

Strategi Pengembangan Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli

MEIJIDIDAH BR BARUS*, I MADE SARJANA

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana,

Jl. PB. Sudirman Denpasar 80232, Bali

Email: *mejjibarus28@gmail.com

madesarjana@unud.ac.id

Abstract

Development Strategy of Arabica Coffee Agrotourism in Mangani Village, Kintamani District, Bangli Regency

Mengani Village Arabica Coffee Agrotourism is an education based agrotourism located in Mengani Village, Kintamani District, Bangli Regency. This research aims to identify the internal and external factors of Mengani Village Arabica Coffee Agrotourism and later alternative strategies for developing agrotourism will be formulated. The data analysis used in this research is the IFAS Matrix, EFAS Matrix, IE Matrix and SWOT Matrix. The results of the IFAS and EFAS matrix analysis show that the highest score is the main strength, namely the existence of farmer-owned coffee plantations which can be used as a tourist attraction, the main weakness is the absence of a regular agrotourism marketing plan. Meanwhile, external factors consist of the main opportunities, namely an increase in public interest in traveling for tourism and the main threat faced by agrotourism is climate change which has a negative impact on Arabica coffee cultivation and unstable coffee prices which cause farmers to replace coffee plants with other crops. The results of this research show that Mengani Village Arabica Coffee Agrotourism has strong internal conditions in taking advantage of opportunities and overcoming threats from external parties. The results of the SWOT analysis obtained two alternative SO strategies, namely utilizing agrotourism facilities optimally to attract tourists to visit, utilizing strategic agrotourism locations and having beautiful views in marketing agrotourism. Two alternative WO strategies are, providing adequate supporting facilities for tourists to attract interest in visiting and conducting training to improve the quality of human resources in agrotourism, utilizing existing technology to create agrotourism social media accounts in designing effective promotions to form agrotourism marketing plans. One alternative strategy for ST is to optimize agrotourism with existing facilities. One alternative strategy for WT is to collaborate with tourism industry players within the region and outside the region to form tourist tour packages.

Keywords: *coffee agrotourism, strategy, strategy analysis*

1 Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain dan bersifat sementara dengan tujuan untuk mencari kesenangan dan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin (Marpaung, 2002). Wisata alam terbuka merupakan pariwisata yang memanfaatkan sumber daya alam yang masih alami atau pun yang sudah di kelola dengan tujuan untuk meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung, wisata alam terbuka adalah salah satu wisata alternatif (pilihan baru). Wisata alam di kelompokkan menjadi dua yaitu, wisata alam yang masih asli (masih alami), wisatawan dapat menikmati pemandangan alam, mempelajari flora dan fauna serta mempelajari budaya lokal yang ada dikawasan tersebut.

Bali memiliki potensi alam termasuk aset-aset usaha taninya yang diupayakan dapat menjadi daya tarik wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan terkait keberagaman daya tarik yang ada. Dimana hal tersebut diyakini dapat menciptakan pemerataan perekonomian nasional dan juga menciptakan pemerataan antar individu dan antar daerah (Saragih, 2003). Manfaat agrowisata dari sudut pandang ekonomi tidak hanya meningkatkan perolehan devisa negara tetapi juga sebagai *agent of development*. Sedangkan dari sudut pandang sosial manfaat agrowisata dapat melestarikan sumber daya alam dan meningkatkan teknologi lokal (Retnoningsih, 2013). Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani merupakan agrowisata yang ditujukan kepada setiap kalangan masyarakat baik individu ataupun keluarga yang ingin mencoba untuk belajar mengenai kopi karena semua proses mulai dari pembibitan sampai dengan proses pengolahan pasca panen sudah ada pada agrowisata ini. Saat wisatawan melakukan kunjungan ke agrowisata ini maka akan di sediakan pemandu yang akan menjelaskan mengenai kopi arabika mulai dari proses pembibitan, penanaman, perawatan dan pemetikan buah sampai dengan pengolahan kopi menjadi bubuk kopi.

