

## **II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH**

### **2.1 Tinjauan Pustaka**

#### **2.1.1 Kepariwisataan**

Menurut UU No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan menyatakan bahwa kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggungjawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup di masyarakat, kelestarian, dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional. Sedangkan menurut Sugiarto dan Kusmayadi (2000) menyatakan bahwa pariwisata adalah kegiatan yang berhubungan dengan pelayanan, penyediaan fasilitas, hiburan, dan kepentingan lainnya yang akan dirasakan oleh pengunjung saat berwisata. Jadi berdasarkan pernyataan UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan dan Sugiarto dan Kusmayadi (2000) dapat disimpulkan bahwa industri pariwisata merupakan suatu hal yang bersifat kompleks, jika suatu industri pariwisata ingin berjalan dengan lancar dan sesuai harapan dibutuhkan pengelolaan yang baik sesuai peraturan atau kebijakan-kebijakan yang berlaku.

Pengembangan pariwisata sebagai suatu industri secara ideal harus berlandaskan pada empat prinsip dasar, sebagaimana dikemukakan Purwanto (2002), yaitu :

1. Kelangsungan ekologi, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus menjamin terciptanya pemeliharaan dan perlindungan terhadap sumber daya alam yang menjadi daya tarik objek pariwisata, seperti lingkungan laut, hutan, pantai, danau, dan sungai.
2. Kelangsungan kehidupan sosial dan budaya, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus mampu meningkatkan peran masyarakat dalam pengawasan tata kehidupan melalui sistem nilai yang dianut oleh masyarakat setempat sebagai identitas masyarakat tersebut.
3. Kelangsungan Ekonomi, yaitu pengembangan pariwisata harus dapat menciptakan kesempatan kerja bagi semua pihak untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi melalui suatu sistem ekonomi yang sehat dan kompetitif.



4. Memperbaiki dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat melalui pemberian kesempatan kepada mereka untuk terlibat dalam pengembangan pariwisata.

Berkembangnya sektor pariwisata di suatu negara akan menarik sektor lain untuk berkembang pula karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata, seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat, peningkatan kesempatan kerja, dan lain sebagainya. Dengan adanya keterkaitan antara sektor industri pariwisata dengan sektor-sektor lainnya, diharapkan mampu menghasilkan devisa dan dapat juga untuk menyerap tenaga kerja sehingga dampaknya dapat mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Ardhika, 2012). Dengan demikian, pengembangan pariwisata yang berkelanjutan membutuhkan dukungan suatu perencanaan yang matang dan harus mencerminkan pada tiga aspek kepentingan, yaitu daya dukung lingkungan (sumber daya alam), industri pariwisata, dan masyarakat setempat dengan sasaran untuk peningkatan kualitas hidup.

### **2.1.2 Daya Tarik Wisata**

Daya tarik wisata menurut Undang-undang No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan merupakan segala sesuatu yang memiliki keindahan, keunikan dan nilai yang berupa keanekaragaman budaya, alam, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran maupun tujuan kunjungan wisatawan. Menurut Undang-undang No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan menyatakan destinasi pariwisata merupakan kawasan yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang jika ingin terwujudnya kepariwisataan diperlukan aspek-aspek yang terkandung di dalamnya seperti aspek daya tarik wisata, fasilitas pariwisata, fasilitas umum, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi.

Menurut Cooper, et al (1993) *dalam* Suwena (2010) menjelaskan bahwa daerah tujuan wisata harus didukung empat komponen utama yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Atraksi (*Attraction*)

Cooper, et al (1993) *dalam* Suwena (2010) menjelaskan bahwa atraksi merupakan daya tarik suatu lokasi atau tempat. Atraksi yang menarik tentu akan membuat wisatawan memiliki keinginan untuk berkunjung. Selanjutnya,

Sugiyono (2004) berpendapat bahwa, untuk terwujudnya suatu kawasan wisata bergantung pada aspek atraksi atau daya tarik, seperti tingkat keunikan, nilai objek wisata, ketersediaan lahan, dan kondisi objek wisata.

## 2. Fasilitas (*Amenities*)

Cooper, et al. (1993) dalam Suwena (2010) menjelaskan bahwa fasilitas memiliki peranan penting juga dalam terwujudnya kawasan wisata. Fasilitas di sini merupakan fasilitas-fasilitas yang menunjang kegiatan pariwisata di daerah tujuan wisata seperti akomodasi atau usaha penginapan, restoran atau usaha makanan dan minuman serta fasilitas umum seperti toilet, mushola, toko oleh-oleh, dan lainnya yang dibutuhkan oleh wisatawan. Sedangkan Sugiyono (2004) menjelaskan bahwa fasilitas dikelompokkan menjadi dua yaitu fasilitas pendukung (warung makan, MCK) dan fasilitas umum (tempat ibadah, tempat parkir, listrik, dll).

## 3. Aksesibilitas (*Accessibility*)

Aksesibilitas merupakan faktor yang menjadi pertimbangan pengunjung dalam memilih suatu objek wisata. Soekadijo (2003) mengungkapkan bahwa persyaratan aksesibilitas terdiri dari akses informasi dimana fasilitas harus mudah ditemukan dan mudah dicapai, harus mempunyai akses kondisi jalan yang memadai atau dapat dilalui dan sampai ke tempat tujuan objek wisata serta harus memiliki akhir tempat suatu perjalanan.

