



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 2 Tahun 2024 Page 1-18

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Strategi Pengembangan Potensi Perkebunan Sebagai Kawasan Wisata Agro Di Dayang *Resort* Singkawang Kalimantan Barat

Antonio Wasono Imam Prakoso<sup>1✉</sup>, Elma Oktaviani<sup>2</sup>, Iyus Wiadi<sup>3</sup>

Universitas Paramadina Jakarta

Email: [oktaviani@students.paramadina.ac.id](mailto:oktaviani@students.paramadina.ac.id)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan potensi perkebunan sebagai wisata agro di Dayang *Resort* Singkawang. Penelitian ini menyimpulkan hasil analisis faktor internal dengan nilai 2,97, menunjukkan penilaian tinggi terhadap kekuatan dan kelemahan Dayang *Resort* Singkawang. Kekuatan tertinggi terletak pada promosi melalui media elektronik, menunjukkan pengaruh besar terhadap kelangsungan agrowisata. Kelemahan utama adalah jarak tempuh objek agrowisata yang jauh dari Kota Singkawang, mempengaruhi kelangsungan agrowisata di Dayang *Resort* Singkawang. Hasil analisis faktor eksternal dengan nilai 2,99 menunjukkan penilaian tinggi terhadap peluang dan ancaman. Peluang utama adalah kondisi alam yang potensial dalam pengembangan agrowisata, sementara ancaman terbesar adalah kurangnya kesadaran wisatawan dalam menjaga objek wisata, yang dapat menjadi hambatan dalam pengembangan agrowisata di Dayang *Resort* Singkawang. Dengan menerapkan analisis SWOT, Dayang *Resort* Singkawang berada dalam fase pertumbuhan usaha. Faktor internal sebesar 1,63 dan faktor eksternal sebesar 1,39. Oleh karena itu, strategi yang direkomendasikan adalah mendukung kebijakan yang agresif (Growth oriented strategy) untuk mengoptimalkan potensi agrowisata di Dayang *Resort* Singkawang.

Kata Kunci: *Pengembangan Agrowisata, Analisis SWOT, Dayang Resort Singkawang*

## Abstract

This study aims to analyze the development strategy of plantation potential as agrotourism in Dayang Resort Singkawang. The results of the internal factor analysis indicate a high assessment of the strengths and weaknesses of Dayang Resort Singkawang, with the highest strength lying in electronic media promotion, showing significant influence on the sustainability of agrotourism. However, the main weakness is the distance of the agrotourism site from Kota Singkawang, affecting the sustainability of agrotourism in Dayang Resort Singkawang. The analysis of external factors shows a high assessment of opportunities and threats, with the main opportunity focusing on the potential natural conditions for agrotourism development. Meanwhile, the greatest threat is the lack of awareness among tourists in preserving tourist attractions, which can be a hindrance to agrotourism development in Dayang Resort Singkawang. Applying SWOT analysis, Dayang Resort Singkawang is identified to be in a phase of business growth, with an internal factor of 1.63 and an external factor of 1.39. Therefore, the recommended strategy is to support an aggressive growth-oriented approach to optimize the agrotourism potential in Dayang Resort Singkawang.

Keywords: *Agrotourism Development, SWOT Analysis, Dayang Resort Singkawang*

## PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata di Indonesia saat ini mengalami peningkatan cukup signifikan, peningkatan di bidang pariwisata menjadikan bidang ini salah satu faktor kunci dalam pendapatan ekspor, pengembangan usaha, dan infrastruktur sehingga pengembangan pariwisata menjadi salah satu program unggulan pemerintah. Salah satu yang menonjol adalah Indonesia dikenal dengan negara agraris yang memiliki wilayah yang sangat luas. Usaha di bidang pertanian dalam arti luas mencakup berbagai usaha diantaranya ialah bidang tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, perikanan dan peternakan (Tirtawinata, 1996:190).

Sektor pariwisata memiliki peluang yang cukup menjanjikan, karena selain sebagai salah satu penghasil pertumbuhan ekonomi pariwisata, sektor pariwisata juga diharapkan dapat berpeluang untuk menjadi pendorong pertumbuhan sektor pembangunan lainnya, seperti sektor perkebunan, pertanian, perdagangan, perindustrian dan lain-lain. Sementara dalam sektor pertanian, salah satu unsur yang belum tergarap secara optimal adalah agrowisata (agro tourism). Agrowisata merupakan rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai objek wisata, baik potensi berupa pemandangan alam kawasan pertaniannya maupun kekhasan dan keanekaragaman aktivitas produksi dan teknologi pertaniannya serta budaya masyarakat pertaniannya.

Subtansi penggabungan kegiatan usaha tani dengan pariwisata ke dalam bentuk wisata agro adalah suatu upaya untuk menciptakan keharmonisan antara manusia dengan

alam lingkungannya, suasana demikian yang akhir-akhir ini dicari wisatawan mancanegara maupun domestik sehingga diharapkan dapat menampung hasrat para wisatawan tersebut untuk membebaskan diri sejenak dari suasana kota yang menjemukan atau dapat dikatakan memiliki kecenderungan back to nature (Tirtawinata, 1996:191).