Melalui penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani memiliki potensi yang cukup untuk dikembangkan. Namun dalam proses mengembangkan agrowisata ini masih terdapat beberapa kendala karena wisata yang masih baru sehingga agrowisata ini belum cukup dikenal dan populer dikalangan masyarakat ataupun wisatawan. Selain itu Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani masih perlu dibenahi karena masih kurangnya sarana dan prasarana pada agrowisata, dan juga terdapat beberapa pesaing dengan usaha sejenis di wilayah kintamani barat. Dengan lokasi yang cukup strategis dan potensi yang layak maka sangat disayangkan jika tidak dikembangkan dengan baik. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi yang tepat untuk digunakan dalam pengembangan Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kekuatan dan kelemahan Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli?

2. Bagaimana peluang dan ancaman Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli?
3. Strategi apa yang tepat untuk digunakan dalam pengembangan Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli?

1.3. *Tujuan Penelitian*

1. Menganalisis kekuatan dan kelemahan Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli.
2. Menganalisis peluang dan ancaman Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli.
3. Merumuskan strategi pengembangan yang tepat pada Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli.

2. Metode Penelitian

2.1 *Lokasi dan Waktu Penelitian*

Penelitian ini berlangsung dari bulan Mei sampai bulan Juli 2023 di Desa Mengani, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali. Pemilihan lokasi ini dilakukan dengan teknik *purposive*.

2.2 *Data dan Metode Penelitian*

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif penelitian ini berupa pertanyaan-pertanyaan tentang kegiatan diagrowisata dan faktor internal dan eksternal agrowisata. Sedangkan data kuantitatif pada penelitian ini adalah hasil analisis matriks IFAS, matriks EFAS, matriks IE dan matriks SWOT. Sumber data pada pelitian ini meliputi data primer dan data sekunder, sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu wawancara, metode kepustakaan dan dokumentasi.

2.3 *Penentuan Informan Kunci*

Dalam pelitian peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan informan yang benar-benar mengerti tentang kondisi internal dan eksternal Agrowisata Arabika Desa Mengani sehingga mereka dapat memberikan informasi yang tepat terkait data yang akan diperlukan peneliti. Informan kunci yang dijadikan sumber data dalam penelitian ini sebanyak delapan orang yang terdiri dari kepala desa, perangkat Desa Mengani, pengelola agrowisata, pengusaha bibit kopi, wirausaha travel, akademisi dan pengunjung agrowisata.

2.4 *Variabel Penelitian dan Pengukuran*

Variabel merupakan atribut atau sifat dari suatu objek atau kegiatan yang mempunyai keragaman tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari untuk memperoleh informasi dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Adapun variable yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

2.5 *Analisis Data*

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi, analisis matriks IFAS dan EFAS, untuk merumuskan faktor-faktor strategis dalam kerangka internal dan eksternal perusahaan karena dianggap akan mempengaruhi perusahaan dimasa depan (Rangkuti, 2017). Matriks IE digunakan dalam merumuskan strategi serta melihat posisi perusahaan dalam matrix dengan menggunakan skor untuk pembobotan IFAS dan EFAS. Analisis SWOT yang digunakan dalam menyusun faktor-faktor strategi suatu perusahaan (Rangkuti, 2017).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 *Analisis lingkungan internal (Internal Strategic Factor Summary)*

Analisis faktor internal perusahaan mengidentifikasi faktor-faktor kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Hasil identifikasi kekuatan dan kelemahan sebagai faktor strategis internal kemudian memberikan bobot dan rating yang terdapat pada tabel berikut.

Hasil perhitungan matriks IFAS untuk Strategi Pengembangan Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli pada Tabel 1 menunjukkan bahwa faktor kekuatan utama dari Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani adalah adanya kebun kopi milik petani yang dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata dengan skor 0,27. Hal ini sesuai dengan konsep Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani yang menggunakan kebun petani sebagai sarana untuk memberikan edukasi kepada wisatawan yang berkunjung.

