

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA SIMBAT DI KABUPATEN JEMBER

THE DEVELOPMENT STRATEGY OF SIMBAT AGRO TOURISM IN JEMBER REGENCY

Pipit Nani Pratiwi¹, Hari Rujito², Bagus Putu Yudhia K.²

¹Mahasiswa Pascasarjana, Politeknik Negeri Jember, Indonesia

²Dosen Pascasarja Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Indonesia

Email: ¹pipitnanipratiwi@gmail.com

Diterima: 29 Juli 2019

Disetujui: 28 Agustus 2019

ABSTRAK

Potensi yang dimiliki Agrowisata SIMBAT sangat besar, lahan yang cukup luas dengan luas lahan kisaran 7 hektar, pesona wisata alam pegunungan yang menarik seperti spot-spot tempat wisata di kota Batu dengan akses yang dekat dengan wilayah kota Jember, lingkungan masyarakat sangat mendukung, dan SDM cukup tersedia membuat Agrowisata ini sangat potensial untuk dikembangkan. Namun dibalik potensi besar Agrowisata SIMBAT, perkembangannya masih belum optimal. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan strategi terhadap pengembangan agrowisata SIMBAT di Kabupaten Jember. Metode analisis yang digunakan yakni IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM, dan QFD. Hasil penelitian berdasarkan analisis QSPM strategi prioritas adalah mengoptimalkan keunggulan dengan meningkatkan mutu pelayanan terhadap konsumen. Berdasarkan hasil analisa QFD diperoleh atribut kebutuhan wisatawan yang menjadi prioritas utama dilihat dari tingkat kepentingannya, yakni kebersihan dan keasrian lingkungan wisata, sedangkan atribut pelayanan yang menjadi prioritas utama dilihat dari tingkat kepentingannya yakni pelatihan SDM secara sistematis, kontinyu, dan perbaikan sistem kerja SDM. Hasil analisis dua alat analisis QSPM dan QFD sangatlah berkaitan. Mengoptimalkan keunggulan dengan meningkatkan mutu pelayanan terhadap konsumen (hasil analisis QSPM) dapat dilakukan dengan memenuhi kebutuhan wisatawan yang menjadi prioritas utama yaitu. kebersihan dan keasrian lingkungan wisata (hasil analisis QFD), dan penerapannya yang utama harus dilakukan dengan pelayanan yang menjadi prioritas utama dilihat dari tingkat kepentingannya yaitu pelatihan SDM secara sistematis, kontinyu, dan perbaikan sistem kerja SDM. Dengan SDM yang solid dan skill yang kompeten dapat meningkatkan mengoptimalkan keunggulan dengan meningkatkan mutu pelayanan terhadap konsumen.

Kata Kunci: Agrowisata SIMBAT, SWOT, QSPM, QFD

ABSTRACT

The potential possessed by SIMBAT Agro Tourism is huge, the land is wide enough with a land area of around 7 hectares, the charm of attractive mountain nature attractions such as tourist spots in Batu city with access close to the Jember city area, the community environment is very supportive, and human resources enough available to make this Agrotourism very potential to be developed. But behind the great potential of SIMBAT Agrotourism, its development is still not optimal. Seeing the potential and various benefits of the development of SIMBAT Agro-tourism, as well as seeing the condition of agro-tourism that still has not made the main strategic priorities that must be done, and the Agro-tourism design has not been made in accordance with the needs and desires of tourists. Therefore the purpose of this study is to find a strategy towards the development of SIMBAT agro-tourism in Jember Regency. The analytical methods used in this study are IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM, and QFD. The results of the study based on QSPM analysis the priority strategy is Optimizing excellence by improving the quality of service to consumers. The QFD analysis obtained attributes of tourist needs that become the top priority seen from the level of importance is cleanliness and beauty of the tourist environment, while the service attribute which is the top priority seen from the level of importance "systematic, continuous HR training, and improvement of the HR work system" The results of the analysis of the two QSPM and QFD analysis tools are very related. Optimizing excellence by improving the quality of service to consumers (QSPM analysis results) can be done by meeting the needs of tourists who are the top priority, i.e. the cleanliness and beauty of the tourism environment (QFD analysis results), and their main application must be done with services that are the top priority in terms of their importance, namely systematic, continuous human resource training, and improvement of the HR work system. With solid human resources and competent skills, it can improve optimizing excellence by increasing the quality of service to consumers.

Keywords: SIMBAT Agrotourism, SWOT, QSPM, QFD

PENDAHULUAN

Perkembangan objek wisata, hotel dan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Jember dapat di tunjukkan pada Tabel 1. Kabupaten Jember memiliki potensi yang besar dalam sektor pariwisata, sehingga hal tersebut diprioritaskan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Jember. Pada tahun 2018 Kabupaten Jember memiliki 74 objek wisata dan empat diantaranya dikelola langsung oleh

Pemerintah Daerah. Objek wisata tersebut terdiri atas wisata pantai, pegunungan, budaya serta wisata agro. Sedangkan untuk hotel berjumlah 49 hotel. Wisatawan setiap tahunnya meningkat, tercatat pada tahun 2018 wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kabupaten Jember berjumlah 3,058 orang, sedangkan wisatawan domestik 1,456,961 orang.

Tabel 1 Perkembangan Objek Wisata, Hotel dan Wisatawan Kabupaten Jember Tahun 2014-2018

Tahun	Objek		Wisatawan	
	Wisata	Hotel	Mancanegara	Domestik
2014	46	43	1,212	882,414
2015	49	45	1,221	923,323
2016	49	49	2,751	1,299,482
2017	62	49	3,178	1,456,229
2018	74	49	3,058	1,456,961

Sumber: Dinas Pariwisata Kab. Jember 2014-2018

Perkembangan pariwisata Kabupaten Jember berdampak positif terhadap perekonomian dan memberikan kontribusi yang pasti terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Jember. Kontribusi dapat berupa sumbangan, sokongan atau

dukungan terhadap suatu kegiatan. Data perkembangan pendapatan dari sektor pariwisata Kabupaten Jember dapat dilihat pada Tabel 2 berikut;

Tabel 2. Pendapatan Dinas Pariwisata Kabupaten Jember 2014-2018

Tahun	Pendapatan
2014	14,436,903,334
2015	15,295,617,728
2016	17,865,221,044
2017	20,659,544,522
2018	25,150,998,427

Sumber : Dinas Pariwisata 2014-2018

Tahun 2017 Kabupaten Jember memiliki 65 objek wisata dan empat diantaranya dikelola langsung oleh Pemerintah Daerah. Objek wisata tersebut terdiri atas wisata pantai, pegunungan, budaya serta wisata agro. Sedangkan untuk hotel berjumlah 51 hotel, 6 hotel berbintang dan 45 hotel melati. Wisatawan setiap tahunnya meningkat, tercatat pada tahun 2017 wisatawan mancanegara maupun domestik yang berkunjung ke Kabupaten Jember berjumlah 1.994.924 orang (BPS Kabupaten Jember, 2017). Pendapatan Dinas Pariwisata Kabupaten Jember setiap tahunnya mengalami peningkatan dari tahun 2011-2017. Pada tahun 2011 pendapatan dari sektor pariwisata Kabupaten Jember sebesar Rp. 7,2 Miliar, dan pada tahun 2017 sebesar Rp. 20,6 miliar (BPS Kabupaten Jember, 2017).

