

Analisis Pengembangan Agrowisata Kopi Luwak Alas Harum Bali di Desa Tegallalang

COKORDA ISTRI TRISNAINA DEWI, I. G. A OKA SURYAWARDANI*,
WIDHIANTINI

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Udayana
Jl. PB. Sudirman Denpasar 80232
Email: coknina09@gmail.com
*suryawardani@unud.ac.id

Abstract

Analysis of the Development of Alas Harum Bali Civet Coffee Agrotourism in Tegallalang Village

Alas Harum Bali is one of many agro-tourism in Bali, the location is very strategic in Tegallalang Village. Due the COVID-19 pandemic, the visitors of Alas Harum Bali getting reduce. This research aims to identifying the external and internal factors which gave an impact to the potential of agro-tourism and determined the main strategy and also the alternative strategy to developing the Alas Harum Bali Agro-Tourism. This research was conducted using the IE Matrix Analysis method to formulate general business development strategies and SWOT Matrix Analysis to formulate alternative business development strategies for Alas Harum Bali. The right marketing strategy applies SO, WO, ST and WT which can be implemented in Alas Harum Bali agro-tourism, among others, are as follows. The SO (strengths-opportunities) strategy is to pay attention to the facilities and attractions that are owned as well as human resources so that they are able to provide optimal services. The ST strategy (strengths-threats) is to pay attention to the facilities owned and develop them so that they are able to overcome unfavorable natural conditions. The WO (weaknesses-opportunities) strategy is to pay attention to facilities and improve the facilities and infrastructure provided so that they are in accordance with the prices offered to visitors.

Keywords: *Development strategy*, Alas Harum

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang saat ini sedang digalakkan oleh pemerintah. Hal ini disebabkan pariwisata mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan Indonesia khususnya sebagai penghasil devisa negara di samping sector migas. Tujuan pengembangan pariwisata di Indonesia

terlihat dengan jelas dalam Intruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1969, khususnya Bab II Pasal 3, yang menyebutkan “Usaha – usaha pengembangan pariwisata di Indonesia bersifat suatu pengembangan “Industri pariwisata” dan merupakan bagian dari usaha pengembangan dan pembangunan serta kesejahteraan masyarakat dan Negara” (Agung, 1996). Kebijakan pengembangan pariwisata Bali belakangan ini juga memberi perhatian terhadap pengembangan agrowisata sebagai sebuah wadah atraksi agroindustri yang merupakan atraksi pada agrowisata (Decky, 2013).

Sehubungan dengan hal tersebut, maka secara filosofis pendapat dari pakar tentang wisata minat khusus seperti yang dikatakan oleh Spillane (2001:3) bahwa pengaruh negatif pariwisata dari yang selama ini sudah dikenal secara umum atau dengan menyesuaikan pariwisata dengan Negara atau daerah tujuan wisata.

Alas Harum Bali adalah salah satu dari sekian banyak agrowisata di Bali, lokasinya sangat strategis di Desa Tegallalang, Kec. Tegallalang Kab. Gianyar Bali. Kalau perjalanan anda dari arah Denpasar atau Ubud, maka lokasinya sekitar 650 meter setelah objek wisata ceking *rice terrace* di desa Tegallalang, yang merupakan objek wisata populer di Bali. Dan rute ini adalah jalur yang cukup padat sebagai jalur wisata dengan tujuan wisata searah menuju objek wisata Kintamani. Sehingga anda yang ikut paket tour di Bali dan mengemasnya menuju Kintamani, maka anda bisa melalui jalur Tegallalang ini sesudah dan sebelum ke Kintamani. Alas Harum Bali tentunya menjadi daya tarik tambahan bagi para wisatawan yang ingin menikmati perkebunan kopi dengan binatang luwak tersebut. Pemandangan alam di kawasan agro wisata kopi luwak Alas Harum sangat indah, pemandangan sawah terasering seperti yang anda saksikan di objek wisata Ceking Tegallalang, juga bisa anda saksikan di tempat wisata agro ini, petak-petak sawah berundak terlihat cantik, di bawah lembah terdapat sungai mengalir jernih, membuat anda yang menyaksikan tempat ini jadi betah berlama-lama, apalagi suasananya lebih sepi dibandingkan di objek wisata Tegallalang. Ditambah daya tarik agrowisata kopi luwak di Desa Tegallalang baru mulai berkembang, jadi sistem pengelolaannya masih tergolong lemah, disamping itu terdapat beberapa agrowisata kopi luwak lainnya yang sudah terlebih dahulu terbentuk dan berkembang sehingga menyebabkan persaingan ketat antara agrowisata kopi luwak di Desa Tegallalang dengan agrowisata lainnya yang memiliki komonitas yang sama. Selain baru berkembangnya agrowisata tersebut, sistem pemasaran dan promosi agrowisata kopi luwak di Desa Tegallalang kurang optimal, karena hanya mengandalkan pramuwisata yang berkunjung membawa wisatawan ke agrowisata tersebut. Penurunan jumlah pengunjung pada masa pandemi pun sangat terlihat dari jumlah pengunjung Agrowisata Alas Harum Bali 3 bulan belakangan ini yaitu bulan juli jumlah pengunjung 8.432 pengunjung. Bulan agustus sebanyak 10.627 pengunjung dan pada bulan september paling kelihatan penurunan pengunjung yaitu menjadi 4.477 pengunjung. Hal ini membuktikan dampak pandemi sangat terlihat maka agrowisata Alas Harum Bali harus menyusun

strategi untuk meningkatkan pengunjung untuk data ke Alas Harum Bali.

Selain hal tersebut permasalahan yang masih harus dihadapi dalam pengembangan *Alas Harum Bali* antara lain Sumber Daya Manusia yang masih kurang karena pendidikan yang belum memadai dimana Sumber Daya Manusia (SDM) agrowisata harus benar-benar berkualitas baik kemampuan sebagai pemandu maupun petani dalam pengelolaan kopi luwak dan manajemen dan pemasaran yang masih kurang karena sekarang sudah harus mengandalkan promosi melalui online.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Apa potensi agrowisata yang dimiliki oleh Alas Harum Bali ditinjau dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman?
2. Bagaimana strategi utama pengembangan agrowisata Alas Harum Bali?
3. Bagaimana strategi alternatif pengembangan agrowisata Alas Harum Bali berdasarkan analisis SWOT?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor internal yang berupa *strenght* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), serta faktor-faktor eksternal berupa *oppportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman) untuk melihat potensi Agrowisata yang dimiliki Alas Harum Bali
2. Merancang strategi utama pengembangan agrowisata Alas Harum Bali.
3. Merancang strategi pengembangan agrowisata Alas Harum Bali berdasarkan analisis SWOT.

2. Metode Penelitian

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah di PT Alove Bali yang beralamat di Jalan Bonbiyu, Desa Saba Lokasi penelitian ini dilakukan di Agrowisata Alas Harum Bali. Diambilnya lokasi ini karena Agrowisata Alas Harum Bali merupakan salah satu agrowisata yang sedang berkembang dan juga belum pernah dilakukan penelitian sebelumnya. Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan yaitu dari bulan Februari 2021 sampai dengan bulan Mei 2021.

2.2 Data dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer menurut Kusmayadi dan Sugiarto (2000), dapat

dilakukan dengan menggunakan alat bantu pengumpulan data atau langsung mencatat apa yang dilihat / kejadian. Data sekunder menurut Sugiyono (2014) yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media. Data primer berupa hasil wawancara dan kuesioner dan data sekunder berupa data yang diperoleh dari Dinas Pariwisata Kabupaten, dan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Kabupaten Gianyar, Kantor Desa Tegallalang dan lembaga lainnya. Metode pengumpulan data dari penelitian ini adalah observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka.

2.3 Informan Kunci

Informan kunci merupakan informan yang memiliki informasi secara menyeluruh tentang permasalahan yang diangkat. Pemilihan informan kunci dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling sebagaimana maksud yang disampaikan oleh Sugiyono (2014) dalam buku Memahami Penelitian Kualitatif, adalah: “Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti.” informan kunci yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 10 orang yaitu Manajer, HRD, Sales Marketing, Accounting, Kepala Desa, Supervisor, Himpunan Pramuwisatawan, Kepala Dusun, Pengunjung, dan Penduduk Sekitar dari Alas Harum Bali.

2.4 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga matriks IFAS dan EFAS yang merupakan alat analisis untuk mengukur seberapa baik manajemen (rating) menanggapi faktor tertentu dalam hal tingkat pentingnya (bobot) faktor tersebut bagi perusahaan (David dan Thomas, 2003). Analisis Matriks internal eksternal menggunakan total nilai matrik IFAS dan EFAS dalam proses analisisnya. Tujuannya adalah untuk memperoleh strategi pengembangan yang tepat dan lebih detail berdasarkan kondisi lapangan saat ini. Parameter yang digunakan adalah parameter kekuatan internal yang dimiliki serta pengaruh eksternal yang sedang atau akan dihadapi. Faktor Internal yang dianalisis terdiri dari Kekuatan dan Kelemahan yang kemudian di masukan ke dalam tabel IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*) dan faktor eksternal yang terdiri atas Peluang dan Ancaman dan di masukan dalam tabel EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analisis Summary*). Metode analisis kedua yaitu matriks IE tujuan penggunaan model matriks IE (IFAS-EFAS) ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis di tingkat korporat yang lebih detail (strategi umum), matrik IE tersebut dapat mengidentifikasi 9 sel strategi perusahaan, tetapi pada prinsipnya kesembilan sel itu dapat dikelompokkan menjadi tiga strategi utama. Metode analisis yang terakhir yaitu matriks SWOT Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang

dihadapi perusahaan kemudian disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi (Rangkuti,1997).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Potensi Agrowisata yang dimiliki oleh Alas Harum Bali

Peningkatan potensi agrowisata yang dimiliki oleh Alas Harum Bali menuntut adanya strategi pengembangan untuk menarik wisatawan yang datang. David (2006) mendefinisikan strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Menurut Hunger dan Wheelen (2001) serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang meliputi elemen dasar yaitu pengamatan lingkungan, lingkungan dibedakan menjadi lingkungan eksternal dan lingkungan internal. Adapun penjabaran faktor internal dan eksternal adalah sebagai berikut.

1. Faktor Internal

Pelayanan yang ramah serta pelayanan yang terbaik merupakan kekuatan yang utama sehingga menyebabkan pelanggan merasa nyaman dan bertahan lama untuk berada di Agrowisata Alas Harum Bali dan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan. Sedangkan kelemahan yang mempengaruhi strategi pemasaran yaitu belum memadainya transportasi umum yang mengarah langsung ke Agrowisata Alas Harum Bali sehingga pelanggan atau wisatawan yang tidak bersama rombongan atau tidak membawa kendaraan menjadi susah jika ingin berkunjung ke Agrowisata Alas Harum Bali. Biaya yang relative masih belum terjangkau di kalangan masyarakat menengah ke bawah menjadi salah satu kelemahan Agrowisata Alas Harum Bali yang mengakibatkan sasaran pengunjung yang datang kurang optimal.

Berdasarkan Tabel 1, mengenai analisis IFAS Agrowisata Alas Harum Bali yang diperoleh dari hasil perhitungan bobot dan rating terhadap pernyataan mengenai faktor-faktor internal yang mempengaruhi strategi pengembangan agrowisata Alas Harum Bali. Nilai total skor faktor internal sebesar 2,94 yang menunjukkan nilai tersebut lebih dari 2,50 yang berarti bahwa faktor-faktor internal relatif kuat.

Kekuatan tertinggi berdasarkan nilai bobot yang diberikan yaitu agrowisata Alas Harum Bali telah memiliki nama dikalangan masyarakat maupun pengunjung sebagai *icon* dari daerah Tegallalang sebagai salah satu tempat wisata yang wajib dikunjungi. Kelemahan yang memiliki bobot tinggi yaitu *price* yang ditawarkan Agrowisata Alas Harum Bali masih relatif tinggi dan belum terjangkau bagi masyarakat kalangan menengah.

Kelemahan yang dimiliki perlu diminimalisir dengan melihat berbagai aspek yang mampu dicarikan solusi. Solusi yang diperlukan dalam meminimalisir kelemahan dianalisis dari kelemahan yang ada dan disesuaikan dengan keadaan Agrowisata Alas Harum Bali sehingga mampu mengubah kelemahan yang ada menjadi kekuatan ataupun mampu meminimalisir kelemahan yang ada.

Tabel 1.
IFAS Agrowisata Alas Harum Bali

No	Faktor - Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<i>Kekuatan (Strengths)</i>				
1	Agrowisata Alas Harum Bali mempunyai daya saing panorama (bentang alam yang indah)	0,07	4,00	0,27
2	Keamanan Agrowisata Alas Harum Bali kondusif	0,07	4,00	0,27
3	Sudah mempunyai nama atau terkenal dari dulu (iconnya Tegallalang)	0,08	4,00	0,31
4	Karyawan Alas Harum Bali merupakan Sumber daya manusia yang berpengalaman	0,07	4,00	0,27
5	Karyawan Alas Harum Bali ramah-ramah	0,07	4,00	0,29
6	Jarak tempuh Agrowisata Alas Harum Bali yang dekat dengan Ubud dan Kintamani	0,07	4,00	0,29
7	Fasilitas parkir di Alas Harum Bali memadai	0,06	4,00	0,25
8	Kebersihan lingkungan Alas Harum Bali dan protokol Kesehatan baik	0,07	3,00	0,21
<i>Kelemahan</i>				
1	Transportasi Umum yang belum memadai	0,06	2,00	0,13
2	Biaya yang relatife masih belum terjangkau di kalangan masyarakat menengah ke bawah	0,07	2,20	0,15
3	Keterbatasan anggaran untuk biaya sarana dan Prasarana dalam pengembangan	0,06	2,00	0,12
4	Kurangnya kesadaran masyarakat dalam upaya pengembangan wisata	0,06	2,00	0,12
5	Paket wisata dengan beberapa pilihan daya tarik namun kurang atraksi seni	0,07	1,00	0,07
6	Harga wisata tidak terjangkau bagi masyarakat lokal	0,07	2,00	0,13
7	Promosi Alas Harum Bali dilakukan melalui media elektronik belum maksimal	0,06	1,00	0,06
TOTAL		1,00		2,94

2. Faktor Eksternal

Peningkatan produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi-potensi alam dan pertanian yang ada menjadi peluang yang menjadi daya tarik terhadap Agrowisata Alas Harum Bali bagi pengunjung. Faktor eksternal yang termasuk kedalam ancaman bagi keberlangsungan Agrowisata Alas Harum Bali yaitu perubahan iklim dan cuaca berdampak ke pengunjung yang ingin datang. Jika cuaca tidak mendukung menyebabkan minat pengunjung berkurang untuk datang ke

Agrowisata Alas Harum Bali.

Berdasarkan Tabel 2, mengenai analisis EFAS Agrowisata Alas Harum Bali yang diperoleh dari hasil perhitungan bobot dan rating yang diberikan oleh sampel terhadap pernyataan yang diberikan mengenai faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi strategi pengembangan Agrowisata Alas Harum Bali. Nilai total skor faktor eksternal sebesar 3,37 yang menunjukkan nilai tersebut lebih dari 2,50 yang berarti bahwa faktor-faktor eksternal relatif kuat.

Peluang yang paling besar berdasarkan bobot yang diberikan oleh sampel yaitu peningkatan produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi- potensi alam dan pertanian yang ada. tersendiri sehingga mampu meningkatkan jumlah pengunjung yang datang. Faktor-faktor yang menjadi ancaman bagi pengembangan Agrowisata Alas Harum Bali yaitu perubahan iklim dan cuaca yang tidak dapat dikendalikan sehingga menjadi tidak dapat diprediksi dan dipersiapkan dengan tepat.

Tabel 2.
EFAS Agrowisata Alas Harum Bali

No	Faktor – Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<i>Peluang (Opportunities)</i>				
1	Tingkat aksesibilitas yang mudah	0,06	4,00	0,24
2	Banyaknya wisatawan yang ingin berkunjung	0,06	4,00	0,24
3	Peningkatan produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi - potensi alam dan pertanian yang ada	0,07	4,00	0,27
4	Kerjasama dengan pihak lainnya dalam pengembangan atraksi wisata serta sarana dan prasarana	0,06	4,00	0,24
5	Menyerap tenaga kerja	0,06	3,00	0,19
6	Pendapatan masyarakat, dan petani kopi luwak	0,06	4,00	0,25
7	Kesadaran wisatawan untuk menjaga objek wisata	0,05	3,00	0,16
8	Gaya hidup masyarakat yang ingin kembali ke alam (<i>back to nature</i>)	0,06	4,00	0,25
9	Perkembangan teknologi komunikasi	0,06	4,00	0,23
10	Kondisi alam yang potensial untuk pengembangan agrowisata	0,06	4,00	0,24
11	Dapat menyerap tenagakerja terutama penduduk sekitar Alas Harum Bali	0,05	3,00	0,16
12	Mampu meningkatkan PAD Desa Tegallalang	0,05	4,00	0,21
<i>Ancaman (Threats)</i>				
1	Perubahan iklim dan cuaca berdampak ke pengunjung	0,06	2,00	0,12
2	Persaingan Agrowisata lainnya	0,06	3,00	0,18
3	Kurang alat transportasi umum	0,05	3,00	0,15

4	Kurang dukungan pemerintah daerah	0,06	2,00	0,12
5	Belum adanya kerjasama dengan pihak pemerintahan terhadap pengembangan objek wisata	0,06	2,00	0,12
TOTAL		1,00		3,37

3.2 *Strategi Utama Pengembangan Agrowisata Alas Harum Bali*

Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS yang telah disajikan pada Tabel 1 dan Tabel 2 maka diperoleh perhitungan dari nilai total IFAS dan EFAS strategi pengembangan Agrowisata Alas Harum Bali. Total skor IFAS diperoleh sebesar 2,94 dan total skor EFAS diperoleh sebesar 3,37. Nilai IFAS sebesar 2,94 dan nilai EFAS 3,37 berdasarkan pada matriks IE berada pada sel ke 2.

Strategi utama yang tepat digunakan berdasarkan pada nilai IFAS dan EFAS Agrowisata Alas Harum berada pada sel kedua yang termasuk kedalam kelompok strategi *growth strategy* yang merupakan upaya strategi pertumbuhan dari perusahaan itu sendiri. *Growth strategy* mengacu pada metode yang diadopsi oleh perusahaan untuk menangkap pangsa pasar yang lebih besar. Hal ini berarti strategi yang harus dilakukan yaitu dengan merancang strategi pertumbuhan untuk membangun Agrowisata Alas Harum Bali menjadi lebih baik lagi. Strategi ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh Agrowisata Alas Harum Bali dan meminimalisir kelemahan dan ancaman yang ada

3.3 *Strategi Alternatif Pengembangan Agrowisata Alas Harum Bali*

Analisis SWOT merupakan suatu kerangka analisis yang terintegrasi antara internal perusahaan dan lingkungan eksternal, dengan membangun pendekatan SWOT (Assauri, 2013). Setelah mengetahui posisi Satria Agrowisata dan didapatkan inti strategi berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, maka dapat diformulasikan alternatif strategi. Formulasi strategi ini dilakukan dengan menggunakan matriks SWOT (Rangkuti, 2005). Matriks SWOT juga membantu mengetahui strategi bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Adapun 4 strategi dari matriks SWOT berupa strategi SO, WO, ST dan WT yang dapat diimplementasikan pada Agrowisata Alas Harum Bali antara lain:

1. Strategi SO (*strengths-opportunities*).
 - a. Memperhatikan fasilitas dan daya tarik yang dimiliki serta sumberdaya manusia sehingga mampu memberikan pelayanan dengan optimal.
 - b. Memanfaatkan dengan baik kondisi alam sehingga dapat menarik banyak pengunjung untuk datang dan dapat meningkatkan jumlah pengunjung
2. Strategi ST (*strengths-threats*).
 - a. Memperhatikan fasilitas yang dimiliki dan mengembangkannya sehingga mampu mengatasi kondisi alam yang tidak mendukung.

- b. Memanfaatkan sumber daya manusia yang dimiliki sehingga mampu meningkatkan fasilitas pelayanan dan meningkatkan kepuasan serta kenyamanan pengunjung yang datang.
3. Strategi WO (*weaknesses-opportunities*).
 - a. Memperhatikan fasilitas dan meningkatkan sarana dan prasarana yang disediakan sehingga sesuai dengan harga yang ditawarkan kepada pengunjung.
4. Strategi WT (*weaknesses-threats*).
 - a. Memperhatikan kerja sama dengan pihak Pemerintah sehingga fasilitas transportasi umum dapat disediakan dan terjangkau untuk Agrowisata Alas Harum Bali.
 - b. Mengoptimalkan harga untuk mengimbangi persaingan agar tidak menjadi boomerang untuk perusahaan.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan pada BAB sebelumnya, maka dapat disimpulkan sesuai tujuan penelitian. Adapun simpulan yang dapat ditarik adalah peningkatan potensi agrowisata yang dimiliki oleh Alas Harum Bali menuntut adanya strategi pengembangan untuk menarik pengunjung. Bagian yang termasuk dalam kekuatan Agrowisata Alas Harum Bali yaitu pada bagian keamanan yang kondusif sehingga memberikan rasa nyaman kepada pengunjung. Sedangkan kelemahan yang mempengaruhi pengembangan yaitu belum adanya transportasi umum yang mengarah langsung ke Agrowisata. Lalu dalam faktor eksternal faktor peluang menjadi faktor terpenting dengan peningkatan produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi alam sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Untuk faktor ancaman bagi keberlangsungan agrowisata adalah perubahan iklim dan cuaca yang berdampak pada minat pengunjung. Strategi utama pengembangan Agrowisata Alas Harum Bali yang tepat digunakan berdasarkan nilai IFAS dan EFAS adalah *growth strategy*. Strategi alternatif pengembangan yang tepat berlaku yang dapat diimplementasikan pada Agrowisata Alas Harum Bali antara lain adalah: 1) Strategi SO dengan memperhatikan fasilitas dan daya tarik yang dimiliki serta

4.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang diberikan pada hasil penelitian ini, maka dapat diberikan saran terhadap hasil penelitian yang diperoleh. Adapun saran yang dapat diberikan adalah hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan perbandingan untuk melakukan peningkatan kualitas. Peningkatan pada fasilitas serta sarana dan prasarana yang dimiliki serta memikirkan alternatif dalam menangani masalah cuaca dan iklim yang tidak dapat diprediksi. Perusahaan perlu menerapkan strategi utama dan strategi alternatif untuk pengembangan agrowisata kedepannya. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar kajian teori baru untuk penelitian selanjutnya yang ingin

membahas mengenai strategi pengembangan. Penelitian dapat dilanjutkan mengenai bagaimana dampak strategi pengembangan terhadap kepuasan dan motivasi karyawan.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga penelitian ini bermanfaat sebagaimana mestinya.

Daftar Pustaka

- Assauri, S. 2013. *Strategic Management Sustainable Competitive Advantages*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Decky, Y.P. 2013. *Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Kopi Luwak Sebagai Atraksi Wisata Pada Satria Agrowisata Di Kabupaten Tabanan*. 2 (2) : 39 – 48.
- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategis : Konsep*. Edisi Sepuluh. Jakarta : Salemba Empat
- Hunger, D, J dan T. L Wheelen. 2001. *Manajemen Strategis*. ANDI. Yogyakarta
- Spillane, J James. 2001. *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta, Kanisius.
- J. David Hunger & Thomas L. Wheelen. 2003. *Managemen Strategis*. Yogyakarta : Andi.
- Kusmayadi dan Sugiarto. 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisataaan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Agung, Gunung. 1996. *Sistem Administrasi Negara Republik Indonesia*. LAN RI. Jakarta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : PT Alfabet
- Rangkuti, F. 2006, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama), 26