kebijakan Ekonomi. 12 (2): 224-252.

Budiarti, S. D. 2013. *Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat pada Usahatani Terpadu Guna Meningkatkan Kesejahteraan Petani dan Keberlanjutan Sistem Pertanian*. J. Ilmu Pertanian Indonesia. 18 (3): 200-207. Journal.ipb.ac.id. Diakses Tanggal 14 Mei 2016.

Dinas Pariwisata Daerah Sulawesi Tengah. 2019. *Statistik Kepariwisataan 2019*. Sulawesi Tengah : Dinas Pariwisata.

Ernaldi, M. 2010. *Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata Perkebunan Teh Gunung Mas Ptpn Viii Bogor, Jawa Barat.* Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Fadlil, M., Sumekar, W., Mardyanigsih, D. 2019. *Strategi Pengembangan Agrowisata Berbasis Bunga Krisan di Taman Bunga Celosia, Desa Candi, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang*. J. Ekonomi Pertanian dan Agribisnis. 4 (1): 39-50. Jepa.ub.ac.id, Diakses Tanggal 20 Juni 2020.

Herlita, R.K. 2008. *Analisis Preferensi dan Perilaku Pengunjung Wisata Agro Gunung Mas Cisarua Bogor*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LPEM-FEBUI. 2018. *Laporan Akhir Kajian Dampak Sektor Pariwisata Terhadap Sektor Perekonomian Indonesia.* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia. Jakarta.

Palit, I.G. 2017. *Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan.* J. Agri-SosioEkonomi Unsrat. 13 (2A): 21-34.

Rangkuti, F. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.

Rangkuti, F. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.

Rangkuti, F. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI.* PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.

Rangkuti, F. 2018. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Cetakan Keduapuluh Empat.* PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.

Ratu, Cristina., dan I Made Adikampana. 2016. *Strategi Pemasaran Desa Wisata Blimbingan Kabupaten Jembrana.* J. Destinasi Pariwisata. 4 (1): 60-67.

Septio, A, dan Karyani, T. 2020. *Potensi dan Strategi Pengembangan Kampung Flory sebagai Kawasan Wisata Berbasis Masyarakat.* J. Agroland. 27 (1): 45-59. Diakses pada Tanggal 29 September 2020.

Sudarso. 2016. *Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah dan Pengembangan Masyarakat di Parigi Moutong.* J. Masyarakat, Kebudayaan dan Politik. 29 (3): 159-166. e-jurnal.unair.ac.id. Diakses pada Tanggal 17 Agustus 2020.