## 4. Pelayanan tambahan (*Ancillary service*)

Cooper, et al. (1993) dalam Suwena (2010) menjelaskan bahwa pelayanan tambahan merupakan pelayanan yang menunjang kegiatan pariwisata seperti adanya kelompok sadar wisata atau lembaga swasta untuk mengelola pengembangan wisata di suatu daerah tujuan wisata. TIC (*Tourist Information Center*) merupakan contoh pelayanan tambahan yang memberikan informasi kepada wisatawan baik berupa brosur, buku, pamflet, peta dan lain sebagainya. Tersedianya pemandu wisata yang kompeten di bidangnya dan menguasai objek wisata dimana ia bekerja juga merupakan contoh dari pelayanan tambahan.

Menurut Direktorat Jenderal Pemerintahan dalam Sunaryo (2013), daya tarik wisata dibagi menjadi tiga macam, yaitu :

## 1. Daya Tarik Wisata Alam

Daya tarik wisata alam merupakan daya tarik wisata yang lebih banyak berbasis pada anugerah keindahan dan keunikan yang telah tersedia di alam dalam kegiatan pengembangannya, seperti:

- a. Laut dengan kekayaan ikan maupun terumbu karangnya
- b. Pantai dengan keindahan pasir putih, deburan gelombang ombak, dan akses pandangnya terhadap terbit dan tenggelamnya matahari
- c. Hutan dan Sabana dengan keaslian flora dan faunanya
- d. Air terjun dengan panorama kecuramannya
- e. Gunung dengan daya tarik vulcanonya
- f. Danau dengan keindahan panoramanya

## 2. Daya Tarik Wisata Sosial Budaya

Daya tarik wisata sosial budaya merupakan daya tarik wisata yang dapat dimanfaatkan dan dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada hasil karya atau cipta manusia. Karya dapat berupa peninggalan budaya maupun nilai budaya yang masih hidup dalam kehidupan masyarakat, seperti upacara atau ritual, adat istiadat, seni pertunjukan, kerajinan, ataupun keunikan-keunikan yang dimiliki oleh suatu masyarakat. Daya tarik wisata sosial budaya dikelompokkan menjadi beberapa bagian, diantaranya adalah :

- a. Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan *monument*
- b. Museum dan fasilitas budaya lainnya
- c. Desa wisata
- d. Wisata keagamaan, etnis dan nostalgia.

## 3. Daya Tarik Wisata Minat Khusus

Daya tarik wisata minat khusus merupakan jenis wisata yang baru dikembangkan di Indonesia. Daya tarik wisata ini lebih banyak berbasis pada aktivitas yang tujuannya mengutamakan pada pemenuhan keinginan wisatawan secara khusus dan spesifik.

### **2.1.3 Konsep Wisata**

#### 1. Ekowisata

Ekowisata merupakan alternatif pariwisata yang memanfaatkan keindahan alam sehingga digemari oleh banyak orang. Menurut Peraturan Menteri Dalam

Negeri No.33 Tahun 2009 Tentang Pedoman Pengembangan Ekowisata menyatakan bahwa ekowisata adalah kegiatan wisata alam di daerah yang bertanggung jawab dengan memperhatikan unsur pendidikan, pemahaman, dan dukungan terhadap usaha-usaha konservasi sumberdaya alam, serta peningkatan pendapatan masyarakat lokal.

## 2. Geowisata

Geowisata adalah kegiatan wisata berkelanjutan sifatnya yang fokus pada kenampakan geologis permukaan bumi dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman akan lingkungan hidup dan budaya, apresiasi dan konservasi serta kearifan lokal. Objek wisata dengan konsep geowisata dapat menjadi potensi yang cukup besar karena Indonesia merupakan negara yang memiliki daya tarik geologis yang khas di berbagai wilayah. Geowisata merupakan pariwisata minat khusus dengan memanfaatkan seluruh potensi sumber daya alam yang dimiliki, sehingga diperlukan usaha peningkatan pengayaan wawasan dan pemahaman proses fenomena fisik alam. Contoh objek Geowisata adalah gunung berapi, danau, air panas, dan lain-lain menurut Hery Hermawan (2017) *dalam Felix (2017)*.

## 3. Agrowisata

Menurut Nurisjah (2001) *dalam Papatungan dkk (2017)*, agrowisata atau wisata pertanian didefinisikan sebagai rangkaian aktivitas perjalanan wisata yang memanfaatkan sektor pertanian mulai dari awal produksi hingga diperoleh produk pertanian dalam berbagai sistem dan skala dengan tujuan memperluas pengetahuan, pemahaman, pengalaman, dan rekreasi di bidang pertanian. Hal tersebut menunjukkan bahwa agrowisata tidak hanya menyuguhkan produk-produk hasil pertanian, tetapi juga menawarkan kegiatan atau jasa kepada pengunjung untuk dapat turut serta dalam kegiatan tersebut, selain membuat para pengunjung merasa puas dan terhibur hal tersebut dapat memberikan pengalaman serta pemahaman yang lebih mengenai sektor pertanian (Srikatanyoo dan Campiranon, 2008) *dalam Papatungan (2017)*.