Kabupaten Singkawang merupakan daerah yang memiliki potensi di bidang pariwisata dan telah banyak dikunjungi oleh banyak wisatawan baik dari dalam negeri maupun luar negeri dimana pada tahun 2017 dan 2018 terdapat 652,187 dan 721.967 wisatawan dari dalam maupun luar negeri. Singkawang merupakan daerah yang letaknya dikelilingi oleh pegunungan pasi, potek, dan sakok sehingga menghadirkan nuansa alam yang begitu kental dengan berbagai pesonanya menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung, wisata pantai merupakan objek wisata yang sangat dominan di Kabupaten Singkawang, sehingga banyak potensi wisata lain khususnya agro wisata tidak mendapatkan perhatian oleh pemerintah daerah. Namun hal tersebut diperhatikan oleh pihak Dayang Resort Singkawang dimana Dayang Resort Singkawang merupakan salah satu restoran dan villa yang mengembangkan dan mengintegrasikan kegiatan pertanian dan wisata menjadi kegiatan wisata alternatif yang lebih variatif di Kabupaten Singkawang. Dengan adanya pembangunan wisata agro yang dilakukan Dayang Resort Singkawang merupakan suatu langkah nyata dalam membangun keparawisataan di Kabupaten Singkawang.

Dayang Resort Singkawang memiliki luas kawasan 9 Ha dimana 2,5 ha menjadi kawasan wisata agro, Dayang Resort Singkawang berada di Sedau, Singkawang Selatan, Kota Singkawang dengan kondisi aksesibilitas yang dimiliki sangat baik berupa jalan raya yang mudah dicapai dengan berbagai jenis kendaraan. Kondisi ini memberikan peluang yang baik bagi manajemen Dayang Resort Singkawang untuk mengembangkan wisata agro di Singkawang.

Penelitian ini bersifat eksploratif merupakan penelitian yang dilakukan berdasarkan observasi guna mengetahui pengembangan potensi agrowisata di Singkawang oleh Dayang Resort Singkawang sebagai suatu bentuk pariwisata alternatif yang dapat dijadikan sebagai objek dan daya tarik wisata di daerah Singkawang, sehingga memberikan peluang yang besar kepada pengembangan pariwisata alternatif yang lebih variatif.

Menurut Lanya (1995:20) dalam Wulandari (2012:13) mengidentifikasi bahwa pengembangan adalah memajukan dan memperbaiki atau meningkatkan sesuatu yang telah ada. Pengembangan suatu objek wisata harus mampu menciptakan product style yang baik, dimana diantaranya: 1). Objek tersebut memiliki daya tarik untuk disaksikan serta dipelajari, 2). mempunyai kekhususan dan berbeda dari objek yang lainnya. 3). Tersedianya

fasilitas wisata, 4). Dilengkapi dengan sarana-saran akomodasi, telekomunikasi, transportasi dan sarana pendukung lainnya.

Pengembangan objek wisata pada dasarnya mencakup tiga hal, yaitu: 1). Pembinaan produk wisata, adalah usaha meningkatkan mutu pelayanan dan sebagai unsur produk pariwisata seperti jasa akomodasi, jasa transportasi, jasa hiburan, jasa tour and travel serta pelayanan di objek wisata. Pembinaan tersebut dilakukan dengan berbagai kombinasi usaha seperti pendidikan dan latihan, pengaturan dan pengarahan pemerintah, pemberian rangsangan agar tercipta iklim persaingan yang sehat guna mendorong peningkatan mutu produk dan pelayanan. 2). Pembinaan masyarakat wisata, dengan tujuan pembinaan masyarakat pariwisata adalah sebagai berikut: a). Menggalakkan pemeliharaan segi-segi positif dari masyarakat yang langsung maupun tidak langsung yang bermanfaat bagi pengembangan pariwisata. b). Mengurangi pengaruh buruk akibat dari pengembangan pariwisata. c). Pembinaan kerjasama baik berupa pembinaan produk wisata, pemasaran dan pembinaan masyarakat. d). Pemasaran terpadu, dalam pemasaran pariwisata digunakan prinsip-prinsip paduan pemasaran terpadu yang meliputi: a). Paduan produk yaitu semua unsur produk wisata seperti atraksi seni budaya, hotel dan restoran yang harus ditumbuhkembangkan sehingga mampu bersaing dengan produk wisata lainnya. b). Paduan penyebaran yaitu pendistribusian wisatawan pada produk wisata yang melibatkan biro perjalanan, penerbangan, angkutan darat dan tour operator. c). Paduan komunikasi artinya diperlukan komunikasi yang baik sehingga dapat memberikan informasi tentang tersedianya. d). Panduan pelayanan yaitu jasa yang berikan kepada wisatawan harus baik sehingga produk wisata akan baik pula.

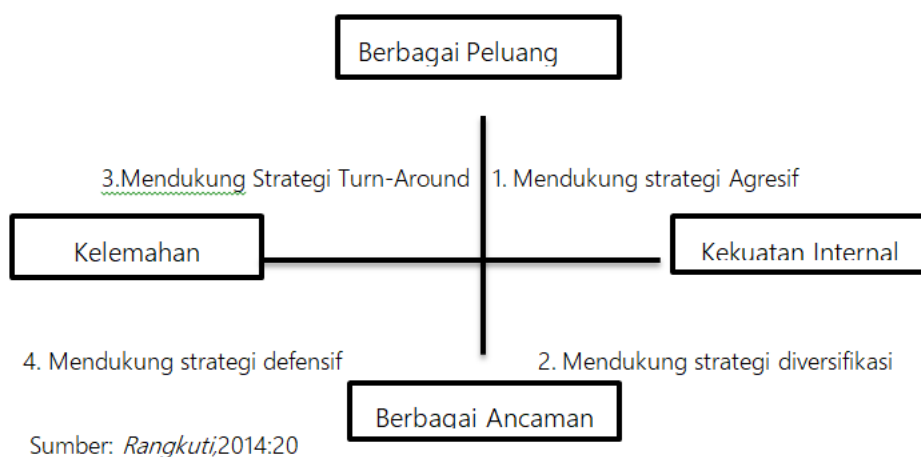
Pengembangan agrowisata akan membangun komunikasi yang intensif antara petani dan wisatawan, harapannya petani bisa lebih kreatif mengelola usaha taninya sehingga mampu menghasilkan produk yang menyentuh hati wisatawan. Sehingga berdasarkan uraian diatas maka judul pada penelitian ini adalah "Stratergi Pengembangan Potensi Perkebunan Sebagai Kawasan Wisata Agro Di Dayang Resort Singkawang".

## METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif. Dengan metode ini akan memaparkan atau mengeksplorasi situasi ataupun peristiwa dari penelitian. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal terkait dengan strategi pengembangan wisata agro di Dayang *Resort* Singkawang maka peneliti dalam pengumpulan datanya dengan cara: 1) Observasi. Jenis observasi yang digunakan adalah observasi terus terang, yaitu peneliti dalam melakukan pengumpulan

data akan menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa peneliti sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti (Sugiono, 2016:310). Metode yang digunakan bertujuan untuk mendapatkan data mengenai cara pengembangan wisata agro oleh Dayang *Resort* Singkawang. 2) Dokumentasi. Dokumen merupakan "catatan peristiwa yang sudah berlaku. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif" (Sugiono, 2016:310). 3) Angket atau Kuesioner. Angket atau keusioner merupakan teknik pengumpulan data menggunakan fomulit-fomulis yang berisikan pertanyaan-pertanyaan yang disajikan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang dengan tujuan untuk memperoleh jawaban atau tanggapan dan informasi yang peneliti perlukan (Mardalis, 2008:66).

SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) lingkungan internal dan *Oppurtunitiers* (peluang) dan *Threats* (ancaman) lingkungan ekstrenal dalam dunia bisnis (Rangkuti, 2014: 20). Analisis SWOT dapat digunakan saat ingin menganalisis faktor-faktor dari dalam atau internal dari pihak Dayang *Resort* Singkawang agar dapat mengetahui segala faktor yang menjadi kekuatan maupun kelemahan dari *Resort* tersebut dalam pengembangan wisata agro . Untuk menganalisis pengembangan wisata agro oleh Dayang *Resort* Singkawang tidak hanya faktror internal tetapi menganalisis juga faktor dari luar atau eksternal di mana dengan analisis ini akan mencakup informasi mengenai peluang maupun ancaman yang akan dihadapi pihak dayang *Resort* singkawang dalam pengembangan wisata agro.



**Gambar 1 Analisis SWOT**

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Data dari *Dayang Resort Singkawang* yang telah dikumpulkan serta dianalisis dalam faktor eksternal dan internal kemudian digunakan dalam menentukan faktor strategis perusahaan untuk analisis SWOT. Faktor internal dan eksternal Strategi Pengembangan Potensi Perkebunan Sebagai Kawasan Wisata Agro di *Dayang Resort Singkawang* sebagai berikut

#### A. Kekuatan

1. Agrowisata mempunyai daya tarik unggulan
2. Keamanan objek agrowisata di *Dayang resort Singkawang* yang kondusif
3. Promosi yang dilakukan *Dayang resort Singkawang* melalui media elektronik
4. Tersedianya fasilitas pendukung yang memadai
5. Transportasi yang memadai
6. Merupakan paket wisata yang lengkap dengan beberapa fasilitas pilihan

#### B. Kelemahan

1. Promosi objek wisata yang kurang baik
2. Program pengembangan objek agrowisata yang masih sederhana
3. Keterbatasan anggaran dalam biaya sarana dan prasarana
4. SDM pengelola masih kurang dan butuh serta pelatihan mengelola kawasan agrowisata
5. Jarak tempuh objek agrowisata yang jauh dari kota *Singkawang*

#### C. Peluang

1. Tingkat aksesibilitas yang mudah
2. Kerjasama dengan pihak lain dalam pengembangan agrowisata serta sarana dan prasarana
3. Pengembangan infrastruktur pendukung wisata agro di *Dayang resort Singkawang*
4. Adanya dukungan pemerintah
5. Kondisi alam yang potensial dalam pengembangan agrowisata

#### D. Ancaman

1. Produk pertanian yang mudah rusak
2. Cuaca yang sulit diprediksi
3. Kurangnya kesadaran wisatawan dalam menjaga objek wisata
4. Adanya tempat wisata yang lebih menarik

## 5. Bencana alam tanah longsor

Tabel 1. Matrik Faktor Internal dan Faktor Eksternal Agrowisata Dayang Resort Singkawang