Salah satu sektor pariwisata di Kabupaten Jember adalah agrowisata. Agrowisata menawarkan keindahan alam seperti pada areal perkebunan dan hortikultura.

Pengembangan agrowisata memiliki banyak manfaat baik untuk masyarakat yang

mengelola agrowisata, pemerintah maupun masyarakat pada umumnya. Budiarti & Muflikhati (2013), menyatakan bahwa pengembangan aktivitas agrowisata secara langsung dan tidak langsung akan meningkatkan persepsi positif petani serta masyarakat akan arti pentingnya pelestarian sumber daya lahan pertanian. Pengembangan agrowisata akan menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapat petani di luar nilai kuantitas produksinya.

Salah satu Agrowisata yang ada di daerah Jember adalah Agrowisata SIMBAT yang terletak di Desa Tamansari, Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember. Potensi yang dimiliki Agrowisata SIMBAT sangat besar, lahan yang cukup luas dengan luas lahan kisaran 7 hektar, pesona wisata alam pegunungan yang menarik seperti spot-spot tempat wisata di kota Batu dengan akses yang dekat dengan wilayah kota Jember, lingkungan masyarakat sangat mendukung, dan SDM cukup tersedia membuat Agrowisata ini sangat potensial untuk dikembangkan. Namun dibalik potensi besar

Agrowisata SIMBAT, perkembangan-nya masih belum optimal karena pengelolaan yang belum dilakukan secara optimal. Melihat potensi dan berbagai manfaat adanya pengembangan Agrowisata SIMBAT, serta melihat kondisi agrowisata yang masih belum membuat prioritas strategi utama yang harus dilakukan, serta belum dibuat rancangan Agrowisata yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan. Adapun penelitian ini adalah mengidentifikasi dan menganalisis kondisi Agrowisata SIMBAT pada saat ini, merumuskan alternatif strategi pengembangan Agrowisata SIMBAT, dan merumuskan dan mengurutkan strategi prioritas pengembangan Agrowisata SIMBAT dan desain produk Agrowisata SIMBAT yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Agrowisata SIMBAT yang berlokasi di Desa Tamansari, Kecamatan Wuluh, Kota Jember, Provinsi Jawa Timur. Lokasi penelitian dipilih dengan pertimbangan Agrowisata SIMBAT telah didirikan sejak tahun 2017, namun dalam pelaksanaannya mengalami banyak kendala dan tidak dikelola secara profesional, kemudian pada akhir tahun 2018 Agrowisata SIMBAT mulai dikelola lagi secara lebih profesional sehingga perlu adanya strategi pengembangan. Penelitian ini dilaksanakan selama 3 (tiga) bulan, yaitu pada Mei 2019 sd Juli 2019.

Analisis Data

Metode pengolahan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan konsep manajemen strategis. Analisis data dilakukan melalui analisis deskriptif, analisis kualitatif, dan analisis kuantitatif yang disajikan dalam bentuk tabel, gambar, dan uraian.

Analisis kuantitatif yang akan dihasilkan pada penelitian ini adalah hasil analisis berupa bobot, rating, dan skor, sedangkan analisis kualitatif berupa uraian dari hasil analisis kuantitatif. Data-data yang berhasil dikumpulkan diolah dan dianalisis dalam tiga tahap yaitu tahap input (*input stage*), tahap pencocokan (*matching stage*), dan tahap keputusan (*decision stage*) dengan menggunakan alat analisis yang terdiri dari matriks IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM, dan QFD (David, 2009) dan Alamanda (2019).

Analisis SWOT

Menurut David (2009) Matriks Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman (*Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats-SWOT*) adalah sebuah alat pencocokan yang cukup penting dalam membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi, yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT.

Quantitive strategic Planning Matrix-QSPM

Quantitive strategic Planning Matrix-QSPM adalah alat yang memungkinkan para penyusun strategi mengevaluasi berbagai strategi alternative secara objektif, berdasarkan faktor – faktor keberhasilan penting eksternal dan internal yang diidentifikasi sebelumnya (David, 2009). Salah satu keistimewaan QSPM adalah bahwa rangkaian-rangkaian strateginya dapat diamati secara berurutan atau bersamaan (David, 2009).

Metode Analisis QFD (*Quality Fuction Deployment*)

Tahap berikutnya dalam kerangka perumusan strategi adalah tahap keputusan, dalam tahap ini digunakan alat analisis QFD. *Quality Function Deployment* merupakan sebuah alat perencanaan yang digunakan untuk memenuhi harapan konsumen terhadap produk. Alat perencanaan utama dalam matriks *Quality Fuction Deployment* adalah *House of Quality* (HOQ). HOQ menerjemahkan suara konsumen ke dalam persyaratan teknis bagaimana cara organisasi agar dapat memenuhi persyaratan tersebut. Hal ini sesuai dengan pernyataan Besterfield (2012) “*Qualify Function Deployment (QFD) is a planning tool used to fulfill customer expectations. it is a discliplined approach to product design, engineering, and production and provides in depth evaluation of a product. Quality Fuction Deployment focuses on customer expectationsor requirement, often referred to as the voice of customer*”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis EFE

Pada Tabel 3 nilai total peluang lebih besar daripada nilai total ancaman yaitu sebesar 1,678 untuk nilai total peluang dan 0,635 untuk nilai total ancaman. Sehingga dapat disimpulkan bahwa agrowisata mampu memanfaatkan peluang yang ada untuk menghadapi ancaman.

