

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pariwisata

Pariwisata berasal dari Bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua kata yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* berarti “banyak” atau “berkeliling”, sedangkan *wisata* berarti “pergi” atau “bepergian”. Atas dasar itu, maka kata pariwisata seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain, yang dalam Bahasa Inggris disebut dengan kata *tour*, sedangkan untuk pengertian jamak, kata “kepariwisataan” dapat digunakan kata *tourisme* atau *tourism* [14].

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi penting dan strategis di masa depan. Identifikasi dan perencanaan pengembangan industri pariwisata perlu dilakukan secara lebih rinci dan matang. Pengembangan industri pariwisata ini diharapkan juga mampu menunjang upaya-upaya pelestarian alam, kekayaan hayati dan kekayaan budaya bangsa. Pengembangan agrowisata merupakan salah satu alternatif yang diharapkan mampu mendorong baik potensi ekonomi daerah maupun upaya-upaya pelestarian tersebut [15].

Pemanfaatan potensi sumber daya alam sering kali tidak dilakukan secara optimal dan cenderung eksploitatif. Kecenderungan ini perlu segera dibenahi salah satunya melalui pengembangan industri pariwisata dengan menata kembali berbagai potensi dan kekayaan alam dan hayati berbasis pada pengembangan kawasan secara terpadu. Potensi wisata alam, baik alami maupun buatan, belum dikembangkan secara baik dan menjadi andalan. Banyak potensi alam yang belum tergarap secara optimal. Pengembangan kawasan wisata alam dan agro mampu memberikan kontribusi pada pendapatan asli daerah, membuka peluang usaha dan kesempatan kerja serta sekaligus berfungsi menjaga dan melestarikan kekayaan alam dan hayati. Apalagi kebutuhan pasar wisata agro dan alam cukup besar dan menunjukkan peningkatan di seluruh dunia [15]

Pengembangan industri agrowisata seharusnya memegang peranan penting di masa depan, terlebih lagi Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki kekayaan sumber daya alam berlimpah. Pengembangan industri ini akan berdampak sangat luas dan signifikan dalam pengembangan ekonomi dan

upaya-upaya pelestarian sumber daya alam dan lingkungan. Melalui perencanaan dan pengembangan yang tepat, agrowisata dapat menjadi salah satu sektor penting dalam ekonomi daerah [15]. Wisata agro sebagai produk ini harus mampu memberikan wujud sapta pesona dalam rangka menarik minat wisatawan yaitu pertanian yang aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan mampu memberikan kenangan sebagai kompensasinya [16].

2.2 Tinjauan Terhadap Agrowisata

2.2.1 Pengertian Agrowisata

Agrowisata didefinisikan sebagai sebuah rangkaian kegiatan wisata dengan memanfaatkan potensi pertanian sebagai objek wisata, baik berupa panorama alam, kawasan pertaniannya, maupun keunikan dan keanekaragaman aktivitas produksi dan teknologi pertaniannya serta budaya masyarakat pertaniannya (holtikultura) [17]. Agrowisata terfokus kepada suatu jenis pariwisata yang khusus menjadikan hasil pertanian, peternakan, atau perkebunan sebagai daya tarik bagi wisatawan [1]. Pengertian agrowisata tersebut adalah pengertian yang sesuai dengan rumusan Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Pertanian dengan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi Nomor 204/KPTS/MK050/4/1989, yaitu suatu bentuk kegiatan pariwisata dengan tujuan untuk memperkuat pengetahuan, pengalaman, rekreasi dan hubungan usaha di bidang agro atau pertanian dalam arti luas yaitu meliputi tanaman pangan, perkebunan, kehutanan, peternakan, dan perikanan. Pengembangan agrowisata pada konsep universal dapat ditempuh melalui diversifikasi dan peningkatan kualitas sesuai dengan persyaratan yang diminta konsumen dan pasar global [18].

Usaha agro didefinisikan sebagai usaha pertanian dalam arti luas mencakup pertanian lahan kering, sawah, palawija, perkebunan, peternakan, kehutanan, pekarangan, tegalan, ladang [19]. Berbagai proses kegiatan mulai dari budi daya agro, prapanen, pascapanen, berupa pengolahan hasil hingga proses pemasaran dapat dijadikan obyek agrowisata. Agrowisata telah berhasil mempromosikan pembangunan perdesaan dan melindungi lingkungan karena agrowisata cenderung mengembangkan teknik yang lebih berkelanjutan yang berdampak positif terhadap keanekaragaman hayati, lanskap, dan sumber daya alam [20].

Agrowisata telah diberi batasan sebagai wisata yang memanfaatkan obyek-obyek pertanian. Tahapan agrowisata ini meliputi persiapan lahan, penanaman, pemeliharaan, pemanenan, pengolahan hasil panen sampai dengan bentuk siap dipasarkan dan wisatawan dapat membeli produk pertanian tersebut sebagai oleh-oleh. Secara umum, ruang lingkup dan potensi agrowisata yang dapat dikembangkan sebagai berikut [21]:

1. Kebun raya

Obyek wisata berupa kebun raya memiliki kekayaan berupa tanaman yang berasal dari berbagai spesies. Daya tarik yang dapat ditawarkan kepada wisatawan mencakup kekayaan flora yang ada, keindahan pemandangan, dan kesegaran udara yang memberikan rasa nyaman.

2. Perkebunan

Kegiatan usaha perkebunan meliputi perkebunan tanaman keras dan tanaman lainnya yang dilakukan oleh perkebunan besar swasta nasional ataupun asing, BUMN, dan perkebunan rakyat. Berbagai kegiatan obyek wisata perkebunan dapat berupa praproduksi (pembibitan), produksi, dan pascaproduksi (pengolahan dan pemasaran). Daya tarik perkebunan sebagai sumber daya wisata antara lain:

- a. Daya tarik historis dari perkebunan yang sudah diusahakan sejak lama
- b. Lokasi beberapa wilayah perkebunan yang terletak di pegunungan yang memberikan pemandangan indah serta berhawa segar
- c. Cara-cara tradisional dalam pola tanam, pemeliharaan, pengelolaan, dan prosesnya
- d. Perkembangan teknik pengelolaan yang ada
- e. Tanaman pangan dan hortikultur
- f. Lingkup kegiatan wisata tanaman pangan yang meliputi usaha tanaman padi dan palawija serta hortikultur yakni bunga, buah, sayur, dan jamujamuan.
- g. Berbagai proses kegiatan mulai dari prapanen, pascapanen berupa pengolahan hasil, sampai kegiatan pemasarannya dapat dijadikan obyek agrowisata.