Adapun faktor kelemahan berdasarkan matriks pada Tabel 1 Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani yaitu Belum adanya rencana pemasaran agrowisata secara regular dengan skor 0,15. Dimana dalam kegiatan pemasaran maka diperlukan strategi yang dapat membantu tercapainya tujuan dari suatu pemasaran. Menurut (Kurniawan & Marlena, 2020), untuk Menyusun strategi pemasaran maka perlu dilakukan riset, perencanaan, penyusunan hingga pengimplementasiannya untuk membantu proses pemasaran. Melihat hal tersebut maka pihak agrowisata perlu untuk lebih memperhatikan pemasaran agrowisata mulai dari pemilihan pasar, produk agrowisata yang akan ditawarkan, penetapan harga dan sistem promosi yang akan digunakan agar wisatawan tahu akan keberadaan Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani, karena dengan semakin banyaknya wisatawan yang tahu maka akan mempercepat pengembangan agrowisata.

Tabel 1.
Analisis matriks IFAS

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1.	Wisatawan dapat belajar mengenai kopi mulai dari pembibitan sampai dengan proses pasca panen	0,07	3,13	0,22
2.	Pemandu wisata yang sudah terlatih	0,06	3,63	0,16
3.	Petani bersedia berbagi pengalaman dalam budidaya kopi arabika	0,07	3,63	0,25
4.	Pedesaan dengan pemandangan alam berupa pegunungan yang indah	0,08	3	0,24
5.	Fasilitas dasar (kebersihan, air, listrik, parkir) yang cukup memadai	0,07	2,63	0,18
6.	Adanya kebun kopi milik petani yang dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata	0,08	3,38	0,27
7.	Adanya unit pengolah hasil yang mendukung aktivitas wisata berupa teknologi pasca panen kopi	0,06	3	0,18
8.	Adanya pembibitan kopi sejak tahun 1970 di desa mengani yang dapat mendukung eduwisata	0,07	2,75	0,19
Kelemahan				
1.	Belum adanya paket wisata yang dapat dijadikan unggulan untuk menarik minat wisatawan	0,06	2,25	0,14
2.	Belum adanya rencana pemasaran agrowisata secara reguler	0,07	2,13	0,15
3.	Belum adanya sarana pemasaran digital berupa (web atau media sosial)	0,05	1,75	0,09
4.	Belum adanya fasilitas penunjang yang memadai	0,05	1,88	0,09
5.	Belum tersedia toilet untuk pengunjung agrowisata	0,04	1,75	0,07
6.	Penerapan teknologi budidaya kopi arabika tidak ramah lingkungan (kimia)	0,06	1,63	0,10
7.	Belum tersedia rumah makan untuk melayani kebutuhan wisatawan	0,06	1,88	0,11
8.	SDM pariwisata yang masih terbatas baik secara kualitas dan kuantitas	0,05	1,5	0,08
Total kekuatan dan kelemahan		1,00	2,52	

Sumber : *Pengolahan data primer, 2023*

3.2 Analisis Lingkungan Eksternal (External Strategic Factor Summary)

Tabel EFAS berfungsi untuk membantu dalam penentuan faktor strategi eksternal yang akan dipantau karena memiliki potensi mempengaruhi potensi perusahaan dimasa depan (Rangkuti, 2017). Matriks EFAS digunakan untuk mengevaluasi peluang dan ancaman yang datang dari lingkungan Eksternal Kopi Arabika Desa Mengani.

Hasil perhitungan matriks EFAS untuk Strategi Pengembangan Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli pada tabel 2 menunjukkan faktor utama yang menjadi peluang dari Agrowisata Kopi Arabika

Desa Mengani adalah Adanya peningkatan animo masyarakat melakukan perjalanan wisata dengan total skor 0,49. Menurut (Annisa & Alvianna, 2017), Sebagai salah satu aktivitas manusia, melakukan perjalanan wisata merupakan fenomena pariwisata yang kompleks karena berkaitan dengan pergerakan manusia, barang, dan jasa, sehingga diperlukan layanan akomodasi yang dapat menjamin kenyamanan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya animo masyarakat dalam melakukan wisata dan disertai dengan kualitas yang baik sampai dengan lokasi yang dituju sangat berpengaruh terhadap perkembangan agrowisata.

