

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA AGROINDUSTRI KOPI LUWAK SEBAGAI ATRAKSI WISATA PADA AGROWISATA DI KABUPATEN TABANAN

Putu Decky Yodharya<sup>1</sup>, I Ketut Satriawan<sup>2</sup>, Amna Hartiati<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, UNUD

<sup>2</sup>Dosen Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, UNUD

Email: putudecky@yahoo.co.id<sup>1</sup>

Email koresponden: satriawan@unud.ac.id<sup>2</sup>

### ABSTRACT

This study aims to know the types of agro-tourism can be an attraction in and formulate appropriate strategies for development. In this study there are several steps that are used starting agroindustry identification, collection and sampling, identification places agro-industry, External & Internal Environment Analysis, Strategy formulation using SWOT and final selection of alternative strategies using QSPM. The results showed that the analysis of internal factors and external objects have been surveyed from the two sampled agro-tourism obtained IFE total weighted scores for 2,769 and 2,874 by placing second EFE agro-tourism that the cells in the matrix V IE. These positions describe both agro tourism can implement defense strategies. Priority selection strategy by using QSPM, recommending business development strategy based on six strategy alternatives derived from the SWOT matrix and matrix IE put alternative strategy Working with investors or with relevant government agencies to maximize the quality and quantity of agro products and agro-industry development opportunities in Denpasar to Bedugul tourist track on the top spot with a total score of weight 5,719

Keywords: agro-tourism, agro-industry, strategy, tourist attractions

### PENDAHULUAN

Peluang sektor pariwisata cukup prospektif, karena selain sebagai salah satu penghasil dalam peningkatan pertumbuhan secara ekonomi, sektor pariwisata diharapkan dapat berpeluang menjadi pendorong pertumbuhan sektor pembangunan lainnya, seperti sektor perkebunan, pertanian, perdagangan, perindustrian dan lain-lain. Salah satu unsur dari sektor pertanian yang saat ini belum tergarap secara optimal adalah agrowisata. Agrowisata adalah suatu jenis pariwisata yang khusus menjadikan hasil pertanian, peternakan, dan perkebunan sebagai daya tarik wisatawan (Anonim, 2000).

Sektor pariwisata provinsi Bali telah lama menjadi primadona penghasil devisa. Sumbangan sektor pariwisata terhadap pendapatan provinsi Bali dari beberapa tahun meningkat mengungguli sektor-sektor lainnya. Dari data kontribusi masing-masing sektor terhadap PDRB provinsi Bali, nilai pemasukan dari sektor pariwisata dengan persentase sebesar 30,4% pada triwulan kedua tahun 2012 dibawahnya diikuti sektor pertanian sebesar 17,3% (BPS Provinsi Bali, 2012). Potensi agrowisata dapat ditunjukkan dari keindahan alam pertanian dan produksi di sektor pertanian yang cukup berkembang.

Pembangunan berbagai jenis fasilitas kepariwisataan berskala besar tidak saja menyebabkan alih fungsi lahan pertanian secara kurang terkendali (Pujaastawa, 2003). Dalam berbagai kasus, pengembangan obyek wisata yang hanya dilandasi oleh pertimbangan-pertimbangan ekonomi semata tanpa memperhatikan dimensi ekologi dan sosial-budaya, kerap menimbulkan kerusakan lingkungan dan masalah sosial-budaya yang pada gilirannya dapat mengancam keberlanjutan pariwisata itu sendiri. Di samping itu, manfaat ekonomi pariwisata berskala besar kerap lebih berpihak kepada pemilik modal yang umumnya bukan berasal dari masyarakat setempat.

Kawasan Kabupaten Tabanan merupakan salah satu kawasan di provinsi Bali yang kondisi geografisnya sangat baik untuk pengembangan sektor agrowisata karena berada di daerah perbukitan dan memiliki kontur tanah yang subur. Selain itu, sektor usaha agrowisata di daerah ini belum digali secara maksimal, hal ini disebabkan karena belum adanya pemerataan usaha agrowisata di daerah ini dibandingkan dengan daerah lain seperti pada Kabupaten Bangli dan Gianyar.

