

# STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA PALOH NAGA (STUDI KASUS: AGROWISATA PALOH NAGA DESA DENAI LAMA KECAMATAN PANTAI LABU KABUPATEN DELI SERDANG)

ABI BAKRIN DURLEE<sup>1</sup>, GUSTINA SIREGAR<sup>2</sup>, IRA APRIYANTI<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Pertanian,<sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Jl. Kapten Muchtar Basri No.3,  
Glugur Darat II, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20238)

[abibakrinburlee@gmail.com](mailto:abibakrinburlee@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pengembangan Agrowisata Paloh Naga pada Agrowisata Paloh Naga Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu pada bulan juli 2020 sampai bulan November 2020. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif untuk mengetahui pendapatan yang diterima Agrowisata Paloh Naga dan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) untuk melihat lingkungan internal yaitu kekuatan dan kelemahan serta lingkungan eksternal yaitu peluang dan ancaman Agrowisata Paloh Naga kemudian dirumuskanlah formulasi strategi Agrowisata Paloh Naga serta dilakukan analisis QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) untuk menentukan strategi prioritas yang menjadi masukan bagi Agrowisata Paloh Naga untuk diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan keuntungan bersih yang diterima oleh pengurus Agrowisata sebesar RP 84,500,000 pertahun, serta berbagai strategi alternatif Agrowisata Paloh Naga S-O Melakukan pengembangan Agrowisata dengan mengganti cara mengolahan lahan padi dengan menggunakan kerbau dan menambah spot foto yang beragam, Strategi S-T seperti lebih menampilkan keunikan ciri khas dari Paloh Naga, Strategi W-O seperti optimalisasi Agrowisata dengan terus melakukan pengembangan serta penguatan usaha dari Agrowisata itu, Startegi W-T yaitu lebih dikembangkan lagi potensi daerah wisata agar pengunjung tidak hanya menikmati Paloh Naga. Startegi yang menjadi prioritas untuk diterapkan adalah strategi W-O yaitu melakukan perbaikan dengan melengkapi sarana umum seperti membangun toilet dan musholla.

**Kata Kunci:** Agrowisata, Pendapatan, Pengembangan, Strategi.

**PALOH NAGA AGROWISATA DEVELOPMENT STRATEGY  
(CASE STUDY: PALOH NAGA AGROWISATA, DENAI  
LAMA VILLAGE, KECAMATAN PANTAI LABU,  
DELI SERDANG DISTRICT)ABSTRAK**

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the development strategy of Paloh Naga Agrotourism in Paloh Naga Agro Tourism, Denai Lama Village, Pantai Labu District from July 2020 to November 2020. This research uses descriptive analysis methods to determine the income received by Paloh Naga Agro Tourism and SWOT analysis (Strengths, Weaknesses , Opportunities, and Threats) to see the internal environment, namely the strengths and weaknesses and the external environment, namely the opportunities and threats of Paloh Naga Agrotourism, then the Paloh Naga Agrotourism strategy formulation and QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) analysis were carried out to determine priority strategies that became input for Agro-tourism Paloh Naga to apply. The results showed that the net profit received by the agro-tourism management was IDR 84,500,000 per year, as well as various alternative strategies for Paloh Naga SO Agro-tourism. from Paloh Naga, WO strategies such as optimizing agro-tourism by continuing to develop and strengthen the business of agro-tourism, WT's strategy, which is to further develop the potential of tourist areas so that visitors don't just enjoy Paloh Naga. The priority strategy to be implemented is the W-O strategy, namely making improvements by completing public facilities such as building toilets and prayer rooms.*

**Keywords:** *Agro-tourism, Income, Development, Strategy.*

## PENDAHULUAN

Kebutuhan manusia bukan hanya mencakup sandang, pangan, dan papan. Kebutuhan manusia sangat beraneka ragam seperti halnya kebutuhan mendapat pendidikan, kebutuhan mendapatkan pelayanan kesehatan, kebutuhan rasa aman, kebutuhan hiburan dan masih banyak lagi. Dalam memenuhi kebutuhan manusia akan hiburan, jarak bukanlah masalah yang terpenting adalah eksistensi. Perkembangan sarana dan prasarana pada saat ini memudahkan setiap orang untuk mendapatkan hiburan. Dengan perkembangan sarana dan prasarana tersebut, maka berkembang pula sektor pariwisata untuk dijadikan tempat liburan.

