

## **Strategi Pengembangan Agrowisata “Sajang Retreat” di Desa Sajang Kabupaten Lombok Timur**

### ***Agrotourism Development Strategy "Sajang Retreat" in Sajang Village, East Lombok Regency***

**I GN Aryawan Asasandi<sup>1\*</sup>, Sab'ul Masani<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>(Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, Indonesia.

\*corresponding author, email: [asasandi@staff.unram.ac.id](mailto:asasandi@staff.unram.ac.id)

#### **ABSTRAK**

Jumlah wisatawan nusantara yang melakukan perjalanan ke Kabupaten Lombok Timur pada tahun 2024 sebesar 1,3 juta jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata di Lombok Timur sedang berada dalam tren positif dan memiliki momentum yang baik untuk dikembangkan lebih lanjut. Agrowisata “Sajang Retreat” yang berada di Desa Sajang, Kabupaten Lombok Timur, memiliki karakter unik sebagai tempat yang menggabungkan pengalaman berwisata dengan kebun/pertanian dan kuliner lokal. Melihat potensi yang ada dan data trend yang mendukung maka diperlukan strategi pengembangan yang komprehensif agar agrowisata “Sajang Retreat” dapat berkembang menjadi destinasi agrowisata unggulan di Desa Sajang. Penelitian ini dilaksanakan selama bulan September 2025. Jenis data yaitu data primer diperoleh langsung dari pengelola usaha (Sajang Retreat), Pemerintah Desa dan Pengunjung, sedangkan data sekunder diperoleh melalui literatur dan dokumen yang terkait dengan penelitian ini. Data diolah dengan menggunakan analisis matriks IFAS, matriks EFAS dan Analisis SWOT. Kesimpulan yang diperoleh yaitu strategi dengan nilai tertinggi adalah Strategi S–T sebesar 3,35. Hal ini menunjukkan bahwa organisasi memiliki kekuatan internal yang dominan yang dapat dimanfaatkan untuk menghadapi berbagai ancaman eksternal. Terutama meningkatkan diferensiasi produk, memperkuat kualitas layanan, serta mempertajam keunggulan kompetitif agar mampu bertahan dan bersaing di tengah tekanan lingkungan eksternal.

**Kata Kunci:** agrowisata; analisis\_SWOT; sajang\_retreat

#### **ABSTRACT**

Domestic tourist visits to East Lombok in mid-2025 increased by 62.58% compared to the previous period. The number of domestic tourists traveling to East Lombok Regency in 2024 was 1.3 million. This indicates that the tourism sector in East Lombok is on a positive trend and has substantial momentum for further development. The "Sajang Retreat" agrotourism, located in Sajang Village, East Lombok Regency, has a unique character as a place that combines the experience of traveling with gardens/farms and local cuisine. Seeing the existing potential and supporting trend data, a comprehensive development strategy is needed so that the "Sajang Retreat" agrotourism can develop into a leading agrotourism destination in Sajang Village. This research was conducted during September 2025. The type of data is primary data obtained directly from the business manager (Sajang Retreat), the Village Government, and visitors, while secondary data was obtained from literature and documents related to this research. The data was processed using IFAS matrix analysis, EFAS matrix, and SWOT analysis. The conclusion obtained was that the strategy with the highest score was the S–T Strategy, with a score of 3.35. This suggests that the organization has strong internal strengths that it can leverage to counter various external threats.