Tabel 3. Analisis matriks EFE agrowisata SIMBAT

		Faktor Kunci Eksternal		
Peluang		Bobot	Rating	Skor
1.	Kecenderungan keinginan konsumen untuk berwisata ke wisata alam (agrowisata).	0.096	2	0.192
2.	Kecenderungan masyarakat untuk melakukan acara pertemuan	0.098	3	0.295
3.	Perkembangan teknologi, terutama internet dapat memudahkan transaksi usaha dan promosi.	0.08	2	0.160
4.	Ketersediaan tenaga kerja/SDM	0.094	2	0.188
5.	Loyalitas konsumen	0.099	2	0.198
6.	Dukungan Pemerintah Daerah terhadap pengembangan potensi daerah	0.105	3	0.315
7.	Sikap masyarakat yang mendukung keberadaan agrowisata SIMBAT	0.11	3	0.330
Total Peluang		1		1.678
		Ancaman		
1.	Persaingan dengan wisata lain (Bukit Payangan Ambulu, Puncak S8 Arjasa, Taman Wisata Glantangan PTPN XII Jenggawah)	0.103	2	0.205
2.	Pengelolaan wisata lain yang lebih baik dan menarik	0.083	2	0.167
3.	Musim penghujan yang panjang	0.132	2	0.263
Total Ancaman		1		0.635
Total Skor EFE				2.313

Analisis IFE

Tabel 4 menunjukkan nilai total kelemahan lebih kecil daripada nilai kekuatan dengan skor 2.023 untuk nilai kekuatan dan skor 0,988 untuk nilai kelemahan.

Jadi dengan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan lebih mampu untuk memanfaatkan kekuatan dan memperbaiki kelemahan.

Tabel 4. Analisis matriks IFE Agrowisata SIMBAT

		Faktor Kunci Internal		
	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1.	Lokasi wisata yang menarik (pesona keindahan alam puncak pegunungan Sukmoilang Manggar Babatan, Taman bunga, dan Spot-spot foto yang unik dan menarik)	0.145	4	0.580
2.	Lokasi wisata yang strategis (dekat dengan pemukiman penduduk, sehingga berpeluang didatangi oleh banyak pengunjung, serta akses yang tidak terlalu jauh dari pusat kota)	0.135	4	0.540
3.	lahan wisata yang cukup luas yaitu sekitar 7Ha yang berpotensi untuk dimanfaatkan sebagai agrowisata yang lebih optimal dan produktif	0.119	4	0.477
4.	keindahan alam lingkungan sekitar yang berupa persawahan yang sangat luas dan sungai yang indah dan asri serta dukungan masyarakat dapat berpotensi sekaligus sebagai desa wisata pertanian	0.107	4	0.427
Total Kekuatan				2.023
		Kelemahan		
1.	Fasilitas atau sarana dan prasarana yang belum mendukung yang biasanya diminati oleh banyak pengunjung (belum tersedia fasilitas-fasilitas pendukung wisata, seperti fasilitas outbound yang lengkap, fasilitas bermain anak, fasilitas olah raga, fasilitas tempat makan yang nyaman,dll)	0.084	2	0.168
2.	Promosi yang belum berjalan dengan baik	0.087	2	0.173
3.	Potensi-potensi wisata yang ada belum dikelola secara optimal (lokasi lahan yang cukup luas masih belum termanfaatkan dengan optimal secara keseluruhan, masih terdapat ruang kosong yang masih bisa dimanfaatkan untuk ruang wisata, misalnya untuk wisata pertanian dengan memproduksi produk pertanian)	0.069	2	0.138
4.	Akses yang cukup sulit untuk mencapai tempat wisata (jalan yang masih berupa tanah dan sempit, sehingga kendaraan besar sulit untuk mengakses lokasi wisata)	0.075	2	0.150
5.	Pengelolaan sumber daya manusia yang masih kurang	0.097	2	0.193
6.	Kondisi keuangan yang masih swadaya dan pemasukan yang belum optimal untuk biaya pengembangan	0.083	2	0.165
Total Kelemahan				0.988
Total Skor IFE				3.012

Tahap Pencocokan Data (Analisis Matriks IE)

Tahap selanjutnya dari hasil evaluasi dan analisis yang telah dilakukan adalah melakukan analisis internal – eksternal yang menghasilkan matriks Internal– eksternal (IE). Analisis internal – eksternal dilakukan untuk mempertajam hasil evaluasi dan analisis yang telah dilakukan sebelumnya. Analisis yang akan menghasilkan

matriks internal – eksternal (IE) ini berguna untuk mengetahui posisi Agrowisata SIMBAT saat ini di dalam matriks IE, sehingga dapat memberikan pilihan alternatif strategi.

		TOTAL SKOR EVALUASI FAKTOR INTERNAL		
		Kuat 3,0-4,0	Rata-rata 2,0-2,99	Lemah 1,0-1,99
TOTAL SKOR EVALUASI FAKTOR EKSTERNAL	Tinggi 3,0-4,0	I	II	III
	Sedang 2,0-2,99	★ IV	V	VI
	Rendah 1,0-1,99	VII	VIII	IX

Gambar 1. Matriks Internal-Eksternal (IE)
 Agrowisata SIMBAT

Berdasarkan hasil penjumlahan total skor pada matriks IFE dan EFE maka didapatkan skor masing-masing sebesar 3,012 dan 2,313. Skor tersebut merupakan input bagi analisis matriks IE yang nantinya dipetakan pada matriks IE, sehingga dapat diketahui posisi perusahaan saat ini. Penentuan posisi perusahaan sangat penting bagi perusahaan dalam memilih alternatif strategi untuk menghadapi persaingan dan perubahan yang terjadi dalam usaha yang dijalankan.

Posisi Agrowisata SIMBAT berada pada sel IV yaitu berada pada tahap tumbuh dan membangun. Posisi Agrowisata SIMBAT pada sel IV memberikan gambaran mengenai strategi-strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan dalam menjalankan usahanya, yaitu strategi intensif atau integrasi. Strategi intensif terdiri dari strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Penetrasi pasar merupakan pencarian pangsa pasar yang lebih besar atau peningkatan pangsa pasar produk atau jasa yang sudah ada melalui peningkatan usaha pemasaran. Pengembangan pasar adalah pengenalan produk atau jasa yang telah ada ke wilayah geografi yang baru. Pengembangan produk adalah peningkatan penjualan dengan memperbaiki produk atau jasa yang sudah ada atau mengembangkan yang baru.

Strategi integrasi terdiri atas integrasi ke depan, integrasi ke belakang, dan integrasi horizontal. Integrasi ke depan merupakan strategi untuk memperoleh kepemilikan/meningkatkan kendali atas distributor/pengecer. Integrasi ke belakang merupakan strategi untuk memperoleh kepemilikan atau meningkatkan kendali atas perusahaan pemasok. Integrasi horizontal merupakan strategi untuk memperoleh kepemilikan atau meningkatkan kendali atas para pesaing.