Adapun yang menjadi ancaman dalam pengembangan Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani yaitu Harga kopi yang tidak stabil yang menyebabkan petani mengganti tanaman kopi dengan tanaman lain dengan total skor 0,34. Ancaman ini cukup berpengaruh terhadap pengembangan agrowisata karena jika terjadi pergantian tanaman kopi arabika dengan tanaman lain maka agrowisata tidak dapat berjalan dengan baik. Selain itu terdapat juga beberapa pesaing yang memiliki konsep yang hampir sama dengan Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani, sehingga diperlukan strategi untuk membuat agrowisata ini lebih unggul dari kompetitornya

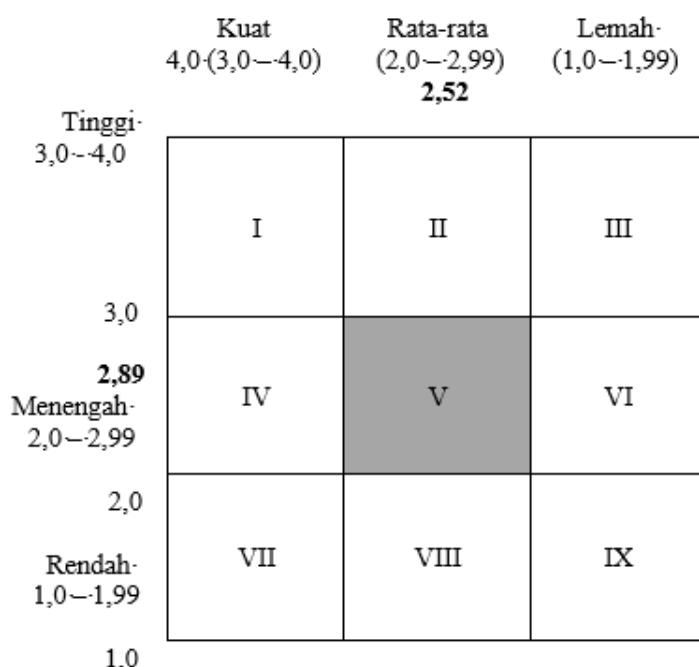
Tabel 2.
Analisis Matriks EFAS

No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1.	Adanya trend wisatawan berwisata di alam terbuka	0,13	3,25	0,42
2.	Adanya peningkatan animo Masyarakat melakukan perjalanan wisata	0,15	3,25	0,49
3.	Adanya upaya pemerintah dalam melakukan diversifikasi produk wisata melalui pengembangan agrowisata	0,12	2,88	0,35
4.	Adanya kebijakan pemerintah dalam meningkatkan kualitas jalan sampai ke pedesaan	0,14	3,25	0,46
Ancaman				
1.	Banyaknya daya tarik wisata dikawasan kintamanibarat sebagai pesaing	0,11	2,88	0,32
2.	Adanya perubahan iklim yang berdampak negatif terhadap budidaya kopi arabika	0,13	2,63	0,34
3.	Adanya bencana alam atau kriminalitas yang membatasi pergerakan manusia	0,09	1,88	0,17
4.	Harga kopi yang tidak stabil yang menyebabkan petani mengganti tanaman kopi dengan tanaman lain	0,13	2,63	0,34
Total Peluang dan Ancaman		1,00		2,89