Menurut Sosiety (1992), wisata agro dapat dikelompokkan ke dalam empat model yaitu sebagai berikut :

### 1. Wisata Agro *Scientific*

Wisata agro ini adalah wisata dengan motivasi untuk menambah pengetahuan pada bidang pertanian, baik pengetahuan yang berhubungan dengan sosial mengenai budaya maupun ekonomi atau sistem sosial.

### 2. Wisata Agrobisnis

Wisata agrobisnis adalah kegiatan wisata yang dilakukan secara bersama-sama dengan kegiatan bisnis dalam bidang agronomis. Secara umum kegiatan wisata ini memiliki motivasi utama untuk kegiatan bisnis. Wisatawan yang menjadi konsumen wisata ini merupakan orang-orang yang bergerak dalam bidang bisnis komoditas pertanian maupun masyarakat yang memiliki keinginan untuk berinvestasi dalam usaha pertanian.

### 3. Wisata Agro Rekreasi

Wisata Agro Rekreasi ini merupakan wisata agro yang bertujuan untuk rekreasi dalam usaha pertanian. Wisatawan dalam wisata ini dapat menikmati keindahan alam atau daya tarik pertanian yang dimiliki.

### 4. Wisata Agro Budaya

Jenis wisata agro ini ditujukan dengan motivasi wisatawan yang ini menambah pengetahuan dan informasi mengenai budaya suatu daerah dari kehidupan masyarakat pertanian yang berada di daerah tempat wisata agro itu berada.

Oka A Yoeti (2008), berpendapat bahwa agrowisata merupakan alternatif potensial yang untuk dikembangkan di pedesaan. Kemudian batasan mengenai agrowisata dinyatakan bahwa agrowisata adalah suatu jenis pariwisata yang khusus menjadikan hasil pertanian, peternakan, perkebunan, sebagai daya tarik bagi wisatawan.

#### **2.1.4 Pengembangan Agrowisata**

Upaya memajukan, memperbaiki, dan atau meningkatkan sesuatu yang telah ada disebut pengembangan. Pengembangan agrowisata merupakan salah satu alternatif yang diharapkan mampu mendorong potensi ekonomi suatu daerah, yaitu dapat memberikan kontribusi pada pendapatan daerah, membuka peluang usaha, kesempatan kerja sekaligus berfungsi untuk menjaga dan melestarikan kekayaan alam. Sandryas Alief (2019), berpendapat bahwa kegiatan

pengembangan agrowisata dapat dikaitkan dengan perkembangan era globalisasi dengan memanfaatkan inovasi teknologi untuk meningkatkan pemasaran, promosi dan nilai tambah produksi tetapi tidak menghilangkan ciri khas dan keunikan agrowisata sebagai kearifan lokal masyarakat setempat. Selanjutnya menurut Sutjipta (2001), agrowisata dapat berkembang baik jika terjadi Tri mitra dan Tri karya pembangunan agrowisata yang meliputi, pemerintah sebagai pembuat aturan, rakyat atau petani sebagai subjek, dan dunia usaha pariwisata sebagai penggerak perekonomian rakyat. Pola pengelolaan suatu agrowisata yang dikembangkan perlu dilakukan dengan mengikutsertakan masyarakat setempat dalam berbagai kegiatan yang menunjang usaha agrowisata, dengan demikian diharapkan dapat menumbuhkan rasa ikut memiliki untuk menjaga eksistensi objek.

Menurut Rizkianto (2018), pengembangan produk pariwisata harus memperhatikan lima hal, yaitu keaslian, keterlibatan masyarakat dan tradisi masyarakat lokal, nilai kearifan lokal, dan konservasi serta dukungan kelembagaan. Menurut Deptan (2008), pengembangan agrowisata terdiri atas sumber daya manusia, sumberdaya alam, promosi, dan dukungan sarana dan kelembagaan.

#### 1. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia memiliki peranan penting dalam keberhasilan pengembangan wisata agro mulai dari pengelola sampai kepada masyarakat. Kemampuan yang dimiliki oleh pengelola wisata agro dalam menetapkan target sasaran dan menyediakan, mengemas, dan menyajikan paket-paket wisata serta promosi yang terus menerus sesuai potensi yang dimiliki sangat menentukan keberhasilan dalam mendatangkan wisatawan. Dalam hal ini keberadaan pemandu wisata sangat dinilai penting dan tidak boleh diabaikan. Pemandu wisata juga harus memiliki ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam menjual produk wisata, karena hal tersebut pun sangat menentukan daya tarik wisatawan untuk berkunjung.

#### 2. Promosi

Kegiatan promosi merupakan kunci dalam mendorong kegiatan wisata agro. Informasi dan pesan promosi mengenai suatu wisata agro dapat dilakukan

melalui berbagai cara, seperti melalui leaflet, brosur, booklet, pameran, cinderamata, media sosial, serta penyediaan informasi pada tempat publik (hotel, restoran, bandara, dll). Dalam hal ini dibutuhkan juga kerjasama dengan berbagai pihak, seperti Biro Perjalanan, Perhotelan, Jasa Angkutan yang sangat berperan.