Atraksi wisata adalah sesuatu yang menarik untuk dilihat, dirasakan, dinikmati, oleh wisatawan, yang dibuat oleh manusia dan memerlukan persiapan terlebih dahulu sebelum diperlihatkan kepada wisatawan (Anonim, 1997). Berapa jenis atraksi wisata yang ditekankan dalam penelitian ini antara lain atraksi produk agroindustri seperti tersedianya produk kopi luwak pada outlet yang disediakan Agrowisata dan berpartisipasi wisatawan terhadap proses pembuatan produk kopi luwak di dalam agrowisata tersebut.

Sebagai upaya antisipasi dan penanggulangan persoalan diatas, maka kebijakan pengembangan pariwisata Bali belakangan ini juga memberi perhatian terhadap pengembangan agrowisata sebagai sebuah wadah atraksi agroindustri yang merupakan atraksi pada agrowisata. Sehingga, diharapkan dalam penelitian ini dapat diketahui jenis-jenis agroindustri yang dapat dijadikan atraksi pada agrowisata dan bagaimana merumuskan strategi pengembangan usaha agroindustri untuk peningkatan agrowisata kedepannya.

## METODE PENELITIAN

### Metode Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah semua agrowisata di Kabupaten Tabanan yang dapat dilihat pada Tabel 1. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan adanya atraksi agrowisata berupa proses pembuatan kopi luwak, produk agroindustri yang dijual beraneka ragam, memiliki keunggulan masing-masing, serta lokasi agrowisata yang strategis untuk area pengembangan kedepannya karena berada di jalur wisata yang padat di Provinsi Bali. Dari berbagai kriteria yang telah ditetapkan dan dilakukannya survey terhadap keenam agrowisata tersebut maka terpilihlah dua agrowisata yang dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu agrowisata Mertha Sari Bhuana dan agrowisata Bali Agro Product. Waktu pengumpulan data primer dilakukan pada bulan Agustus-Oktober 2012.

Tabel 1. Agrowisata di Kabupaten Tabanan Bali

No	Nama agrowisata	Alamat	Daya tarik utama
1.	Bali Experience adventure	Br. Padang, Ds. Cau Belayu, Kec. Marga, Kab. Tabanan	<i>Cooking class</i>
2.	Mahajaya Agrowisata	Br. Cau desa Tua kec. Marga, kab. Tabanan	Pembelajaran tentang tanaman obat-obatan, tempat <i>camping</i>
3.	Mertha Sari Bhuana	Jl. Raya luwus, Baturiti, Tabanan	Kopi luwak
4.	Tegal Sari Bali & Spices	Jl. Raya Denpasar, Ds. Perean, Bedugul, Tabanan	Coklat
5.	Subak Bali Agro	Jl. Raya Denpasar-Bedugul KM 36,6 Br. Sekargula, Ds. Mekarsari-Tabanan	<i>Plantation</i>
6.	Bali Agro Product	Br. Pekilen, Mengwi-Badung	Kopi luwak

**Metode Pengumpulan Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari metode observasi yang dilakukan pada tahap awal penelitian, kemudian data diperoleh juga dari para pengelola agrowisata dan beberapa pengunjung objek agrowisata tersebut dengan proses dialog atau wawancara untuk memperoleh informasi faktor internal dan eksternal. Proses *interview* juga dilakukan pada tahap perumusan dengan penyebaran kuesioner kepada pengelola agrowisata

Metode pengolahan dan analisis data yang digunakan adalah pendekatan konsep manajemen strategis. Analisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif dan disajikan dalam bentuk tabel dan uraian (David,2002).