**Keywords:** agrotourism; SWOT\_analysis; sajang\_setreat

## PENDAHULUAN

Sektor pariwisata menjadi salah satu pilar penting dalam pengembangan ekonomi daerah di Indonesia. Terlebih bagi wilayah agraris, konsep agrowisata yakni wisata yang menggabungkan aktivitas pertanian dengan pengalaman rekreasi turut digadang sebagai model keberlanjutan yang mampu mendorong pendapatan masyarakat lokal dan pelestarian potensi alam. Agrowisata yang menghadirkan aneka tanaman dapat memberikan manfaat dalam perbaikan kualitas iklim mikro, menjaga siklus hidrologi, mengurangi erosi, melestarikan lingkungan, memberikan desain lingkungan yang estetis bila dikelola dan dirancang dengan baik (Dita et. al., 2023). Program nasional seperti Agro Edu Wisata (AEW) yang diluncurkan oleh Kementerian Pertanian Republik Indonesia turut menunjukkan bahwa pengembangan kawasan agraris tematik dengan integrasi hulu-hilir dan pelibatan edukasi semakin diangkat sebagai isu strategis (Kementan RI, 2022). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi NTB pada tahun 2024, wisatawan yang datang ke Provinsi NTB mencapai lebih dari 3,6 juta orang. Di provinsi NTB juga menyelenggarakan berbagai acara internasional seperti MotoGP Mandalika, World Superbike (WSBK), dan ajang Ironman, yang memberikan pengaruh besar terhadap perkembangan sektor pariwisata di daerah tersebut. Di wilayah Kabupaten Lombok Timur terdapat banyak potensi alam dan budaya yang menjanjikan untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata. Wilayah ini memiliki lanskap yang indah seperti kawasan pegunungan dan pantai, serta komunitas lokal yang memiliki praktik agraris tradisional. Data terbaru menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan domestik ke Lombok Timur pada pertengahan 2025 meningkat sebesar 62,58% dibanding periode sebelumnya. Jumlah wisatawan nusantara yang melakukan perjalanan ke Kabupaten Lombok Timur pada tahun 2024 sebesar 1,3 juta jiwa (BPS,2025). Hal ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata di Lombok Timur sedang berada dalam tren positif dan memiliki momentum yang baik untuk dikembangkan lebih lanjut yang salah satunya adalah dengan model agrowisata.

Konsep agrowisata merupakan konsep pengembangan wilayah, melalui pemanfaatan potensi alam, pertanian, budaya, dan aktivitas masyarakat lokal dan mengacu pada prinsip-prinsip pembangunan pariwisata berkelanjutan (Gunawan, 2016). Manfaat agrowisata Menurut, Moh. Reza dan Lisdiana Fachruddin (1999) menyatakan terdapat 5 (lima) manfaat agrowisata yaitu (a) meningkatkan konservasi lingkungan, (b) meningkatkan nilai estetika dan keindahan alam, (c) memberi nilai rekreasi, (d) meningkatkan kegiatan ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan dan (e) mendapatkan keuntungan ekonomi.

Pada kondisi eksisting dilapangan pengembangan agrowisata di Lombok Timur masih belum optimal. Beberapa literatur menunjukkan bahwa pengelolaan pariwisata inklusif termasuk aksesibilitas, fasilitas bagi penyandang disabilitas (Pattaray, 2021) serta integrasi kegiatan agraris dan wisata masih memerlukan perhatian serius di daerah ini. Dengan demikian, selain potensi alam yang ada, keberhasilan pengembangan agrowisata sangat tergantung pada strategi pengelolaan yang tepat, termasuk kolaborasi dengan masyarakat lokal, promosi digital, fasilitas pendukung, serta kesinambungan lingkungan dan budaya. Agrowisata "Sajang Retreat" yang berada di Desa Sajang, Kabupaten Lombok Timur, memiliki karakter unik sebagai tempat yang menggabungkan pengalaman berwisata dengan kebun/pertanian dan kuliner lokal. Namun kenyataannya, masih terdapat beberapa tantangan seperti konsep agrowisata yang belum terstruktur secara menyeluruh, baik dari sisi pengalaman pengunjung, edukasi pertanian, maupun integrasi produk pertanian lokal. Serta Promosi dan pemanfaatan media digital yang belum maksimal untuk menjangkau pasar wisatawan yang semakin digital. Selain itu juga keterbatasan kerja sama dengan pemangku kepentingan lokal (petani, komunitas desa) maupun eksternal (pemerintah, sektor pariwisata) yang menghambat pengembangan nilai tambah pada usaha agrowisata yang ditawarkan. Dan tantangan fasilitas pendukung, aksesibilitas, dan konektivitas yang berkelanjutan untuk menjadikan Desa Sajang sebagai destinasi agrowisata yang berdaya saing.

Melihat potensi yang ada dan data trend yang mendukung maka diperlukan strategi pengembangan yang komprehensif agar agrowisata "Sajang Retreat" dapat berkembang menjadi destinasi agrowisata unggulan di Desa Sajang. Oleh karena itu, perlu adanya penelitian untuk mengetahui strategi terbaik dalam menjalankan usaha dibidang agrowisata. Hal ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat kunjungan wisata, tetapi juga sebagai pusat pemberdayaan masyarakat dan pelestarian lingkungan serta budaya setempat. Strategi pengembangan yang tepat akan mampu meningkatkan daya tarik wisata, memperkuat pemberdayaan ekonomi lokal, dan menciptakan dampak positif jangka panjang bagi Desa Sajang. Oleh karena itu perlu dilakukan Analisa SWOT untuk mengetahui strategi yang tepat dalam ekspansi usaha agrowisata "Sajang Retreat" kedepan.