Strategi intensif yang dapat dilakukan oleh Agrowisata SIMBAT yaitu strategi penetrasi pasar. Untuk mencapai peningkatan pangsa pasar dapat dilakukan dengan cara pemilihan dan perluasan media promosi dan program promosi yang tepat sesuai dengan sasaran yang akan dicapai. Walaupun tanpa melakukan promosi minat konsumen masih tinggi terhadap agrowisata karena daya tariknya akan tetapi agrowisata masih memerlukan promosi secara berkesinambungan untuk penanaman citra dalam benak konsumen yang berdampak jangka panjang. Pemilihan dan perluasan

media dan program yang tepat sesuai dengan sasaran yang akan dicapai dapat meningkatkan permintaan terhadap wisata agro. Media tersebut bisa berupa media cetak seperti majalah dan media elektronik dapat melalui radio yang biasa didengar oleh masyarakat serta televisi lokal juga dapat dimanfaatkan untuk media promosi dari agrowisata SIMBAT. Sehingga dengan adanya perluasan media tersebut diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang berkunjung ke agrowisata SIMBAT.

Strategi pengembangan produk perlu dilakukan untuk meningkatkan daya saing ditengah maraknya tempat rekreasi-rekreasi yang semakin banyak. Kelengkapan fasilitas, peningkatan mutu pelayanan, paket wisata yang dikemas secara lebih menarik dan produk-produk tambahan yang memiliki ciri khas dapat dilakukan untuk menarik minat konsumen bahkan konsumen pesaing. Agrowisata SIMBAT dapat menambah fasilitas yang disediakan bagi pengunjung terutama arena permainan anak, serta area kolam renang, fasilitas olah raga, taman piknik, dll, dikarenakan sebagian besar pengunjung Agrowisata SIMBAT adalah anak muda/pelajar/ mahasiswa, keluarga yang membawa anaknya, maka fasilitas-fasilitas yang menjadi favorit keluarga terutama anak-anak harus menjadi fokus perhatian. Untuk menciptakan kesan interaktif dengan alam maka dapat disediakan game-game ataupun fasilitas lainnya yang menyatu dengan alam, misal belajar bagaimana menanam. Fasilitas lain seperti perpustakaan mini atau galeri yang menyediakan aneka bacaan tentang pertanian. Pengembangan produk dapat juga dilakukan dengan meningkatkan pengelolaan agrowisata SIMBAT, misalnya kebersihan, keasrian dan keindahan kebun, kebersihan toilet. Strategi pengembangan pasar dapat dilakukan dengan melakukan kerjasama dengan biro perjalanan lokal, hotel-hotel yang berada di Kabupaten Jember dan sekitarnya.

Strategi integrasi ke depan dapat menjadi alternatif lain dalam pengembangan agrowisata SIMBAT. Untuk melakukan strategi ini, Agrowisata SIMBAT dapat meningkatkan kerjasama dengan travel dan biro perjalanan lokal. Marketing harus meningkatkan kinerjanya dengan melakukan perencanaan yang lebih matang dalam menghadapi perubahan-perubahan dan gerakan dari pesaing. Strategi integrasi ke belakang Agrowisata SIMBAT dapat bekerja sama dengan pihak pemasok yang memasok kebutuhan perlengkapan mandi bagi pengunjung yang menginap/berkemah. Integrasi horizontal dapat dilakukan kerjasama dengan tempat wisata lainnya.

Analisis Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat analisis yang menggabungkan faktor – faktor strategis internal dan eksternal yang terdapat pada matriks IFE dan EFE.

Matriks SWOT mengembangkan empat alternatif strategi berdasarkan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*) bagi perusahaan. Keempat alternatif strategi tersebut adalah strategi SO (*strength- opportunity*), strategi ST (*strength-treats*), strategi WO (*weaknesses-opportunity*), dan strategi WT (*weaknesses-threat*).

Tujuan dari matriks SWOT adalah untuk mengumpulkan sebanyak mungkin strategi – strategi yang memungkinkan untuk digunakan oleh perusahaan. Pemilihan strategi utama dari matriks SWOT disesuaikan dengan posisi perusahaan dan bersifat melengkapi analisis matriks IE yang telah dibuat sebelumnya. Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT pada agrowisata SIMBAT, diperoleh lima alternatif strategi yang terdiri dari satu alternatif strategi SO, dua alternatif strategi WO, satu alternatif strategi ST, dan satu alternatif strategi WT.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, diperoleh beberapa alternative strategi yang dapat diterapkan pada Agrowisata SIMBAT untuk selanjutnya dianalisis menggunakan QSPM untuk mengetahui prioritas dan ranking alternative strategi tersebut. Manajemen pengelola Agrowisata SIMBAT telah menentukan beberapa strategi yang akan dianalisa berdasarkan kondisi internal perusahaan untuk menghadapi kondisi eksternal yang ada. Pada posisi kelemahan Agrowisata SIMBAT akan diambil strategi memaksimalkan peluang untuk menutupi kelemahan yang ada pada Agrowisata SIMBAT yaitu dengan strategi mengoptimalkan pengelolaan Agrowisata SIMBAT dengan biaya yang minimalis tetapi tetap berkesan dan menarik (bekerjasama dengan biro

perjalanan, penyedia jasa outbond/musik, dan penyedia makanan) dan memperbaiki kinerja SDM bagian pemasaran dengan skor 4,691. Sedangkan pada posisi kekuatan Agrowisata SIMBAT akan memaksimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang adadengan skor 3,702.

Beberapa alternatif strategi yang akan di analisis menggunakan QSPM diantaranya adalah sebagai berikut:

- ❖ Strategi 1 = Mengoptimalkan pengelolaan Agrowisata SIMBAT melalui peningkatan mutu pelayanan terhadap konsumen dengan biaya yang minimalis tetapi tetap berkesan dan menarik (bekerjasama dengan biro perjalanan, penyedia jasa outbond/musik, dan penyedia makanan) (W1,W2,W3,W4,W5,W6,W7,O1,O2,O3,O4,O5,O6,O7)
- ❖ Strategi 2 = memperbaiki kinerja SDM bagian pemasaran (W2,W5,W6,O1,O2,O3,O4,O5,O6,O7)
- ❖ Strategi 3 = membuat konsep desa wisata pertanian (S4,O1,O2, O6,O7)

Analisis QSPM (*Quantitive strategic Planning Matrix*)

Quantitive strategic Planning Matrix-QSPM adalah alat yang memungkinkan para penyusun strategi mengevaluasi berbagai strategi alternative secara objektif, berdasarkan faktor – faktor keberhasilan penting eksternal dan internal yang diidentifikasi sebelumnya (David, 2009). Tabel 5 berikut ini adalah hasil analisis QSPM di Agrowisata SIMBAT.