Sumber : *Pengolahan data primer, 2023*

3.3 Analisis Matrik Internal-Eksternal (IE)

Matriks IE digunakan dalam merumuskan strategi serta melihat posisi perusahaan dalam matrix dengan menggunakan skor untuk pembobotan IFAS dan skor total pembobotan EFAS. Menurut (Tyas dan Chriswahyudi, 2017), tujuan penggunaan matriks IE ini untuk mendapatkan strategi bisnis yang lebih detail dimana matriks ini dapat mengidentifikasi 9 sel strategi sebuah perusahaan dan dikelompokkan menjadi tiga strategi utama. Berdasarkan gambar matriks IE Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani yaitu matrik IFAS yang berada pada sumbu horizontal dengan skor 2,52 dan matriks EFAS yang berada pada sumbu vertikal dengan skor 2,89, maka total skor matrik IFAS dan EFAS Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani berada pada sel V (2,52 – 2,89). Posisi pada sel V merupakan *hold and mainstain* (pertahanan dan pemeliharaan). Strategi yang dapat diterapkan adalah strategi penetrasasi pasar dan pengembangan produk.



Gambar 1.
Analisis Matriks IE

Menurut (Putri, 2021), penetrasi pasar adalah alternatif yang dilakukan untuk mengembangkan suatu rencana untuk memperluas cakupan pangsa pasar untuk suatu produk atau jasa tertentu. Untuk melakukan strategi penetrasi pasar dapat diupayakan dengan melakukan kegiatan promosi yang berdampak pada agrowisata dengan mengoptimalkan penggunaan media cetak atau media elektronik yang ada sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Menurut (Husniar, 2023), pengembangan produk adalah usaha untuk mempertahankan mutu produk yang telah ada agar mampu bersaing dengan kompetitor sejenisnya. Strategi pengembangan produk ini dapat dilakukan dengan melengkapi fasilitas agrowisata, mulai melakukan

kerja sama dengan pelaku industri pariwisata untuk membentuk paket wisata yang menarik, menjaga kebersihan agrowisata dan keasrian serta keindahan kebun.

3.4 *Strategi Alternatif Matriks SWOT*

Berdasarkan hasil analisis SWOT pada tabel 3, diperoleh delapan strategi alternatif pengembangan agrowisata kopi arabika desa mengani, yaitu, memanfaatkan fasilitas yang ada pada agrowisata dengan maksimal, memaksimalkan pemasaran dengan menonjolkan daya tarik yang ada pada agrowisata, mengoptimalkan sarana prasarana pendukung kegiatan agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani, memperluas dan meningkatkan promosi pada Agrowisata Kopi Arabika yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung, meningkatkan aksebilitas dalam menunjang kenyamanan wisatawan saat berkunjung, melakukan edukasi budidaya kopi kepada wisatawan yang berkunjung, menjalin kerjasama dengan pelaku industri pariwisata didalam daerah ataupun diluar daerah untuk membentuk paket-paket tour wisata, memberi pelatihan kepada setiap tenaga kerja dan masyarakat sekitar yang turut serta mengembangkan Agrowisata Kopi Arabika untuk meningkatkan kemampuan dalam mengelola agrowisata dan menghadapi persaingan.

Tabel 3.
Analisis matriks SWOT

	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
	1. Wisatawan dapat belajar mengenai kopi mulai dari pembibitan sampai dengan proses pasca panen 2. Pemandu wisata yang sudah terlatih 3. Pedesaan dengan pemandangan alam berupa pegunungan yang indah 4. Petani bersedia berbagi pengalaman dalam budidaya kopi arabika 5. Adanya kebun kopi milik petani yang dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata 6. Fasilitas dasar (kebersihan air, listrik, parkir.) yang cukup memadai 7. Adanya unit pengolah hasil yang mendukung aktivitas wisata berupateknologi pasca panen kopi 8. Adanya pembibitan kopi sejak tahun 1970 di Desa Mengani yang dapat mendukung eduwisata	1. SDM pariwisata yang masih terbatas baik secara kualitas dan kuantitas 2. Belum adanya rencana pemasaran agrowisata secara regular 3. Penerapan teknologi budidaya kopi arabika tidak ramah lingkungan(kimia) 4. Belum adanya paket wisata yang dapat dijadikan unggulan untuk menarik minat wisatawan 5. Belum adanya sarana pemasaran digital berupa (web atau mediasosial) 6. Belum adanya fasilitas penunjang yang memadai 7. Belum tersedia toilet untuk pengunjung agrowisata 8. Belum tersedia rumah makan untuk melayani kebutuhan wisatawan