3. Perikanan

Ruang lingkup kegiatan wisata perikanan dapat berupa kegiatan budi daya perikanan sampai proses pascapanen. Daya tarik perikanan sebagai sumber daya wisata di antaranya pola tradisional dalam perikanan serta kegiatan lain, misalnya memancing ikan.

4. Peternakan

Daya tarik peternakan sebagai sumber daya wisata antara lain pola beternak, cara tradisional dalam peternakan, serta budi daya hewan ternak.

Perpaduan antara keindahan alam, kehidupan masyarakat pedesaan, dan potensi pertanian, bilamana ditata secara baik dan ditangani secara serius dapat mengembangkan daya tarik wisata bagi satu daerah tujuan wisata. Agrowisata yang menghadirkan aneka tanaman dapat memberikan manfaat dalam perbaikan kualitas iklim mikro, menjaga siklus hidrologi, mengurangi erosi, melestarikan lingkungan, memberikan desain lingkungan yang estetis bila dikelola dan dirancang dengan baik [18]. Dengan berkembangnya agrowisata di satu daerah tujuan wisata akan memberikan manfaat untuk peningkatan pendapatan masyarakat dan pemerintah. Dengan kata lain bahwa fungsi pariwisata dapat dilakukan dengan fungsi budidaya pertanian dan pemukiman pedesaan dan sekaligus fungsi konservasi.

2.2.2 Daya Tarik dan Komponen Agrowisata

Daya Tarik Wisata seperti yang tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 [22] tentang Kepariwisata, adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Penentuan klasifikasi agrowisata didasari oleh konsepsi dan tujuan pengembangan agrowisata, jenis-jenis obyek agrowisata beserta daya tarik dari obyek tersebut. Daya tarik agrowisata terdiri dari komoditi usaha pertanian, peninggalan budaya pertanian, budaya masyarakat, keadaan alam, dan prospek investasi pada usaha pertanian tersebut. Daya tarik agrowisata merupakan salah satu unsur pokok yang harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan agrowisata di daerah tujuan wisata [23]. Berhasilnya suatu tempat wisata hingga tercapainya kawasan wisata sangat tergantung pada 3A yaitu atraksi (*attraction*), mudah dicapai (*accessibility*), dan fasilitas (*amenities*). [1].

1. Atraksi (*attraction*)

Atraksi merupakan daya tarik wisatawan untuk berlibur. Atraksi yang diidentifikasi (sumber daya alam, sumber daya manusia, budaya dan lainnya) perlu dikembangkan untuk menjadi atraksi wisata. Atraksi atau objek daya tarik wisata merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan hal yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata disebut modal atau sumber kepariwisataan [24]. Modal atraksi wisata untuk menarik wisatawan meliputi 1) *natural resources* (sumber daya alami) seperti gunung, pantai, danau, dan bukit; 2) atraksi budaya seperti arsitektur rumah tradisional, situs arkeologi, seni dan kerajinan, ritual, festival, kehidupan masyarakat sehari-hari, keramah-tamahan dan makanan; 3) atraksi buatan seperti olahraga, pusat perbelanjaan, pameran, konferensi dan lain-lain.

Atraksi wisata sangatlah beragam, tak terbatas pada hal-hal yang berhubungan dengan alam seperti pegunungan atau pantai, namun dapat pula berupa hal-hal yang diciptakan oleh manusia seperti pusat perbelanjaan atau *theme park*. Atraksi wisata juga tak terbatas pada lokasi atau *site attractions* seperti tempat-tempat bersejarah, tempat dengan iklim yang baik, pemandangan indah, namun juga termasuk *event attractions* seperti seperti pagelaran tari, pameran seni lukis, atau peristiwa lainnya). Secara umum, terdapat beberapa faktor yang dapat mendorong wisatawan untuk bersedia pergi mengunjungi lokasi wisata, yaitu [1]:

- Sesuatu untuk dilihat (*something to see*), umumnya merupakan alasan pertama bagi wisatawan untuk bersedia berkunjung ke lokasi wisata.
- Sesuatu untuk dilakukan (*something to do*), yaitu kegiatan atau fasilitas yang tersedia di lokasi wisata yang dapat membuat wisatawan merasa nyaman untuk melakukan beragam aktivitas di lokasi wisata.
- Sesuatu untuk dibeli (*something to buy*), yaitu suatu lokasi wisata perlu memiliki fasilitas untuk berbelanja souvenir atau hasil kerajinan sebagai oleh-oleh.

2. Aksesibilitas (*accessibility*)

Definisi dari aksesibilitas pariwisata dalam Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 [25] adalah semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari wilayah asal wisatawan ke destinasi pariwisata maupun pergerakan di dalam wilayah destinasi pariwisata dalam kaitan dengan motivasi kunjungan wisata. Pembangunan aksesibilitas pariwisata dapat meliputi:

- Penyediaan dan pengembangan sarana transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, angkutan udara, dan angkutan kereta api,
- Penyediaan dan pengembangan prasarana transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, angkutan udara, dan angkutan kereta api, dan
- Penyediaan dan pengembangan sistem transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, angkutan udara, dan angkutan kereta api.

Aksesibilitas juga merupakan salah satu faktor yang dapat menunjang tingkat kenyamanan berwisata bagi wisatawan [26]. Idealnya, keberadaan sarana dan prasarana aksesibilitas haruslah diletakkan pada lokasi yang tidak terlalu jauh dari lokasi amenities seperti akomodasi ataupun tempat makan. Selain itu, kemudahan untuk mengakses sarana dan prasarana serta kondisinya yang berkualitas baik juga dapat meningkatkan tingkat kenyamanan wisatawan.