Tabel 5. Hasil analisis QSPM (*Quantitive strategic Planning Matrix*)

STRATEGI	BOBOT	STRATEGI 1		STRATEGI 2		STRATEGI 3	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan							
A	0.145	4	0.580	3	0.435	2	0.290
B	0.135	4	0.540	3	0.405	2	0.270
C	0.119	3	0.357	2	0.238	4	0.476
D	0.107	3	0.321	2	0.214	4	0.428
Kelemahan							
E	0.084	4	0.336	3	0.252	1	0.084
F	0.087	3	0.261	4	0.348	2	0.174
G	0.069	4	0.276	2	0.138	3	0.207
H	0.075	1	0.075	2	0.150	3	0.225
I	0.097	2	0.194	4	0.388	3	0.291
J	0.083	4	0.332	2	0.166	3	0.249
Peluang							
A	0.096	3	0.288	4	0.384	2	0.192
B	0.098	2	0.196	4	0.392	3	0.294
C	0.08	2	0.160	4	0.320	1	0.080
D	0.094	2	0.188	4	0.376	3	0.282
E	0.099	3	0.297	2	0.198	4	0.396
F	0.105	3	0.315	2	0.210	4	0.420
G	0.11	2	0.220	4	0.440	3	0.330
Ancaman							
H	0.103	4	0.412	3	0.309	2	0.206
I	0.083	4	0.332	3	0.249	2	0.166
J	0.132	2	0.264	1	0.132	3	0.396
TOTAL TAS			5.944		5.744		5.456
URUTAN PRIORITAS			1		2		3

Keterangan:

Kekuatan

- A : Lokasi wisata yang menarik (pesona keindahan alam puncak pegunungan Sukmoilang Manggar Babatan, Taman bunga, dan Spot-spot foto yang unik dan menarik)
- B : Lokasi wisata yang strategis (dekat dengan pemukiman penduduk, sehingga berpotensi didatangi oleh banyak pengunjung, serta akses yang tidak terlalu jauh dari pusat kota)
- C : Lahan wisata yang cukup luas yaitu sekitar 7Ha yang berpotensi untuk dimanfaatkan sebagai agrowisata yang lebih optimal dan produktif
- D : Keindahan alam lingkungan sekitar yang berupa persawahan yang sangat luas dan sungai yang indah dan asri serta dukungan masyarakat dapat berpotensi sekaligus sebagai desa wisata pertanian

Kelemahan

- E : Fasilitas atau sarana dan prasarana yang belum mendukung yang biasanya diminati oleh banyak pengunjung (belum tersedia fasilitas-fasilitas pendukung wisata, seperti fasilitas outbond yang lengkap, fasilitas bermain anak, fasilitas olah raga, fasilitas tempat makan yang nyaman,dll)
- F : Promosi yang belum berjalan dengan baik
- G : Potensi-potensi wisata yang ada belum dikelola secara optimal (lokasi lahan yang cukup luas masih belum dimanfaatkan dengan optimal secara keseluruhan, masih terdapat ruang kosong yang masih bisa dimanfaatkan untuk ruang wisata, misalnya untuk wisata pertanian dengan memproduksi produk pertanian)
- H : Akses yang cukup sulit untuk mencapai tempat wisata (jalan yang masih berupa tanah dan sempit, sehingga kendaraan besar sulit untuk mengakses lokasi wisata)
- I : Pengelolaan sumber daya manusia yang masih kurang optimal
- J : Kondisi keuangan yang masih swadaya dan pemasukan yang belum optimal untuk biaya pengembangan

Peluang

- A : Kecenderungan keinginan konsumen untuk berwisata ke wisata alam (agrowisata).
- B : Kecenderungan masyarakat (utamanya pelajar) untuk melakukan acara pertemuan
- C : Perkembangan teknologi, terutama internet dapat memudahkan transaksi usaha dan promosi.
- D : Ketersediaan tenaga kerja/SDM
- E : Loyalitas konsumen
- F : Dukungan Pemerintah Daerah terhadap pengembangan potensi daerah
- G : Sikap masyarakat yang mendukung keberadaan agrowisata SIMBAT

Ancaman

- H : Persaingan dengan wisata lain (Bukit Payangan Ambulu, Puncak J8 Arjasa, Taman Wisata Glantangan PTPN XII Jenggawah)
- I : Perkembangan wisata yang terus meningkat (Perkembangan dan pengelolaan wisata lain yang lebih baik dan menarik)
- J : Musim penghujan yang panjang

Berdasarkan hasil analisis QSPM tersebut di atas, maka dapat diketahui urutan strategi prioritas pengembangan Agrowisata SIMBAT adalah:

- ❖ Strategi 1 = Mengoptimalkan pengelolaan Agrowisata SIMBAT melalui peningkatan mutu pelayanan terhadap konsumen dengan biaya yang minimalis tetapi tetap berkesan dan menarik (bekerjasama dengan biro perjalanan, penyedia jasa outbond/musik, dan penyedia makanan) (W1,W2,W3,W4,W5,W6,W7,O1,O2,O3,O4,O5,O6,O7)
- ❖ Strategi 2 = memperbaiki kinerja SDM bagian pemasaran (W2,W5,W6,O1,O2,O3,O4, O5,O6,O7)
- ❖ Strategi 3 = membuat konsep desa wisata pertanian (S4,O1,O2, O6,O7)

Berdasarkan hasil analisis QSPM tersebut dapat diketahui bahwa Mengoptimalkan pengelolaan Agrowisata SIMBAT melalui peningkatan mutu pelayanan terhadap konsumen dengan biaya yang minimalis tetapi tetap berkesan

dan menarik (bekerjasama dengan biro perjalanan, penyedia jasa outbond/musik, dan penyedia makanan) (W1,W2,W3,W4,W5,W6,W7,O1,O2,O3,O4,O5,O6,O7) memiliki nilai TAS yang tertinggi yaitu 5,944. Hal ini memiliki makna bahwa total *attractive score* yang pada strategi tersebut memiliki nilai paling tinggi, artinya strategi tersebut sangat menarik dibandingkan dengan serangkaian strategi lainnya. Dalam bidang jasa termasuk agrowisata mutu pelayanan terhadap konsumen memang sangatlah perlu untuk lebih diperhatikan. Hal ini dikarenakan pelayanan dapat meningkatkan daya tarik dan minat wisatawan untuk berkunjung.