Pada zaman sekarang ini dengan banyaknya aktifitas yang dilakukan oleh manusia, membuat mereka merasa jenuh. Beragam hal yang dilakukan oleh manusia agar tidak jenuh, contohnya yaitu dengan liburan. Biasanya liburan tersebut didapat melalui aktifitas berwisata. Saat ini keseringan atau pemenuhan kebutuhan manusia untuk melakukan aktifitas wisata lumayan sangat tinggi. Pariwisata di Indonesia merupakan sektor ekonomi penting. Berdasarkan data tahun 2016, jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia saja sebesar 11.525.963 juta lebih atau tumbuh sebesar 10.79% dari tahun sebelumnya.

Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia menyimpan potensi sumber daya pariwisata yang sangat besar dan beragam untuk dapat dikembangkan menjadi destinasi dan menjadi destinasi yang menarik dan menjadi tujuan utama bagi wisatawan. Destinasi tersebut dibagi menjadi beberapa jenis yaitu: wisata kebun binatang, wisata tirta, agrowisata, wisata budaya ataupun wisata alam. Kontribusi dari sektor

pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia yang paling besar terjadi pada tahun 2015 yakni sebesar 4.31 persen. Sedangkan yang paling rendah adalah tahun 2012 dengan kontribusi sebesar 3,96 persen.<sup>1</sup>

Agrowisata sebagai salah satu bisnis di bidang pertanian memanfaatkan bidang pertanian yang di tata secara menarik menjadi sebuah wisata dengan menekankan penjualan jasa kepada konsumen. Bentuk jasa tersebut dapat berupa keindahan, ketentraman, dan pendidikan. Pengembangan usaha agrowisata membutuhkan manajemen yang bagus untuk mengembangkan agrowisata yang harus memperhatikan sub sistem yang ada, yaitu diantara ketersediaan sarana dan prasarana wisata, objek yang dijual, promosi dan pelayanannya.

Paloh Naga merupakan kawasan agrowisata yang cukup terkenal. Kawasan ini berada di Kabupaten Deli Serdang Kecamatan Pantai Labu. Agrowisata tersebut merupakan tempat rekreasi untuk menikmati panorama hamparan sawah, Penataan jalan bambu dan joglo yang berada di atas sawah dapat menjadi tempat untuk bersantai dan mengabdikan keindahan panorama sawah tersebut melalui handphone.

Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Agrowisata Paloh naga yang cukup ramai saat menjelang sore berjumlah 10 orang lebih. Pada akhir pekan jumlah wisatawan yang berkunjung akan mengalami peningkatan yang berkisar 50 orang lebih dari hari biasanya. Hal tersebut dikarenakan dari pihak desa selalu melakukan perbaikan serta pengembangan untuk tetap meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung. Tetapi dengan banyaknya hambatan serta rintangan, usaha untuk mengembangkan Agrowisata Paloh

Naga masih belum berjalan dengan maksimal.

Banyaknya pesaing dalam bidang wisata disekitar kawasan tersebut membuat Agrowisata Paloh Naga harus konsisten untuk mengatur strategi dalam pengembangan usahanya. Desa tempat agrowisata tersebut sudah dikenal dengan julukan desa wisata. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis sangat tertarik untuk mengadakan penelitian skripsi yang berhubungan dengan agrowisata dengan judul penelitian "**Strategi Pengembangan Agrowisata Paloh Naga (Studi Kasus: Agrowisata Paloh Naga Desa Denai lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang**".

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui pendapatan yang dihasilkan dari Agrowisata Paloh Naga dalam setahun. (2) Untuk menentukan apa yang menjadi faktor internal dan eksternal dalam pengembangan Agrowisata Paloh Naga di daerah penelitian. (3) Untuk menentukan strategi apa yang tepat dalam pengembangan Agrowisata Paloh Naga di daerah penelitian.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat (1) Sebagai salah satu informasi bagi yang ingin mengetahui bagaimana Strategi Pengembangan Agrowisata Paloh Naga di Agrowisata Paloh Naga Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang. (2) Sebagai langkah awal peneliti untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah dipelajari selama menduduki perkuliahan. (3) Sebagai bahan masukan Strategi Pengembangan Agrowisata Paloh Naga di Agrowisata Paloh Naga Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang. (4) Sebagai referensi atau rujukan untuk penelitian selanjutnya.

## **METODE**

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (case study) yaitu penelitian yang dilakukan berdasarkan atas kejadian atau fenomena yang terjadi pada Agrowisata Paloh Naga desa Denai Lama.

### **Metode Penentuan Lokasi**

Pelaksanaan penelitian ini berada di Agrowisata Paloh Naga Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja karena berdasarkan pertimbangan bahwasannya Agrowisata Paloh Naga merupakan wisata yang masih berkembang dan lumayan terkenal di Daerah Deli Serdang ataupun sekitarnya.

### **Metode Penarikan Sampel**

pemilihan sampel responden pengelola tempat wisata menggunakan pendekatan key responden yaitu teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memilih sampel responden yang benar-benar mengetahui masalah Agrowisata. Jumlah responden telah ditentukan dengan menggunakan metode Key responden sebelumnya yaitu sebanyak 12 orang responden.