## BAHAN DAN METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Agrowisata “Sajang Retreat” Desa Sajang Kecamatan Sembalun Kabupaten Lombok Timur Provinsi Nusa Tenggara Barat selama bulan September 2025. Jenis data yaitu data primer diperoleh langsung dari pengelola usaha (Sajang Retreat), Pemerintah Desa dan Pengunjung, sedangkan data sekunder diperoleh melalui literatur dan dokumen yang terkait dengan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yaitu suatu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Artinya penelitian ini hanya ingin mengetahui bagaimana keadaan variabel itu sendiri tanpa ada pengaruh atau hubungan terhadap variabel lain seperti penelitian eksperimen atau korelasi (Sugiyono, 2006).

Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik Purposive Sampling, dengan pertimbangan pihak responden mengetahui informasi terkait dengan data perkembangan usaha agrowisata khususnya pada agrowisata “Sajang Retreat”. Adapun beberapa responden yaitu yang terkait dengan penelitian ini adalah Pemerintah Desa Sajang, pengelola agrowisata “Sajang Retreat”, juga memilih pengunjung sebagai sampel dengan memperhatikan kriteria minimal 2 (dua) kali kunjungan dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Total jumlah responden yaitu sebanyak 30 (tiga puluh) responden dengan total jumlah kunjungan sebanyak 95 (sembilan puluh lima) orang perminggu (populasi sampel).

Analisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif serta disajikan dalam bentuk tabel, gambar dan uraian. Data diolah dengan menggunakan analisis matriks IFAS, matriks EFAS dan Analisis SWOT. Menurut (Rangkuti, 2016) SWOT adalah singkatan dari beberapa elemen pengukuran yaitu lingkungan Internal diukur melalui indikator *Strengths* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) serta lingkungan eksternal yang diukur melalui indikator *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) yang dihadapi dunia bisnis. Adapun variabel dan indikator pada magin tersebut diperoleh dari hasil wawancara peneliti dengan informan dan disesuaikan dengan keadaan di agrowisata “Sajang Retreat”.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Agrowisata “Sajang Retreat” terletak di Desa Sajang, Kecamatan Sembalun, Kabupaten Lombok Timur. Luas lokasi ini seluas 1,5 Ha dengan tanaman kopi, kakao dan vanili disekitar lokasi café. sampai saat ini berkembang menjadi agrowisata. Topografi lokasi agrowisata “Sajang Retreat” berada pada ketinggian 1.100 Mdpl sehingga suhu pada lokasi ini tergolong sejuk (sekitar 21<sup>0</sup>C hingga 28<sup>0</sup>C). Agrowisata “Sajang Retreat” didirikan pada tahun 2021. Awal mula ide membuat lahan perkebunan dijadikan serta agrowisata karena melihat setelah masa pandemi Covid-19 pemerintah menganjurkan agar masyarakat dapat mulai melakukan segala aktivitas dari rumah dan diluar rumah agar ekonomi mulai bertumbuh. Sehingga muncul suatu ide dari pemilik usaha untuk membangun usaha sebagai tempat menikmati pemandangan alam sambil menikmati hidangan kuliner yang telah tersedia.

Fasilitas yang tersedia di agrowisata “Sajang Retreat” antara lain ada kamar untuk pengunjung menginap, restoran, mushola, area foto, *ballroom*, kebun vanilli, kebun kopi dan kakao serta fasilitas sanitasi seperti keran cuci tangan, sabun serta *hand sanitizer*. Rata-rata pengunjung berasal dari luar daerah seperti Kota Mataram, Selong dan luar daerah sampai mancanegara. Dikarenakan lokasi agrowisata “Sajang Retreat” cukup strategis untuk dapat memanjakan pengunjung dengan pemandangan yang sangat indah serta udara yang sejuk. Agrowisata “Sajang Retreat” bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat perkotaan yang membutuhkan rekreasi alam bernuansa pedesaan yang dapat mengurangi rasa jenuh setelah sehari-hari beraktifitas ditengah polusi dan padatnya lalu lintas di perkotaan.