3. Amenitas (*amenities*)

Amenitas merupakan serangkaian fasilitas untuk memenuhi kebutuhan akomodasi (tempat penginapan, penyediaan makanan dan minuman, tempat hiburan, tempat perbelanjaan dan lainnya). Kepuasan wisatawan menjadi acuan keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan. Kepuasan wisatawan merupakan salah satu indikator yang mempengaruhi loyalitas, semakin tinggi tingkat kepuasan maka loyalitas akan semakin tinggi. Sehingga dapat disimpulkan kepuasan wisatawan adalah perasaan senang atau puas setelah berkunjung ke suatu

destinasi wisata, semakin puas wisatawan dapat berdampak pada banyaknya jumlah wisatawan dan akan mempengaruhi pendapatan daerah. Terdapat berbagai referensi teori mengenai amenities yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. 1 Komponen Amenitas

Referensi	Komponen	Kesimpulan
Mill (2009)	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat Menginap • Makanan dan Minuman • Penunjang • Infrastruktur 	
Anom (2013)	<ul style="list-style-type: none"> • Rumah makan/restoran • Akomodasi • Bar • Transportasi • Biro perjalanan dan pemandu wisata • Atraksi wisata 	
Kurnia (2018)	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel • Atraksi wisata • Marina • Gedung pertunjukan • Fasilitas infrastruktur 	<ul style="list-style-type: none"> - Fasilitas Tempat Tinggal - Fasilitas Makanan dan minuman - Utilitas
Yoeti (2008)	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat menginap • Restoran • Air bersih • Hiburan • Keamanan • Rekreasi • Retail outlet • Olahraga 	<ul style="list-style-type: none"> - Fasilitas penunjang pariwisata (tempat rekreasi, rest area, tempat ibadah toko souvenir)
Robustin dkk (2018)	<ul style="list-style-type: none"> • Kebersihan • Keramahtamahan • Kesenangan • Transportasi • Fasilitas akomodasi • Fasilitas makan dan minum • Fasilitas pendukung lainnya 	
Nowacki (2013)	<ul style="list-style-type: none"> • Parkir • Makanan dan minuman • Toilet umum 	

Sumber: Stephanie Surya, 2020 [27]

Kesimpulan yang terdapat pada tabel diatas menunjukkan bahwa standar ketersediaan amenities yang harus ada pada sebuah destinasi tujuan wisata adalah fasilitas tempat menginap, tempat makan dan minuman, utilitas, fasilitas penunjang dan infrastruktur.

Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam menata agrowisata dikaitkan dengan kegiatan pariwisata, terdiri dari [23]:

- 1) Jenis tanaman yang khas dikembangkan.
- 2) Tanaman tersebut tidak saja untuk dilihat akan tetapi juga dapat dinikmati.
- 3) Tersedianya sarana penelitian.
- 4) Penataan areal tanaman perlu dilengkapi dengan jalan lingkungan/setapak dan sarana peneduh, menara pandang, dan papan informasi.
- 5) Tersedianya sarana parkir, tempat ibadah, tempat istirahat, dan sarana MCK (mandi, cuci, kakus).
- 6) Adanya program pemeliharaan dan pengembangan yang jelas.

2.2.3 Kriteria Kawasan Agrowisata

Kawasan agrowisata yang sudah berkembang memiliki kriteria-kriteria, karakter dan ciri-ciri yang dapat dikenali. Kawasan agrowisata merupakan suatu kawasan yang memiliki kriteria sebagai berikut [23]:

- Memiliki potensi atau basis kawasan di sektor agro, misalnya:
 - Sub sistem usaha pertanian primer (*on farm*) yang dapat berupa perkebunan.
 - Sub sistem industri pertanian yang antara lain terdiri industri pengolahan, kerajinan, pengemasan, dan pemasaran.
 - Sub sistem pelayanan yang menunjang kesinambungan dan daya dukung kawasan baik terhadap industri & layanan wisata maupun sektor agro.
- Adanya kegiatan masyarakat yang didominasi oleh kegiatan pertanian dan wisata dengan keterkaitan dan ketergantungan yang cukup tinggi. Kegiatan pertanian yang mendorong tumbuhnya industri pariwisata, dan sebaliknya kegiatan pariwisata yang memacu berkembangnya sektor agro.

- Adanya interaksi yang intensif dan saling mendukung bagi kegiatan agro dengan kegiatan pariwisata dalam kesatuan kawasan. Berbagai kegiatan dan produk wisata dapat dikembangkan secara berkelanjutan.

2.2.4 Cakupan Kawasan Agrowisata

Ruang lingkup atau cakupan kawasan agrowisata jika dilihat dari segi fungsi, dapat terdiri dari antara lain [15]:

1) Sub Sistem Lahan Budidaya

Kawasan lahan budidaya merupakan kawasan dimana produk-produk dihasilkan yang dapat berupa kawasan perkebunan. Kegiatan dalam kawasan ini antara lain pembibitan, budidaya dan pengelolaan. Pengembangan produk wisata pada sub sistem ini misalnya wisata kebun, wisata pendidikan, dan sebagainya.

2) Sub Sistem Pengolahan & Pemasaran

Pengolahan produk-produk dapat dilakukan di kawasan terpisah dengan kawasan lahan budidaya. Kawasan ini dapat terdiri dari kawasan industri pengolahan dan pemasaran. Pengembangan produk wisata pada sub sistem ini misalnya wisata belanja dan wisata pendidikan.

3) Sub Sistem Prasarana & Fasilitas Umum

Sub sistem ini merupakan sub sistem pendukung kawasan agrowisata. Prasarana dan Fasilitas Umum dapat terdiri dari pasar, kawasan perdagangan, transportasi dan akomodasi, fasilitas kesehatan serta layanan-layanan umum lainnya. Pengembangan fasilitas ini harus memperhatikan karakter dan nilai-nilai lokal tanpa meninggalkan unsur-unsur keamanan dan kenyamanan peminat agrowisata.