**1. Analisis Matriks Evaluasi Faktor Internal dan Eksternal**

**Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan**

Identifikasi faktor internal dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dihadapi perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka kekuatan dan kelemahan agroindustri pada Agrowisata BAP (Bali Agro Product) dan Mertha Sari Bhuana secara ringkas dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Kekuatan dan kelemahan agroindustri pada agrowisata BAP (Bali Agro Product) dan Mertha Sari Bhuana

FAKTOR-FAKTOR STRATEGIS INTERNAL	
Kekuatan	Kelemahan
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk yang rasanya enak dan memiliki khasiat bagi kesehatan</li> <li>• Proses pembuatan produk yang murni buatan sendiri</li> <li>• Kopi luwak merupakan jenis produk yang langka dan tidak di semua daerah ada (khas daerah)</li> <li>• Memiliki pelanggan tetap</li> <li>• Harga produk yang terjangkau</li> <li>• Usaha agroindustri (pionir)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak adanya teknologi modern dalam pengolahan kopi sehingga mengalami kesulitan jika mendapat permintaan dalam skala besar</li> <li>• Variasi produk sedikit</li> <li>• Permodalan yang masih berasal dari dana pribadi</li> <li>• Belum adanya standar mutu produk kopi luwak</li> </ul>

**Identifikasi Peluang dan Ancaman**

Identifikasi faktor eksternal dilakukan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi agroindustri. Berdasarkan hal tersebut, maka peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan secara ringkas dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Peluang dan Ancaman usaha Agroindustri pada Agrowisata BAP (Bali Agro Product) dan Mertha Sari Bhuana

FAKTOR-FAKTOR STRATEGIS EKSTERNAL	
Peluang	Ancaman
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permintaan produk agroindustri semakin meningkat</li> <li>• Perubahan pola konsumsi masyarakat yang cenderung untuk “kembali ke alam” (<i>back to nature</i>)</li> <li>• Peluang usaha bagi masyarakat untuk mengembangkan produk-produk agroindustri</li> <li>• Berada pada jalur wisata utama Denpasar-Bedugul</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belum adanya organisasi yang menaungi pengusaha agroindustri di kabupaten Tabanan</li> <li>• Semakin banyaknya kompetitor yang menjual produk agroindustri sejenis</li> <li>• Konsumen memiliki keleluasaan dalam memilih objek wisata pengganti</li> </ul>

## 2. Tahap Masukan

### Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Berdasarkan identifikasi terhadap faktor-faktor strategis internal kedua agro wisata diperoleh kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha. Setelah disebariskan kuesioner yang diisi oleh 4 orang responden yang memiliki kemampuan dan kapasitas dalam menyusun strategi serta dilakukan pembobotan dengan menggunakan metode *Paired Comparison* maka diperoleh bobot dari masing-masing variabel internal. Keempat responden tersebut terdiri dua orang responden dari agrowisata Bali Agro Product (BAP) pengelola bagian pengembangan dan pemasaran serta dua responden dari agrowisata Mertha Sari Bhuana yaitu pemilik dan pengelola.

Demikian pula dengan pemberian rating dilakukan oleh responden yang sama dan dicarikan median dari jawaban responden, sehingga diperoleh skor bobot dari faktor-faktor strategis internal. Dengan memasukkan hasil identifikasi kekuatan dan kelemahan sebagai faktor strategis internal, kemudian memberikan bobot dan rating maka diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel 4

Tabel 4. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
<b>Kekuatan :</b>			
1. Produk yang rasanya enak dan memiliki khasiat bagi kesehatan	0,105	3,0	0,314
2. Proses pembuatan produk yang murni buatan sendiri	0,116	3,5	0,407
3. Kopi luwak merupakan jenis produk yang langka dan tidak disemua daerah ada	0,102	3,5	0,357
4. Memiliki pelanggan tetap	0,065	3,0	0,195
5. Harga produk yang terjangkau	0,113	3,0	0,340
6. Usaha agroindustri (pionir)	0,125	3,5	0,436
<b>Kelemahan :</b>			
1. Tidak adanya teknologi modern dalam pengolahan kopi sehingga mengalami kesulitan jika terdapat permintaan dalam skala besar	0,116	2,0	0,232
2. Variasi produk sedikit	0,105	2,0	0,210
3. Permodalan yang masih berasal dari dana pribadi	0,057	1,5	0,085
4. Belum adanya standar mutu produk kopi luwak	0,096	2,0	0,193
<b>TOTAL</b>	<b>1,000</b>		<b>2,769</b>

Keterangan : Nilai rating 4 = kekuatan mayor, 3 = kekuatan minor, 2 = kelemahan minor, 1 = kelemahan mayor

Hasil perhitungan matriks IFE untuk Agrowisata BAP (Bali Agro Product) dan Mertha Sari Bhuana pada Tabel 4 yang menjadi faktor kekuatan utama bagi kedua agrowisata adalah proses pembuatan produk yang murni buatan sendiri, kopi luwak merupakan jenis produk langka dan tidak disemua daerah ada, serta usaha agroindustri (*pionir*), ditunjukkan dengan rating 3,5. Sedangkan kelemahan utama adalah permodalan yang masih menggunakan dana pribadi, hal ini ditunjukkan dengan rating 1,5.

Jumlah nilai yang dibobot 2,769 menunjukkan bahwa Agrowisata BAP (Bali Agro Product) dan Mertha Sari Bhuana berada diatas rata-rata (2,50) dalam kekuatan internal keseluruhannya. Ini berarti pada kedua agrowisata pengelola dapat memaksimalkan potensi-potensi internal yang dimiliki. (David,2002)

#### **Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)**

Berdasarkan identifikasi terhadap faktor-faktor strategis eksternal Agrowisata BAP (Bali Agro Product) dan Mertha Sari Bhuana diperoleh peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha. Setelah disebarkan kuesioner yang diisi oleh empat orang responden yang memiliki kemampuan dan kapasitas dalam menyusun strategi serta dilakukan pembobotan dengan menggunakan metode *Paired Comparison* maka diperoleh bobot dari masing-masing variabel eksternal. Demikian pula dengan pemberian rating dilakukan oleh responden yang sama dan dicarikan median dari jawaban responden, sehingga diperoleh skor bobot dari faktor-faktor strategis eksternal. Dengan memasukkan hasil identifikasi peluang dan ancaman sebagai faktor strategis eksternal, kemudian memberikan bobot dan rating maka diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Matriks EFE (External Factor Evaluation)

<b>Faktor Strategis Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor Bobot</b>
<b>Peluang :</b>			
1. Permintaan produk agroindustri semakin meningkat	0,132	3,0	0,396
2. Perubahan pola konsumsi masyarakat yang cenderung untuk “kembali ke alam” ( <i>back to nature</i> )	0,126	3,5	0,440
3. Peluang usaha bagi masyarakat untuk mengembangkan produk-produk agroindustri	0,201	2,5	0,503
4. Berada pada jalur wisata utama Denpasar-Bedugul	0,107	4,0	0,428
<b>Ancaman :</b>			
1. Belum adanya organisasi yang menaungi pengusaha agroindustri di kabupaten Tabanan	0,195	2,0	0,390
2. Semakin banyaknya kompetitor yang menjual produk agroindustri sejenis	0,107	3,0	0,321
3. Konsumen memiliki keleluasaan dalam memilih objek wisata pengganti	0,132	3,0	0,396
<b>TOTAL</b>	<b>1,000</b>		<b>2,874</b>

*Keterangan :* Nilai rating 4 = respon superior, 3 = respon di atas rata-rata, 2 = respon rata-rata, dan 1 = respon kurang

Hasil perhitungan matriks EFE pada Tabel 5 untuk Agrowisata BAP (Bali Agro Product) dan Mertha Sari Bhuana menunjukkan bahwa berada pada jalur wisata utama Denpasar-Bedugul merupakan faktor dengan nilai rating tertinggi, sehingga diharapkan faktor peluang ini dapat dimaksimalkan oleh pengelola agrowisata untuk mengembangkan agrowisatanya.

Faktor strategis eksternal yang juga mempengaruhi agrowisata khususnya Agrowisata BAP (Bali Agro Product) dan Mertha Sari Bhuana adalah “berada pada jalur wisata utama Denpasar-Bedugul” ditunjukkan dengan nilai rating tertinggi yaitu 4,0. Hal ini menunjukkan masih cukup besarnya peluang yang dapat diciptakan kedua agrowisata di atas. Dari semua faktor paling penting yang mempengaruhi agroindustri terlihat faktor peluang masih cukup besar untuk dikembangkan, hal ini menunjukkan bahwa pihak pengusaha agroindustri masih memiliki banyak peluang yang belum dikembangkan dan diharapkan dapat mendapatkan perhatian lebih sering, sehingga dapat berperan bagi perkembangan usaha agroindustri itu sendiri.

Total nilai bobot sebesar 2,874 menunjukkan bahwa Agrowisata BAP (Bali Agro Product) dan Mertha Sari Bhuana diatas rata-rata (2,50) dalam usahanya untuk menjalankan strategi yang memanfaatkan peluang eksternal dan menghindari ancaman (David,2002).

### 3. Tahap Pematuan

#### Matriks I-E (*Internal-External*)

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari matriks IFE dan EFE, maka dapat disusun matriks I-E. Total skor bobot IFE sebesar 2,769 dan EFE sebesar 2,874 menempatkan kedua agrowisata itu pada sel V (Gambar 1). Posisi ini menggambarkan kedua agrowisata dapat melaksanakan strategi pertahanan dan pemeliharaan (David, 2002).

		<b>TOTAL SKOR BOBOT IFE</b>		
		<b>KUAT (3,00-4,00)</b>	<b>RATA-RATA (2,00-2,99)</b>	<b>LEMAH (1,00-1,99)</b>
<b>TOTAL SKOR BOBOT EFE</b>	<b>TINGGI (3,00-4,00)</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>
	<b>SEDANG (2,00-2,99)</b>	<b>IV</b>	*	<b>VI</b>
	<b>RENDAH (1,00-1,99)</b>	<b>VII</b>	<b>VIII</b>	<b>IX</b>
	<b>V</b>			

*Keterangan : simbol bintang ‘\*’ pada gambar menunjukkan titik strategi yang digunakan*

Gambar 1. Matriks I-E agroindustri

**Matriks SWOT**

Berbagai strategi dapat dirumuskan berdasarkan model analisis SWOT. Keunggulan model ini adalah mudah memformulasikan strategi berdasarkan gabungan faktor eksternal dan internal (David, 2002). Empat strategi utama yang disarankan yaitu strategi SO,ST,WO, dan WT. Analisis ini menggunakan data yang telah diperoleh dari matriks IFE dan EFE. Hasil analisis matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel 6.

**Tabel 6. Matriks SWOT (Strength, Weakness, Opportunitles, and Threats)**

<p><b>ANALISIS INTERNAL</b></p> <p><b>ANALISIS EKSTERNAL</b></p>	<p><b>KEKUATAN (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk yang rasanya enak dan memiliki khasiat bagi kesehatan</li> <li>2. Proses pembuatan produk yang murni buatan sendiri</li> <li>3. Kopi luwak merupakan jenis produk yang langka dan tidak disemua daerah ada</li> <li>4. Memiliki pelanggan tetap</li> <li>5. Harga produk yang terjangkau</li> <li>6. Usaha agroindustri (pionir)</li> </ol>	<p><b>KELEMAHAN (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak adanya teknologi modern dalam pengolahan kopi sehingga mengalami kesulitan jika terdapat permintaan dalam skala besar</li> <li>2. Variasi produk sedikit</li> <li>3. Permodalan yang masih berasal dari dana pribadi</li> <li>4. Belum adanya standart mutu produk kopi luwak</li> </ol>
	<p><b>PELUANG (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Permintaan produk agroindustri semakin meningkat</li> <li>2. Perubahan pola konsumsi masyarakat yang cenderung untuk “kembali ke alam” (<i>back to nature</i>)</li> <li>3. Peluang usaha bagi masyarakat untuk mengembangkan produk-produk agroindustri</li> <li>4. Berada pada wisata utama Denpasar-Bedugul</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan selera wisata dan pola konsumsi <i>back to nature</i> dengan mengoptimalkan produksi produk yang alami dan berkhasiat untuk kesehatan. (S1, S3, O1, O2).</li> <li>2. Mengorientasikan agrowisata Mertha Sari Bhuana dan Bali Agro Product ini sebagai market leader dengan mengoptimalkan jalur wisata utama Denpasar-Bedugul ( S1, S2, S4, S6, O1, O2,O4)</li> </ol>
<p><b>ANCAMAN (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Belum adanya organisasi yang menaungi pengusaha agroindustri di kabupaten Tabanan</li> <li>2. Semakin banyaknya kompetitor yang menjual produk agroindustri sejenis</li> <li>3. Konsumen memiliki keleluasaan dalam memilih objek wisata pengganti</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan proses produksi produk buatan sendiri untuk menekan persaingan terhadap <i>competitor</i> yang menjual produk sejenis (kopi luwak) dan berasal dari suplier (S1,S3,S4,T2,T3).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memaksimalkan aneka jenis produk agroindustri yang dijual sehingga dapat mengurangi persaingan yang terjadi dengan <i>competitor</i> (W1,W3,T1,T2)</li> </ol>

#### 4 Tahap Pemilihan Strategi

##### Matriks *Quantitative Strategic Planning* (QSP)

Dari hasil perhitungan matriks QSP dengan mengalikan bobot masing-masing faktor dengan nilai daya tarik AS (*Attractive Score*) dihasilkan total nilai daya tarik TAS (*Total Attractive Score*). Sehingga dihasilkan bahwa alternatif strategi terpilih adalah strategi 5 yaitu “Bekerjasama dengan investor atau dengan instansi pemerintah terkait untuk memaksimalkan kualitas dan kuantitas produk agroindustri dan peluang pengembangan agroindustri kedepannya“ dengan nilai TAS 5,719. Alternatif strategi dengan nilai TAS terkecil sebesar 4,786 adalah strategi 1 yaitu “Memanfaatkan selera wisata dan pola konsumsi *back to nature* dengan mengoptimalkan produksi produk yang alami dan berkhasiat untuk kesehatan”. Prioritas strategi yang disarankan disusun berdasarkan urutan pertama dengan nilai TAS tertinggi sampai dengan urutan terakhir dengan nilai TAS terendah.

Hasil matriks QSP menghasilkan prioritas strategi sebagai berikut :

- 1) Bekerjasama dengan investor atau dengan instansi pemerintah terkait untuk memaksimalkan kualitas dan kuantitas produk agroindustri dan peluang pengembangan agroindustri kedepannya (5,719)
- 2) Mengorientasikan agrowisata Mertha Sari Bhuana dan Bali Agro Product sebagai *market leader* dengan mengoptimalkan jalur wisata utama Denpasar-Bedugul (5,345)
- 3) Tetap menerapkan proses produksi kopi luwak dengan teknologi yang sederhana untuk menarik minat pengunjung yang cenderung tertarik dengan aktivitas wisata yang “kembali ke alam” (5,118)
- 4) Memaksimalkan aneka jenis produk agroindustri yang dijual sehingga dapat mengurangi persaingan yang terjadi dengan *competitor* (5,104)
- 5) Meningkatkan proses produksi produk yang berkhasiat bagi kesehatan buatan sendiri untuk menekan persaingan terhadap *competitor* yang menjual produk sejenis (kopi luwak) yang berasal dari supplier (5,017)
- 6) Memanfaatkan selera wisata dan pola konsumsi *back to nature* dengan mengoptimalkan produksi produk yang alami dan berkhasiat untuk kesehatan (4,786)