### Analisis Lingkungan Agrowisata

Setelah dilakukan wawancara kepada pihak pengelola agrowisata, pemerintah desa, serta pengunjung, maka diperoleh beberapa faktor internal dan faktor eksternal dari agrowisata “Sajang Retreat”. Berikut adalah faktor internal yang ditemukan pada internal usaha dari hasil penggalian pada responden. Setelah itu dilakukan analisis *Internal Strategic Analysis Summary* (IFAS) pada dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. IFAS Agrowisata “Sajang Retreat”

No	Faktor Internal
1	Akses Menuju lokasi cukup baik
2	Pelayanan staf ramah
3	Pemandangan alam sekitar lokasi sangat indah
4	Promosi terkait usaha cukup baik
5	Kamar untuk tamu kurang terawat
6	Aturan terkait kebisingan antar pengunjung
7	Fasilitas air bersih kurang mengalir dengan baik

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Setelah mengetahui beberapa faktor dari Internal dari usaha Agrowisata “Sajang Retreat” maka selanjutnya menemukan faktor eksternal dan dilakukan analisis *External Strategic Analysis Summary* (EFAS) yaitu dengan menemukan faktor baik penunjang maupun faktor inisi untuk kemajuan suatu usaha namun dilihat dari sisi eksternal perusahaan.

Tabel 2. EFAS Agrowisata “Sajang Retreat”

No	Faktor Eksternal
1	Lokasi usaha berada pada kawasan pengembangan wisata
2	Kebijakan Pemerintah untuk pembangunan infrastruktur penunjang wisata
3	Kebutuhan orang untuk <i>healing</i> ketempat yang masih alami
4	Persaingan dengan usaha yang serupa
5	Kondisi sosial disekitar lokasi usaha
6	Ancaman bencana alam disekitar lokasi
7	Perubahan trend wisata

Sumber : Data Primer Diolah, 2025

### Identifikasi Faktor Lingkungan Internal yang Mempengaruhi Pengembangan Agrowisata “Sajang Retreat”

Setelah melakukan wawancara kepada responden maka ditemukan beberapa faktor lingkungan internal dari usaha agrowisata “Sajang Retreat” yang akan dibahas sebagai berikut.

#### Kekuatan (*Strength*)

- Akses menuju lokasi cukup baik. Hal ini ditunjukkan dari adanya fasilitas jalan yang telah diperkeras berupa rabat beton sepanjang kurang lebih 500 meter dari jalan raya. Dengan adanya rabat beton ini otomatis kendaraan pengunjung tidak akan menemui masalah ketika hujan tiba (jalan berlumpur). Sehingga pengunjung dapat melanjutkan perjalanan datang kelokasi maupun ketika akan Kembali pulang.
- Pelayanan staf yang ramah. Salah satu keunggulan dari kegiatan usaha ini yaitu staf yang ramah. Kondisi ini memungkinkan untuk mendapatkan ulasan (*review*) baik dari para pengunjung pada profil media sosial agrowisata “Sajang Retreat”. Sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung baru yang akan berkunjung.
- Pemandangan alam sekitar lokasi yang indah. Karena agrowisata “Sajang Retreat” ini berada pada ketinggian 1.100 mdpl maka kondisi udara pada sekitar lokasi sangat sejuk. Ditambah dengan pemandangan hutan dan tebing yang memukai, menjadi ciri khas dari daya Tarik lokasi ini.
- Promosi usaha cukup baik. Dengan adanya platform saat ini baik *online* maupun *offline* telah membantu meningkatkan penjualan dan kunjungan ke agrowisata “Sajang Retreat”. Hal ini sangat mendukung karena hampir semua orang saat ini memiliki *smartphone* yang dapat mencari informasi terkait tempat yang tepat untuk *healing* dan salah satunya adalah di Agrowisata “Sajang Retreat”.

#### Kelemahan (*Weakness*)

- Kamar yang kurang terawat, berdasarkan dari jawaban responden dan juga *review* tamu bahwa kondisi kamar tidur untuk tamu yang menginap masih terdapat hal yang perlu diperhatikan. Contohnya adalah kebersihan kamar yang dinilai tamu perlu ditingkatkan. Selain itu juga, perlu ditingkatkan kualitas kasur yang ada dikamar, karena pengunjung banyak yang mengeluh bahwa kasur agak keras. Namun hal ini dapat segera ditingkatkan oleh pengelola lokasi agrowisata “Sajang Retreat”.
- Aturan terkait kebisingan antar pengunjung. Jadi terdapat kondisi adanya kebisingan dari pengunjung lain dikarenakan adanya *camp* (Pengunjung menggunakan tenda) yang bernyanyi bersama sehingga mengganggu

- pengunjung lain. Hal ini perlu diperhatikan agar pengunjung lain bisa betah. Misalnya membatasi kebisingan hanya sampai jam 10 malam.
- c. Fasilitas air bersih kurang mengalir dengan baik. Air bersih merupakan hal yang dapat terjadi ketika pasokan air sangat kurang. Oleh karena itu, kondisi ini jika dapat ditangani dengan baik maka kunjungan akan semakin meningkat.