### **Metode Pengumpulan Data**

Data yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara serta observasi langsung terhadap instansi yang terkait dengan Agrowisata Paloh Naga sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui studi literatur dan buku-buku lainnya yang berkaitan dengan pembahasan penelitian, serta laporan tertulis dari pihak desa ataupun instansi lainnya yang terkait data ataupun dokumen yang sesuai dengan pembahasan penelitian ini. Adapun sumber lain diperoleh melalui majalah, jurnal, koran maupun internet ataupun sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

### **Metode Analisis Data**

Permasalahan penelitian dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui keuntungan dari Agrowisata Paloh Naga kemudian melakukan analisis SWOT dan analisis QSPM untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dengan menggunakan analisis SWOT dan Matrik QSPM.

#### **Matrik SWOT**

Dalam mengidentifikasi dan merumuskan strategi pemasaran usaha industri tahu tersebut penulis memilih menggunakan alat analisa, yaitu SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal Strengths dan Weaknesses serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats dihadapi dunia bisnis,<sup>2</sup> yang menghasilkan 4 strategi :

1. Strategi SO (kekuatan internal & kesempatan eksternal) Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal. Organisasi pada umumnya akan menjalankan strategi WO, ST, atau WT agar dapat mencapai situasi dimana mereka dapat menerapkan strategi SO. Ketika suatu perusahaan memiliki kelemahan utama, ia akan berusaha mengatasinya dan menjadikan kekuatan. Ketika sebuah organisasi menghadapi ancaman, ia akan berusaha menghindarinya untuk berkonsentrasi pada peluang.
2. Strategi WO (kelemahan internal & kesempatan eksternal) Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Kadang-kadang terdapat peluang eksternal kunci tetapi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghambatnya untuk mengeksploitasi peluang tersebut.
3. Strategi ST (kekuatan internal & ancaman eksternal) Strategi ST menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi pengaruh dari ancaman eksternal. Ini tidak berarti bahwa organisasi yang kuat harus selalu menghadapi ancaman di lingkungan eksternalnya.
4. Strategi WT (kelemahan internal & ancaman eksternal) Strategi WT adalah taktik defensif yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Sebuah organisasi menghadapi berbagai ancaman eksternal dan kelemahan internal akan berada pada posisi yang tidak aman. Kenyataannya, perusahaan seperti itu mungkin harus berusaha bertahan hidup, bergabung, mengurangi ukuran, mendeklarasikan kebangkrutan, atau memilih likuidasi.

#### Tahapan Pembuatan Matrik SWOT:

1. Buat daftar peluang eksternal organisasi
2. Buat daftar ancaman eksternal organisasi
3. Buat daftar kekuatan kunci internal organisasi
4. Buat daftar kelemahan kunci internal organisasi
5. Cocokkan kekuatan-kekuatan internal dengan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya pada sel strategi SO
6. Cocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya pada sel strategi WO
7. Cocokkan kekuatan-kekuatan internal dengan ancaman-ancaman eksternal dan catat hasilnya pada sel strategi ST
8. Cocokkan kelemahan-kelemahan internal dan ancaman-ancaman eksternal

dan catat hasilnya pada sel strategi WT.

Hasil dari matrik SWOT ini sendiri diharapkan dapat memberikan beberapa alternatif strategi pemasaran yang dapat dipilih oleh pihak manajemen perusahaan agar tujuan awal dari organisasi tercapai dan kegiatan perusahaan dapat memberikan hasil yang maksimal. Dalam perumusan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan diperlukan diskusi lebih mendalam dengan pihak perusahaan sehingga dilakukan Tanya jawab secara iterative. Diskusi yang dilakukan dengan perusahaan bertujuan agar dalam penelitian ini dapat merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi perusahaan. Pertimbangan perusahaan dan hasil analisis penelitian akan menjadi acuan utama dalam pembuatan matriks SWOT ini.

#### **Metode Perbandingan Berpasangan**

Tahap-tahap untuk melakukan metode perbandingan berpasangan untuk melakukan pembobotan adalah sebagai berikut :

1) Langkah awal yang dilakukan adalah mengidentifikasi daftar faktor-faktor utama yang mempunyai dampak penting untuk aspek internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) perusahaan. Identifikasi faktor internal dengan mendaftarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi, dalam penyajiannya, daftar kekuatan terlebih dahulu ditulis, kemudian daftar kelemahan. Daftar harus spesifik menggunakan persentase, rasio atau angka perbandingan. Data bersifat eksternal berasal dari wawancara atau kuesioner dengan pihak yang mengetahui keadaan perusahaan. Identifikasi faktor eksternal organisasi dilakukan dengan mendaftarkan peluang dan ancaman yang dimiliki organisasi.

Hasil kedua identifikasi faktor-faktor tersebut sebagai faktor penentu eksternal dan internal yang akan diberikan bobot.

2) Penentuan bobot dilakukan dengan jalan mengajukan identifikasi faktor strategis internal dan eksternal kepada pihak manajemen perusahaan dengan menggunakan metode paired comparison atau metode perbandingan berpasangan.<sup>3</sup>

Untuk menentukan bobot setiap variabel digunakan skala 1, 2 dan 3. Skala yang digunakan untuk pengisian kolom adalah :

- 1: jika indikator horisontal kurang penting daripada indikator vertikal
- 2: jika indikator horisontal sama penting dibandingkan indikator vertikal
- 3: jika indikator horisontal lebih penting dibanding indikator vertikal.

Bobot setiap faktor diperoleh dengan menentukan nilai setiap faktor terhadap jumlah nilai keseluruhan faktor. Bobot yang diberikan pada setiap faktor berada pada kisaran 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (paling penting). Faktor-faktor yang dianggap mempunyai pengaruh terbesar pada prestasi perusahaan diberi bobot tertinggi, tanpa mempedulikan apakah faktor tersebut kunci kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman. Bobot setiap variabel diperoleh dengan menentukan nilai setiap variabel terhadap jumlah nilai keseluruhan variabel dengan menggunakan rumus : 
$$A_i = \frac{x_i}{\sum_{i=1}^n x_i}$$

dimana :  $A_i$  = bobot variabel ke-i

$n$  = jumlah variabel

$i = 1, 2, 3, \dots, n$

$X_i$  = nilai variabel ke-i

Total bobot yang diberikan sama dengan 1,0.<sup>4</sup>

#### **Matriks QSPM**

Analisis Matrik QSPM  
(Quantitative Strategic Planning)

Matrix) Setelah mengembangkan sejumlah alternatif strategi, perusahaan harus mampu mengevaluasi dan kemudian memilih strategi yang terbaik dan paling cocok dengan kondisi internal perusahaan serta lingkungan eksternal. Penggunaan QSPM dapat dilihat pada Tabel. Ada enam langkah yang harus diikuti untuk membuat matrik QSPM yaitu :

- 1) Menyusun daftar kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang sama dengan matrik SWOT.
- 2) Memberikan bobot untuk masing-masing kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dilakukan pada metode perbandingan berpasangan.
- 3) Menyusun alternatif strategi yang akan dievaluasi.
- 4) Menetapkan nilai daya tarik (Attractiveness Scores - AS) yang berkisar antara 1 sampai 4. Nilai 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, 4 = sangat menarik. Bila tidak ada pengaruhnya terhadap alternatif strategi yang sedang dipertimbangkan tidak diberikan nilai (AS).
- 5) Menghitung total nilai daya tarik (Total Attractiveness Scores – TAS), kemudian mengalikan bobot dengan nilai daya tarik (AS).
- 6) Menghitung jumlah total nilai daya tarik (TAS). Alternatif strategi yang memiliki nilai total terbesar merupakan strategi yang paling baik.

Besaran total nilai dalam QSPM matrik inilah yang menjadi informasi kuantitatif yang menjadi dasar bagi perumusan strategi pengembangan. Rumus strategi dengan demikian menjadi rumusan hasil akhir dari penelitian ini.

## HASIL

### Pendapatan Agrowisata Paloh Naga

Tingkat pendapatan dapat dilihat dari maju atau tidaknya suatu daerah. Bila pendapatan di daerah tersebut sangat rendah maka kemajuan daerah dan kesejahteraan masyarakat di daerah tersebut akan rendah pula. Penerimaan total yaitu jumlah seluruh penerimaan perusahaan dari hasil penjualan sejumlah produk (barang yang dihasilkan).<sup>5</sup> Demikian pula sebaliknya bila pendapatan masyarakat suatu daerah relatif tinggi, maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah tersebut akan tinggi pula. Salah satu usaha yang mampu meningkatkan pendapatan masyarakatnya ialah dengan membuat Agrowisata. Seperti halnya Desa Denai Lama dengan Agrowisata Paloh Naganya.

Pendapatan yang diterima oleh paloh naga dapat dilihat dari wisatawan yang berkunjung ke paloh naga. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke paloh naga sebagai berikut :

Tabel 5. Jumlah pengunjung Agrowisata Paloh Naga

Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	4,000
Febuari	1,200
Maret	1,200
April	4,000
Mei	4,000
Juni	4,000
Juli	4,000
Agustus	1,200
September	1,200
Oktober	4,000
November	4,000
Desember	9,000
<b>Total</b>	<b>41,800 orang</b>

Dari data pengunjung dapat disimpulkan jumlah pengunjung berkisar 41,800 orang. Pengunjung hanya dikenakan untuk biaya parkir sebesar 5000 rupiah perkendaraan dengan biaya yang dikeluarkan

untuk Agrowisata sebesar 20,000,000. Maka dapat dihitung keuntungan yang diterima pengurus Agrowisata sebagai berikut :

**Rumus :**

$$\text{Keuntungan} = \text{Pendapatan} - \text{Beban usaha}$$

**Keterangan**

Pendapatan : 104,500,000

Beban usaha : 20,000,000

**Jawaban**

Keuntungan : 104,000,000 – 20,000,000

: 84,500,000

pertahun

Dari perhitungan tersebut dapat dijelaskan bahwa keuntungan bersih yang diterima oleh pengurus Agrowisata sebesar 84,000,000 pertahun, dengan jumlah pengunjung sebesar 41,800 orang, yang dibagi 2 lalu dikalikan dengan biaya parkir sebesar 5000, dengan hasil 104,000,000, kemudian dikurangi dengan biaya yang

Tabel 6. Kekuatan Dan Kelemahan “Agrowisata Paloh Naga”

	Kekuatan	Kelemahan
<b>Faktor Internal Agrowisata Paloh Naga</b>	<p>A. Kondisi agrowisata menarik</p> <p>B. Lokasi strategis</p> <p>C. Biaya masuk murah</p> <p>D. Sering mengadakan kegiatan masyarakat</p> <p>E. Agrowisata sangat luas</p> <p>F. SDM sangat Memadai</p> <p>G. Paloh Naga menjadi cerita rakyat</p>	<p>A. Tidak ada sarana umum</p> <p>B. Agrowisata masih dalam tahap pengembangan</p> <p>C. Ketika padi di panen dapat mempengaruhi keindahan agrowisata</p>

**Analisi Lingkungan Eksternal Strategi “Agrowisata Paloh Naga”**

Analisis lingkungan eksternal bertujuan untuk mengevaluasi keadaan serta kejadian yang mempengaruhi perusahaan dari luar.

dikeluarkan untuk Agrowisata Paloh Naga sebesar 20,000,000 pertahun. Dari hal tersebut dapat dikatakan keuntungan dari Agrowisata ini sangat menguntungkan. Dengan adanya Agrowisata dapat sedikit membantu meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar yang berjualan makanan, minuman, bensin dan hal lainnya.

**Analisis Lingkungan Internal Strategi “Agrowisata Paloh naga”**

Analisis lingkungan internal merupakan tahap untuk mengetahui kekuatan serta kelemahan yang dimiliki oleh “Agrowisata Paloh Naga” dalam menghadapi persaingan. Lingkungan internal dapat diamati dengan pendekatan secara langsung melalui tanya jawab dan observasi atau pengamatan langsung.

**Identifikasi Kekuatan Dan Kelemahan**

Berdasarkan Faktor Internal Agrowisata.

Analisis terhadap lingkungan eksternal adalah tahap untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan.

**Identifikasi Peluang Dan Ancaman**

Tabel 7. Peluang dan ancaman “Agrowisata Paloh Naga” berdasarkan faktor internal Agrowisata.

	<b>Peluang</b>	<b>Ancaman</b>
<b>Faktor Eksternal Agrowisata Paloh Naga</b>	A. Sesuai dengan kebijakan Pemerintah yang dikeluarkan B. Pengunjung selalu ada setiap hari C. Sesuai dengan kebudayaan manusia akan liburan	A. Pesaing yang sama B. Minat pengunjung untuk datang kembali

Tabel 8. Pemberian bobot dan rating Agrowisata Paloh Naga

<b>Faktor Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Ranting</b>	<b>Bobot x Ranting</b>
<b>Kekuatan:</b>			
1. Lokasi agrowisata menarik	0,09	3,25	0,29
2. Lokasi strategis	0,08	3,17	0,25
3. Biaya masuk murah	0,09	3,75	0,33
4. Sering mengadakan kegiatan masyarakat	0,08	2,83	0,23
5. Agrowisata sangat luas	0,07	3,25	0,23
6. SDM sangat memadai	0,17	2,91	0,49
7. Paloh Naga menjadi cerita rakyat	0,10	3,16	0,32
<b>Subtotal</b>	<b>0,68</b>	<b>22,32</b>	<b>2,14</b>
<b>Kelemahan:</b>			
1. Tidak tersedia sarana umum	0,15	1,58	0,24
2. Agrowisata masih tahap pengembangan	0,09	1,5	0,13
3. Ketika padi dipanen dapat mempengaruhi keindahan Agrowisata	0,08	1,75	0,14
<b>Subtotal</b>	<b>0,32</b>	<b>4,83</b>	<b>0,51</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>	<b>27,15</b>	<b>2,65</b>
<b>Faktor Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Ranting</b>	<b>Bobot x Ranting</b>
<b>Peluang:</b>			
1. Sesuai dengan kebijakan pemerintah yang dikeluarkan	0,21	2,83	0,59
2. Pengunjung selalu ada setiap hari	0,14	3	0,42
3. Sesuai dengan kebudayaan manusia akan liburan	0,16	3	0,48
<b>Subtotal</b>	<b>0,51</b>	<b>8,83</b>	<b>1,49</b>

<b>Ancaman:</b>			
1. Pesaing yang sama	0,29	1,41	0,41
2. Minat pengunjung untuk datang kembali	0,20	2,16	0,43
<b>Subtotal</b>	<b>0,49</b>	<b>3,57</b>	<b>0,84</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>	<b>12,4</b>	<b>2,33</b>

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Dari hasil analisis Tabel 8 Matriks faktor internal mempunyai total nilai skor 2,65. Sedangkan Matriks faktor eksternal mempunyai total nilai skor 2,33. Selanjutnya untuk nilai skor dari masing-masing faktor, kekuatan: 2,14, kelemahan: 0,51, peluang: 1,49 dan ancaman: 0,84. Maka dapat diketahui antara nilai kekuatan berada diatas kelemahan dengan selisih (+) 1,63 dan nilai peluang berada diatas ancaman dengan selisih (+) 0,65.

#### **Formulasi Strategi Pengembangan Agrowisata Paloh Naga**

Berdasarkan dari hasil identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, maka dapat disusun matriks SWOT. Formulasi matriks SWOT akan memberikan berbagai alternatif strategi diantaranya strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O dan strategi W-T. Dalam perumusan matriks SWOT yang dilakukan untuk Agrowisata Paloh Naga juga harus dapat merumuskan strategi yang dapat diterapkan kedalam usaha Agrowisata. Analisis strategi pengembangan yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan strategi pengembangan bagi Agrowisata Paloh Naga dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi.

Dalam analisis SWOT yang dibuat ini terdapat beberapa strategi yang efektif untuk dijalankan yang belum pernah dilakukan oleh Agrowisata Paloh Naga. Perumusan alternatif strategi dibuat berdasarkan

persetujuan dan wawancara dengan pimpinan daerah, pengurus Agrowisata dan warga setempat Agrowisata Paloh Naga. sehingga alternatif strategi yang dirumuskan dalam matriks SWOT merupakan alternatif strategi yang sesuai dengan kondisi perusahaan saat ini.

#### **Strategi S-O (Strength-Opportunities)**

Strategi S-O adalah strategi yang dimiliki oleh perusahaan untuk dapat meraih peluang guna memaksimalkan keuntungan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Kekuatan yang menjadi pertimbangan dalam analisis strategi S-O adalah kondisi menarik, lokasi strategis, biaya masuk murah, sering mengadakan kegiatan masyarakat, Agrowisata yang luas, SDM sangat memadai dan Paloh Naga menjadi cerita rakyat. Sementara peluang yang dapat dimanfaatkan adalah sesuai dengan kebijakan Pemerintah yang dikeluarkan, jumlah pengunjung selalu ada setiap hari, sesuai dengan kebudayaan manusia akan liburan. Strategi S-O yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk Agrowisata Paloh Naga adalah melakukan pengembangan agrowisata dengan mengganti cara pengolahan lahan sawah dengan menggunakan kerbau dan menambah spot foto yang beragam supaya pengunjung yang datang bisa mengabadikannya lewat Handphone.

Terus menerus melakukan peningkatan promosi untuk agrowisata dengan melalui media

sosial. Kegiatan promosi dapat ditingkatkan melalui media sosial ataupun dengan memanfaatkan jaringan internet, seperti halnya dengan membuat berita tentang Paloh Naga atau menyiarkan lewat radio tentang Paloh Naga, dengan begitu maka akan semakin banyak orang yang akan mengetahui tentang Paloh Naga.

Sering melakukan kegiatan masyarakat yang mampu mendatangkan pihak dari pemerintah. Kegiatan masyarakat sangat banyak tentang pertanian seperti penyuluhan, panen raya atau kegiatan yang menguntungkan bagi masyarakat tersebut. jikalau kegiatan tersebut siklusnya kegiatan besar yang mampu mendatangkan Gubernur. Maka kegiatannya akan berakibat meningkatnya jumlah pengunjung sangat drastis ke Paloh Naga.

#### **Strategi W-O (Weakness-Opportunities)**

Strategi W-O adalah strategi menggunakan peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Agrowisata Paloh Naga adalah sesuai dengan kebijakan Pemerintah yang dikeluarkan, jumlah pengunjung selalu ada setiap hari, sesuai dengan kebudayaan manusia akan liburan. Kelemahan yang perlu di atasi adalah tidak ada sarana umum, agrowisata masih dalam tahap pengembangan, ketika padi di panen dapat mempengaruhi keindahan agrowisata. Strategi W-O yang dirumuskan dari analisis SWOT adalah optimalisasi Agrowisata dengan terus melakukan pengembangan serta penguatan usaha dari Agrowisata itu.

Melakukan perbaikan dengan melengkapi sarana umum seperti Mendirikan toilet umum di agrowisata agar tidak susah mencari tempat bagi pengunjung yang kebetul buang air. Membangun tempat ibadah

supaya pengunjung tetap bisa melakukan kewajibannya. Mendirikan aula umum untuk digunakan sebagai tempat kegiatan masyarakat. Lebih diperbanyak cakrok untuk tempat bersantai agar saat ramai pengunjung tidak ada pengununjung yang tidak kebagian tempat bersantai. Membangun pos parkir agar bisa menitipkan barang-barang pengunjung yang tak perlu dibawa.

Mempertahankan keberlangsungan Agrowisata dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki Paloh Naga dengan memberdayakan warga sekitar dengan di buatnya bumdes untuk menjalankan Agrowisata, sanggar lingkaran, dan rumah produksi. Mengeksploitasi sumber daya Agrowisata paloh naga dengan membuat berbagai objek yang bisa dinikmati pengunjung. Dengan adanya Agrowisata Paloh Naga bisa sedikit membantu meningkatkan pendapatan warga sekitar bagi yang berjualan.

#### **Strategi S-T (Strength-Threats)**

Strategi S-T adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghadapi ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Kekuatan yang digunakan dalam perumusan strategi S-T adalah kondisi menarik, lokasi strategis, biaya masuk murah, sering mengadakan kegiatan masyarakat, Agrowisata yang luas, SDM sangat memadai dan Paloh Naga menjadi cerita rakyat. Serta ancaman yang dihadapi adalah pesaing yang sama, minat pengunjung untuk datang kembali. Strategi S-T yang dirumuskan dari analisis SWOT untuk Agrowisata Paloh Naga adalah lebih menampilkan keunikan ciri khas dari Paloh Naga. Setiap tempat ataupun wisata yang kita datangi pasti ada satu hal yang akan diingat saat kita pulang kerumah, misalnya di Agrowisata Paloh Naga berasal dari

cerita rakyat. Penanaman padi di Agrowisata Paloh Naga masih menggunakan kerbau. Di Agrowisata Paloh Naga terdapat perpustakaan sawah. Dari hal tersebut dapat dikatakan Agrowisata Paloh Naga beda dengan Agrowisata padi sawah yang lain.

Melakukan pengembangan dengan mengikuti tren wisata sawah. Saat ini wisata padi sawah popularitasnya sedang tinggi. Hal tersebut disebabkan karena media sosial, banyak pengunjung yang menyukai keindahan yang ditawarkan oleh wisata sawah. Wisata sawah juga sangat cocok menjadi tempat liburan bagi masyarakat desa.

#### **Strategi W-T (Weakness-Threats)**

Strategi W-T merupakan strategi meminimalisasikan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghadapi ancaman yang akan dihadapi. Kelemahan yang harus di atasi oleh Agrowisata Paloh Naga adalah tidak ada sarana umum, agrowisata masih dalam tahap pengembangan, ketika padi di panen dapat mempengaruhi keindahan Agrowisata. Ancaman yang harus dihadapi adalah pesaing yang sama, minat pengunjung untuk datang kembali. Oleh karena itu strategi W-T yang dilakukan dari matriks SWOT adalah Lebih dikembangkan lagi objek lain wisata agar pengunjung tidak hanya menikmati Paloh Naga.

Menanam komoditi lain supaya keindahan Paloh Naga tetap ada dikala padi dipanen. Salah satu keindahan yang dipancarkan di wisata padi sawah adalah tanaman padi itu sendiri. jika tanaman padi itu sudah dipanen maka yang terlihat hanya lahan kosong saja. Maka dari itu perlu tanaman lain yang proses penanamannya berbeda dengan tanaman padi.

#### **Tahap Keputusan Strategi dalam Analisis Matriks QSPM**

Dalam membuat analisis QSPM diperlukan beberapa langkah seperti berikut ini: Membuat daftar kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dan memberikan bobot pada setiap variabel sesuai dengan hasil dari kuesioner yang telah diberikan kepada responden (Lampiran 4). Pembobotan untuk setiap variabel yang ada di lingkungan internal dan eksternal menggunakan metode perbandingan berpasangan. Nilai bobot diberi angka 1, 2, dan 3 dimana dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1: jika indikator horisontal kurang penting dari pada indikator vertikal
- 2: jika indikator horisontal sama penting dibandingkan indikator vertikal
- 3: jika indikator horisontal lebih penting dibanding indikator vertikal

Strategi dengan nilai (TAS) terbesar merupakan strategi prioritas yang cocok untuk direkomendasikan kepada Agrowisata Paloh Naga Berdasarkan dari hasil QSPM pada Lampiran 5 maka dapat dilihat hasil dari analisis matriks SWOT menghasilkan alternatif strategi yaitu strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O dan strategi W-T yang kemudian dihitung nilai daya tariknya berdasarkan pendapat dari responden. Penjabaran dari hasil strategi-strategi tersebut berdasarkan hasil analisis QSPM adalah sebagai berikut :

1. Melakukan perbaikan dengan melengkapi sarana umum seperti membangun toilet dan mushola ( TAS = 5,53 )
2. Optimalisasi Agrowisata dengan terus melakukan pengembangan serta penguatan usaha dari Agrowisata itu ( TAS = 5,45)
3. Terus menerus melakukan peningkatan promosi untuk Agrowisata melalui media sosial ( TAS =5,25)

4. melakukan pengembangan agrowisata dengan mengganti cara pengolahan lahan sawah dengan menggunakan kerbau dan menambah spot foto yang beragam ( TAS =5,16 )
5. Sering melakukan kegiatan masyarakat yang mampu mendatangkan pihak pemerintah ( TAS =5,03 )
6. Lebih dikembangkan lagi potensi daerah wisata agar pengunjung tidak hanya menikmati paloh naga ( TAS = 4,79 )
7. Mempertahankan keberlangsungan Agrowisata dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki Paloh Naga ( TAS = 4,61 )
8. Menanam komoditi lain supaya keindahan Paloh Naga tetap ada dikala padi dipanen ( TAS = 4,38 )
9. lebih menampilkan keunikan ciri khas dari Paloh Naga ( TAS = 4,25 )
10. melakukan pengembangan dengan mengikuti tren wisata sawah ( TAS = 3,95 )

Berdasarkan hasil analisis tersebut maka alternatif strategi yang menjadi prioritas Agrowisata Paloh Naga berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal yang dimilikinya adalah strategi W-O Melakukan perbaikan dengan melengkapi sarana umum seperti membangun musholla dan toilet.

#### **KESIMPULAN**

Berdasarkan dari hasil penelitian maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut: (1) keuntungan bersih yang diterima oleh pengurus Agrowisata sebesar RP 84,500,000 pertahun dengan jumlah pengunjung sebesar 41,800 orang. (2) Berdasarkan hasil analisis internal dan eksternal Agrowisata Paloh Naga menghasilkan beberapa serta berbagai strategi alternatif Agrowisata Paloh Naga S-O

Melakukan pengembangan Agrowisata dengan mengganti cara mengolah lahan padi dengan menggunakan kerbau dan menambah spot foto yang beragam, Strategi S-T seperti lebih menampilkan keunikan ciri khas dari Paloh Naga, Strategi W-O seperti optimalisasi Agrowisata dengan terus melakukan pengembangan serta penguatan usaha dari Agrowisata itu, Startegi W-T yaitu lebih dikembangkan lagi potensi daerah wisata agar pengunjung tidak hanya menikmati Paloh Naga. (3) Dari berbagai alternatif strategi yang dirumuskan ke matrik QSPM didapatkan hasil strategi dengan nilai TAS terbesar pada strategi W-O yaitu Melakukan perbaikan dengan melengkapi sarana umum seperti membangun musholla dan toilet.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

##### **a. Buku**

##### **b. Jurnal**

- Anggita, P.Y. 2019. *Pengaruh Sektor wisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia (Tesis)*. Surabaya: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Airlangga.
- Siregar, G., & Wati, L. (2015). *Strategi Pengembangan Usaha Tahu Rumah Tangga*. AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian, 19(1).
- Affandi, R., 2019. *Strategi Pengembangan Koperasi Serba Usaha Muara Baimbai (Skripsi)*. Medan: Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Dewi, A.T., 2018. *Analisis Strategi Pemasaran Bouquet Bunga (Skripsi)*. Medan: Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Apriyanti, I., & Manik, J. R. (2018). *Strategi Pemasaran Kelapa Sawit Melalui Pendekatan Analisis Structure Conduct And Performance (SCP) di Kabupaten Simalungun*. JASc (Journal

of Agribusiness Sciences),  
2(1), 9-17.