4) Interaksi antar Sub Sistem

Interaksi antar kawasan harus memperoleh perhatian yang serius misalnya kawasan cagar budaya, cagar alam, kawasan pemukiman, dan kawasan sentra industri. Interaksi keseluruhan kawasan harus mampu mendukung pengembangan industri wisata secara keseluruhan. Untuk itu diperlukan kesadaran kolektif yang kuat sesuai dengan semangat pelayanan untuk pengembangan industri agrowisata.

2.2.5 Manfaat Agrowisata

Wisata berbasis pertanian memang sedang banyak dibuka di Indonesia, keberadaan wisata agro dapat menjadi sumber pertumbuhan baru bagi daerah, sektor pertanian, dan ekonomi nasional [28]. Hal ini dapat dijadikan salah satu metode dalam diseminasi inovasi dan teknologi khususnya dalam dunia seputar pertanian. Secara umum, selain menjadi pilihan masyarakat dalam mengisi waktu libur, manfaat dari konsep agrowisata ini antara lain [29] :

- 1) Sebagai wahana untuk mendiseminasikan berbagai teknologi pertanian kepada masyarakat secara umum
- 2) Sebagai kegiatan dalam rangka memanfaatkan dan melestarikan lingkungan sekitar
- 3) Meningkatkan pendapatan petani dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar
- 4) Menambah nilai estetika pada lingkungan sekitar
- 5) Sebagai wahana edukasi dan merangsang kegiatan ilmiah

Manfaat agrowisata berdasarkan Sasarannya terbagi menjadi dua yaitu manfaat bagi petani lokal dan bagi pengunjung pertama manfaat dari agrowisata bagi petani local dapat dirinci sebagai berikut: 1) *Agriturism* dapat memunculkan peluang bagi petani lokal untuk meningkatkan pendapatan dan meningkatkan taraf hidup serta kelangsungan operasi mereka. 2) Menjadi sarana yang baik untuk mendidik orang banyak/masyarakat tentang pentingnya pertanian dan kontribusinya untuk perekonomian secara luas dan meningkatkan mutu hidup. 3) Mengurangi arus urbanisasi ke perkotaan karena masyarakat telah mampu mendapatkan pendapatan yang layak dari usahanya di desa (*agritourism*). 4) *Agritourism* dapat menjadi media promosi untuk produk lokal, dan membantu perkembangan regional dalam memasarkan usaha dan menciptakan nilai tambah dan “*direct marking*” merangsang kegiatan ekonomi dan memberikan manfaat kepada masyarakat di daerah dimana agrotourism dikembangkan, Sedangkan manfaat agrowisata bagi pengunjung adalah sebagai berikut: 1) Menjalin hubungan kekeluargaan dengan petani atau masyarakat lokal 2) Meningkatkan kesehatan dan kesegaran tubuh 3) Beristirahat dan menghilangkan kejenuhan 4) Mendapatkan petualangan yang mengagumkan 5) Mendapatkan makanan yang benar-benar alami

(*organic food*) 6) Mendapatkan suasana yang benar-benar berbeda 7) Biaya yang murah karena agrowisata relatif lebih murah dari wisata yang lainnya. Terdapat lima manfaat agrowisata bagi lingkungan [30] yaitu (a) meningkatkan konservasi lingkungan, (b) meningkatkan nilai estetika dan keindahan alam, (c) memberi nilai rekreasi, (d) meningkatkan kegiatan ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan, dan (e) mendapatkan keuntungan ekonomi.

2.3 Strategi Pengembangan Agrowisata

Strategi adalah suatu proses penentuan nilai pilihan dan pembuatan keputusan dalam pemanfaatan sumber daya yang menimbulkan suatu komitmen bagi organisasi yang bersangkutan kepada tindakan-tindakan yang mengarah pada masa depan [31]. Strategi juga merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya [32]. Suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada [33]. Proses analisis, perumusan, dan evaluasi strategi-strategi itu disebut perencanaan strategis. Tujuan utama perencanaan strategis adalah agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan internal. Dalam hal ini dapat dibedakan dengan jelas, fungsi manajemen, konsumen, distributor, dan pesaing. Jadi perencanaan strategis penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan yang optimal dari sumber daya yang ada [33]. Dengan pemahaman konsep strategi yang baik maka akan sangat mudah untuk menentukan antara konsep strategi dengan konsep-konsep lain yang berkaitan dan sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun.

Prinsip-prinsip pengembangan ekowisata/agrowisata berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 33 Tahun 2009 [34] pasal 3 diantaranya yaitu kesesuaian antara jenis dan karakteristik ekowisata/agrowisata, adanya usaha konservasi, ekonomis, bersifat edukasi, memberikan kepuasan dan pengalaman kepada pengunjung, adanya partisipasi masyarakat baik dalam kegiatan, perencanaan, pemanfaatan dan pengendalian ekowisata/agrowisata, serta mampu menampung kearifan lokal. Hal ini dibutuhkan peran serta masyarakat, dinas pariwisata, pemerintah atau instansi lainnya terkait perumusan strategi pengembangan

agrowisata. Adapun dalam perumusan strategi pengembangan agrowisata sebaiknya mengacu kepada tujuan, upaya pengembangan, dan prinsip-prinsip pengembangan sebagai berikut [15]:

1. Tujuan Pengembangan Agrowisata

Pariwisata diarahkan sebagai sektor andalan dan unggulan di luar migas diharapkan memberikan kontribusi yang besar peranannya sebagai penghasil devisa negara, mendorong pertumbuhan ekonomi nasional/daerah, pemberdayaan ekonomi masyarakat, memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha, meningkatkan pemasaran produk nasional, meningkatkan kesejahteraan, memelihara kepribadian bangsa, dan melestarikan fungsi dan mutu lingkungan hidup. Sebagai bagian dari pengembangan pariwisata bahwa tujuan pengembangan kawasan agrowisata adalah:

- a) Mendorong tumbuhnya visi jangka panjang pengembangan industri pariwisata, khususnya agrowisata, sebagai salah satu sarana peningkatan ekonomi dan pelestarian sumber daya alam masa depan.
- b) Memberikan kerangka dasar untuk perencanaan dan pengembangan agrowisata secara umum.
- c) Mendorong upaya-upaya untuk pengembangan industri wisata yang terpadu berbasis kawasan dan potensi-potensi kewilayahan, sosial, dan budaya daerah.