Analisis QFD (*Qualify Function Deployment*)

Berdasarkan pertanyaan *WHAT the customer needs* yang diajukan kepada wisatawan, dapat diperoleh beberapa atribut kebutuhan wisatawan terhadap Agrowisata SIMBAT, terdapat 20 atribut kebutuhan wisatawan terhadap agrowisata SIMBAT, diantaranya adalah sebagai berikut:

Dimens	No	Atribut Kebutuhan Wisatawan	INDIKATOR	
Reliability	1	KEINDAHAN ALAM YANG LESTARI	<ul style="list-style-type: none"> Asri Terawat bersih dan menarik 	
	2	TAMAN YANG INDAH	<ul style="list-style-type: none"> terawat, asri, menarik, dan tertata rapi dapat digunakan sebagai area piknik keluarga (dengan taman yang luas dan indah) 	
Tangibles	3	WISATA EDUKASI	<ul style="list-style-type: none"> tersedia gambar dan tulisan yang edukatif dan menarik media belajar 	
	4	PAPAN PETUNJUK TEMPAT/ARAH	<ul style="list-style-type: none"> dapat terlihat jelas sehingga memudahkan wisatawan menuju lokasi wisata 	
	5	ATRAKSI WISATA YANG BERAGAM	<ul style="list-style-type: none"> memiliki produk pertanian khas agrowisata 	
	6	PENAMPILAN PEMANDU WISATA MENARIK	<ul style="list-style-type: none"> seragam pemandu wisata yang khas, unik, bersih, rapi, sopan dan menarik 	
	7	FASILITAS OUTBOND DAN CAFÉ YANG UNIK	<ul style="list-style-type: none"> fasilitas outbond yang lengkap, menarik, dan dapat dimanfaatkan oleh wisatawan sambil menikmati keindahan alam yang menjadi daya tarik, contohnya: panjat tebing, kereta gantung, sepeda terbang, dll. fasilitas café yang unik dan menarik bukan hanya sekedar tempat untuk makan, tetapi diharapkan dapat menikmati keindahan alam dengan menikmati sajian dari café sambil menaiki fasilitas kereta gantung dan menikmati keindahan puncak SIMBAT. 	
	8	FASILITAS OLAH RAGA	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat fasilitas untuk berolah raga, contoh: bersepeda, mendayung, atv, dll 	
	9	KEBERSIHAN DAN KEASRIAN WISATA	<ul style="list-style-type: none"> Kebersihan seluruh lokasi wisata, baik di dalam lingkungan agrowisata maupun di luar agrowisata 	
	10	HIBURAN YANG MENARIK DAN INOVATIF	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat event event yang unik Fasilitas entertain lainnya seperti music, dll 	
	11	FASILITAS MUSHOLLA, TOILET, DAN TEMPAT ISTIRAHAT	<ul style="list-style-type: none"> Bersih, terawat, dan rapi Musholla terdapat fasilitas yang lengkap, (mukena, sarung, dll) Tempat istirahat yang nyaman 	
	12	FASILITAS P3K	<ul style="list-style-type: none"> Tersedia obat-obatan untuk keadaan darurat 	
	13	PARKIR YANG AMAN DAN NYAMAN	<ul style="list-style-type: none"> Luas tempat parkir Keamanan tempat parkir Kenyamanan tempat parkir 	
	Responsiveness	14	TANGGUNG JAWAB TERHADAP KOMPLAIN	<ul style="list-style-type: none"> Cara menangani keluhan wisatawan ketika ada masalah
		15	KESIGAPAN PETUGAS	<ul style="list-style-type: none"> kesigapan petugas dalam pelayanan terhadap wisatawan (cepat tanggap)
16		KOMPETENSI PETUGAS DALAM PELAYANAN	<ul style="list-style-type: none"> kompetensi petugas agrowisata dalam melayani wisatawan 	
17		KOMUNIKATIF DAN KEAKTIFAN PETUGAS	<ul style="list-style-type: none"> pemandu wisata yang komunikatif dan aktif dalam pelayanan terhadap wisatawan yang datang 	
Empathy	18	INFORMATION CENTER	<ul style="list-style-type: none"> terdapat layanan pusat informasi 	
	19	PEMANDU WISATA YANG KOMPETEN	<ul style="list-style-type: none"> pemandu wisata yang memahami seluruh seluk beluk agrowisata 	
Assurance	20	KESELAMATAN DAN KEAMANAN BERWISATA	<ul style="list-style-type: none"> lokasi agrowisata yang aman fasilitas outbond yang teruji dan aman 	

Tabel 6. Persyaratan Teknik / Daftar Elemen Pelayanan

NO	PERSYARATAN TEKNIK	KETERANGAN
1	ATURAN WISATA	Pembuatan aturan berwisata, (Contoh: dilarang corat coret di lokasi wisata, menjaga etika wisata, dll)
2	REDESAIN TAMAN	penataan kembali lay out taman dan penanaman rumput taman pada area yang masih kosong
3	WISATA EDUKASI PERTANIAN	menciptakan wisata edukasi pertanian untuk pelajar (teknik menanam bunga, perawatan, dan keindahan, disertai gambar edukasi bagian tanaman dan nama latinnya)
4	PAPAN PETUNJUK	pembuatan papan petunjuk tempat atau arah wisata
5	PRODUKSI PRODUK KHAS WISATA	produksi produk khas wisata (contoh jeruk, dan tanaman jamu yang dapat di tanam di area hutan jati) dengan berkolaborasi dengan pemerintah desa setempat melalui program bumdes
6	SERAGAM PEMANDU	pembuatan seragam bagi pemandu wisata yang unik dan sopan
7	KONSEP OUTBOND DAN CAFÉ YANG UNIK	Pembuatan konsep outbond dan café yang unik dan menarik. Konsep fasilitas outbond dibuat lebih lengkap, menarik, dan dapat dimanfaatkan oleh wisatawan sambil menikmati keindahan alam yang menjadi daya tarik, contohnya: panjat tebing, kereta gantung, sepeda terbang, dll. Sedangkan fasilitas café yang unik dan menarik bukan hanya sekedar tempat untuk makan, tetapi juga dibuat konsep café yang dapat menikmati keindahan alam dengan menikmati sajian dari café sambil menaiki fasilitas kereta gantung dan menikmati keindahan puncak SIMBAT.
8	FASILITAS OLAH RAGA	Penyediaan fasilitas olah raga (bersepeda, memancing, atv, dll)
9	PENYEDIAAN TEMPAT SAMPAH	penyediaan tempat sampah pada setiap ruang wisata
10	EVENT KHAS WISATA	mengadakan event khas wisata (bunga mekar, festival makanan khas wisata)
11	PERAWATAN DAN UJI KELAYAKAN	melakukan perawatan dan uji kelayakan secara periodik
12	PENGADAAN P3K	pengadaan fasilitas P3K
13	REDESAIN LAHAN PARKIR	Penataan ulang lahan parkir dengan dekorasi taman agar terlihat lebih nyaman
14	LAYANAN CUSTOMER SERVICE KHUSUS KOMPLAIN	pengadaan layanan customer service khusus untuk melayani masukan dan keluhan (complain)
15	ETOS KERJA PETUGAS	penanaman etos kerja yang disiplin
16	DIKLAT SDM	pelatihan sumber daya manusia secara sistematis dan kontinyu
17	FASILITAS PUBLIC SPEAKER	pengadaan fasilitas public address / speaker
18	PENGADAAN KANTOR PUSAT INFORMASI	pengadaan pusat pelayanan informasi (information center)
19	KOTAK SARAN	pengadaan evaluasi performansi wisata (kotak saran)
20	MENGOPTIMALKAN HUMAS	Membina hubungan yang harmonis dengan pemerintah desa, aparat, tokoh masyarakat, dan tokoh agama, serta masyarakat sekitar agrowisata SIMBAT