### **Identifikasi Faktor Lingkungan Eksternal yang Mempengaruhi Pengembangan Agrowisata “Sajang Retreat”**

Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan agrowisata “Sajang Retreat” dari sisi lingkungan eksternal dapat disimak pada penjelasan sebagai berikut.

#### **Peluang (*Opportunity*)**

- Lokasi usaha berada pada kawasan pengembangan wisata. Saat ini Kecamatan Sembalun menjadi destinasi wisata favorit bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Disebabkan lokasi yang tepat dengan suhu sejuk dengan ketinggian sekitar 1200 mdpl dan juga dekat dengan Taman Nasional Gunung Rinjani menjadi daya tarik sendiri yang menyebabkan banyak wisatawan menjadwalkan untuk mengisi waktu akhir pekan ke daerah sembalun. Selain itu juga di Sembalun dan sekitarnya sering digunakan untuk diadakan gelaran/event nasional dan internasional.
- Kebijakan Pemerintah untuk pembangunan infrastruktur penunjang wisata. Pada Desa Sajang dan sekitarnya menjadi sorotan utama Pemerintah Pusat. Hal ini terbukti bahwa jalan raya menuju Sembalun yang melewati Desa Sajang telah ditingkatkan fungsinya menjadi jalan negara, sehingga lebar jalan raya beserta bahu jalan cukup lebar. Kondisi ini memudahkan akses wisatawan yang akan menuju dan Kembali dari Sembalun maupun Desa Sajang.
- Kebutuhan orang untuk *healing* ketempat yang masih alami. Dengan tuntutan kehidupan modern saat ini maka tidak heran banyak orang yang ingin *me-refresh* kembali pikiran dan tubuh agar dapat bekerja dengan baik kembali. Desa Sajang dan daerah sekitar Sembalun sangat tepat untuk dapat menemukan lokasi dimaksud.

#### **Ancaman (*Threats*)**

- Persaingan dengan usaha yang serupa. Tentunya dengan pusat lokasi wisata akan banyak tumbuh jenis usaha yang serupa (Agrowisata dan lainnya). Oleh karena itu, kondisi ini harus memaksa pengelola usaha Agrowisata “Sajang Retreat” mampu memetakan kondisi pesaing agar usaha yang dijalankan dapat berlanjut dengan stabil.
- Kondisi sosial disekitar lokasi usaha. Dengan usaha berdampingan dengan masyarakat asli Sajang maka perlu diperhatikan adat istiadat setempat serta hukum sosial yang berlaku. Hal ini sangat menentukan keberlanjutan usaha khususnya yang bergerak pada bidang akomodasi dan juga wisata.
- Ancaman bencana alam disekitar lokasi. Dengan keindahan yang sangat baik maka tentunya akan berdampingan dengan kondisi alam yang cukup ekstrim. Dikarenakan Agrowisata “Sajang Retreat” ini berada pada tepi “jurang” dengan memanfaatkan posisi ini sehingga dapat menghasilkan *view* yang indah namun juga perlu diwaspadai jika terjadi bencana alam. Beberapa contoh hujan lebat, angin kencang hingga longsor, sehingga sangat penting untuk pengelola agar menyiapkan segala sesuatu jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan.
- Perubahan trend wisata. Dengan perkembangan zaman dan juga selera wisatawan maka perlu adanya *update* terkait dengan konsep agrowisata. Dikarenakan wisatawan Sebagian besar bergantung pada trend yang sedang viral. Jika pengelola usaha tidak mempertimbangkan hal ini maka akan sangat mungkin usaha agrowisata ini tidak akan berumur Panjang.