Peluang (Opportunities)	Strategi SO	Strategi WO
<p>1. Adanya trend wisatawan berwisata di alam terbuka</p> <p>2. Adanya peningkatan animo masyarakat melakukan perjalanan wisata</p> <p>3. Adanya kebijakan pemerintah dalam meningkatkan kualitas jalan sampai ke pedesaan</p> <p>4. Adanya upaya pemerintah dalam melakukan diversifikasi produk wisata melalui pengembangan agrowisata</p>	<p>1. Memanfaatkan fasilitas agrowisata dengan optimal agar menarik minat wisatawan untuk berkunjung (S1, S2, S3, S5, S6, S7, O4)</p> <p>2. Memanfaatkan letak agrowisata yang strategis dan memiliki pemandangan yang indah dalam memasarkan agrowisata (S4, O1, O2, O4)</p>	<p>1. Menyediakan fasilitas penunjang yang memadai bagi wisatawan untuk menarik minat untuk berkunjung dan melakukan pelatihan untuk meningkatkan kualitas SDM di agrowisata (W5, W7, W8, O1, O2)</p> <p>2. Memanfaatkan teknologi yang ada untuk membuat akun media sosial agrowisata dalam merancang promosi yang efektif untuk membentuk rencana pemasaran agrowisata. (W1, W2, W3, O1, O2)</p>
<p>Ancaman (Threat)</p> <p>1. Banyaknya daya tarik wisata dikawasan kintamani barat sebagai pesaing</p> <p>2. Adanya perubahan iklim yang berdampak negatif terhadap budidaya kopi arabika</p> <p>3. Adanya bencana alam atau kriminalitas yang membatasi pergerakan manusia</p> <p>4. Harga kopi yang tidak stabil yang menyebabkan petani mengganti tanaman kopi dengan tanaman lain</p>	<p>Strategi ST</p> <p>1. Mengembangkan agrowisata dengan mengoptimalkan fasilitas yang ada. (S1, S2, S3, S5, S6, O1)</p>	<p>Strategi WT</p> <p>1. Menjalin kerjasama dengan pelaku industry pariwisata didalam daerah ataupun diluar daerah untuk membentuk paket-paket tour wisata. (W1, W2, W3, T1)</p>

Sumber : Pengolahan data primer, 2023

4 Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Kekuatan utama dari Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani yaitu adanya kebun kopi milik petani yang dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata, terdapat proses kopi mulai dari pembibitan sampai dengan proses pasca panen dan kelemahan dari agrowisata ini adalah belum adanya rencana pemasaran agrowisata secara reguler serta belum adanya paket wisata yang dapat dijadikan unggulan untuk menarik minat wisatawan. Peluang utama dari Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani yaitu adanya

peningkatan animo masyarakat dalam melakukan perjalanan wisata dan adanya trend wisatawan berwisata kealam terbuka. Adapun yang menjadi ancaman pada agrowisata ini adalah adanya perubahan iklim yang berdampak terhadap budidaya kopi dan banyaknya daya tarik wisata di bagian Kintamani Barat. Hasil dari analisis SWOT mendapatkan enam alternatif strategi yaitu, strategi S-O memanfaatkan fasilitas agrowisata dengan optimal agar menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan Memanfaatkan letak agrowisata yang strategis dan memiliki pemandangan yang indah dalam memasarkan agrowisata. Strategi W-O yaitu menyediakan fasilitas penunjang yang memadai bagi wisatawan untuk menarik minat untuk berkunjung dan melakukan pelatihan untuk meningkatkan kualitas SDM diagrowisata dan memanfaatkan teknologi yang ada untuk membuat akun media sosial agrowisata untuk merancang promosi yang efektif dalam membentuk rencana pemasaran agrowisata. Strategi S-T yaitu mengembangkan agrowisata dengan mengoptimalkan fasilitas yang ada. Strategi W-T yaitu menjalin kerjasama dengan pelaku industry pariwisata didalam daerah ataupun diluar daerah untuk membentuk paket-paket tour wisata.

4.2 Saran

Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani diharapkan mampu mempertahankan lahan pertaniannya agar proses budidaya kopi dapat tetap berjalan dan lebih berkembang. Hal tersebut dapat dilakukan dengan mulai melengkapi sarana prasarana pada agrowisata agar lebih menarik sehingga nantinya mulai dapat melakukan kerjasama dengan pihak-pihak tertentu untuk mulai mempromosikan agrowisata dan membuat paket wisata yang menarik untuk wisatawan. Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani mengani diharapkan untuk dapat meningkatkan fasilitas yang ada pada agrowisata karena melihat trend masyarakat sekarang yang memilih berwisata kealam terbuka sehingga dapat memberikan kenyamanan kepada wisatawan, selain itu karena kebun kopi merupakan komponen penting dalam agrowisata ini sehingga memerlukan perawatan yang bagus agar tidak terlalu terpengaruh dengan perubahan iklim yang menjadi ancaman pada agrowisata ini. Pihak agrowisata diharapkan dapat menyediakan fasilitas penunjang yang lebih lengkap seperti toilet dan rumah makan untuk kenyamanan saat berwisata. Selain itu memberikan pelatihan kepada pihak agrowisata dalam rangka pengadaan web dan sosial media untuk membantu memasarkan Agrowisata Kopi Arabika Desa Mengani. Serta mencoba untuk melakukan kerja sama dengan pelaku industri pariwisata untuk membentuk rencana pemasaran Agrowisata Kopi Arabika Desa mengani agar dapat dikenal oleh wisatawan

5. Ucapan terima kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, sehingga karya ilmiah ini dapat dipublikasikan dalam e-jurnal ini.

Daftar Pustaka

- Annisa, R. Alvianna, S. 2017. Peran Biro Perjalanan Wisata Sunrise Holiday Tour & Travel Dalam Meningkatkan Minat Wisata ke Gunung Bromo. Vol. 2 no 02.
- Husnair, Farah, Tita Resita, Afni Melati Safira, Edita Rachma Kamila. 2023. Strategi Pengembangan Produk Baru Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi . Vol.3, No.2
- Kurniawan, R. Marlina, N. 2020. Analisis SWOT Sebagai Dasar Perencanaan Strategi Pemasaran Pada Agrowisata Belimbing Karangsari Kota Blitar. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia. Vol. 6.
- Marpaung, 2002. Pengetahuan Kepariwisataan. Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta.
- Putri, Zhulaydar Esa, Nida Khoirun, Zulfa Fauziah, Diah Novita Sari, Kirena Farah,
- dan Ilham Akbar. 2020. "Strategi Penetrasi Pasar untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan E-Commerce di Indonesia." Jurnal Manajemen Bisnis 216- 220.
- Rangkuti, F. 2017. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Retnoningsih, E. 2013. Dampak Pengelolaan Wisata Agro Terhadap Kehidupan Sosial Dan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus: Kebun Teh Kaligua Desa Pandansari Kab Brebes Jawa Tengah). Jurnal Khasanah Ilmu Vol. IV
- Saragih, J. P. 2003. Desentralisasi Fiskal dan Keuangan Daerah dalam Otonomi. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2010. Statistika untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Tyas, S.K & Chriswahyudi. 2017. Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Matrik IE, SWOT Dan AHP Untuk Mendapatkan Alternatif Strategi Prioritas. Teknik Industri, Institut Sains dan Teknologi Al - Kamal, Jakarta Barat