

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Kepariwisatan dan Daya Tarik Wisata

Pariwisata menjadi salah satu sektor yang unggul pada saat ini. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pemerintah dan pemerintah daerah. Pariwisata adalah keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur, mengurus dan melayani kebutuhan wisatawan. Sedangkan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

2.2 Kopi

Kopi merupakan salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi diantara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa Negara. Kopi tidak hanya berperan penting sebagai sumber devisa melainkan juga merupakan sumber penghasilan bagi tidak kurang dari satu setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia (Rahardjo, 2012). Kopi Indonesia mempunyai daya saing yang cukup tinggi. Pada tahun 2017 jumlah ekspor kopi Indonesia yaitu sebanyak 467.800 ton mengalami kenaikan dari tahun 2016 yang berjumlah 414.6551 ton (BPS, 2017). Namun jumlah kopi yang diekspor oleh Indonesia masih berada di bawah Brazil, Vietnam dan Columbia (ICO, 2018).

2.2.1 Syarat Tumbuh Kopi

Secara geografis Brazil, Vietnam dan Indonesia mempunyai kesamaan yaitu berada di sekitar khatulistiwa. Curah hujan yang ideal untuk pertumbuhan tanaman kopi adalah 1.250-2500 mm/tahun. Suhu yang cocok untuk pertumbuhan tanaman kopi bergantung pada jenisnya. Kopi arabika membutuhkan suhu ideal 15-25° C dan Robusta 21-24°C. Kondisi lain yang berkaitan dengan iklim adalah ketinggian

lahan. Kopi arabika umumnya ditanam di dataran tinggi atau di atas 700 – 2.000 m dpl. Sementara kopi robusta dapat ditanam di daerah yang lebih rendah, yaitu 100-600 m dpl (Tim Karya Tani Mandiri, 2018).

2.2.2 Klasifikasi Tanaman Kopi

Nama ilmiah untuk tanaman kopi adalah *Coffea sp.* Adapun taksonomi lengkapnya adalah sebagai berikut (Tim Karya Tani Mandiri, 2018):

Kingdom : Plantae
 Sub-Kingdom : Angiospermae
 Kelas : Dicotyledonae
 Subkelas : Symptalae atau Metachlamydeae.
 Ordo : Rubiales
 Famili : Rubiaceae
 Genus : Coffea
 Sub-genus : Eucoffea
 Species : *Coffea arabica L* (kopi arabika)
Coffea canephora (kopi robusta) dan lain-lain.

2.3 Konsep Wisata

2.3.1 Agrowisata

Menurut Nurisjah (2001) dalam Paputungan dkk (2017), agrowisata atau wisata pertanian didefinisikan sebagai rangkaian aktivitas perjalanan wisata yang memanfaatkan lokasi atau 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 petanian. Hal ini menunjukkan bahwa agrowisata bukan saja menawarkan produk hasil-hasil pertanian kepada pengunjung, tetapi juga menawarkan jasa untuk membuat pengunjung merasa puas dan terhibur bahkan dapat memiliki kemampuan untuk lebih memahami lagi tentang sektor pertanian (Srikatanyoo dan Campiranon, 2008) dalam Paputungan (2017). Sementara menurut Arini (2017) Agrowisata atau agrotourism juga dapat diartikan sebagai pengembangan industri wisata alam yang

bertumpu pada pembudidayaan kekayaan alam. Hal ini di perkuat oleh pendapat Ni Wayan Wahyu Astuti (2013), bahwa agrowisata dipandang sebagai suatu konsep dan merupakan produk baru bagi pariwisata yang dapat dijadikan sebagai pariwisata alternatif dan sebagai langkah alternatif pengganti dalam menetralsir dampak dari kegiatan kepariwisataan. Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa agrowisata merupakan suatu alternatif pariwisata yang memanfaatkan sumber daya alam di dalam aktivitasnya, agrowisata juga berperan sebagai jasa penyedia wisata edukasi yang memberi pemahaman mengenai proses usaha tani mulai dari penanaman, perawatan, panen bahkan sampai pemasaran dan pengolahan sehingga mampu meningkatkan nilai tambah dari sumber daya yang ada dan mampu meningkatkan pendapatan para petani.