### 3. Sumber Daya Alam dan Lingkungan

Sebagai bagian dari usaha pertanian, usaha wisata agro sangat mengandalkan kondisi sumber daya alam dan lingkungan. Sumberdaya alam dan lingkungan tersebut mencakup sumber daya objek wisata yang dijual dan lingkungan sekitar termasuk masyarakat. Untuk itu perlu adanya upaya pelestarian sumberdaya alam dan lingkungan di mana wisata agro berada sangat menentukan keberlanjutan usaha wisata. Kondisi lingkungan masyarakat sangat menentukan minat wisatawan untuk berkunjung. Sebaik apapun objek wisata apabila lingkungan masyarakat tidak menerima keberadaannya maka akan menyulitkan dalam pemasaran objek wisata. Antara usaha wisata dengan pelestarian sumberdaya alam dan lingkungan memiliki hubungan timbal balik yang saling menguntungkan.

### 4. Dukungan Sarana dan Prasarana

Kehadiran konsumen atau wisatawan juga ditentukan oleh kemudahan-kemudahan yang tersedia, mulai dari pelayanan yang baik, kemudahan akomodasi, dan transportasi sampai pada kesadaran masyarakat sekitarnya. Upaya menghilangkan hal-hal yang bersifat formal, kaku, dan menciptakan suasana santai serta kesan bersih dan aman merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan.

### 5. Kelembagaan

Pengembangan wisata agro juga memerlukan dukungan semua pihak pemerintah, swasta terutama pengusaha wisata agro, lembaga yang terkait seperti perjalanan wisata, perhotelan, perguruan tinggi, masyarakat, dan lainnya. Pemerintah bertindak sebagai fasilitator dalam mendukung berkembangnya wisata agro dalam hal kemudahan perizinan, dan lainnya. Kerjasama yang baik antara pengusaha objek wisata agro, maupun antara obyek wisata agro dengan lembaga pendukung sangat penting.

Proses pengembangan suatu agrowisata dibutuhkan perumusan strategi-strategi pengembangan untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Pada dasarnya strategi merupakan sebuah alat yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan. Menurut Learned, Christensen, Andrews dan Guth (1965) dalam Freddy Rangkuti (2009) berpendapat bahwa untuk dapat bersaing suatu usaha atau perusahaan harus memiliki keunggulan, maka dibutuhkan strategi sebagai alatnya. Dalam menentukan strategi dibutuhkan perencanaan, menurut Freddy Rangkuti (2009), perencanaan strategi adalah proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi-strategi, sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi-strategi yang akan digunakan harus dianalisis, dirumuskan, dan dievaluasi terlebih dahulu dengan sebaik mungkin, karena hal tersebut menentukan berhasil atau tidaknya suatu usaha atau perusahaan di kemudian hari saat strategi-strategi tersebut digunakan.

### **2.1.5 Kriteria dan Prasyarat Agrowisata**

Menurut Soemarno (2008), pengembangan kawasan agrowisata tidak terlepas dari pendekatan kriteria-kriteria. Kawasan agrowisata yang sudah berkembang dapat dilihat dari beberapa kriteria yang dimiliki dan dapat dikenali, diantaranya:

1. Memiliki potensi atau basis kawasan sektor agro baik pertanian, perikanan, hortikultura maupun peternakan, contohnya:
  - a. Subsistem usaha pertanian primer (*on farm*), antara lain terdiri dari pertanian tanaman pangan hortikultura, perikanan, peternakan, perkebunan dan kehutanan.
  - b. Subsistem industri pertanian, antara lain terdiri dari industri pengolahan, kerajinan, pengemasan, dan pemasaran baik lokal maupun ekspor.
  - c. Subsistem pelayanan yang menunjang kesinambungan dan daya dukung kawasan baik terhadap industri dan layanan wisata maupun sektor agro, misalnya transportasi dan akomodasi, penelitian dan pengembangan, perbankan dan asuransi, fasilitas telekomunikasi dan infrastruktur.
2. Adanya kegiatan masyarakat yang didominasi oleh kegiatan pertanian dan wisata dengan keterkaitan dan ketergantungan yang cukup tinggi. Kegiatan pertanian yang mendorong tumbuhnya industri pariwisata, dan sebaliknya kegiatan pariwisata yang memicu berkembangnya secara berkelanjutan.

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

Soemarno (2008), selain perlu diperhatikannya kriteria-kriteria kawasan agrowisata, pengembangan agrowisata juga harus memenuhi beberapa prasyarat dasar, antara lain:

1. Memiliki sumberdaya lahan dengan agroklimat yang sesuai untuk mengembangkan komoditi pertanian yang akan dijadikan komoditi unggulan.
2. Memiliki prasarana dan infrastruktur yang memadai untuk mendukung pengembangan sistem dan usaha agrowisata, misalnya jalan, sarana irigasi, sumber air baku, pasar dan lain sebagainya.
3. Memiliki sumber daya manusia yang berkemauan dan berpotensi untuk mengembangkan kawasan agrowisata.
4. Pengembangan agrowisata tersebut mampu mendukung upaya-upaya konservasi alam dan kelestarian lingkungan hidup bagi pelestarian sumber daya alam, kelestarian sosial budaya maupun ekosistem secara keseluruhan.

#### **2.1.6 Metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*)**

Alat untuk menganalisis dan merumuskan strategi-strategi pengembangan yang dapat digunakan dalam meningkatkan jumlah pengunjung atau wisatawan adalah metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*). AHP merupakan alat analisis yang digunakan dalam pengambilan keputusan dengan pendekatan sistem, dimana pengambil keputusan berusaha memahami suatu kondisi sistem dan membantu melakukan prediksi dalam mengambil keputusan. AHP ditujukan untuk membuat suatu model permasalahan yang tidak mempunyai struktur. Analisis ini biasanya ditetapkan untuk memecahkan masalah yang terukur (kuantitatif), masalah yang memerlukan pendapat (*judgement*) maupun pada situasi yang kompleks atau tidak berkerangka. Selain itu penggunaan AHP sering ditemui pada situasi dimana data atau informasi sangat minim dan atau tidak ada sama sekali dan hanya bersifat kualitatif yang didasari oleh persepsi, pengalaman ataupun intuisi. AHP ini juga banyak digunakan pada keputusan untuk banyak kriteria, perencanaan, alokasi sumber daya dan penentuan prioritas dari strategi-strategi yang dimiliki (Saaty,1993).

Menurut Syaifullah (2010), metode AHP sering digunakan sebagai metode penentuan prioritas suatu masalah karena beberapa alasan berikut:

- a. Adanya struktur hirarki, sebagai konsekuensi dari kriteria yang dipilih, bahkan sampai sub-kriteria yang paling dalam.
- b. AHP memperhitungkan validitas sampai dengan batas toleransi inkonsistensi berbagai kriteria dan alternatif yang dipilih oleh pengambil keputusan.
- c. AHP memperhitungkan daya tahan output analisis terhadap sensitivitas pengambil keputusan.

Keuntungan penggunaan metode AHP dalam pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- a. Memberi satu model tunggal, mudah dimengerti dan luwes untuk berbagai persoalan yang tidak terstruktur.
- b. Mempunyai sifat kompleksitas dan saling ketergantungan, dimana dalam memecahkan persoalan dapat memadukan rancangan deduktif dan rancangan berdasarkan sistem serta menangani saling ketergantungan elemen-elemen dalam suatu sistem.
- c. Elemen-elemen suatu sistem dalam berbagai tingkat yang berlainan dan kelompok unsur yang serupa dalam setiap tingkat dapat disusun secara hirarki.
- d. Dengan menetapkan beberapa prioritas dapat memberikan ukuran skala objek dan konsistensi logis dari pertimbangan-pertimbangan yang digunakan serta menuntun pada suatu taksiran menyeluruh kebaikan setiap alternatif.
- e. Memungkinkan orang memilih alternatif terbaik berdasarkan tujuan-tujuan mereka dan tidak memaksakan konsensus, tetapi mensintesis suatu hasil yang representatif dari berbagai penilaian yang berbeda-beda.
- f. Memungkinkan orang memperhalus definisi pada suatu persoalan dan memperbaiki pertimbangan dan pengertian melalui pengulangan.

Meskipun memiliki banyak keunggulan, metode AHP juga memiliki beberapa kelemahan yaitu:

- a. Model AHP memiliki ketergantungan pada input utama. Input utama ini berupa persepsi seorang ahli (*key person*) yang dijadikan responden, sehingga akan memunculkan subjektivitas dari sang ahli. Hal ini akan mengakibatkan model

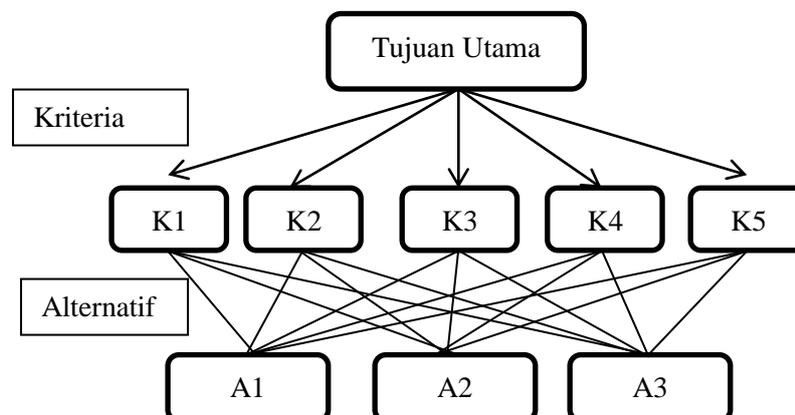
menjadi tidak berarti apabila *key person* tersebut memberikan penilaian yang keliru.

- b. Metode AHP merupakan metode matematis tanpa ada pengujian secara statistik, sehingga tidak ada batas kepercayaan dari kebenaran model yang terbentuk.

Menurut Saaty (1993) dalam Marsono (2020), metode AHP yang digunakan dalam suatu penelitian harus memiliki struktur hirarki yang merupakan hasil dari kegiatan mendefinisikan masalah atau situasi, rincian elemen (kriteria) yang relevan serta alternatif yang akan dipilih. Bagan struktur hirarki AHP terdiri atas beberapa tingkat atau level yaitu, tujuan utama atau *goal*, kriteria, dan alternatif.

Tujuan utama atau *goal* merupakan suatu masalah utama yang dihadapi dan perlu dicari solusinya dan terdiri hanya atas satu elemen yaitu sasaran menyeluruh. Kemudian, kriteria merupakan aspek penting yang perlu dipertimbangkan dalam mengambil keputusan atas tujuan utama yang telah ditentukan sebelumnya. Setiap kriteria memiliki intensitas yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Untuk suatu masalah yang bersifat kompleks atau berjenjang, kriteria dapat diturunkan kepada sub kriteria. Dengan demikian kriteria bisa terdiri lebih dari satu tingkat hirarki. Level yang terakhir adalah alternatif. Alternatif merupakan berbagai tindakan akhir dan merupakan pilihan keputusan dari penyelesaian masalah yang dihadapi.

Berikut contoh gambar bagan struktur hirarki AHP secara umum:



Gambar 1 Bagan Struktur Hirarki  
(Sumber: Marsono, 2020)

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Pembahasan dalam penelitian ini adalah Strategi Pengembangan Agrowisata Perkebunan Buah Naga Poernama di Kabupaten Garut. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, antara lain:

Dalam penelitian oleh Sandryas Alief Kurniasanti dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata (Studi Kasus Kampung Petani Buah Jeruk Siam di Kecamatan Bangorejo-Banyuwangi)”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal agrowisata kampung petani buah jeruk siam, merumuskan alternatif strategi yang paling sesuai dan prioritas strategi yang penting bagi agrowisata. Metode pengolahan dan analisis data menggunakan matriks IFE, EFE, IE, SWOT, dan AHP. Hasil penelitian yang didapat yaitu diperoleh 10 faktor internal dan 9 faktor eksternal yang menghasilkan 9 alternatif strategi dalam pengembangan agrowisata kampung petani jeruk siam. Prioritas strategi yang diperoleh menghasilkan 2 prioritas strategi yaitu meningkatkan keterampilan SDM melalui pendampingan, pemanduan, dan pelatihan bagi petani serta kelompok tani, dan strategi menciptakan diversifikasi produk turunan buah jeruk siam menjadi *pulpy orange* siam maupun selai siam. Rekomendasi strategi yang bisa dilakukan yaitu membuat program pengembangan SDM melalui rekrutmen tenaga kerja yang ahli, melakukan uji kompetensi karyawan secara rutin, serta melakukan koordinasi dan kerjasama multisektoral.

Penelitian oleh Adetya Prananda Putra, dkk dengan judul “Strategi Pengembangan Agrowisata Berbasis *Community Based Tourism* di Desa Sumber Arum Kecamatan Songgon Banyuwangi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi komoditas unggulan dan daya tarik wisata prospektif yang mendukung pengembangan agrowisata dengan berorientasi pada potensi Desa Sumber Arum. Penelitian ini juga bertujuan untuk menyusun strategi pengembangan agrowisata desa Sumber Arum. Penelitian menggunakan pendekatan studi kasus. Analisis penentuan komoditas unggulan dan daya tarik wisata menggunakan metode perbandingan eksponensial (MPE). Penyusunan strategi pengembangan menggunakan analisis IFE, EFE, IE, SWOT, dan AHP. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Selada Air, Seledri, dan Pakis merupakan komoditas unggulan untuk pengembangan agrowisata. Strategi-strategi prioritas

yang dapat direkomendasikan untuk mengembangkan agrowisata berbasis *community based tourism* yaitu memanfaatkan potensi lahan pertanian menjadi zonasi agrowisata, memberikan pelatihan dasar kepariwisataan kepada masyarakat pelaku agrowisata, bekerjasama dengan pelaku industri pariwisata untuk memperkenalkan destinasi agrowisata, dan meningkatkan keterlibatan masyarakat untuk pembaharuan produk agrowisata.

Penelitian oleh Rahmat Effendi, dkk dengan judul “Pengembangan Agrowisata Pesuteraan Alam Sutera Sari Segara di Desa Sibangkaja, Kecamatan Abiansemal”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui kegiatan usaha yang dilakukan oleh Agrowisata Pasuteraan Alam Sutera Sari Segara, faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan agrowisata, dan alternatif serta prioritas strategi pengembangan agrowisata. Penelitian ini menggunakan empat metode analisis data yang distrukturkan menjadi sebuah konsep yaitu, analisis deskriptif, analisis IE, SWOT, dan AHP. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan usaha yang dilakukan oleh Agrowisata Pasuteraan Alam Sutera Sari Segara adalah agrowisata, budidaya ulat sutera, dan penununan kain sutera. Prioritas strategi yang dapat dilakukan adalah strategi alternatif promosi agrowisata menggunakan *advertising* (periklanan) dengan media brosur sebagai prioritas tertinggi, sinergi antara agrowisata dan *stakeholders* dengan cara sinergi antara agrowisata dengan pihak swasta, perluasan segmen pasar menggunakan segmentasi pasar, peningkatan kualitas SDM dengan cara pengadaan tenaga kerja yang berkualitas, dan kualitas atraksi agrowisata dan kain sutera dengan cara menetapkan standar kualitas.

Penelitian oleh Endah Djuwendah, dkk dengan judul “Kajian Strategi Pengembangan Agrowisata Taman Herbal Insani di Kecamatan Bojongsari Kota Depok”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui potensi daya tarik agrowisata THI serta menentukan strategi pengembangan agrowisata THI. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Hasil penelitian menunjukkan daya tarik agrowisata THI beragam dan potensial untuk dikembangkan terdiri atas atraksi alam berupa pemandangan kebun aneka jenis tanaman obat dan penakaran hewan, atraksi budaya berupa gazebo dengan aksesoris bernuansa budaya sunda, aneka permainan tradisional,

dan atraksi buatan yaitu kolam renang, *spot* foto, taman bermain, kolam ikan dan *camping ground*. Amenities berupa kesempatan belajar mengenal teknis budidaya dan pengolahan tanaman obat, berenang, *camping*, *traditional fun game*, *family gathering*, swafoto, membeli bibit tanaman dan obat herbal. Aksesibilitas menuju lokasi agrowisata sangat baik jalan beraspal dilalui moda angkutan umum. Fasilitas penunjang berupa tersedianya prasarana air bersih, toilet, masjid dan mushola, tempat pembuangan sampah, jaringan listrik dan internet. Strategi pengembangan THI dilakukan melalui peningkatan kualitas manajemen berupa peningkatan kualitas pelayanan prima bagi wisatawan, pemeliharaan dan penambahan sarana dan prasarana, membangun citra positif dan informatif dalam promosi pada media sosial dan pemberdayaan masyarakat dengan membangun komunitas resmi pengelolaan dan pengembangan tanaman herbal di masyarakat.

Penelitian oleh Ardhika Sukmasakti Hasworo dengan judul “Strategi Pengembangan Obyek Wisata Batik Kota Pekalongan”. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai pengembangan objek wisata batik di Kota Pekalongan dan untuk menganalisis strategi pengembangan objek wisata batik di Kota Pekalongan. Penelitian ini menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Analisis strategi pengembangan meliputi aspek promosi, kelembagaan, dan infrastruktur. Hasil analisis AHP menunjukkan bahwa dari ketiga aspek pengembangan objek wisata batik Kota Pekalongan, menghasilkan aspek promosi sebagai prioritas utama dengan strategi pengembangan menggelar festival batik nasional dan internasional.

Berdasarkan uraian penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa penelitian-penelitian tersebut memiliki persamaan baik dari segi analisis data yang menggunakan metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*), penelitian yang diteliti mengenai strategi pengembangan, dan objek yang diteliti adalah agrowisata. Sedangkan perbedaannya adalah pada tempat penelitian, responden penelitian, serta tambahan analisis pengolahan data yang menggunakan analisis SWOT. Jadi penelitian terdahulu tersebut dapat dijadikan referensi dalam penelitian ini.

### 2.3 Pendekatan Masalah

Pada dasarnya suatu objek wisata mengharapkan jumlah pengunjung yang terus meningkat atau setidaknya stabil, walaupun mengalami penurunan diharapkan tidak begitu signifikan. Agrowisata Perkebunan Buah Naga Poernama merupakan agrowisata yang baru dibuka dan perlu untuk melakukan pengembangan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah pengunjung sehingga dapat berdaya saing dengan objek wisata lainnya.

Suatu agrowisata yang baik dan berkembang dapat meningkatkan perekonomian daerah. Pengembangan agrowisata dapat memberikan keuntungan terhadap lingkungan sekitar seperti membuka peluang usaha dan kesempatan kerja sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Agar agrowisata memiliki daya tarik yang dapat meningkatkan jumlah pengunjung untuk berkunjung maka diperlukan strategi pengembangan agrowisata yang tepat.

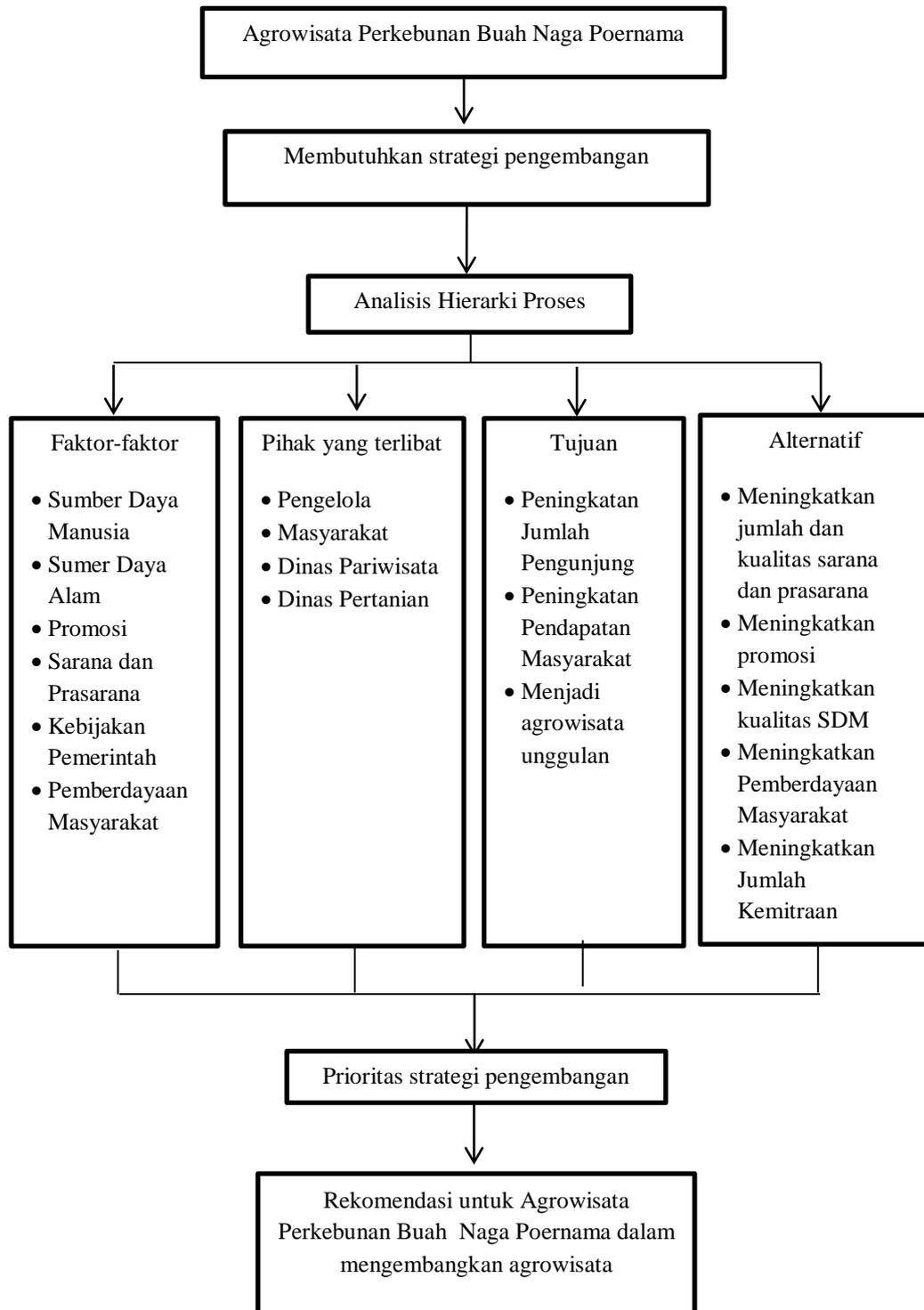
Strategi merupakan sebuah alat yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan. Menurut Learned, Christensen, Andrews dan Guth (1965) dalam Freddy Rangkuti (2009) berpendapat bahwa untuk dapat bersaing suatu usaha atau perusahaan harus memiliki keunggulan, maka dibutuhkan strategi sebagai alatnya. Dalam menentukan strategi dibutuhkan perencanaan berupa proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi-strategi, sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi-strategi yang akan digunakan harus dianalisis, dirumuskan, dan dievaluasi terlebih dahulu dengan sebaik mungkin, karena hal tersebut menentukan berhasil atau tidaknya suatu usaha atau perusahaan di kemudian hari saat strategi-strategi tersebut digunakan.

Agrowisata Perkebunan Buah Naga Poernama merupakan agrowisata baru dan banyak hal yang perlu diperbaiki maupun dikembangkan seperti kualitas pelayanan yang masih kurang, sarana dan prasarana yang kurang dioptimalkan, aksesibilitas lokasi yang perlu diperhatikan, tingkat promosi yang masih rendah, dan daya tarik agrowisata yang masih perlu dikembangkan, sehingga dibutuhkan strategi-strategi pengembangan yang tepat melalui perencanaan strategi. Alat yang digunakan untuk menganalisis dan merumuskan strategi-strategi pengembangan yang bertujuan meningkatkan jumlah pengunjung atau wisatawan adalah metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). AHP merupakan alat analisis yang digunakan dalam pengambilan keputusan dengan pendekatan sistem,

dimana pengambil keputusan berusaha memahami suatu kondisi sistem dan membantu melakukan prediksi dalam mengambil keputusan. Maka dari itu, metode AHP ini banyak digunakan pada pengambilan keputusan untuk banyak kriteria, perencanaan, alokasi sumber daya dan penentuan prioritas dari strategi-strategi yang dimiliki (Saaty,2008).

Dalam penggunaan metode AHP, struktur hirarki merupakan hal yang utama yang harus dibuat dalam suatu penelitian. Untuk mencapai suatu tujuan utama dari penelitian ini yaitu mengembangkan agrowisata, perlu adanya faktor-faktor, aktor-aktor, tujuan, dan alternatif yang akan mendukung pencapaian suatu tujuan. Faktor-faktor dalam penelitian ini adalah SDM, SDA, sarana dan prasarana, kebijakan pemerintah, promosi, dan pemberdayaan masyarakat. Aktor-aktor terdiri dari pengelola, masyarakat, dinas pariwisata, dan dinas pertanian. Tujuan terdiri dari peningkatan jumlah pengunjung, peningkatan pendapatan masyarakat, dan menjadikan agrowisata unggulan serta untuk alternatifnya terdiri dari meningkatkan jumlah dan kualitas objek agrowisata, meningkatkan promosi, meningkatkan kualitas SDM, meningkatkan pemberdayaan masyarakat, dan meningkatkan jumlah kemitraan.

Adapun gambar dari kerangka pemikiran yang dapat digambarkan pada Gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 2. Alur Pendekatan masalah