Perencanaan pengembangan kawasan agrowisata berbasis kawasan ini ditujukan untuk meningkatkan kegiatan Pemerintah Daerah, dunia usaha dan masyarakat umum, dimana sasaran yang hendak dicapai adalah:

- 1) Terwujudnya panduan awal bagi Pemerintah Daerah dalam perencanaan pengembangan kawasan agrowisata;
- 2) Terwujudnya pengembangan kawasan agrowisata sebagai bahan masukan kebijakan dan pengembangan kawasan pariwisata di daerah;
- 3) Terwujudnya motivasi bagi Pemerintah Daerah dan swasta/masyarakat untuk pengembangan kawasan agrowisata.
- 4) Terwujudnya kawasan yang mendukung kelestarian sumberdaya alam dan lingkungan hidup di daerah; serta

5) Terwujudnya peningkatan kesempatan kerja dan pendapatan daerah/masyarakat.

2. Pengembangan Kawasan Agrowisata

Pengembangan kawasan agrowisata ini menuntut pengelolaan ruang (tata ruang) yang lebih menyeluruh baik yang meliputi pengaturan, evaluasi, penertiban maupun peninjauan kembali pemanfaatan ruang sebagai kawasan agrowisata, baik dari sisi ekologi, ekonomi maupun sosial budaya. Penataan kawasan agrowisata ini sangat mungkin beririsan dengan pemanfaatan kawasan lain seperti kawasan pemukiman atau kawasan industri. Prioritas perlu dilakukan dengan mempertimbangkan kepentingan jangka panjang. Oleh karena itu dalam pengembangannya diperlukan pendekatan kawasan yang bukan hanya meliputi sisi ekologi, tetapi juga sosial budaya, dan ekonomi. Sehingga dalam jangka panjang, bukan hanya pelestarian daya dukung lingkungan saja yang tercapai, tetapi juga pertumbuhan ekonomi yang stabil serta budaya yang lestari.

Pengembangan agrowisata sebagai salah satu sektor pembangunan secara umum menjadi sangat relevan, sesuai dengan potensi daerah masing-masing. Pengembangan agrowisata berbasis kawasan akan mampu mendorong berbagai sektor lain baik ekonomi, sosial maupun budaya. Dan perencanaan pengembangan kawasan agrowisata harus dilihat dalam bingkai hubungan faktor permintaan (*demand*) dan faktor penawaran (*supply factor*). *Demand Factor* adalah profil dan situasi pasar wisata baik internasional maupun domestik, kecenderungan pasar dan sebagainya. Sedangkan *supply factor* merupakan produk dan layanan wisata yang dikembangkan baik berupa kegiatan, fasilitas maupun aset wisata.

Pengembangan kawasan agrowisata harus dilakukan secara terintegrasi dengan sektor-sektor terkait seperti pertanian, peternakan, perikanan, pengolahan, perhotelan, biro perjalanan, industri, kesenian dan kebudayaan dan sebagainya dalam bingkai kewilayahan dan keterpaduan pengelolaan kawasan. Agrowisata dapat merupakan pengembangan dari sektor lain yang diharapkan mampu menunjang pengembangan ekonomi secara berkelanjutan, misalnya pengembangan kawasan agrowisata pada kawasan agropolitan,

pengembangan kawasan agrowisata pada kawasan perkebunan, pengembangan kawasan agrowisata pada tanaman pangan dan hortikultura, pengembangan kawasan agrowisata pada kawasan peternakan, pengembangan kawasan agrowisata pada kawasan perikanan darat dan lain sebagainya.

3. Prinsip-Prinsip Pengembangan Agrowisata

Perencanaan pengembangan kawasan agrowisata harus memenuhi prinsip-prinsip tertentu yaitu [15]:

- a) Pengembangan kawasan agrowisata harus mempertimbangkan penataan dan pengelolaan wilayah dan tata ruang yang berkelanjutan baik dari sisi ekonomi, ekologi maupun sosial budaya setempat.
 - Mempertimbangkan RTRWN yang lebih luas sebagai dasar pengembangan kawasan.
 - Mendorong apresiasi yang lebih baik bagi masyarakat luas tentang pentingnya pelestarian sumber daya alam yang penting dan karakter sosial budaya.
 - Menghargai dan melestarikan keunikan budaya, lokasi dan bangunan-bangunan bersejarah maupun tradisional.
- b) Pengembangan fasilitas dan layanan wisata yang mampu memberikan kenyamanan pengunjung sekaligus memberikan benefit bagi masyarakat setempat.
 - Memberikan nilai tambah bagi produk-produk lokal dan meningkatkan pendapatan sektor agro.
 - Merangsang tumbuhnya investasi bagi kawasan agrowisata sehingga menghidupkan ekonomi lokal.
 - Merangsang tumbuhnya lapangan kerja baru bagi penduduk lokal.
 - Menghidupkan gairah kegiatan ekonomi kawasan agrowisata dan sekitarnya.
 - Meningkatkan efisiensi pemanfaatan sumber daya lokal.
- c) Pengembangan kawasan agrowisata harus mampu melindungi sumber daya dan kekayaan alam, nilai-nilai budaya, dan sejarah setempat. Pengembangan kawasan agrowisata ini tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar semata, tetapi harus dalam koridor melindungi dan melestarikan

aset-aset yang menjadi komoditas utama pengembangan kawasan. Penggalan terhadap nilai-nilai, lokasi, kegiatan, atraksi wisata yang unik ditujukan untuk mendorong pertumbuhan kawasan agrowisata secara berkelanjutan.

- d) Diperlukan studi dan kajian yang mendalam, berulang (*repetitive*) dan melibatkan pihak-pihak yang relevan baik dari unsur masyarakat, swasta maupun pemerintah. Dengan demikian diharapkan perencanaan dan pengembangan kawasan semakin baik dari waktu ke waktu serta terdokumentasi dengan baik.

Perumusan strategi pengembangan penting dalam mengatasi kemungkinan ancaman yang timbul di masa yang akan datang [35]. Ancaman tersebut dapat timbul akibat faktor ketidakpuasan konsumen dan munculnya kompetitor/pesaing [36]. Dalam perumusan strategi penting untuk melakukan identifikasi faktor internal dan faktor eksternal terlebih dahulu. Identifikasi faktor eksternal mencakup pelanggan, pesaing, pemasok, lingkungan industri, demografi, sosial, ekonomi, politik dan teknologi. Faktor eksternal tersebut perlu dikombinasikan dengan faktor internal perusahaan yang dapat diketahui dari aspek manajemen, pemasaran, penelitian dan pengembangan serta sistem informasi [37]. Termasuk aspek sumberdaya meliputi pengalaman, wawasan, keterampilan, kemampuan, pengetahuan, dan kecerdasan karyawan [38]. Meskipun demikian, sebelum menentukan alternatif strategis yang layak, perencana strategis harus mengevaluasi dan meninjau kembali misi dan tujuan perusahaan. Setelah itu, tahap selanjutnya baru dapat dilaksanakan yaitu *generation*, evaluasi, dan pemilihan alternatif strategi yang terbaik [33]. Perumusan strategi pengembangan dalam kaitannya pada penelitian ini, dapat dilakukan dengan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan bentuk strategi pengembangan yang dilakukan dengan mempertimbangkan faktor internal (IFAS) dan eksternal perusahaan (EFAS). Faktor internal yang dimaksud meliputi *strengths* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan), sedangkan faktor eksternalnya meliputi *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman) [35].

Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat

meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi dengan model Analisis SWOT [33]. Proses penyusunan perencanaan strategis melalui 3 tahap analisis, yaitu tahap pengumpulan data, tahap analisis, dan tahap pengambilan keputusan [33].

Strategi dalam penelitian ini adalah bagaimana merencanakan pengembangan Taman Senentang Agrowisata Jaya sebagai daya tarik agrowisata di Kabupaten Sintang, sehingga dari pengembangannya akan ada keterlibatan pemerintah, masyarakat, pelaku wisatawan lokal maupun *travel agent* yang akan memberikan motivasi meningkatnya kunjungan wisatawan.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan untuk merumuskan strategi pengembangan wisata Taman Senentang Agrowisata Jaya di Kecamatan Sintang, Kabupaten Sintang. Dalam menyusun suatu penelitian, penting untuk memperhatikan penelitian-penelitian terdahulu sebagai kajian literatur. Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang dilakukan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Melalui penelitian terdahulu diharapkan peneliti dapat melihat perbedaan antara penelitian yang telah dilakukan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Diharapkan pula peneliti dapat memperhatikan kekurangan dan kelebihan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan.

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Surya Bakti Manurung, Renan Subantoro, Aniya Widiyani, dan Lutfi Aris Sasongko pada tahun 2021 dengan judul “Strategi Pengembangan Agrowisata Kebun Cepoko Unit Pelaksana Tugas Daerah (UPTD) Balai Benih Dinas Pertanian Kota Semarang Berbasis Masyarakat Di Era Pandemi COVID-19”. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian oleh peneliti lakukan yakni menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dan metode analisis data menggunakan analisis SWOT untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang akan

berpengaruh bagi pengembangan. Perbedaannya yaitu penelitian ini menggunakan tambahan analisis untuk memperoleh alternatif strategi yaitu analisis QSPM.

Penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh Muhamad Muladi pada tahun 2021 dengan judul “Pengembangan Objek Wisata Taman Bukit Lintang Kecamatan Pinoh Selatan Kabupaten Melawi”. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yakni menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dan *accidental sampling* serta metode analisis data menggunakan analisis SWOT. Selain itu, peneliti mengacu dan berpedoman kepada variabel yang ada pada penelitian yang dilakukan peneliti sebelumnya untuk melihat apa saja objek daya tarik wisata. Perbedaan mendasar terkait dengan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian ini tidak menganalisis kawasan secara luas, hanya fokus kepada taman dan seluruh isi didalam taman tersebut.

Penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh Muhammad Arfani Fadlil, Wulan Sumekar, dan Dyah Mardiningsih pada tahun 2020 dengan judul “Strategi Pengembangan Agrowisata Berbasis Bunga Krisan (*Chrysanthemum Morifolium R.*) Di Taman Bunga Celosia, Desa Candi Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang”. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yakni menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengambilan responden menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam penentuan strategi juga menggunakan metode analisis SWOT untuk mendapatkan strategi akan digunakan untuk pengembangan taman. Perbedaan mendasar terkait dengan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian ini lebih difokuskan kepada ciri khas taman yaitu bunga krisan dan juga tidak menganalisis kawasan secara luas, hanya fokus kepada taman dan seluruh isi didalam taman tersebut.

Penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh Yuli Nur Afni pada tahun 2020 dengan judul “Strategi Pengembangan Agrowisata Durian”. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yakni menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik analisis menggunakan analisis SWOT. Sebagian besar runtutan proses analisis dapat dikatakan sama dengan penelitian yang peneliti lakukan, hanya saja perbedaannya terletak di tahapan

terakhir dimana jikalau penelitian ini memiliki hasil akhir dari analisis SWOT yang telah dilakukan maka untuk penelitian oleh Yuli Nur Afni menggunakan hasil dari *Matriks Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) sebagai tambahan untuk melengkapi hasil akhirnya.

Penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh Sandryas Alief Kurniasanti pada tahun 2019 dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata (Studi Kasus Kampung Petani Buah Jeruk Siam di Kecamatan Bangorejo - Banyuwangi). Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yakni bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal serta merumuskan strategi pengembangan dengan menggunakan table IFAS dan EFAS dan matriks SWOT. Perbedaannya terletak pada analisis tambahan yaitu AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Dimana AHP memungkinkan pengguna untuk memberikan nilai bobot relatif dari suatu kriteria majemuk sehingga dapat disederhanakan yang nantinya akan mempermudah dalam pengambilan keputusan.

Penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh Imam Nurhadi pada tahun 2018 dengan judul “Strategi Pengembangan Agrowisata Di Perkebunan Dilem Wilis Kabupaten Trenggalek”. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yakni menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik analisis menggunakan analisis SWOT. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yakni penelitian tersebut menggali terlebih dahulu potensi pertanian yang dimiliki oleh tempat wisata yang ditelitinya, sementara penelitian ini lebih terfokus kepada analisis objek daya tarik yang melihat secara keseluruhan, tidak hanya potensi kegiatan pertanian, tetapi juga potensi baik dari segi fasilitas wisata maupun lokasi wisata.

Penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh Andrew.S. Tompodung, R.J. Poluan, MSi, dan Johannes Van Rate pada tahun 2017 dengan judul “Pengembangan Kawasan Agrowisata Di Kecamatan Tomohon Timur”. Persamaan dengan penelitian ini yaitu bertujuan menetapkan strategi pengembangan dengan analisis SWOT. Selanjutnya perbedaannya terlihat pada lingkup wilayah dan penggunaan kuisioner oleh peneliti.

Penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh Ireine Gratia Palit, Celcius Talumingan, dan Grace A. J. Rumagit pada tahun 2017 dengan judul “Strategi

Pengembangan kawasan Agrowisata Rurukan”. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yakni menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif dan analisis SWOT. Selain itu, terdapat analisis kawasan yang dilakukan untuk melihat seberapa berpengaruh kawasan agrowisata bagi kawasan tersebut, kemudian dilihat juga dari jenis tanah dan kondisi geografis yang dapat menunjang keberadaan kawasan agro. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu fokus variabel penelitian yakni terkait dengan sasaran utama yakni kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Untuk kondisi wilayah dan potensi tempat wisata dijabarkan, hanya saja tidak menjadi rumusan masalah utama.

Penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh Bambang Suharto pada tahun 2016 dengan judul “Strategi Pengembangan Wisata Agro Di Banyuwangi”. Penelitian ini memiliki persamaan yakni menggunakan teknik analisis SWOT. Perbedaan yaitu pada penelitian oleh Bambang Suharto, hasil akhirnya tidak hanya berpedoman kepada hasil analisis SWOT, tetapi dilakukan kombinasi hasil penelitian dengan melihat sejarah lokasi tersebut yang juga memunculkan ciri khas tersendiri kawasan penelitian dan bagaimana seharusnya agar tetap dijalankan sesuai dengan adat dan budaya setempat karena nantinya masyarakat juga lah yang akan melanjutkan pengembangan tersebut sehingga strategi pengembannya dibagi menjadi strategi fisik dan strategi non fisik.

Tabel 2. 2 Penelitian terdahulu

No	Penulis/Tahun	Judul	Tujuan/Sasaran	Metodelogi	Hasil
1.	Surya Bakti Manurung, Renan Subantoro, Aniya Widiyani, dan Lutfi Aris Sasongko (2021) [39]	Strategi Pengembangan Agrowisata Kebun Cepoko Unit Pelaksana Tugas Daerah (UPTD) Balai Benih Dinas Pertanian Kota Semarang Berbasis Masyarakat Di Era Pandemi COVID-19	Mengetahui faktor-faktor apa saja yang terdapat pada Agrowisata Cepoko baik itu faktor internal maupun faktor eksternal.	Kualitatif	Strategi alternatif yang tepat untuk Agrowisata Cepoko adalah melakukan promosi yang lebih masif, membuat paket-paket wisata, penambahan wahana supaya Agrowisata Cepoko memiliki ciri khas tersendiri dan membuat pengunjung terkesan dan pelibatan pemuda setempat dalam proses pengembangan Agrowisata Cepoko dan supaya regenerasi petani tetap terjaga.
2.	Muhamad Muladi (2021) [40]	Strategi Pengembangan Objek Wisata Taman Bukit Lintang Kecamatan Pinoh Selatan Kabupaten Melawi	Mengidentifikasi karakteristik potensi objek wisata Taman Bukit Lintang dan menganalisis kekuatan dan kelemahan yaitu faktor internal serta peluang dan ancaman yaitu faktor eksternal dalam pengembangan objek wisata Taman Bukit Lintang.	Kualitatif	Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa objek wisata berada pada Kuadran I dimana menggambarkan Taman Bukit Lintang menghadapi situasi yang sangat menguntungkan berpeluang untuk dikembangkan. Rekomendasi strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (<i>growth oriented strategy</i>) dimana memungkinkan untuk melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan pembangunan serta memperoleh kemajuan secara maksimal.
3.	Muhammad Arfani Fadlil, Wulan Sumekar, Dyah Mardiningsih (2020) [41]	Strategi Pengembangan Agrowisata Berbasis Bunga Krisan (<i>Chrysanthemum Morifolium R.</i>) Di Taman Bunga Celosia, Desa Candi Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang	Menganalisis, mengetahui dan menentukan strategi pengembangan agrowisata dengan berbasis bunga krisan yang dilihat dari sisi internal dan eksternal.	Kualitatif	Taman Bunga Celosia berada di posisi kolom I (pertumbuhan) untuk Matriks IE dan Kuadran I (<i>agressive</i>) untuk diagram SWOT. Hasil alternatif strategi menunjukkan bahwa pihak Taman Bunga <i>Celosia</i> dapat menggunakan strategi yang bersifat proaktif seperti penambahan luas area taman bunga, lalu penambahan blok jenis bunga krisan dan membangun <i>greenhouse</i> berteknologi tinggi agar budidaya bisa berjalan lebih efektif dan juga menarik minat pengunjung, lalu untuk menjaga kesinambungan pihak manajemen perlu merumuskan dan menyelesaikan dalam bentuk tertulis visi, misi, berbagai SOP, berbagai perizinan dengan instansi terkait dan rencana pengembangan jangka panjang.

Lanjutan Tabel 2.2

No	Penulis/Tahun	Judul	Tujuan/Sasaran	Metodelogi	Hasil
4.	Yuli Nur Afni (2020) [42]	Strategi Pengembangan Agrowisata Durian	Merumuskan strategi alternatif untuk mengembangkan agrowisata.	Deskriptif Kualitatif	Berdasarkan analisis Matriks SWOT diperoleh 10 alternatif strategi yaitu menambah fasilitas yang belum dimiliki, melakukan kerjasama dengan pemerintah, masyarakat setempat dan pengelola agrowisata untuk memperbaiki infrastruktur serta membuat paket wisata yang berbeda, melakukan promosi yang lebih efektif, meningkatkan kualitas pelayanannya, memanfaatkan SDM yang kompeten, membuat produk olahan dari buah unggulan agrowisata, memanfaatkan fasilitas yang ada dengan maksimal, melibatkan masyarakat, memperbaiki akses jalan, dan membuat peraturan yang tegas.
5.	Sandryas Alief Kurniasanti (2019) [43]	Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata (Studi Kasus Kampung Petani Buah Jeruk Siam di Kecamatan Bangorejo - Banyuwangi)	Menganalisis dan mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal agrowisata kampung petani buah jeruk siam, merumuskan alternative strategi yang paling sesuai, dan prioritas strategi yang penting bagi agrowisata.	Kualitatif dan Kuantitatif	Hasil penelitian yang didapat yaitu diperoleh 10 faktor internal dan 9 faktor eksternal yang menghasilkan 9 alternatif strategi dalam pengembangan agrowisata kampung petani buah jeruk siam. Prioritas strategi yang diperoleh menghasilkan 2 prioritas strategi yaitu meningkatkan keterampilan SDM melalui pendampingan, pemanduan, dan pelatihan bagi petani serta kelompok tani, dan strategi menciptakan diversifikasi produk turunan buah jeruk siam menjadi pulpy orange siam maupun selai siam. Rekomendasi strategi yang bisa dilakukan yaitu membuat program pengembangan SDM melalui rekrutmen tenaga kerja yang ahli, melakukan uji kompetensi karyawan secara rutin, serta melakukan koordinasi dan kerja sama multisektoral
6.	Imam Nurhadi (2018) [44]	Strategi Pengembangan Agrowisata Di Perkebunan Dille Wilis Kabupaten Trenggalek	Memperoleh gambaran potensi Kebun Dille Wilis sebagai lokasi pembangunan agrowisata dan menyusun alternatif strategi pengembangan Agrowisata Kebun Dille Wilis.	Kualitatif	1) Kebun Dille Wilis memiliki potensi untuk dibangun dan dikembangkan sebagai lokasi agrowisata, sekaligus mengembangkan Kebun Dille Wilis yang pada saat ini masih belum dapat disebut sebagai tempat tujuan wisata; 2) Berdasarkan Analisis IFAS – EFAS Pengembangan Kebun Dille Wilis, strategi yang diambil dalam pengembangan kawasan adalah <i>Stable Growth</i> Strategi yaitu pertumbuhan stabil dimana pengembangan dilakukan secara bertahap dan target disesuaikan dengan kondisi.

Lanjutan Tabel 2.2

No	Penulis/Tahun	Judul	Tujuan/Sasaran	Metodelogi	Hasil
7.	Andrew.S. Tompodung, Ir R.J. Poluan, MSi, Ir. Johanes Van Rate, MT (2017) [45]	Pengembangan Kawasan Agrowisata Di Kecamatan Tomohon Timur	Megidentifikasi karakteristik kawasan agrowisata dan untuk menetapkan strategi pengembangan kawasan agrowisata.	Deskriptif Kualitatif	Karakteristik wilayah kawasan agrowisata untuk mendukung pengembangan kawasan agrowisata, yaitu prasarana di kawasan agrowisata sudah tersedia, kemiringan lereng yang beraneka ragam, namun aksesibilitasnya belum cukup baik, tersedia juga lahan yang sesuai dan produktif dan juga masyarakatnya sebagian besar memiliki mata pencaharian sebagai petani. Rekomendasi strategi yang digunakan adalah membuat master plan kawasan Agrowisata, memanfaatkan investasi guna pengadaan sarana dan prasarana, dan peningkatan pemberdayaan masyarakat.
8.	Ireine Gratia Palit, Celcius Talumingan, Grace A. J. Rumagit (2017) [17]	Strategi Pengembangan kawasan Agrowisata Rurukan	Mengidentifikasi strategi yang tepat dalam pengembangan kawasan agrowisata Rurukan. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan potensi pariwisata, khususnya di kawasan agrowisata Rurukan.	Kualitatif	1). Strategi <i>Strenghts–Opportunities</i> (S-O) adalah memanfaatkan objek wisata untuk menarik investor, agrowisata dengan ciri khasnya dan memanfaatkan tingkat kesuburan tanah. 2). Strategi <i>Weaknessess–Opportunities</i> (W-O) adalah memanfaatkan investor untuk peningkatan sarana dan prasarana. 3). Strategi <i>Strenghts–Threats</i> (S-T) adalah menjaga ciri khas agrowisata dan melestarikan lingkungan hidup agar tidak terjadi kerusakan.
9.	Bambang Suharto (2016) [16]	Strategi Pengembangan Wisata Agro Di Banyuwangi	Mengidentifikasi strategi yang tepat dalam pengembangan kawasan agrowisata di Wisata Agro Banyuwangi.	Kualitatif	1) Dapat disajikan atraksi-atraksi yang merangkaikan beberapa potensi di atas sedemikian rupa, sehingga dapat dinikmati dan diapresiasi oleh wisatawan. 2) Penyelenggaraan atraksi dan objek wisata sebaiknya diselenggarakan dalam bentuk paket-paket wisata, agar wisatawan dapat mempersiapkan diri sekaligus menetapkan pilihannya atas berbagai alternatif rangkaian atraksi, karena ada atraksi yang bisa dinikmati sepanjang tahun atau musiman tertentu seperti yang berkaitan dengan upacara menanam padi di sawah. 3) Secara umum strategi pengembangan pembangunannya adalah diversifikasi produk wisata agro, pemanfaatan teknologi, dan pembinaan lingkungan hidup.

Sumber: Identifikasi Penulis, 2022