2.3.2 Ekowisata

Ekowisata dan agrowisata merupakan tempat wisata yang sangat banyak digemari pada saat ini. Ekowisata merupakan alternatif pariwisata yang memanfaatkan keindahan alam. Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 33 Tahun 2009 Tentang Pedoman Pengembangan Ekowisata, ekowisata adalah kegiatan wisata alam di daerah yang bertanggungjawab dengan memperhatikan unsur pendidikan, pemahaman dan dukungan terhadap usaha-usaha konservasi sumberdaya alam, serta peningkatan pendapatan masyarakat lokal.

2.3.3 Geowisata

Geowisata adalah suatu kegiatan wisata berkelanjutan dengan fokus utama pada kenampakan geologis permukaan bumi dalam rangka mendorong pemahaman akan lingkungan hidup dan budaya, apresiasi dan konservasi serta kearifan lokal. Indonesia adalah negara yang memiliki daya tarik geologis yang khas di berbagai wilayah dan dapat dijadikan sebagai objek Geowisata. Pengembangan Geowisata di Indonesia harus segera dilakukan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Wisata kebumian (Geowisata) dapat dijadikan jembatan dalam rangka sosialisasi ilmu pengetahuan alam, pendidikan lingkungan dan pelestarian alam dan pada akhirnya diharapkan akan terwujud pembangunan pariwisata yang berkelanjutan berbasis kearifan lokal. Geowisata

(*geotourism*) merupakan pariwisata minat khusus dengan memanfaatkan seluruh potensi sumber daya alam, sehingga diperlukan peningkatan pengayaan wawasan dan pemahaman proses fenomena fisik alam. Contoh objek Geowisata adalah gunung berapi, danau, air panas, pantai, sungai, dan lain-lain Hery Hermawan, (2017) dalam Felix (2017).

2.4 Pengembangan Agrowisata

2.4.1 Konsep Agrowisata

Ada lima unsur yang penting agar wisatawan dapat merasa puas dalam menikmati perjalanannya, diantaranya:

1. Atraksi, Atraksi wisata adalah sesuatu yang dapat dilihat atau disaksikan melalui suatu pertunjukan yang khusus diselenggarakan untuk para wisatawan.
2. Fasilitas, Fasilitas cenderung berorientasi pada atraksi disuatu lokasi karena fasilitas harus dekat dengan pasarnya. Fasilitas cenderung mendukung bukan mendorong pertumbuhan dan cenderung berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang. Jumlah dan jenis fasilitas tergantung kebutuhan wisatawan, seperti fasilitas harus cocok dengan kualitas dan harga. Fasilitas tersebut bisa berupa fasilitas akomodasi (hotel, motel, losmen, penginapan), fasilitas transportasi (terminal, area parkir, bandara, pelabuhan laut dan sebagainya), dan juga fasilitas pelayanan lainnya (pusat informasi pariwisata, jaringan komunikasi, pelayanan jasa pos dan lain-lain).
3. Infrastruktur, atraksi dan fasilitas tidak dapat tercapai dengan mudah apabila belum terdapat infrastruktur dasar. Infrastruktur meliputi semua konstruksi di bawah dan di atas tanah dan suatu wilayah atau daerah, seperti sistem pengairan/air, sumber listrik dan energi, sistem pembuangan kotoran/pembuangan air, jasa kesehatan, jalan raya.
4. Transportasi, Ada beberapa usul mengenai pengangkutan dan fasilitas yang dapat menjadi semacam pedoman termasuk :
 - a. Informasi lengkap tentang fasilitas, lokasi terminal, dan pelayanan pengangkutan lokal ditempat tujuan harus tersedia untuk semua penumpang sebelum berangkat dari daerah asal.

- b. Informasi terbaru dan sedang berlaku, baik jadwal keberangkatan atau kedatangan harus tersedia di papan pengumuman, lisan atau telepon.
 - c. Tenaga kerja untuk membantu para penumpang.
 - d. Informasi lengkap tentang lokasi, tarif, jadwal, rute dan pelayanan pengangkutan lokal dan peta kota harus tersedia bagi penumpang.
5. Hospitality (keramahtamahan), Wisatawan yang sedang berada dalam lingkungan yang belum mereka kenal maka kepastian akan jaminan keamanan sangat penting, khususnya wisatawan asing.

2.4.2 Cakupan Kawasan Agrowisata

Di beberapa negara istilah agrowisata dan ekowisata seringkali disamakan. Hal ini dikarenakan baik agrowisata maupun ekowisata merupakan kegiatan wisata yang berbasis sumber daya alam dan lingkungan sehingga agrowisata merupakan bagian dari ekowisata. Di Indonesia Agrowisata atau *agrotourism* diartikan sebagai pengembangan industri wisata alam yang bertumpu pada pembudidayaan kekayaan alam. Industri tersebut mengandalkan pada kemampuan budidaya perairan baik pertanian, peternakan, perikanan atau pun kehutanan. Baik agrowisata yang berbasis budidaya, maupun ekowisata yang bertumpu pada upaya-upaya konservasi, keduanya sama-sama berorientasi pada pelestarian sumber daya alam serta masyarakat dan budaya lokal. Industri wisata ini yang diharapkan mampu menunjang berkembangnya pembangunan agribisnis secara umum (Arini, 2018).

Dalam kaitan ini, kawasan didefinisikan sebagai kawasan yang mempunyai fungsi tertentu, dimana kegiatan ekonominya, sektor dan produk unggulannya, mempunyai potensi mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah sekitarnya (Bappenas, 2004).

Suatu daerah wisata harus menyajikan, mengembangkan serta membangun beberapa obyek wisata yang baru dan menarik agar wisatawan selalu berminat untuk mengunjungi suatu daerah wisata. Kawasan Gunung Galunggung menawarkan objek wisata alami yang sekaligus memiliki fungsi lindung terhadap kawasan di sekitarnya. Perlu adanya alternatif pengembangan kawasan kegiatan

wisata dengan menerapkan agrowisata agar kawasan tersebut tetap terlindungi. Menurut Ireine, Celcius dan Grace (2017), pengembangan aktivitas agrowisata secara langsung maupun tidak langsung akan meningkatkan persepsi positif petani serta masyarakat akan arti pentingnya pelestarian sumber daya lahan pertanian. Agrowisata juga menjadi salah satu motivasi para wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata baik karena nilai sejarah, keindahan alam, maupun segala hal yang ada didalam daerah tersebut seperti cagar alam, kebun raya, tempat bersejarah, perkebunan dan sebagainya. Untuk itu di suatu daerah wisata harus menyajikan, mengembangkan serta membangun beberapa obyek wisata yang baru dan menarik, agar wisatawan selalu berminat untuk mengunjungi daerah wisata. Suatu agrowisata akan memberikan keuntungan dan manfaat yang sangat besar kepada petani dan masyarakat apabila agrowisata tersebut berkembang dengan baik. Berikut manfaat dari agrowisata :

1. Meningkatkan Nilai Estetika dan Keindahan Alam.

Lingkungan alam yang indah, panorama yang tertata rapi dan dapat memberikan kenyamanan serta nuansa alami yang dapat membuat terpesona dipadukan dengan kemampuan manusia untuk mengelolanya, menimbulkan nilai estetika tersendiri bagi sebuah agrowisata.

2. Memberikan Nilai Rekreasi.

Agrowisata tidak dapat dipisahkan keberadaannya sebagai sarana rekreasi. Sebagai tempat rekreasi, pengelola agrowisata dapat mengembangkan fasilitas lainnya yang dapat menunjang kebutuhan para wisatawan seperti, restoran, bila memungkinkan akomodasi, seperti buah-buahan, bunga, makanan dan lain-lain. Dengan menyediakan fasilitas penunjang, maka keberadaan agrowisata akan senantiasa berorientasi kepada pelayanan bagi pengunjung. Selanjutnya perpaduan kegiatan rekreasi dengan pemanfaatan hasil pertanian, dapat dikembangkan menjadi nilai ekonomis agrowisata seperti menjual hasil panen kepada pengunjung dengan cara pengunjung melakukan panen sendiri. Kemudian hasil panen tersebut ditimbang dan pengunjung dapat membelinya. Selanjutnya cara memanen hasil

pertanian (produk) atau jenis lainnya memiliki nilai rekreatif yang tinggi dan sekaligus memiliki nilai pendidikan bagi para pengunjung.

3. Meningkatkan Kegiatan Ilmiah dan Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Selain sebagai obyek wisata, Agrowisata juga dapat memberikan nilai ilmiah yang dapat mendorong para petani, ilmuwan maupun dari kalangan pelajar untuk ingin tahu tentang kekayaan flora dan fauna yang berada dalam agrowisata tersebut. Untuk mendukung kegiatan ini maka pihak pengelola juga harus menyediakan fasilitas penelitian baik berupa kebun-kebun percobaan maupun laboratorium.

Peningkatan kualitas pada agrowisata melalui kegiatan penelitian juga dapat membina hubungan dengan lembaga penelitian dan pendidikan. Mereka diberi kesempatan untuk melakukan penelitian di area Agrowisata yang didukung dengan penyediaan sarana penelitian. Kemudian pihak peneliti dan pendidikan akan menyumbangkan hasil penelitian untuk pengembangan agrowisata kedepannya (Tirtawinata dan Fachruddin, 1999).

4. Mendapatkan Keuntungan Ekonomi

Tujuan pengelolaan agrowisata selain sebagai sarana rekreasi di bidang pertanian juga untuk mendapatkan keuntungan ekonomi terutama bagi daerah dan masyarakat, seperti: membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, meningkatkan produksi dan kualitas, meningkatkan popularitas daerah (Tirtawinata dan Fachruddin, 1999).

Di samping manfaat, Agrowisata memberikan beberapa dampak bagi kehidupan masyarakat sekitar, pemerintah dan beberapa pihak lainnya. Menurut Pitana dan Gayatri (2005) pariwisata sebagai suatu kegiatan yang secara langsung menyentuh masyarakat membawa berbagai dampak. Dampak pariwisata terhadap masyarakat dan daerah tujuan wisata, yaitu: dampak terhadap sosial ekonomi, dampak terhadap sosial budaya dan dampak terhadap lingkungan fisik.

1) Dampak Dimensi Sosial

Masyarakat di sekitar objek wisata mempunyai peranan penting untuk memberikan layanan kepada wisatawan sehingga masyarakat tersebut perlu mengetahui berbagai jenis dan kualitas layanan yang dibutuhkan para wisatawan (Martine, 2018). Akibat dari keharusan untuk memberikan pelayanan yang terbaik dapat mempengaruhi pola hidup masyarakat dan merubah kepribadian masyarakat. Ada beberapa faktor-faktor penyebab perubahan pribadi yang berpengaruh pada perubahan sosial menurut Morris Genseberg yang dikutip oleh Tilaar (2002) :

- a. Keinginan dan keputusan yang sadar dari pribadi untuk melakukan perubahan.
- b. Sikap pribadi tertentu yang berubah karena kondisi yang berubah pula.
- c. Pribadi atau kelompok yang menonjol dalam masyarakat menginginkan perubahan.

2) Dampak Dimensi Ekonomi

Pitana I Gde dan I Ketut Surya Diarta (2009) mengemukakan bahwa dampak pariwisata terhadap kondisi ekonomi dikategorikan dalam 8 kategori seperti berikut:

- a. Dampak terhadap penerimaan devisa.
- b. Dampak terhadap pendapatan masyarakat.
- c. Dampak terhadap kesempatan kerja.
- d. Dampak terhadap harga-harga.
- e. Dampak terhadap distribusi manfaat atau keuntungan.
- f. Dampak terhadap kepemilikan dan kontrol (ekonomi) masyarakat.
- g. Dampak terhadap pembangunan pada umumnya.
- h. Dampak terhadap pendapatan pemerintah.