### **Matriks IFAS dan EFAS Agrowisata “Sajang Retreat”**

Setelah dilakukan analisa dengan menggunakan pendekatan penilaian ahli bahwa nilai-nilai yang tercantum dalam tabel IFAS dan EFAS adalah hasil dari analisis SWOT. Nilai-nilai tersebut meliputi beberapa faktor dalam kajian Analisa SWOT yaitu Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman. Setiap faktor tersebut diberi bobot dengan skala mulai dari 1,0 (yang paling penting) hingga 0,0 (paling tidak penting). Bobot diberikan dengan mempertimbangkan dampak faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis agrowisata “Sajang retreat”. Penentuan bobot dan nilai didasarkan pada analisis data yang dikumpulkan dari para responden, kemudian dilakukan analisis terhadap faktor internal dan eksternal yang dituangkan dalam matriks IFAS dan EFAS. Berikut pada Tabel 3 ditampilkan hasil analisis setelah dilakukan pengambilan data dari para responden.

Tabel 3. Matriks IFAS Agrowisata “Sajang Retreat”

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan (S)</b>				
1	Akses Menuju lokasi cukup baik	0,13	4	0,52
2	Pelayanan staf ramah	0,15	4	0,60
3	Pemandangan alam sekitar lokasi sangat indah	0,11	3	0,44
4	Promosi terkait usaha cukup baik	0,09	2	0,22
Total Nilai Kekuatan				1,78
<b>Kelemahan (W)</b>				
5	Kamar untuk tamu kurang terawat	0,14	2	0,28
6	Aturan terkait kebisingan antar pengunjung	0,13	3	0,26
7	Fasilitas air bersih kurang mengalir dengan baik	0,13	3	0,39
8	Kamar untuk tamu kurang terawat	0,12	2	0,24
Total Nilai Kelemahan				1,17
Total Keseluruhan		1	2,95	

Sumber : Data Primer Diolah (2025)

Selanjutnya untuk mengetahui nilai pada faktor eksternal yaitu Peluang dan Ancaman atau disebut dengan nilai *Ekstrenal Strategic Analysis Summary* (EFAS) akan di paparkan pada Tabel 4 berikut:

Tabel 4. Matriks EFAS Agrowisata “Sajang Retreat”

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang (O)</b>				
1	Lokasi usaha berada pada kawasan pengembangan wisata	0,14	4	0,56
2	Kebijakan Pemerintah untuk pembangunan infrastruktur penunjang wisata	0,15	2	0,3
3	Kebutuhan orang untuk <i>healing</i> ketempat yang masih alami	0,14	3	0,42
Total Nilai Peluang				1,28
<b>Ancaman (T)</b>				
4	Persaingan dengan usaha yang serupa	0,16	2	0,32
5	Kondisi sosial disekitar lokasi usaha	0,14	2	0,28
6	Ancaman bencana alam disekitar lokasi	0,16	4	0,64
7	Perubahan trend wisata	0,11	3	0,33
Total Nilai Ancaman				1,57
Total Keseluruhan		1	2,85	

Sumber : Data Primer Diolah (2025)

Setelah mendapatkan nilai total dari masing-masing faktor maka proses selanjutnya setelah didapat nilai total dari masing-masing faktor yang selanjutnya digambarkan dalam rumusan matrik SWOT digambarkan pada Tabel 5 berikut.

Tabel 5. Rumusan Kombinasi Strategi Matriks SWOT

	Strength	Weakness
Opportunities	Strategi (S-O) 1,78 + 1,28 = 3,06	Strategi (W-O) 1,17+1,28 = 2,45
Threats	Strategi (S-T) 1,78+1,57=3,35	Strategi (W-S) 1,17+1,78=2,95

Sumber : Data Primer Diolah (2025)

Pada Tabel 5 terlihat bahwa nilai tertinggi terletak pada kotak strategi (S-T) yang artinya adalah agrowisata “Sajang Retreat” memiliki kekuatan internal yang besar untuk menghadapi tingginya ancaman eksternal. Oleh karena itu, strategi yang tepat untuk diterapkan adalah strategi S–T, yaitu memanfaatkan keunggulan internal guna menekan atau mengatasi ancaman yang ada, seperti meningkatkan diferensiasi produk, memperkuat kualitas layanan, serta mempertajam keunggulan kompetitif agar mampu bertahan dan bersaing di tengah tekanan lingkungan eksternal (Kurniasih, 2021). Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan menggunakan matriks SWOT, maka telah didapatkan beberapa opsi beberapa alternatif strategi yang sesuai untuk pengembangan agrowisata “Sajang Retreat”. Berikut alternatif strategi tersebut dapat berupa strategi SO (*Strengths-Opportunity*), strategi ST (*Strengths-Threats*), strategi WO (*Weakness-Opportunity*) dan strategi WT (*Weakness-Threats*) yang dirangkum pada Tabel 6 berikut.