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<p>1. Kekuatan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrowisata mempunyai daya tarik unggulan</li> <li>• keamanan objek agrowisata di Dayang resort Singkawang yang kondusif</li> <li>• Promosi yang dilakukan Dayang resort Singkawang melalui media elektronik</li> <li>• Tersedianya fasilitas pendukung yang memadai</li> <li>• Transportasi yang memadai</li> <li>• Merupakan paket wisata yang lengkap dengan beberapa fasilitas pilihan</li> </ul>	<p>3. Peluang</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat aksesibilitas yang mudah</li> <li>• Kerjasama dengan pihak lain dalam pengembangan agrowisata serta sarana dan prasarana</li> <li>• Pengembangan infrastruktur pendukung wisata agro di Dayang resort Singkawang</li> <li>• Adanya dukungan pemerintah</li> <li>• Kondisi alam yang potensial dalam pengembangan agrowisata</li> </ul>
<p>1. Kelemahan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promosi objek wisata yang kurang baik</li> <li>• program pengembangan objek agrowisata yang masih sederhana</li> <li>• keterbatasan anggaran dalam biaya sarana dan prasarana</li> <li>• SDM pengelola masih kurang dan butuh serta pelatihan mengelola kawasan agrowisata</li> <li>• Jarak tempuh objek agrowisata yang jauh dari kota Singkawang</li> </ul>	<p>4. Ancaman</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk pertanian yang mudah rusak</li> <li>• Cuaca yang sulit diprediksi</li> <li>• Kurangnya kesadaran wisatawan dalam menjaga objek wisata</li> <li>• Adanya tempat wisata yang lebih menarik</li> <li>• Bencana alam tanah longsor</li> </ul>

### Pengolahan Data

#### 1. Perhitungan Bobot

Pemberian bobot pada faktor internal dan eksternal didasarkan pada penyebaran angket yang telah dilakukan pada karyawan Dayang *resort* Singkawang. Rata-rata dari faktor internal dan eksternal yang diperoleh berdasarkan pendapat karyawan adalah sebagai berikut.

##### a. Perhitungan Bobot Faktor Internal

Faktor internal yang berasal dari dalam lingkungan berupa kekuatan dan kelemahan yang kemudian perhitungan bobot ditentukan melalui tingkat kepentingan atau

penanganan mulai dari skala 0,00 (tidak penting) hingga 1,00 (sangat penting) serta dimana bobot tersebut dijumlahkan tidak melebihi skor total 1.00. berikut adalah tabel perhitungan bobot faktor internal.

Tabel 1. Perhitungan Bobot Faktor Internal

No	Kekuatan	Pengolahan data kuisoner	Bobot
1	Agrowisata mempunyai daya tarik unggulan	53	0,11
2	keamanan objek agrowisata di Dayang <i>resort</i> Singkawang yang kondusif	51	0,11
3	Promosi yang dilakukan Dayang <i>resort</i> Singkawang melalui media elektronik	58	0,12
4	Tersedianya fasilitas pendukung yang memadai	53	0,11
5	Transportasi yang memadai	54	0,11
6	Merupakan paket wisata yang lengkap dengan beberapa fasilitas pilihan	57	0,12
Total Kekuatan		326	0,67
No	Kelemahan ( <i>Weakness</i> )	Pengolahan data kuisoner	Bobot
1	Promosi objek wisata yang kurang baik	23	0,05
2	program pengembangan objek agrowisata yang masih sederhana	27	0,06
3	keterbatasan anggaran dalam biaya sarana dan prasarana	28	0,06
4	SDM pengelola masih kurang dan butuh serta pelatihan mengelola kawasan agrowisata	36	0,07
5	Jarak tempuh objek agrowisata yang jauh dari kota Singkawang	43	0,09
Total Kelemahan		157	0,33
Total Faktor Internal		483	1,00

Contoh perhitungan pengolahan data kuesioner dan bobot untuk faktor internal: Faktor kekuatan pada No.1 didapat dari total jawaban 16 responden yaitu  $3+3+3+3+3+4+3+4+4+3+3+4+3+3+4+3 = 53$ , dan untuk perhitungan bobot pada faktor kekuatan No.1 didapat dari total jawaban 16 responden dibagi dengan total pengolahan data kuisioner, contoh perhitungannya yaitu  $\text{Bobot} = \frac{53}{483} = 0,1097308489$  dibulatkan 0,11.

b. Perhitungan Bobot Faktor Eksternal

Tabel 2. Perhitungan Bobot Faktor Eksternal

No	Peluang	Pengolahan data kuesioner	Bobot
1	Tingkat aksesibilitas yang mudah	48	0,11
2	Kerjasama dengan pihak lain dalam pengembangan agrowisata serta sarana dan prasarana	55	0,12
3	Pengembangan infrastruktur pendukung wisata agro di Dayang resort Singkawang	57	0,13
4	Adanya dukungan pemerintah	57	0,13
5	Kondisi alam yang potensial dalam pengembangan agrowisata	60	0,14
Total Peluang		277	0,63
No	Ancaman	Pengolahan data kuisoner	Bobot
1	Produk pertanian yang mudah rusak	30	0,07
2	Cuaca yang sulit diprediksi	35	0,08
3	Kurangnya kesadaran wisatawan dalam menjaga objek wisata	40	0,09
4	Adanya tempat wisata yang lebih menarik	39	0,09
5	Bencana alam tanah longsor	20	0,05
Total Ancaman		164	0,37
Total Faktor Internal		441	1,00

Contoh perhitungan pengolahan data kuesioner dan bobot untuk faktor eksternal: Faktor kekuatan pada No.1 didapat dari total jawaban 16 responden yaitu  $3+3+3+3+3+3+3+3+3+3+3+3+3+3+3+3 = 48$ , dan untuk perhitungan bobot pada faktor peluang No.1 didapat dari total jawaban 16 responden dibagi dengan total pengolahan data kuisioner, contoh perhitungannya yaitu  $\text{Bobot} = \frac{48}{441} = 0,1088435374$  dibulatkan 0,11.

## 2. Perhitungan Bobot dan Rating Matriks

### a. Perhitungan Matriks *Internal Strategic Factors Analylis Summary* (IFAS)

Perhitungan matriks IFAS adalah perhitungan yang bertujuan untuk menentukan bobot, rating, dan skor dimana jumlah bobot tidak melebihi jumlah 1,00 dan menghitung nilai rating masing-masing faktor dengan memberikan skala 1 (tidak penting) sampai 4 (Sangat penting). Berikut ini adalah tabel hasil perhitungan matrik IFAS.

Tabel 4. Perhitungan Matrik Internal Strategic Factors Analylis Summary (IFAS)

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<i>Kekuatan (Strengths)</i>			
1. Agrowisata mempunyai daya tarik unggulan	0,11	3	0,36
2. keamanan objek agrowisata di Dayang resort Singkawang yang kondusif	0,11	3	0,34
3. Promosi yang dilakukan Dayang resort Singkawang melalui media elektronik	0,12	4	0,44
4. Tersedianya fasilitas pendukung yang memadai	0,11	3	0,36
5. Transportasi yang memadai	0,11	3	0,38
6. Merupakan paket wisata yang lengkap dengan beberapa fasilitas pilihan	0,12	4	0,42
Total Kekuatan	0,67		2,30
<i>Kelemahan (Weakness)</i>			
1. Promosi objek wisata yang kurang baik	0,05	1	0,07
2. program pengembangan objek agrowisata yang masih sederhana	0,06	2	0,09
3. keterbatasan anggaran dalam biaya sarana dan prasarana	0,06	2	0,10
4. SDM pengelola masih kurang dan butuh serta pelatihan mengelola kawasan agrowisata	0,07	2	0,17
5. Jarak tempuh objek agrowisata yang jauh dari kota Singkawang	0,09	3	0,24
Total Kelemahan	0,33		0,67
Total Faktor Internal (IFAS)	1,00		2,97

Contoh perhitungan bobot, rating dan skor kekuatan pada no 1

- 1) Perhitungan pada faktor kekuatan diperoleh dari total jawaban 16 responden dibagi dengan total perhitungan data kuisioner IFAS dilihat dalam tabel 4.4 dengan hasil bobot  $\frac{53}{483} = 0,11$
- 2) Perhitungan rating pada faktor peluang kekuatan diperoleh dari total jumlah jawaban 16 responden dibagi dengan jumlah responden. Perhitungan ini sebagai berikut :  
Rating :  $\frac{53}{16} = 3,3125$  dibulatkan menjadi 3
- 3) Perhitungan skor untuk faktor kekuatan diperoleh dari perkalian bobot dan rating. Perhitungannya ini sebagai berikut:  
Bobot x Rating =  $0,11 \times 3 = 0,36$

- b. Perhitungan Matriks *Eksternal Strategic Factors Analylis Summary* (EFAS)

Perhitungan matriks EFAS sama halnya dengan IFAS adalah perhitungan yang bertujuan untuk menentukan bobot, rating, dan skor dimana jumlah bobot tidak melebihi jumlah 1,00 dan menghitung nilai rating masing-masing faktor dengan memberikan skala 1 (tidak penting) sampai 4 (Sangat penting). Berikut ini adalah tabel hasil perhitungan matrik EFAS

Tabel 3 Perhitungan Matrik Eksternal Strategic Factors Analylis Summary (EFAS)

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<i>Peluang (Oppurtunities)</i>			
1. Tingkat aksesibilitas yang mudah	0,11	3	0,33
2. Kerjasama dengan pihak lain dalam pengembangan agrowisata serta sarana dan prasarana	0,12	3	0,43
3. Pengembangan infrastruktur pendukung wisata agro di Dayang resort Singkawang	0,13	4	0,46
4. Adanya dukungan pemerintah	0,13	4	0,46
5. Kondisi alam yang potensial dalam pengembangan agrowisata	0,14	4	0,51
Total Peluang	0,63		2,19
<i>Ancaman (Threats)</i>			
1. Produk pertanian yang mudah rusak	0,07	2	0,13
2. Cuaca yang sulit diprediksi	0,08	2	0,17
3. Kurangnya kesadaran wisatawan dalam menjaga objek wisata	0,09	3	0,23
4. Adanya tempat wisata yang lebih menarik	0,09	2	0,22
5. Bencana alam tanah longsor	0,05	1	0,06
Total Ancaman	0,27		0,80
Total Faktor Eksternal	1,00		2,99

Contoh perhitungan bobot, rating dan skor peluang pada no 1

- 1) Perhitungan pada faktor kekuatan diperoleh dari total jawaban 16 responden dibagi dengan total perhitungan data kuisioner IFAS dilihat dalam tabel 4.4 dengan hasil bobot  $\frac{48}{441} = 0,1088435374$  dibulatkan 0,011
- 2) Perhitungan rating pada faktor peluang kekuatan diperoleh dari total jumlah jawaban 16 responden dibagi dengan jumlah responden. Perhitungan ini sebagai berikut :  
Rating :  $\frac{48}{16} = 3$
- 3) Perhitungan skor untuk faktor kekuatan diperoleh dari perkalian bobot dan rating.

Perhitungannya ini sebagai berikut:

$$\text{Bobot} \times \text{Rating} = 0,11 \times 3 = 0,33$$

Berdasarkan total hasil perhitungan skor matrik IFAS dan EFAS ialah sebagai berikut:

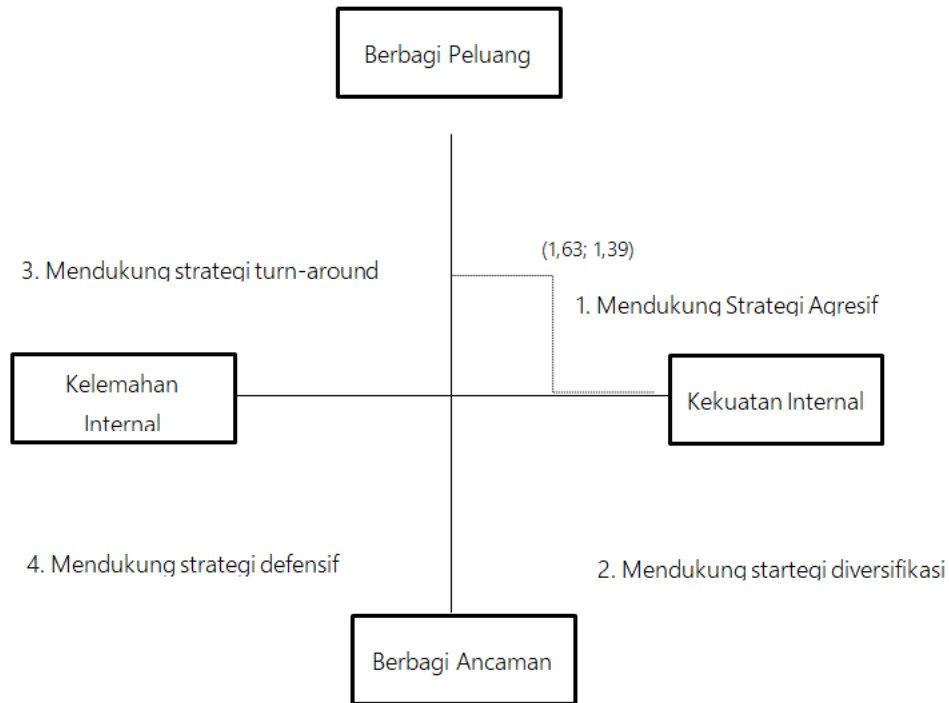
1. Total Skor Kekuatan (*Strengths*) = 2,30
2. Total Skor Kelemahan (*Weaknesses*) = 0,67
3. Total Skor Peluang (*Opportunities*) = 2,19
4. Total Skor Ancaman (*Threats*) = 0,80

Berdasarkan uraian diatas mengenai analisis SWOT, bahwa dalam kerangka strategi keseluruhan strategi dasar yang dapat direncanakan adalah menggunakan kesempatan sebaik-baiknya, mencoba mengantisipasi dan menanggulangi ancaman, menggunakan kekuatan sebagai modal dasar operasi dan memanfaatkan semaksimal mungkin, serta mengusahakan untuk mengurangi serta menghilangkan kelemahan yang masih ada. Dari hasil perhitungan tersebut bahwa agrowisata di Dayang *Resort* Singkawang memiliki kekuatan yang dominan dibandingkan kelemahannya dan peluang yang lebih besar dibandingkan ancamannya dengan nilai sebagai berikut:

$$\text{Kekuatan} - \text{Kelemahan (Faktor Internal)}: 2,30 - 0,67 = 1,63$$

$$\text{Peluang} - \text{Ancaman (Faktor Eksternal)} : 2,19 - 0,80 = 1,39$$

Jika nilai-nilai tersebut dimasukkan kedalam *Matrix Grand Strategy Strategy* terlihat bahwa posisi pengembangan potensi perkebunan sebagai kawasan wisata agro di Dayang *Resort* Singkawang berada pada posisi strategi pertumbuhan, yaitu memanfaatkan seoptimal mungkin kekuatan peluang yang dimiliki



**Gambar 2. Matrix Grand Strategy Agrowisata di Dayang Resort Singkawang**

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa titik potong (1,63;1,39) dan berada pada kuadran I, dimana situasi tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang agar dapat meningkatkan pertumbuhan Agrowisata di Dayang Resort Singkawang. Dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki seperti agrowisata yang mempunyai daya tarik unggulan, kondisi keamanan yang baik, promosi yang telah menggunakan media elektronik, fasilitas pendukung yang memadai, transportasi yang memadai dan paket wisata yang lengkap dengan ditunjang beberapa fasilitas yang pilihan serta peluang yang dimiliki antara lain tingkat aksesibilitas yang mudah, kerjasama dengan pihak lain dalam pengembangan agrowisata serta sarana dan prasarana, pengembangan infrastruktur pendukung, adanya dukungan pemerintah, dan kondisi alam yang potensial dalam pengembangan agrowisata. Strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

#### Pembahasan

Hasil analisis data SWOT pada agrowisata di Dayang Resort Singkawang adalah Posisi perusahaan saat ini berada dalam posisi kuadran 1 yang menunjukkan pertumbuhan usaha. Pada kuadran 1 matrik internal-eksternal (IE) nilai internal dan eksternal, yang dapat disimpulkan perusahaan dalam posisi yang kuat dan peluang yang ditawarkan tinggi. Identifikasi pada faktor internal dan eksternal maka dapat menciptakan empat strategi utama, yaitu: strategi SO (strength dan opportunities), strategi WO (weakness dan

opportunities), strategi ST (strength dan treats) dan strategi WT (weakness dan treats) yang secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Strategi SWOT

INTERNAL	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrowisata mempunyai daya tarik unggulan</li> <li>• keamanan objek agrowisata di Dayang resort Singkawang yang kondusif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promosi objek wisata yang kurang baik</li> <li>• program pengembangan objek agrowisata yang masih sederhana</li> </ul>
EKSTERNAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promosi yang dilakukan Dayang resort Singkawang melalui media elektronik</li> <li>• Tersedianya fasilitas pendukung yang memadai</li> <li>• Transportasi yang memadai</li> <li>• Merupakan paket wisata yang lengkap dengan beberapa fasilitas pilihan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• keterbatasan anggaran dalam biaya sarana dan prasarana</li> <li>• SDM pengelola masih kurang dan butuh serta pelatihan mengelola kawasan agrowisata</li> <li>• Jarak tempuh objek agrowisata yang jauh dari kota Singkawang</li> </ul>
Peluang (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat aksesibilitas yang mudah</li> <li>• Kerjasama dengan pihak lain dalam pengembangan agrowisata serta sarana dan prasarana</li> <li>• Pengembangan infrastruktur pendukung wisata agro di Dayang resort Singkawang</li> <li>• Adanya dukungan pemerintah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Memanfaatkan teknolgi untuk melakukan promosi di media sosial elektronik secara langung agar menarik wisatawan</li> <li>✓ memanfaatkan dukungan pemerintah untuk mengelolah potensi alam dan obyek wisata yang menarik</li> <li>✓ Mengembangkan atraksi wisata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Meningkatkan sarana dan prasana</li> <li>✓ Melakukan promosi lebih aktif dan gencar melalui media elektronik dan media cetak serta membuat promosi dengan paket-paket liburan tertentu</li> <li>✓ Memperbanyak kerjasama dengan pihak lainnya dalam mengembangkan atraksi wisata maupun sarana dan prasaran</li> </ul>

---

- Kondisi alam yang potensial dalam pengembangan agrowisata

---

Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk pertanian yang mudah rusak</li> <li>• Cuaca yang sulit diprediksi</li> <li>• Kurangnya kesadaran wisatawan dalam menjaga objek wisata</li> <li>• Adanya tempat wisata yang lebih menarik</li> <li>• Bencana alam tanah longsor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mengoptimalkan potensi alam dan keunikan objek wisata dengan mempertahankan dan pemeriharaan objek wisata secara berkelanjutan untuk menghadapi persaingan antar objek wisata</li> <li>✓ Pengembangan dan pembangunan objek wisata yang ramah lingkungan dengan melakukan kontrol yang tegas terhadap pelaksanaan unsur-unsur pelaku wisata yang tidak sesuai dengan sikap dan tindakan pelaku wisata yang dapat mengancam kerusakan objek wisata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pengelola memberikan penyuluhan mengenai pengembangan objek wisata agar membangun kesadaran masyarakat tentang wisata sehingga pengembangan wisata berjalan dengan baik</li> <li>✓ Memperbaiki sistem manajemen guna menahan laju persaingan</li> <li>✓ Melakukan pengawasan dan pemeliharaan fasilitas-fasilitas yang telah ada di objek wisata.</li> </ul>

---

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas mengenai strategi IFAS/EFAS maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Strategi SO (*strength and Opportunities*)

Strategi ini dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan perusahaan agar menangkap peluang yang dimiliki. Memanfaatkan teknologi dalam melakukan promosi di media sosial elektronik secara langsung agar menarik wisatawan untuk mengunjungi agro wisata di Dayang *Resort Singkawang*. Memanfaatkan dukungan dari pemerintah untuk mengolah potensi alam dan obyek wisata yang menarik sehingga menghasilkan destinasi wisata yang baru di Kabupaten Singkawang dan mengembangkan atraksi wisata seperti outbound dan lain-lain sehingga wisatawan dapat menikmati daya tarik lain yang ada di *agrowisata* di Dayang *Resort Singkawang*.

## 2. Strategi ST (*Strength and Threats*)

Strategi ini diterapkan dimana kekuatan yang dimiliki digunakan untuk mengatasi ancaman yang mungkin dihadapi Agrowisata di Dayang *Resort* Singkawang. Dayang *Resort* Singkawang dapat mengoptimalkan potensi alam yang ada dan keunikan objek wisata dengan pemeliharaan objek wisata secara berkelanjutan sehingga dapat menghadapi persaingan antara objek wisata yang ada di Kabupaten Singkawang. Untuk mengatasi ancaman Dayang *Resort* Singkawang dapat melakukan Pengembangan dan pembangunan objek wisata yang ramah lingkungan dengan melakukan kontrol yang tegas terhadap pelaksanaan unsur-unsur pelaku wisata yang tidak sesuai dengan sikap dan tindakan pelaku wisata yang dapat mengancam kerusakan objek wisata dengan meningkatkan saran dan prasarana yang ada,

## 3. Strategi WO (*Weakness and Opportunities*)

Strategi ini diterapkan pada saat adanya peluang yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman usaha. Dayang *Resort* melakukan inovasi dalam memenangkan peluang yang ada memiliki karakter di mata konsumen. Melakukan promosi lebih aktif dan gencar melalui media elektronik dan media cetak serta membuat promosi dengan paket-paket liburan tertentu. Memperbanyak kerjasama dengan pihak lainnya dalam mengembangkan atraksi wisata maupun sarana dan prasarana.

## 4. Strategi WT (*Weakness dan Treats*)

Strategi yang ditetapkan saat Dayang *resort* Singkawang harus dapat mengatasi kelemahan yang dimiliki agar terhindar dari ancaman usaha yang akan dihadapi. Dayang *Resort* Singkawang harus memberikan penyuluhan mengenai pengembangan objek wisata agar membangun kesadaran masyarakat tentang wisata sehingga pengembangan wisata berjalan dengan baik dan dapat menghindari gangguan dari wisatawan yang tidak memiliki kesadaran dalam menjaga objek wisata. Memperbaiki sistem manajemen guna menahan laju persaingan dengan temoat wisata lain. Melakukan pengawasan dan pemeliharaan fasilitas-fasilitas yang telah ada di objek wisata sehingga membangun suasana yang indah dan disukai oleh wisatawan.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: 1) Hasil analisis faktor internal yaitu 2,97 diperoleh dari total penjumlahan *rating* faktor kekuatan dan kelemahan. Nilai 2,97 memiliki arti nilai tersebut tinggi melalui penilaian skala likert. Nilai kekuatan paling tinggi terdapat pada poin

promosi yang dilakukan menggunakan media elektronik terhadap kelangsungan agro wisata dengan rating 4 atau bobot item 0,44 ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan oleh pihak Dayang *Resort* Singkawang dengan menggunakan media elektronik memiliki pengaruh yang besar terhadap kelangsungan agrowisata di Dayang *Resort* Singkawang. Nilai kelemahan paling tinggi terdapat pada point jarak tempuh objek agrowisata yang jauh dari Kota Singkawang dengan rating 3 atau bobot item 0,24 ini menunjukkan bahwa jarak merupakan kelemahan yang memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kelangsungan agrowisata di Dayang *Resort* Singkawang. 2) Hasil analisis data nilai faktor eksternal yaitu 2,99 diperoleh dari total penjumlahan rating faktor peluang dan ancaman. Nilai peluang yang paling tinggi adalah Kondisi alam yang potensial dalam pengembangan agrowisata dengan nilai rating 4 dan bobot dengan nilai 0,54 ini menunjukkan bahwa kondisi alam yang ada di Dayang *Resort* Singkawang sangat mendukung potensi dalam pengembangan agro wisata dan memiliki pengaruh yang besar terhadap kelangsungan agrowisata di Dayang *Resort* Singkawang. Nilai ancaman yang paling tinggi terdapat pada Kurangnya kesadaran wisatawan dalam menjaga objek wisata dengan rating 3 dan bobot sebesar 0,23 ini dapat menjadi hambatan dalam pengembangan agrowisata di Dayang *Resort* Singkawang serta memiliki pengaruh besar terhadap kelangsungan agrowisata di Dayang *resort* Singkawang. 3) Hasil analisis data mengenai posisi Dayang *Resort* Singkawang dengan menggunakan analisis SWOT menunjukkan bahwa pengembangan agrowisata di Dayang *Resort* Singkawang berada dalam fase pertumbuhan usaha. Dengan nilai faktor internal 1,63 dan faktor eksternal dengan nilai 1,39. Strategi yang cocok ditetapkan pada pengembangan potensi agrowisata di Dayang *Resort* Singkawang adalah dengan *Matrix Grand Strategy* adalah mendukung kebijakan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bachrudin Shaleh. (2019). Strategi Bisnis Pariwisata. Humaniora, Bandung
- Budiarti, S. d., (2013). Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat Pada Usahatani Terpadu Guna Meningkatkan Kesejahteraan Petani Dan Keberlanjutan Sistem Pertanian. Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia, Vol 18, No 3. Journal.ipb.ac.id
- Deasy, S. (1994). Potensi dan Kendala Pengembangan Agrowisata di Indonesia. Fakultas Pertanian, Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, IPB. Bogor
- Evita,R.,Sirtha, I N., Sunartha, I N. (2012). Dampak Perkembangan Pembangunan Sarana Akomodasi Wisata terhadap Pariwisata Berkelanjutan di Bali. Jurnal Ilmiah Pariwisata, 2(1):109-222.

- Fachrezi, Felix (2018). "*Strategi Pengembangan Ekowisata Lembur Asri Desa Selaawi Kecamatan Selaawi Kabupaten Garut*". Skripsi. Universitas Siliwangi
- M. Rasyid, Kaskoyo, Yuwono, & Wulandari. (2018). Kearifan Lokal Dalam Pengelolaan Mata Air di Desa Sungai Langka Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung. *Jurnal Hutan Tropis*. 6(1), 90-9
- Effendi, I Madede Narka (2015). *Pengembangan Agrowisata Pesuteraan Alam Sari Segera*. *Jurnal Manajemen Agribisnis*. Vol 3, No 2
- Husein Umar, (2001). *Strategi Manajemen in Action*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta : Grasindo
- Joyosuharto, S. (1995). *Aspek Ketersediaan dan Tuntutan Kebutuhan Dalam Pariwisata dalam Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Editor: Ch. Fandeli. Yogyakarta. Liberty
- Mardalis. 2008. *Metodologi Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Palit, I. G., C. T., & Rumagit, G. A. (2017). *Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan*. *Jurnal Agri-SosioEkonomi Unsrat*, Vol 13, 21-3
- Rangkuti, Freddy. (2014). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Raden Ardimas Suryo Prabowo. 2017. *Identifikasi Potensi Lanskap Agrowisata Kawasan Perbukitan Menoreh Di Samigaluh Kabupaten Kulonprogo*. Usulan Penelitian. Universitas Muhammadiyah. Yogyakarta.
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Suwantoro, Gamal. (1997). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Andi. Yogyakarta
- Swarbrooke. (1996). *Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tirtawinata. Moh Reza dan Lisdiana Fachruddin. (1996). *Daya Tarik dan Pengelolaan Agrowisata*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2011. *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif di Indonesia*.
- Utama, G.B.R., & Junaedi, W.R. (2018). *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Yustisia Kristiana & Stephanie Theodora. (2016). *Strategi Upaya Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Agrowisata Berbasis Masyarakat Kampung Domba Terpadu Juhut Provinsi Banten*. *Jurnal Ilmiah Widya*. 3(3), 1-7.