3) Dampak Dimensi Lingkungan

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang menjadi primadona saat ini. Sehingga usaha untuk melestarikan alam harus di optimalkan. Banyaknya wisatawan terus meningkat dari tahun ke tahun dapat mengakibatkan rusaknya

ekosistem apalagi mengingat kawasan Gunung Galunggung merupakan lahan konservasi. Keberadaan akomodasi juga telah memberikan dampak yang kurang baik terhadap lingkungan seperti meningkatnya jumlah kendaraan telah menyebabkan terjadinya peningkatan polusi, kurangnya pengetahuan manajemen akomodasi tentang pengelolaan sampah menyebabkan sampah dari operasional akomodasi di buang begitu saja di alam tanpa melalui proses tertentu terlebih dahulu (Agus Muriawan Putra, dkk, 2017).

2.4.3 Kriteria dan Prasyarat Agrowisata

Pendekatan kriteria agrowisata dimaksudkan untuk menjawab beberapa pertanyaan terhadap unsur-unsur yang menjadi daya dukung pengembangan kawasan agrowisata. Kawasan agrowisata merupakan suatu kawasan yang memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Memiliki potensi atau basis kawasan di sektor agro baik pertanian, hortikultura, perikanan maupun peternakan, misalnya:
 - a. Sub sistem usaha pertanian primer (*on farm*) yang antara lain terdiri dari pertanian tanaman pangan dan hortikultura, perkebunan, perikanan, peternakan dan kehutanan.
 - b. Sub sistem industri pertanian yang antara lain terdiri dari industri pengolahan, kerajinan, pengemasan, dan pemasaran baik lokal maupun ekspor.
 - c. Sub sistem 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 memacu berkembangnya sektor agro.

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.

Selain kriteria-kriteria tertentu, suatu kawasan 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, seperti misalnya: jalan, sarana irigasi/pengairan, pasar, terminal, jaringan telekomunikasi, dan fasilitas lainnya.
3. Memiliki sumberdaya manusia yang berkemauan dan berpotensi untuk mengembangkan kawasan agrowisata.
4. Pengembangan agrowisata tersebut mampu mendukung upaya-upaya konservasi alam dan kelestarian lingkungan hidup bagi kelestarian sumberdaya alam, kelestarian sosial budaya maupun ekosistem secara keseluruhan.

2.5 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*).

2.5.1 Matrik SWOT

Alat-alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya (Freddy Rangkuti, 2009). Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, yaitu :

- a. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*), strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b. Strategi ST (*Strength-Threat*), strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi ancaman eksternal.
- c. Strategi WO (*Weakness-Threats*), ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.
- d. Strategi (*Weaknesses-Threats*), didasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Strategi WT bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal dengan menghindari ancaman.

2.5.2 Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Sebelum strategi diterapkan, lingkungan harus dianalisis terlebih dahulu untuk mengetahui berbagai kemungkinan kelemahan dan kekurangan berikut peluang dan ancaman. Masalah strategis yang akan dimonitor harus ditentukan karena masalah ini mungkin dapat mempengaruhi agrowisata perkebunan kopi di masa yang akan datang. Dalam analisis SWOT kelemahan dan kekuatan merupakan faktor internal dan peluang beserta ancaman merupakan faktor eksternal. Faktor internal dapat berupa lahan, kondisi sumber daya, pengelolaan sumber daya dan sebagainya. Sementara faktor eksternal dapat berupa kebijakan pemerintah, persaingan dengan perusahaan sejenis dan sebagainya. Penentuan strategi yang tepat harus dimulai dengan mengidentifikasi, menganalisis serta mendiagnosa kesempatan-kesempatan dan ancaman-ancaman yang mungkin terjadi. Sehingga sangat penting bagi para petani atau pengelola untuk mampu mengidentifikasi seluruh faktor internal dan eksternal agar mampu menyusun strategi dengan tepat.