Pembuatan HOQ bertujuan untuk mendesain atau mengubah desain dari suatu produk agar memenuhi atau melebihi harapan wisatawan. Berdasarkan 20 atribut kebutuhan wisatawan tersebut, selanjutnya adalah penyusunan karakteristik teknik. Tim QFD harus menyusun karakteristik teknik atau persyaratan teknik (BAGAIMANA) yang dapat mempengaruhi satu atau lebih persyaratan wisatawan, Persyaratan teknik ini akan menempati bagian atap rumah dari matriks *House Of Quality* (Yustian, 2015). Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara, diperoleh persyaratan teknik yang dapat dilakukan untuk mencapai kepuasan wisatawan di Agrowisata

SIMBAT. Daftar elemen pelayanan tersebut dapat di lihat pada tabel 6 di atas.

Berdasarkan hasil analisa *House of Quality* diperoleh atribut kebutuhan wisatawan yang menjadi prioritas utama dilihat dari tingkat kepentingannya, yaitu (Haber, *et al*, 2018):

1. Fasilitas outbond dan Café yang unik
2. Taman yang indah
3. Komunikatif dan keaktifan petugas
4. Fasilitas toilet, musholla dan tempat istirahat
5. Kebersihan dan keasrian

Berdasarkan hasil analisa *House of Quality* diperoleh atribut pelayanan yang menjadi prioritas

utama dilihat dari tingkat kepentingannya, yaitu (Hartini, 2010):

1. Diklat SDM
2. Pembuatan konsep outbond dan café yang unik
3. Humas
4. Etos kerja
5. Perawatan dan uji kelayakan

KESIMPULAN

Hal – hal yang dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kondisi internal Agrowisata SIMBAT saat ini sedang dalam kondisi tumbuh dan membangun.
2. Beberapa alternatif strategi yang direkomendasikan diantaranya adalah:
 - ❖ Strategi 1 = Mengoptimalkan pengelolaan Agrowisata SIMBAT melalui peningkatan mutu pelayanan terhadap konsumen dengan biaya yang minimalis tetapi tetap berkesan dan menarik (bekerjasama dengan biro perjalanan, penyedia jasa outbond/musik, dan penyedia makanan) (W1,W2,W3,W4,W5,W6,W7,O1,O2,O3,O4,O5,O6,O7)
 - ❖ Strategi 2 = memperbaiki kinerja SDM bagian pemasaran (W2,W5,W6,O1,O2,O3,O4, O5,O6,O7)
 - ❖ Strategi 3 = membuat konsep desa wisata pertanian (S4,O1,O2, O6,O7)
3. Berdasarkan hasil analisis diketahui:
 - a. Urutan strategi prioritas pengembangan Agrowisata SIMBAT adalah:
 - ❖ Strategi 1 = Mengoptimalkan pengelolaan Agrowisata SIMBAT melalui peningkatan mutu pelayanan terhadap konsumen dengan biaya yang minimalis tetapi tetap berkesan dan menarik (bekerjasama dengan biro perjalanan, penyedia jasa outbond/musik, dan penyedia makanan) (W1,W2,W3,W4,W5,W6,W7,O1,O2,O3,O4,O5,O6,O7)
 - ❖ Strategi 2 = memperbaiki kinerja SDM bagian pemasaran (W2,W5,W6,O1,O2,O3,O4, O5,O6,O7)
 - ❖ Strategi 3 = membuat konsep desa wisata pertanian (S4,O1,O2, O6,O7)
 - b. Urutan prioritas desain produk Agrowisata SIMBAT yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan adalah:
 1. Fasilitas outbond dan Café yang unik
 2. Taman yang indah
 3. Komunikatif dan keaktifan petugas
 4. Fasilitas toilet, musholla dan tempat istirahat
 5. Kebersihan dan keasrian

Urutan prioritas desain pelayanan yang dapat dilakukan oleh Agrowisata SIMBAT dilihat dari tingkat kepentingannya, yaitu

1. Diklat SDM
2. Pembuatan konsep outbond dan café yang unik
3. Humas
4. Etos kerja
5. Perawatan dan uji kelayakan

SARAN

Berikut ini saran yang dapat direkomendasikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sesuai dengan kondisi Agrowisata SIMBAT dapat fokus harga murah dan melayani khusus segmentasi wisatawan pecinta alam
2. Agrowisata SIMBAT sebaiknya meningkatkan mutu pelayanan, memperbaiki kinerja SDM bagian pemasaran, dan memanfaatkan lahan yang luas untuk mewujudkan desa wisata pertanian
3. Agrowisata SIMBAT dapat meningkatkan mutu pelayanan terhadap konsumen dengan biaya yang minimalis tetapi tetap berkesan dan menarik dengan memenuhi ekspektasi wisatawan dengan menyediakan fasilitas outbond dan café yang unik dengan bekerjasama dengan penyedia jasa outbond/musik, dan penyedia makanan/café. Hal tersebut dapat dilakukan secara baik dengan selalu meningkatkan skill sumber daya manusia pengelola. Serta selalu menjaga kekompakan tim pengelola wisata. Tim pengelola juga sebaiknya membina hubungan social masyarakat yang lebih baik agar semakin banyak dukungan untuk pengembangan lokasi wisata. Termasuk dengan wisata lain yang sudah lebih berkembang, sehingga dapat menginspirasi dan memberikan banyak inovasi pengembangan untuk agrowisata. Untuk peningkatan pelayanan pada atribut pelayanan berupa pelatihan SDM secara sistematis, kontinyu, dan perbaikan sistem kerja SDM dapat dilakukan dengan bekerjasama dengan fasilitator –fasilitator yang ada, seperti:
 - Dinas pariwisata
 - Perguruan tinggi
 - Pemerintah daerah
 - Sharing info dan pembelajaran dengan wisata lainnya

DAFTAR PUSTAKA

Alamanda, D.T. et al. 2019. *Designing Strategies using IFE, EFE, IE, and QSPM analysis:*

- Digital Village Case. The Asian Journal of Technology Management*. Vol. 12 No. 1 (2019): 48-57
- BPS Kabupaten Jember, 2018. Kabupaten Dalam Angka 2018. Jember: Bappeda Kabupaten Jember.
- Besterfield, D.H. et.al. 2012. *Total Quality Management Revised Third Edision*. South Asia : Pearson Education Push Print services.
- Budiarti, T., & Muflikhati, I. 2013. *Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat pada Usahatani Terpadu guna Meningkatkan Kesejahteraan Petani dan Keberlanjutan Sistem Pertanian (Community-Based Agritourism Development on Integrated Farming to Improve the Farmers ' Welfare and the Sustastainability of Agricultural Systems)*, 18(3), 200–207.
- Dinas Pariwisata Kabupaten Jember. 2018. *Perkembangan Objek Wisata, Hotel dan Wisatawan Kabupaten Jember tahun 2014-2018*. Jember: Dinas Pariwisata
- Dinas Pariwisata Kabupaten Jember. 2018. *Pendapatan Dinas Pariwisata Kabupaten Jember 2014-2018*. Jember: Dinas Pariwisata.
- David. 2009. *Manajemen Strategis Konsep Edisi 12*. Jakarta: Salemba Empat.
- Haber, N. et. Al. 2018. *Managing customer requirements for an effective service implementation in a Product-Service System (PSS)*". *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Paris, France, July 26-27, 2018*. IEOM Society International
- Hartini, 2010. *Perbaikan Kualitas Layanan Jasa Dengan Model Servqual Dimensi Kepariwisataa Dan Metode Quality Function Deployment (Studi Kasus Di Pt X, Tempat Wisata Wahana Permainan. J@TI Undip, Vol V, No.1, Januari 2010*
- Hashemi, N. F. et. al. (2014). *Formulating And Choosing Strategies Using Swot Analysis And Qspm Matrix: A Case Study Of Hamadan Glass Company*. *Proceedings of the 41st. International Conference on Computers & Industrial Engineering*
- Kardinah. 2015. *Pemasaran dan Evaluasi Produk Oriza (Pemulen Nasi) menggunakan Metode Quality Function Deployment*. Departemen Teknologi Industri Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Yustian. O. R. 2015. *Analisis Pengembangan Produk Berbasis Quality Function Deployment (QFD) (Studi Kasus Pada Produk Susu PT MSA)*. Volume XVIII No. 3. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.

Lampiran 1. Hasil Analisis SWOT Agrowisata SIMBAT

<p style="text-align: center;">Internal</p> <p style="text-align: center;">Eksternal</p>	<p>Kekuatan (S) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi wisata yang menarik (pesona keindahan alam puncak pegunungan Sukmoilang Manggar Babatan, Taman bunga, dan Spot-spot foto yang unik dan menarik) 2. Lokasi wisata yang strategis 3. lahan wisata yang cukup luas 4. berpotensi sebagai desa wisata pertanian <p style="text-align: right;">(2,023)</p>	<p>Kelemahan (W) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas atau sarana dan prasarana yang belum mendukung 2. Promosi yang belum berjalan dengan baik 3. Potensi-potensi wisata yang ada belum dikelola secara optimal 4. Akses yang cukup sulit untuk mencapai tempat wisata 5. Perkembangan teknologi belum dimanfaatkan dengan baik untuk kegiatan promosi 6. Pengelolaan sumber daya manusia yang belum maksimal 7. Kondisi keuangan yang masih swadaya dan pemasukan yang belum optimal untuk biaya pengembangan <p style="text-align: right;">(3,012)</p>
<p>Peluang (O) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kecenderungan keinginan konsumen untuk berwisata ke wisata alam (agrowisata) 2. Kecenderungan masyarakat untuk melakukan acara pertemuan atau acara kumpul keluarga 3. Perkembangan teknologi terutama internet dapat memudahkan transaksi usaha dan promosi 4. Ketersediaan tenaga kerja 5. Loyalitas konsumen 6. Dukungan Pemerintah Daerah terhadap pengembangan potensi daerah 7. Sikap masyarakat yang mendukung keberadaan agrowisata SIMBAT <p style="text-align: right;">(1,679)</p>	<p>Strategi SO :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. menambah fasilitas yang unik dan menarik bagi pengunjung terutama focus pada wisatawan pecinta alam (fasilitas outbond yang lengkap) dan edukasi pertanian (S1,O1,O2,O5,O6,O7) 2. membuat konsep desa wisata pertanian (S4,O1,O2,O6,O7) 3. meningkatkan kinerja pemasaran melalui media online/internet (S1,s2,s3,s4,O3,O4) <p style="text-align: right;">(3,702)</p>	<p>Strategi WO :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan pengelolaan Agrowisata SIMBAT melalui peningkatan mutu pelayanan terhadap konsumen dengan biaya yang minimalis tetapi tetap berkesan dan menarik (bekerjasama dengan biro perjalanan, penyedia jasa outbond/musik, dan penyedia makanan) (W1,W2,W3,W4,W5,W6,W7,O1,O2,O3,O4,O5,O6,O7) 2. memperbaiki kinerja SDM bagian pemasaran (W2,W5,W6,O1,O2,O3,O4,O5,O6,O7) <p style="text-align: right;">(4,691)</p>
<p>Ancaman (T) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan dengan wisata lain (Bukit Payangan Ambulu, Puncak J8 Arjasa, Taman Wisata Glantangan PTPN XII Jenggawah) 2. Perkembangan wisata yang terus meningkat (Perkembangan dan pengelolaan wisata lain yang lebih baik dan menarik) 3. Musim Penghujan yang lebih panjang <p style="text-align: right;">(0,635)</p>	<p>Strategi ST :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tiket masuk yang sangat terjangkau dengan mutu pelayanan pada wisatawan yang memuaskan (S1, S2, S3, S4, T1,T2,T3) 2. perbaikan akses jalan menuju lokasi wisata (S2,O6,O7) <p style="text-align: right;">(2,658)</p>	<p>Strategi WT :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerjasama dengan program pemerintah nasional BUMDES untuk pengembangan Agrowisata SIMBAT (W1,W2, W3, W5, W6, W7, T1, T2, T3) 2. Meningkatkan keindahan disepanjang akses jalan menuju lokasi wisata (penanaman tanaman hias sepanjang perjalanan lokasi wisata untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan (W4, T3) (3,647)