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### Kesimpulan

1. Jenis-jenis agroindustri yang dapat dijadikan atraksi wisata di kabupaten Tabanan adalah berupa pengenalan tanaman perkebunan seperti kopi luwak, coklat, rempah-rempah, dan ginseng, dan buah-buahan (wisata edukatif) sambil berjalan melewati rute perkebunan yang telah diatur sedemikian rupa, melihat dan mencoba untuk berpartisipasi dalam proses pembuatan kopi luwak, mencoba segala bentuk jenis minuman yang terbuat dari produk agroindustri (kopi luwak, ginseng, coklat, rempah-rempah, dan buah-buahan), berbelanja produk-produk agroindustri pada *outlet* yang telah disediakan.
2. Penentuan prioritas strategi dengan menggunakan QSPM, merekomendasikan strategi pengembangan usaha berdasarkan alternatif-alternatif strategi yang diperoleh dari matriks SWOT dan matriks I-E yaitu sebagai prioritas utama adalah bekerjasama dengan investor atau dengan instansi pemerintah terkait untuk memaksimalkan kualitas dan kuantitas produk agroindustri dan peluang pengembangan agroindustri kedepannya (5,719), dan mengorientasikan agrowisata Mertha Sari Bhuana dan Bali Agro

Product sebagai *market leader* dengan mengoptimalkan jalur wisata utama Denpasar-Bedugul (5,345) sebagai prioritas kedua.

### 3. Saran

1. Agrowisata disarankan untuk memberikan pelatihan khusus berbahasa asing kepada semua karyawan yang berada di lingkungan agrowisata, hal ini dapat dilihat dari mayoritas pengunjung yang merupakan wisatawan asing.
2. Agrowisata sebaiknya tidak mengabaikan pesaing yang ada, yang baru tumbuh dan yang akan tumbuh sehingga perlu meningkatkan profesionalisme kerja seperti pendelegasian tugas yang jelas serta meningkatkan keterampilan dan loyalitas karyawan terhadap agrowisata.
3. Penelitian ini lebih banyak melibatkan pihak intern perusahaan dan orang-orang yang ahli akan agrowisata, diharapkan ke depannya dilakukan penelitian lanjutan yang melibatkan pihak ekstern seperti konsumen tentang bagaimana perilaku konsumen terhadap agrowisata Mertha Sari Bhuana dan agrowisata Bali Agro Product.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 1997. <http://rafansdetik.blogdetik.com/index.php/2012/05/04/pengertian-obyek-wisata-dan-pengertian-atraksi-wisata/> (diakses pada tanggal 11 Februari 2013)
- Anonim. 2000. “*Ekowisata, Pariwisata Berwawasan Lingkungan*”. [http://pariwisata\\_dan\\_teknologi.blogspot.com/2010/07/definisi-agrowisata.html](http://pariwisata_dan_teknologi.blogspot.com/2010/07/definisi-agrowisata.html). (diakses pada tanggal 11 Februari 2013)
- BPS, 2012. *Kontribusi masing-masing sektor terhadap PDRB provinsi Bali*. Sekilas Bali 2012. Denpasar
- David FR. 2002. *Manajemen Strategis : Konsep*. Sindoro A, penerjemah. Jakarta : PT Ikrar Mandiri. Terjemahan dari : *Concepts of Strategic Management*.
- Pujaastawa, I.B.G. 2003. “*Pariwisata Subak : Menjaga Identitas Budaya dan Keseimbangan Ekologi Bali Tengah*”, dalam *Guratan Budaya dalam Perspektif Multikultural*. Denpasar : Fakultas Sastra dan Budaya Universitas Udayana Denpasar.