2.6 Penelitian Terdahulu

Pembahasan dalam penelitian ini adalah Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata di Kawasan Gunung Galunggung Kabupaten Tasikmalaya. Ada beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain :

Palit, Ireine G, dkk (2017), dalam penelitiannya berjudul “*Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan*”. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan kawasan agrowisata tersebut adalah : (1) memanfaatkan beberapa objek wisata yang sudah ada untuk menarik investor sehingga dapat menjadi sektor pariwisata yang semakin berkembang dan diminati di Kota Tomohon. (2) memanfaatkan agrowisata yang terkenal dengan ciri khasnya untuk menjadi daerah pengembangan budaya, khususnya di Kota Tomohon. (3) memanfaatkan tingkat kesuburan tanah yang baik di kawasan Rurukan untuk ditanami buah-buahan seperti strawberry yang merupakan tanaman buah dataran tinggi untuk dinikmati oleh wisatawan.

Fellix Fachrezi (2018), dalam penelitiannya yang berjudul “*Strategi Pengembangan Ekowisata Lembur Asri Desa Selaawi Kecamatan Selaawi Kabupaten Garut*”. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam penelitian ini adalah : (1) Memanfaatkan keasrian lingkungan dan meningkatkan potensi yang dimiliki ekowisata. (2) Melengkapi fasilitas ekowisata. (3) Membuat website ekowisata Lembur Asri dan sarana promosi lain dimedia sosial. (4) Melakukan kerjasama dengan pihak swasta. (5) Menambah wahana yang menarik yang dapat dinikmati oleh pengunjung. (6) Meningkatkan pelayanan *hospitality*. (7) Meningkatkan manajemen pengelolaan ekowisata.

Penelitian diatas dijadikan sebagai referensi dalam penelitian yang dilakukan penulis dengan alasan adanya kesamaan membahas mengenai strategi pengembangan yang diterapkan di tempat wisata yaitu metode analisis yang menggunakan pendekatan analisis SWOT dan memberikan alternatif strategi sebagai pemecahan masalah. Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian dan fokus penelitian.

2.7 Pendekatan Masalah

Pada dasarnya pendapatan petani sangat berpengaruh terhadap kesejahteraan petani. Ada banyak permasalahan yang dihadapi para petani kopi di kawasan Gunung Galunggung salah satunya adalah adanya harga jual yang rendah di tingkat petani, produktivitas yang rendah serta kemampuan dalam memasarkan hasil panen yang terbatas mengakibatkan pendapatan para petani rendah sehingga kesejahteraan petani pun rendah, untuk itu harus ada diversifikasi produk agar dapat menambah pendapatan para petani salah satunya adalah konsep agrowisata.

Adanya agrowisata mampu menaikkan *bargaining position* dan kesejahteraan petani, petani dapat memasarkan produk hasil pertaniannya secara langsung kepada pelanggan sambil menikmati sensasi udara yang sejuk dan panorama yang indah sehingga harga jual yang didapat para petani dapat meningkat dan petani tidak mengalami kesulitan dalam menjual hasil usaha taninya. Pengembangan agrowisata juga dapat memberikan multi efek terhadap lingkungan sekitar. Selain menaikkan posisi tawar para petani kopi, pengembangan kawasan agrowisata tersebut dapat membuka lapangan pekerjaan untuk berbagai pihak. Agar agrowisata yang dibuat mampu menarik perhatian dan menjadi motivasi para wisatawan untuk berkunjung maka diperlukan alternatif-alternatif strategi pengembangan kawasan agrowisata.

Pada dasarnya strategi merupakan sebuah alat untuk mencapai suatu tujuan. Menurut Learned, Christensen, Andrews dan Guth (1965) dalam Freddy Rangkuti (2009), strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak ada. Perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi suatu usaha untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, membuat sejumlah strategi alternatif dan memilih strategi tertentu untuk digunakan David F.R, (2014). Sementara menurut Freddy Rangkuti (2009), perencanaan strategi adalah proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi-strategi. Tujuan utama perencanaan strategis adalah agar perusahaan dapat melihat secara obyektif

kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Dalam hal ini, alat yang digunakan untuk membantu merumuskan strategi adalah analisis SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya (Freddy Rangkuti, 2009).