Tabel 6. Matriks SWOT Pengembangan Agrowisata “Sajang Retreat”

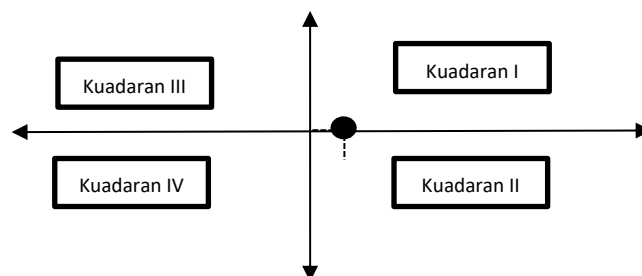
<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>STRENGTHS (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Akses Menuju lokasi cukup baik</li> <li>• Pelayanan staf ramah</li> <li>• Pemandangan alam sekitar lokasi sangat indah</li> <li>• Promosi terkait usaha cukup baik</li> </ul>	<p>WEAKNESS (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kamar untuk tamu kurang terawat</li> <li>• Aturan terkait kebisingan antar pengunjung</li> <li>• Fasilitas air bersih kurang mengalir dengan baik</li> <li>• Kamar untuk tamu kurang terawat</li> </ul>
<p>OPPORTUNITY (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi usaha berada pada kawasan pengembangan wisata</li> <li>• Kebijakan Pemerintah untuk pembangunan infrastruktur penunjang wisata</li> <li>• Kebutuhan orang untuk healing ketempat yang masih alami</li> </ul>	<p>STRATEGI (SO)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekspansi pasar melalui Online Travel Agent (OTA)</li> <li>• Pengembangan produk atau layanan untuk pengunjung agrowisata “Sajang Retreat”</li> <li>• Peningkatan kualitas dan inovasi berbasis kekuatan internal seperti peningkatan layanan tamu</li> </ul>	<p>STRATEGI (W-O)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membenahi fasilitas kamar dan air bersih agar peluang dapat dimanfaatkan</li> <li>• Peningkatan kapasitas sumber daya staf agar lebih profesional</li> <li>• Restrukturisasi proses kerja dengan penerapan SOP</li> </ul>
<p>TRHREATS (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persaingan dengan usaha yang serupa</li> <li>• Kondisi sosial disekitar lokasi usaha</li> <li>• Ancaman bencana alam disekitar lokasi</li> <li>• Perubahan trend wisata</li> </ul>	<p>STRATEGI (S-T)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menambah Kembali spot foto baru untuk pengunjung</li> <li>• Penguatan daya saing dengan menonjolkan sesuatu yang baru</li> <li>• Strategi diferensiasi, efisiensi, dan pertahanan pasar yang baik terkait dengan agrowisata sangat menunjang keberlangsungan usaha</li> </ul>	<p>STRATEGI (W-T)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meminimalkan kelemahan dengan memaksimalkan fasilitas untuk tamu</li> <li>• Menghindari resiko tinggi dengan menggunakan asuransi bangunan</li> <li>• Efisiensi biaya dan pengendalian internal dengan memaksimalkan SOP dan juga menjaga cost/biaya agar stabil</li> </ul>

Sumber : Data Primer Diolah (2025)

Untuk dapat melihat posisi agrowisata “Sajang Retreat” pada analisis SWOT ini, maka perlu dilakukan perhitungan titik koordinat. Seperti yang disampaikan oleh (Pearce, 2013) titik koordinat perlu dihitung dan ditetapkan sehingga para manajer dapat mengetahui kondisi Perusahaan. Pada kasus dalam penelitian ini ditemukan bahwa nilai *Strengths (S)* adalah 1,78, sedangkan *Weakness (W)* adalah sebesar 1,17, *Opportunity (O)* sebesar 1,28 dan *Threats (T)* sebesar 1,57. Maka dilakukan pencarian nilai titik X dan Y melalui rumus berikut:

- $X = S - W$   
 $= 1,78 - 1,17 = 0,61$
- $Y = O - T$   
 $= 1,28 - 1,57 = -0,29$

Sehingga titik (X,Y) yang ditemukan yaitu (0,61, -0,29). Untuk memperjelas titik pertemuan potongan posisi dalam Analisa SWOT maka perlu gambarkan secara komprehensif serta posisi kuadran yang dicapai pada grafik (Umar, 2001). Kesimpulan dalam menentukan posisi Perusahaan digambarkan pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Posisi Agrowisata “Sajang Retreat” berdasarkan Kuadran

Berdasarkan hasil pemetaan grafik SWOT, posisi agrowisata “Sajang Retreat” berada pada Kuadran II yaitu Strategi S–T dengan titik koordinat (0,61,–0,29). Posisi ini menunjukkan bahwa agrowisata “Sajang Retreat” memiliki kekuatan internal yang cukup besar, namun menghadapi tekanan ancaman eksternal yang relatif tinggi. Oleh karena itu, strategi yang tepat adalah memanfaatkan kekuatan internal untuk mengatasi dan meminimalkan dampak ancaman, seperti memperkuat daya saing seperti akses jalan kelokasi ditingkatkan, meningkatkan diferensiasi seperti meningkatkan pelayanan yang lebih baik dari pesaing-pesaing yang ada, dan mempertahankan keunggulan kompetitif seperti dalam hal ini meningkatkan fasilitas umum kepada pengunjung.

## KESIMPULAN

Adapun Kesimpulan yang dapat ditarik pada kajian ini yaitu berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi dengan nilai tertinggi adalah Strategi S–T sebesar 3,35. Hal ini menunjukkan bahwa organisasi memiliki kekuatan internal yang dominan yang dapat dimanfaatkan untuk menghadapi berbagai ancaman eksternal. Oleh karena itu, strategi yang tepat dari usaha Agrowisata “Sajang Retreat” adalah memaksimalkan kekuatan internal guna memperkuat daya saing, mempertahankan posisi pasar, serta menekan dampak ancaman yang ada seperti menambah kembali spot foto baru untuk pengunjung, Penguatan daya saing dengan menonjolkan sesuatu yang baru dan melakukan Strategi diferensiasi, efisiensi, dan pertahanan pasar yang baik terkait dengan agrowisata sangat menunjang keberlangsungan usaha. Strategi S–O menjadi alternatif pendukung untuk pertumbuhan, sedangkan strategi W–O dan W–T berfokus pada pembenahan internal dan pengendalian risiko.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS).2025. *Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Kabupaten/Kota Tujuan (Perjalanan) tahun 2024*. Sumber link : <https://ntb.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDkxIzI=/number-of-domestic-tourist-trips-by-destination-regency-city.html>.
- David, Fred R. & David, Forest R.2017. *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach*. Person Education. England.
- Dita, Ira Stevani M.,Gene H.M.Kapantow dan Jenny Baroleh. 2023. *Strategi Pengembangan Agrowisata Attaya Di Desa Paslaten Kecamatan Kakas Kabupaten Minahasa Provinsi Sulawesi Utara*. Jurnal AGRIRUD: Volume 5 Nomor 3, Juli 2023, halaman 71-80.
- Gunawan, I. M. 2016. *Pengembangan Agro-wisata Untuk Kemandirian Ekonomi Dan Pelestarian Budaya Di Desa Kerta, Payangan Gianyar*. Jurnal Jumpa, 3(1), 156–174.
- Kementerian Pertanian RI, 2022. *Petunjuk Teknis Kegiatan Pilot Percontohan Pengembangan Pertanian Modern Agro Edu Wisata Tahun Anggaran 2022*. Direktorat Jenderal Prasarana dan Sarana Pertanian. Jakarta.
- Kurniasih, Dewi, dkk. 2021. *Teknik Analisa*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Pattaray, Anas, Windra Aini, Lalu Ratmaja, Endang S.W.2021. *Analisis Kebutuhan Wisatawan Penyandang Disabilitas Terhadap Keterampilan Pramuwisata Di Lombok*. Jurnal Binawakya Volume 15 No.12 Juli 2021.
- Rangkuti, Freddy. 2016. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Pearce, J.A. & Robinson, R.B.2013.*Strategic Management: Planning for Domestic & Global Competition*.McGraw-Hill. Colombus, Amerika.
- Sugiyono.2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Tirtawinata, Moh. Reza dan Lisdiana Fachruddin.1999. *Daya Tarik dan Pengelolaan Agrowisata*. Penerabar Swadaya.Jakarta.
- Umar, Husain.2001.*Strategic Management in Action*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta