

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penelitian ini dilaterbelakangi dengan adanya potensi wisata di Kabupaten Brebes salah satunya Agrowisata Kaligua yang perlu dikembangkan. Pariwisata merupakan salah satu sektor dalam pembangunan suatu negara dalam mendokrak perekonomiannya (Rusyidi & Fedryansah, 2018) , salah satunya Agrowisata Kaligua ini, hal ini dapat terlihat dalam instruksi Peraturan Daerah Kabupaten Brebes Nomor 6 Tahun 2013, khususnya pengembangan Kawasan Agrowisata Kaligua sebagaimana dimaksud dalam pasal 22 ayat (4) huruf d, “diprioritaskan dengan tema pada pengembangan kegiatan wisata alam pegunungan, dan wisata pedesaan”.

Agrowisata Kaligua merupakan Kawasan wisata agro yang berdiri sejak tahun 1999 dan dataran tinggi yang terletak antara Desa Pandansari, Kecamatan Paguyangan, Kabupaten Brebes. Agrowisata Kaligua dikelola oleh PT Perkebunan Nusantara IX (Persero) Jawa Tengah dan merupakan diversifikasi usaha untuk meningkatkan optimalisasi aset Perusahaan dengan daya dukung potensi alam yang indah. Hasil pengelolaan perkebunan teh Kaligua adalah berupa produk hilir teh hitam (*black tea*). Kawasan wisata Agro Kaligua memberikan banyak pilihan untuk wisata. Disamping perkebunan teh, terdapat beberapa situs wisata menarik yang berada disepertaran Kaligua. Misalnya, Goa Jepang, Tuk Benih, Gua Angin, serta makam pendiri kebun Van De Jong. Untuk melayani wisatawan, pihak perkebunan menyediakan fasilitas homestay (penginapan) yang cukup baik.

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung dan Pendapatan Obyek Wisata Kaligua Paguyangan Tahun 2020-2022

Tahun	Jumlah Pengunjung (Orang)	Jumlah Pendapatan Penjualan
2020	69.805	Rp.69.805.000
2021	44.376	Rp.44.376.000
2022	80.183	Rp.76.772.350

Sumber : Diolah Penulis (2023)

Berdasarkan Tabel 1.1 yang diperoleh melalui (BPS Brebes, 2023) menunjukkan bahwa Jumlah Pengunjung dan Pendapatan Penjualan Agrowisata Kaligua mengalami penurunan, dari tahun 2020-2021 yang dimana pada tahun tersebut pandemic muncul, dan semua sektor terkena imbasnya. Khususnya sektorpariwisata yang mengandalkan dari wisatawan dan potensi lokal untuk menunjangnya. Dan pada tahun 2022 agrowisata kaligua mengalami kenaikan jumlah Pengunjung dan Pendapatan Penjualan yang cukup signifikan yang dimanatentu membuktikan bahwa agrowisata kaligua bisa berkembang lebih baik dan membuat agrowisata kaligua menjadi agrowisata unggulan di Jawa Tengah.

Sebagai objek wisata yang sudah berdiri sejak tahun 1999, Agrowisata Kaligua belum banyak mengalami penembangan usaha yang signifikan. Pengembangan usaha yang dilakukan pada tahun 2023 hanya berupa penambahan fasilitas pendukung sarana prasana, sementara pengembangan yang berupa penambahan produk wisata ataupun kegiatan promosi serta peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) dalam pelayanan belum banyak dilakukan alasan tersebut diduga menyebabkan terjadinya

kejenuhan wisatawan yang berimplikasi pada tingkat kunjungan yang tidak menentu. Tingkat persaingan bisnis Agrowisata yang terjadi di Jawa Tengah saat ini cukup besar. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya Agrowisata yang berusaha mengembangkan objek wisatanya dengan sebaik mungkin untuk menarik wisatawan sebanyak-banyaknya. Alasan inilah mengapa penelitian ini dilakukan, melihat Agrowisata Kaligua membutuhkan strategi yang tepat sehingga mampu bersaing dengan objek wisata yang lain, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul *“Strategi Pengembangan Agrowisata Kaligua Sebagai Bentuk Optimalisasi Potensi Lokal”*.

B. Rumusan Masalah

Setiap perusahaan pasti menghadapi risiko dan kerentanan yang berasal dari sumber internal dan eksternal. Biasanya, bisnis dapat menggunakan berbagai strategi untuk menarik sebanyak mungkin pelanggan atau wisatawan, seperti menawarkan diskon, fitur dan layanan tambahan, atau hiburan wisata. Mengingat luasnya lahan untuk pengembangan, Agrowisata Kaligua merupakan objek wisata yang memiliki banyak potensi. Dengan sumber daya yang cukup, mereka juga harus melakukan hal-hal berikut untuk menarik minat pengunjung dan memenangkan hati mereka, yang akan mempercepat pertumbuhan atraksi tersebut.

Berdasarkan masalah-masalah yang diuraikan di atas, maka permasalahan yang diungkapkan adalah Bagaimana strategi pengembangan Agrowisata Kaligua sebagai bentuk optimalisasi potensi lokal?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan Agrowisata Kaligua Sebagai Bentuk Upaya Optimalisasi Potensi Lokal.

D. Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini akan bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Berikut adalah beberapa manfaat yang diharapkan dari penulisan ini:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan Penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan sumbangan secara langsung atau pembeda langsung khususnya bagi Mahasiswa Ilmu Pemerintahan, dan Mahasiswa lain pada umumnya. Serta menjadi referensi bagi peneliti yang tertarik dengan pengembangan Agrowisata.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi kepada Pengelola, Dinas Pariwisata Brebes, Tokoh masyarakat (Kepala Desa), Masyarakat umum (Petani) dan Pengelola Agrowisata Kaligua terkait pengembangan Agrowisata. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pembaca terkait dengan Agrowisata Kaligua.

E. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang ada, maka dalam penelitian ini akan memberikan beberapa gambaran kajian terdahulu yang telah diteliti. Berikut adalah sepuluh jumlah jurnal penelitian pada table berikut ini:

Tabel 1. 2 Tinjauan Pustaka

No	Penulis dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1.	(Azzahro Maghfirotn Nisa, 2019)	Strategi Pengembangan Pariwisata Melalui Ekowisata Pada Agrowisata Kaligua Oleh PTPN IX (Studi Kasus Agrowisata Kaligua, Pandansari, Paguyangan, Brebes).	Penelitian ini berupaya membangun strategi wisata dengan pendekatan ekowisata di Agrowisata Kaligua, Desa Pandansari, Kecamatan Paguyangan, dan Kabupaten Brebes. Dengan menggunakan informasi dan perdebatan dari bab sebelumnya, dengan mempraktikkan taktik seperti: Pertumbuhan daya tarik Melalui penciptaan fasilitas aksesibilitas, penyediaan atraksi wisata perumahan, promosi agrowisata Kaligua, dan evaluasi program Pengelola Agrowisata Kaligua bekerjasama dengan pihak-pihak yang terkait secara kelembagaan untuk mengembangkan Agrowisata. Kerja sama dikembangkan antara berbagai organisasi, pemerintah, dan pengusaha. publik. Bentuk kerjasama dapat berupa: pengelolaan parkir, Pengelolaan kenang-kenangan, penyajian makanan, dan pembangunan infrastruktur. Dengan partisipasi manajemen dan masyarakat, serta Pemerintah yang tepat dapat membantu pertumbuhan agrowisata Kaligua guna menarik wisatawan ke sana.
2.	(Sina & Zaenuri, 2021)	Pengembangan Objek Pariwisata Halal Melalui Sumber Daya Manusia	Wisata Tamansari merupakan salah satu perusahaan wisata halal yang membawa ide wisata halal ke Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif, pengumpulan data melalui wawancara dengan sejumlah partisipan. Hasil penelitian ini

			kemudian menunjukkan bahwa lokasi yang diteliti beroperasi secara menguntungkan dan sejalan dengan gagasan wisata halal. Saran bagi pengelola Tamansari adalah untuk lebih fokus pada pemeliharaan infrastruktur dan peningkatan sumber daya manusia setempat.
3.	(Iqbal et al., 2022)	Penerapan Teknologi Konservasi Berbasis Kopi Di Lahan Dataran Tinggi Kaligua Kabupaten Brebes Jawa Tengah.	Penelitian ini bermaksud mempopulerkan dan menggunakan teknologi konservasi dalam pengelolaan lahan pertanian dataran tinggi di Kaligua, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah. Kegiatan pada tahun kedua berupa transfer teknologi, plot percontohan dan dukungan teknis di lokasi. Penciptaan taman adalah hasil yang diharapkan. perkebunan kopi di kawasan Telaga Ranjeng, Desa Pandansari, dan menggunakan teknologi yang tepat untuk pertanian konservasi dataran tinggi dan mempublikasikan penelitiannya seminar dan jurnal nasional. Materi alih teknologi yang disampaikan antara lain: Kemungkinan Pengembangan Kopi Dataran Tinggi Pengelolaan Lingkungan Hidup Untuk Tumbuh Tanaman Kopi, Kaligua, Budidaya Kopi Organik, dan Budidaya Sayuran Dataran Tinggi Berdasarkan GAP dan Praktik Pertanian Berkelanjutan yang Diterapkan pada Lahan Dataran Tinggi. Bantuan teknis lapangan ditawarkan untuk menjamin tumbuhnya bibit kopi yang ditanam petani.
4.	(Aprianto et al., 2023)	Studi Keberhasilan Pengelolaan Wisata Berbasis	Tujuan penelitian ini adalah pertama mengetahui apakah kriteria penghargaan Desa Wisata Pandansari

		<p>Community Based Tourism (CBT) (Studi Kasus: Desa Wisata Pandansari, Kecamatan Paguyangan, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah).</p>	<p>sudah sesuai, kedua mengetahui apakah ada kriteria yang dapat ditingkatkan dalam pengelolaan Desa Wisata Pandansari dengan mengacu pada Standar Kinerja CBT ASEAN, dan ketiga menentukan berhasil tidaknya pengelolaan Desa Wisata Pandansari berdasarkan persepsi pengunjung. Metodologi penelitian deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini memadukan metode kualitatif dan kuantitatif. Survei langsung di Desa Wisata Pandansari dan wawancara dengan pihak yang berwenang digunakan untuk memperoleh data kualitatif. Pengunjung langsung diminta mengisi kuesioner yang dibuat menggunakan persyaratan kinerja ASEAN CBT untuk memperoleh data kualitatif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa persyaratan telah terpenuhi, hal ini didukung oleh pendapat pengunjung tentang seberapa sukses Desa Wisata Pandansari dijalankan.</p>
--	--	--	---

5.	(Fadhil & Zaenuri, 2021)	Strategi Recovery Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta Pada Masa New Normal.	<p>Kemunculan Covid-19 memaksa Indonesia untuk melakukan hal tersebut khususnya industri pariwisata, sedang mengalami kemerosotan. Dinas Pariwisata Kota menjadi lokasi penelitian ini. Kota Yogyakarta bertugas mengawasi pariwisata di wilayah sekitarnya. Pelajaran ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Kejadian tersebut berdampak pada industri pariwisata. penurunan pariwisata karena semakin banyak orang memilih untuk tetap tinggal di rumah sesuai dengan daya tariknya Pemerintah akan membatasi pergerakan. Epidem Covid-19 telah mengubah rutinitas dan perilaku tertentu. khususnya, perlunya mencuci tangan, memakai masker, dan menjauhi kerumunan. Kantor pariwisata kota Yogyakarta telah bekerja keras untuk menarik pengunjung sehingga penduduk setempat dapat mengandalkannya. Salah satu strategi untuk menjamin kelangsungan mata pencaharian terkait pariwisata adalah dengan bekerja sama dengan banyak individu. pemangku kepentingan harus menekan kasus Covid-19 dan menggunakan dana hibah pariwisata untuk mempromosikan pariwisata. dan mengadakan konferensi online, dll. Pendekatan yang dilakukan Dinas Pariwisata Kota ini diharapkan dapat berhasil. Sesuai dengan tujuannya, Yogyakarta dapat mencapai tujuannya. Departemen Pariwisata diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk penelitian ini. Kota Yogyakarta mengisi</p>
----	--------------------------	--	--

			<p>kesenjangan yang ditemukan dalam penilaian yang dilakukan untuk menerapkan strategi tersebut dapat dipraktikkan dengan baik.</p>
6.	(Ilham & Fryonanda, 2023)	<p>Perancangan Prediksi Produksi Teh Metode Fuzzy Tsukamoto Berbasis Web.</p>	<p>Pendekatan fuzzy Tsukamoto merupakan salah satu dari berbagai metode matematika yang dapat digunakan untuk menentukan suatu produk pertanian. Hasil analisis dengan menggunakan pendekatan fuzzy Tsukamoto dapat mempermudah proses perhitungan produksi, selain itu juga didukung dengan diperkenalkannya aplikasi berbasis website yang dapat memudahkan berbagai hal bagi mereka yang masih belum terlalu paham teknologi. Temuan analisis ini juga dapat digunakan sebagai panduan untuk memperkirakan berapa banyak lagi teh yang akan diproduksi di masa depan.</p>

7.	(Bastian et al., 2020)	Perancangan Identitas Visual Objek Wisata Guci Kabupaten Tegal Untuk Meningkatkan Brand Recall	Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menghasilkan identitas visual pada objek wisata Guci dalam bentuk logo agar dapat cepat dikenal oleh masyarakat umum dan membedakan dirinya dari tempat wisata lainnya. Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif, dan sumber datanya meliputi observasi, wawancara, dan bahan tertulis seperti artikel dan cerita surat kabar. Data dianalisis dengan metode analisis SWOT, dan diperoleh hasil berupa strategi perancangan yang meliputi pembuatan identitas visual objek wisata di Guci dalam bentuk logo yang dapat mewakili kepribadian objek wisata dan pemanfaatannya. di berbagai media untuk meningkatkan pengenalan merek dan memperluas pasar.
8.	(Dwi Ginanti, 2020)	Perkembangan PTPN IX Agrowisata Kampoeng Kopi Di Kabupaten Semarang Tahun 2002-2017	Penelitian ini menggunakan metodologi historis. Salah satu destinasi wisata milik PT Perkebunan Nusantara IX yang terletak di Kecamatan Bawen adalah Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran. Pertumbuhan Kampoeng Kopi Banaran dapat dilihat dari beberapa sudut pandang, seperti tenaga kerja, infrastruktur, dan daya tarik wisata. Unsur promosi dan sumber daya manusia (SDM) sangat menentukan pertumbuhan Kampoeng Kopi Banaran. Hal ini terlihat dari cara pengelolaan perusahaan yang berupaya melakukan inovasi dengan memperluas wawasan bisnis dan mendiversifikasi industri produk hilirnya. Letak geografis, sumber

			daya manusia, periklanan, dan kerjasama dengan pihak lain menjadi kunci keberhasilan manajemen dalam mengelola agrowisata Kampoeng Kopi Banaran yang masih aktif hingga saat ini.
--	--	--	---

9.	(Djumrianty Desloehal et al., 2020)	Kajian Wisata Pendidikan (Educational Tourism) Berbasis Potensi Lokal Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Kabupaten Muara Enim.	Tujuan dari kajian atau penelitian ini adalah untuk mengumpulkan informasi mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan kesulitan bidang tersebut. Muara Enim untuk tumbuhnya wisata edukasi. menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, Diskusi kelompok terfokus, wawancara semi terstruktur, dan observasi. Dengan menggunakan teknik analisis SWOT, Tema dan Coding menunjukkan bahwa wisata edukasi memang sudah mulai ada di Kabupaten Muara Enim. walaupun tidak tersusun rapi. Temuan penelitian juga mengungkapkan bahwa untuk melaksanakan seluruh atau sebagian wisata edukasi Ada beberapa faktor di Kabupaten Muara Enim yang harus diperhatikan, antara lain masalah keamanan, masalah kenyamanan, dan aksesibilitas bantuan dari pemimpin wisata dan pemandu wisata setempat, pertimbangan untuk menawarkan homestay dan persewaan rumah, publikasi yang mempromosikan atraksi, tempat, kenang-kenangan, dan item lain yang terkait dengannya pariwisata. Oleh karena itu, Peta Jalan Pengembangan Wisata Edukasi Departemen harus memuat semua itu. Pariwisata dan industri kreatif, jasa pendidikan dan kebudayaan, perdagangan dan industri, serta jasa koperasi Dinas PUPR, UMKM, dan dinas terkait lainnya.
----	-------------------------------------	---	---

10	(Hidayat & Sulistiowati, 2019)	Penerapan Arsitektur Organik Pada Kawasan Agrowisata Kebun Teh Di Brebes, Jawa Tengah Konsep Arsitektur Organik	Ide terapan ini disintesis untuk agrowisata kebun teh Brebes, Jawa Tengah. Dengan pendekatan arsitektur organik, konsep pengembangan ini bertujuan untuk memberikan fungsi bangunan yang menunjang kegiatan pendidikan dengan fokus pada alam. Ideologi arsitektur yang mendorong keselarasan antara tempat tinggal manusia dan lingkungan dikenal sebagai “arsitektur organik”. Luaran dari penelitian ini adalah pemanfaatan arsitektur organik untuk agrowisata perkebunan teh yang memadukan pemilihan lokasi di dataran tinggi dan adaptasi iklim terhadap lingkungan sekitar. Konsep organik pun dipilih dimana tapak tidak ada yang terpotong-potong, dan bentuk bangunan mengikuti kontur tapak sehingga kesannya semakin bertambah.
----	--------------------------------	---	--

Sumber: Diolah Penulis (2023)

Pada tabel diatas penelitian tentang strategi pengembangan wisata terbagi menjadi beberapa tema yaitu: pengembangan wisata berbasis swasta, pengembangan wisata berbasis masyarakat, pengembangan wisata melalui pemanfaatan teknologi. Namun belum ada penelitian *Strategi Pengembangan Agrowisata Kaligua Sebagai Bentuk Upaya Optimalisasi Potensi Lokal* berbasis analisis SWOT.

Penelitian ini mengambil metode baru dengan memasukkan aspek analisis faktor internal dan eksternal selain analisis SWOT. Melalui penerapan analisis SWOT, penelitian ini menawarkan pendekatan yang lebih komprehensif dalam mengembangkan strategi pengembangan agrowisata di Kaligua. Metode ini

menawarkan pemahaman menyeluruh mengenai dinamika internal dan kesulitan eksternal, sehingga menghasilkan *blueprint* yang kuat untuk memaksimalkan potensi lokal. Dengan menekankan keterkaitan elemen-elemen ini, penelitian ini tidak hanya menawarkan rencana yang baik namun juga membuka fase baru pertumbuhan agrowisata berkelanjutan. Oleh karena itu, peneliti berfokus pada Strategi Pengembangan Agrowisata Kaligua Sebagai Bentuk Upaya Optimalisasi Potensi Lokal berbasis analisis SWOT. Hal ini menjadi *novelty* atau kebaruaran dalam penelitian.

F. Kerangka Teori

1. Strategi Pengembangan

a. Pengertian Strategi

Strategi berawal dari tutur Yunani *strategos* yang berarti berjuang demi memenangkan pertempuran, pendekatan ini aktif digunakan pada awalnya untuk menang dalam peperangan. Namun, taktik ini awalnya digunakan di militer. Ini telah digunakan dalam jumlah yang semakin meningkat seiring berjalannya waktu elemen berbeda dengan karakter yang sebagian besar identik dapat digunakan untuk keadaan pelatihan pembibitan diakui karena teknik peningkatannya. Sebuah metode untuk menggunakan strategi berarti yang berkaitan dengan pengaturan dan pelaksanaan sebuah manuver yang dilakukan untuk memenangkan kontes mendapatkan hasil (Hamrun et al., 2020).

Strategi ialah alat untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan di masa depan, desain strategi bergantung pada pemahaman terhadap suatu

pengaturan. Strategi merupakan suatu persiapan yang mengarah ke masa depan, namun belum dilaksanakan sehingga berbentuk strategi. Namun jika sudah, rencana tersebut dikatakan telah tercapai (Suprpto Hery, 2019).

Media adalah komponen strategi yang digunakan untuk memposisikan produk di pasar. Ada dua jenis bentuk strategi yang berbeda. Pertama, mulai, melirik ke bawah. Ini menguji titik di mana produk dan pelanggan bertemu. Kedua, putar kepalamu. Mempertimbangkan perspektif yang berbeda dari dunia luar mungkin berdampak pada pasar.

Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa strategi adalah suatu cara untuk mencapai tujuan yang direncanakan dengan menguraikan hasil-hasil baru yang telah dicapai, di mana fokusnya, dan bagaimana sumber daya dan kegiatan apa yang akan dialokasikan pada setiap produk pasar untuk memenuhi peluang dan tantangan lingkungan serta untuk mencapai tujuan tersebut. Keunggulan kompetitif. Berikut ini adalah konsep-konsep kunci dari strategi tersebut:

a) Distinctive Competence

Menurut Day dan Wensley (1988), identifikasi *distinctive competence* dalam suatu organisasi meliputi: keahlian tenaga kerja dan kemampuan sumber daya. Dua faktor itu menyebabkan Perusahaan dapat lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

b) Competitive Advantage

Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang

dilakukan Perusahaan untuk merebut peluang besar. Menurut Porter ada tiga strategi yang dapat dilakukan Perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing yaitu: *cost leadership*, diferensiasi dan fokus.

Adapun tahapan-tahapan manajemen strategis adalah sebagai berikut:

a) Perumusan atau perencanaan strategi (*strategic planning*)

Dalam hal ini menentukan kegiatan yang meliputi Upaya melihat kekuatan (*strength*) yang dimiliki Perusahaan bukan hanya dan yang tersedia, melainkan juga kualitas SDM dan teknologi yang dimiliki Perusahaan.

b) Pelaksanaan strategi

Setelah direncanakan selanjutnya adalah melaksanakan dari perencanaan tersebut. Sebelum dilaksanakan harus membuat kegiatan untuk mengarah atau memobilisasi seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan, mulai dari dana, sumber daya manusia, teknologi dan lain-lain. Dalam hal ini juga diperlukan skill atau ketrampilan para karyawan dengan kualitas operasional yang baik karena akan mendukung pelaksanaan dari perencanaan strategi agar berhasil optimal.

c) Pengawasan dan evaluasi strategi

Evaluasi merupakan tahapan akhir dari rangkaian kegiatan manajemen strategi. Evaluasi atau pengawasan atau pengendalian berarti menilai setiap aktivitas agar seluruh kegiatan strategi itu sesuai

dengan yang telah direncanakan.

b. Pengertian Pengembangan

Pengembangan adalah usaha yang disengaja dan terencana untuk menghasilkan sesuatu yang semakin bermanfaat untuk meningkatkan mutu sebagai sarana untuk menghasilkan sesuatu yang bermutu lebih tinggi (Arnold et al., 2020). Jadi dapat diartikan bahwa pengembangan adalah suatu proses atau usaha untuk melakukan sesuatu perubahan baik secara perlahan maupun secara bertahap dengan memperdalam dan memperluas pengetahuan yang telah ada melalui proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

Sebagian strategi yang bisa dipakai untuk memajukan serta meningkatkan sesuatu upaya agar bisa bertahan dalam waktu jauh:

a) Strategi Pengembangan Pasar

Strategi penting untuk menjual suatu produk yang terdapat pada pelanggan, sering kali terpaut hanya dengan perubahan pipih dengan metode menaikkan saluran penyaluran ataupun dengan metode menaikkan konten promosi ataupun advertensi.

b) Strategi Pengembangan Produk

Strategi ini juga dibutuhkan terhadap suatu produk yang ada saat ini.

c) Strategi inovasi

Strategi ini ialah strategi untuk mencapai profit yang besar

berhubungan dengan invensi ataupun pendapatan klien atau produk terkini hingga yang sudah diperbaiki.

c. Strategi Pengembangan Wisata

Strategi Pengembangan juga dapat dikaitkan dengan analisis SWOT. Suatu perusahaan tidak terlepas dengan adanya perubahan-perubahan tersebut dapat bersumber dari lingkungan internal maupun eksternal perusahaan baik yang berdampak positif ataupun negatif untuk pengembangan wisata.

Gambar 1. 1 SWOT

<p>INTERNAL</p> <p>EKSTERNAL</p>	<p>Strengths</p>	<p>Weaknesses</p>
<p>Opportunities</p>	<p>Strategi SO: mengembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan kekuatan (S) untuk mengambil manfaat dari peluang (O) yang ada.</p>	<p>Strategi WO: mengembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan peluang (O) untuk mengatasi kelemahan (W) yang ada.</p>
<p>Threats</p>	<p>Strategi ST: mengembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan kekuatan (S) untuk menghindari ancaman (T).</p>	<p>Strategi SO: mengembangkan suatu strategi dalam mengurangi kelemahan (W) dan menghindari ancaman (T).</p>

Sumber: Diolah Penulis (2023)

Analisis SWOT merupakan suatu analisa yang dicetuskan oleh Albert Humphrey, pada tahun 1960-1970. SWOT merupakan akronim untuk kata kekuatan (strengths), kelemahan (weakness), peluang (opportunities),

ancaman (threats). Analisis SWOT ini dapat mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pengembangan pariwisata. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi aspek penting dari peluang, ancaman, kelemahan, dan kekuatan suatu organisasi atau perusahaan. Dengan menyikapi keempat hal tersebut diharapkan kita mampu mengembangkan peluang, menghilangkan ancaman, memaksimalkan kekuatan, dan meminimalkan kelemahan ke depan (Sasoko & Mahrudi, 2023).

Faktor internal dan faktor eksternal analisis SWOT adalah dua elemen penting dalam strategi bisnis yang membantu perusahaan memahami kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan.

Faktor internal SWOT:

- 1) Manajemen agrowisata melibatkan koordinasi sistematis dan pengawasan sumber daya untuk merencanakan, mengatur, dan mengelola secara efektif kegiatan pariwisata yang berpusat pada pertanian atau praktik pertanian. Manajemen agrowisata mencakup berbagai bidang, seperti pengelolaan lahan pertanian, produksi pertanian, fasilitas wisata, pemasaran barang-barang pertanian, promosi pariwisata, pengelolaan keuangan, dan pengelolaan sumber daya manusia.
- 2) Pemasaran agrowisata mencakup berbagai kegiatan, antara lain

promosi atraksi wisata, pengembangan paket wisata, pemanfaatan media sosial, website, brosur, dan taktik pemasaran lainnya untuk menarik pengunjung. Hal ini juga mencakup peningkatan manfaat yang diberikan oleh agrowisata, seperti penyebaran pengetahuan tentang pertanian organik, keberlanjutan, dan budaya lokal.

- 3) Sistem Informasi Manajemen Agrowisata merupakan sistem khusus yang dibuat untuk memudahkan pengelolaan dan pertumbuhan usaha agrowisata. Agrowisata merupakan suatu bentuk wisata yang berkisar pada kegiatan pertanian atau wisata yang berfokus pada pertanian.

Faktor eksternal SWOT terbagi menjadi dua lingkungan yaitu lingkungan makro dan lingkungan mikro:

Lingkungan makro:

- 1) Sosial budaya masyarakat dalam agrowisata berkaitan dengan interaksi sosial dan budaya yang terjadi antara wisatawan dengan penduduk lokal di lokasi agrowisata. Hal ini mencakup pemahaman, penilaian, dan keterlibatan dalam aspek sosial dan budaya masyarakat sekitar.
- 2) Teknologi agrowisata mencakup pemanfaatan beragam kemajuan teknologi untuk meningkatkan efektivitas, keluaran, dan kepuasan pengunjung dalam industri pertanian dan

pariwisata. Hal ini mencakup pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, teknologi ramah lingkungan, dan inovasi mutakhir lainnya untuk mengoptimalkan operasi pertanian, meningkatkan kualitas produk, dan meningkatkan daya tarik dan pengalaman pariwisata.

- 3) Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) dalam konteks agrowisata adalah indikator ekonomi yang mengkuantifikasi nilai moneter keseluruhan dari semua produk dan jasa yang dihasilkan dalam suatu wilayah atau wilayah tertentu, khususnya dari industri agrowisata, selama jangka waktu tertentu, biasanya satu tahun.

Lingkungan mikro:

- 1) Pemasok barang dalam bidang agrowisata mengacu pada individu atau organisasi yang menyediakan beragam barang atau produk yang diperlukan untuk berfungsinya dan kemajuan agrowisata. Agrowisata merupakan jenis wisata yang berpusat pada usaha pertanian, perkebunan, dan peternakan. Hal ini memungkinkan pengunjung untuk terlibat langsung dalam proses produksi dan memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang terkait dengan kegiatan pertanian.
- 2) Ancaman pendatang baru dalam industri agrowisata menimbulkan risiko terhadap posisi pasar dan kelangsungan

usaha jangka panjang. Fenomena ini terjadi ketika sebuah pihak baru muncul di industri, menawarkan produk atau layanan yang sebanding atau bahkan lebih inovatif dari yang ada saat ini.

- 3) Pesaing di sektor agrowisata dapat muncul dari beragam perusahaan, mulai dari perkebunan besar yang menawarkan tur berpemandu ke peternakan mereka hingga peternakan sederhana yang memberikan pengalaman interaktif bagi para tamu. Pesaing agrowisata bisa mendapatkan keunggulan kompetitif melalui faktor-faktor seperti produk berkualitas tinggi, harga kompetitif, pengalaman wisata yang khas, pelayanan prima, dan teknik pemasaran yang sukses.
- 4) Konsumen agrowisata adalah orang-orang atau kelompok yang mengunjungi dan memanfaatkan jasa di tempat agrowisata. Pengunjung agrowisata biasanya mempunyai rasa ingin tahu untuk mengamati langsung proses pertanian, memahami lebih dalam budidaya tanaman atau hewan, dan menikmati suasana pedesaan yang autentik. Mereka mempunyai kemampuan untuk mengambil bagian dalam layanan seperti wisata pertanian, wisata kebun, atau kunjungan ke pabrik pengolahan hasil pertanian.

2. Potensi Lokal

a. Pengertian Potensi Lokal

Potensi lokal adalah kemampuan yang dimiliki suatu desa yang mungkin untuk dikembangkan tetap selamanya akan menjadi potensi bila tidak diolah, atau didayagunakan menjadi suatu realita berwujud kemanfaatan kepada masyarakat (Endah, 2020), Karena itu potensi wilayah memerlukan upaya-upaya tertentu untuk membuatnya bermanfaat kepada masyarakat. Menurut Madji (2007) Definisi Potensi adalah serangkaian kemampuan, kesanggupan, kekuatan ataupun sumber daya yang memiliki kemungkinan untuk dikembangkan lagi menjadi bentuk yang lebih besar. Biasanya bentuk-bentuk tersebut didapatkan melalui pembangunan untuk kesejahteraan dalam kehidupan masyarakat.

Potensi lokal tidak terlepas dari kekayaan alam, budaya, dan SDM pada suatu daerah. Potensi alam disuatu daerah bergantung pada kondisi geografis, iklim dan bentang alam daerah tersebut. Kondisi alam yang berbeda menyebabkan perbedaan ciri khas potensi lokal suatu wilayah. Kekhasan bentang alam, perilaku dan budaya masyarakat setempat, dan kesejahteraan masyarakat membentuk segitiga interaksi yang saling berkaitan (Septiawati et al., 2021). Oleh karena itu, pembangunan dan pengembangan potensi lokal suatu daerah harus memperhatikan ketiga unsur tersebut.

b. Potensi Lokal dalam Pengembangan Wisata

Semua desa berpotensi menjadi destinasi wisata populer jika pemerintah daerah, dunia usaha, dan warga bahu-membahu mengembangkan potensi desa tersebut. Untuk mengetahui potensi suatu desa wisata, ada beberapa proses yang harus dilakukan. Mulailah dengan memetakan desa. Proses pemetaan suatu desa dilakukan untuk mengetahui potensi dan permasalahan yang ada. Kedua, melakukan kajian terhadap ciri-ciri dan metrik yang terkait dengan komunitas pariwisata yang sejahtera. Periksa komponen dan sistem pariwisata sebagai langkah ketiga. Akomodasi, infrastruktur, pemasaran, minat pengunjung, dan masyarakat semuanya dimasukkan dalam analisis ini.

Ketika potensi suatu desa sudah terbentuk maka diperlukan suatu produk wisata yang disebut juga sebagai daerah tujuan wisata agar dapat digolongkan sebagai desa wisata. Destinasi berkaitan dengan suatu lokasi atau kawasan yang menawarkan kualitas atau manfaat yang menarik wisatawan. Sebelum suatu destinasi diperkenalkan dan dijual layaknya desa wisata, terlebih dahulu harus mengkaji empat aspek utama (4A) yang harus dimilikinya, yaitu atraksi (attraction), aksesibilitas (accessibility/affordability), amenities (fasilitas pendukung), dan ancillary (pendukung). organisasi atau lembaga pendukung).

G. Definisi Konseptual

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini untuk membahas Strategi Pengembangan Agro Wisata Kaligua Sebagai Bentuk Upaya Optimalisasi Potensi Lokal:

1. Strategi Pengembangan

Strategi Pengembangan adalah cara atau strategi yang digunakan oleh suatu wadah atau tempat guna proses suatu perubahan berencana yang memerlukan dukungan semua pihak. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional dan dalam perumusannya perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang akan dihadapi oleh perusahaan.

2. Potensi Lokal

Potensi Lokal dapat didefinisikan sebagai kemampuan, kekuatan dan keberhasilan yang dimiliki oleh suatu daerah atau desa yang bisa patut untuk dikembangkan dan terus menerus berkembang serta menjadi sumberdaya yang baik untuk meningkatkan kesejahteraan Masyarakat setempat.

H. Definisi Operasional

Definisi operasional sebagai alur penelitian dalam melakukan penelitian. Definisi operasional ini dibuat dan disusun dari strategi pengembangan dan potensi lokal untuk mengidentifikasi strategi pengembangan agrowisata kaligua.

1. Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan dilakukan dengan analisis SWOT yaitu analisis

terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Dalam penelitian ini telah ditentukan sebuah indikator berupa analisis SWOT yang akan digunakan peneliti untuk mengolah data yang berkaitan dengan Strategi Pengembangan Agro Wisata Kaligua Sebagai Bentuk Upaya Optimalisasi Potensi Lokal yang diuraikan sebagai berikut:

- 1) *Strengths* (Kekuatan) adalah keadaan kekuatan yang ada dalam suatu organisasi, proyek, atau konsep bisnis yang ada saat ini. Kekuatan merupakan faktor yang menjadi bagian dari tubuh organisasi atau konsep proyek. Bisnis Situ sendiri, yaitu aset yang dimiliki pariwisata, dapat digunakan untuk membangun pariwisata menjadi sesuatu yang lebih berketahanan sehingga dapat bersaing dalam kemajuan terkait pariwisata dimasa depan dan berkembang di pasar.
- 2) *Weakness* (Kelemahan) Ini adalah kondisi kerentanan yang ada, Kelemahanditemukan pada suatu organisasi, proyek, atau ide bisnis yang sudah ada.Semua elemen yang bersifat analitis adalah elemen yang menjadi bagian dari organisasi, proyek, atau konsep bisnis itu sendiri; Inilah unsur- unsur yang merugikan pertumbuhan daya tarik wisata.
- 3) *Opportunities* (Peluang) Ini merupakan persyaratan untuk peluang pengembangan di masa depan. Apapun yang terjadi, keadaan yang muncul mencakup peluang dari organisasi

eksternal, proyek atau konsep bisnis, perusahaan itu sendiri, seperti pesaing, kebijakan.

- 4) *Threats* (Ancaman) merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek, atau konsep bisnis itu sendiri.

Tabel 1. 3 Matrik SWOT

<i>Strengths Weakness</i>	<i>S (Strengths)</i> Daftar semua kekuatan yang dimiliki Agrowisata Kaligua	<i>W (Weakness)</i> Daftar semua kelemahan yang dimiliki Agrowisata Kaligua
<i>Opportunities Treaths</i>		
<i>O (Opportunities)</i> Daftar semua peluang Agrowisata Kaligua yang dapat diidentifikasi	Strategi SO Pemerintah menetapkan strategi dalam memanfaatkan kekuatan(S) untuk mengambil manfaat dari peluang (O) dalam pengembangan Agrowisata.	Strategi WO Pemerintah menetapkan strategi dalam memanfaatkan peluang (O) untuk mengatasi kelemahan(W) dalam pengembangan Agrowisata.
<i>T (Treaths)</i> Daftar semua ancaman Agrowisata Kaligua yang dapat diidentifikasi	Strategi ST Pemerintah menetapkan strategi dalam memanfaatkan kekuatan (S) untuk menghindari ancaman (T) dalam pengembangan Agrowisata.	Strategi WT Pemerintah menetapkan strategi dalam mengurangi kelemahan (W) dan menghindari ancaman (T) dalam pengembangan Agrowisata.

Sumber: Diolah Penulis (2023)

2. Potensi Lokal

Potensi lokal dilakukan dengan mengkaji empat aspek utama (4A)

Attraction, Amenity, Accessibility, Ancillary:

1) *Attraction* (Atraksi)

Atraksi merupakan atraksi wisata yang bisa dinikmati oleh wisatawan di suatu destinasi wisata yang mencakup alam, budaya, dan buatan.

2) *Amenity* (Fasilitas)

Fasilitas merupakan akomodasi yang mencakup sarana dan pra sarana, akomodasi merupakan bangunan yang didirikan secara komersial seperti hotel, villa, resort dan lainnya, dimana terdapat kamar tidur dan fasilitas penunjang seperti sarana dan pra sarana.

3) *Accessibility* (Aksesibilitas)

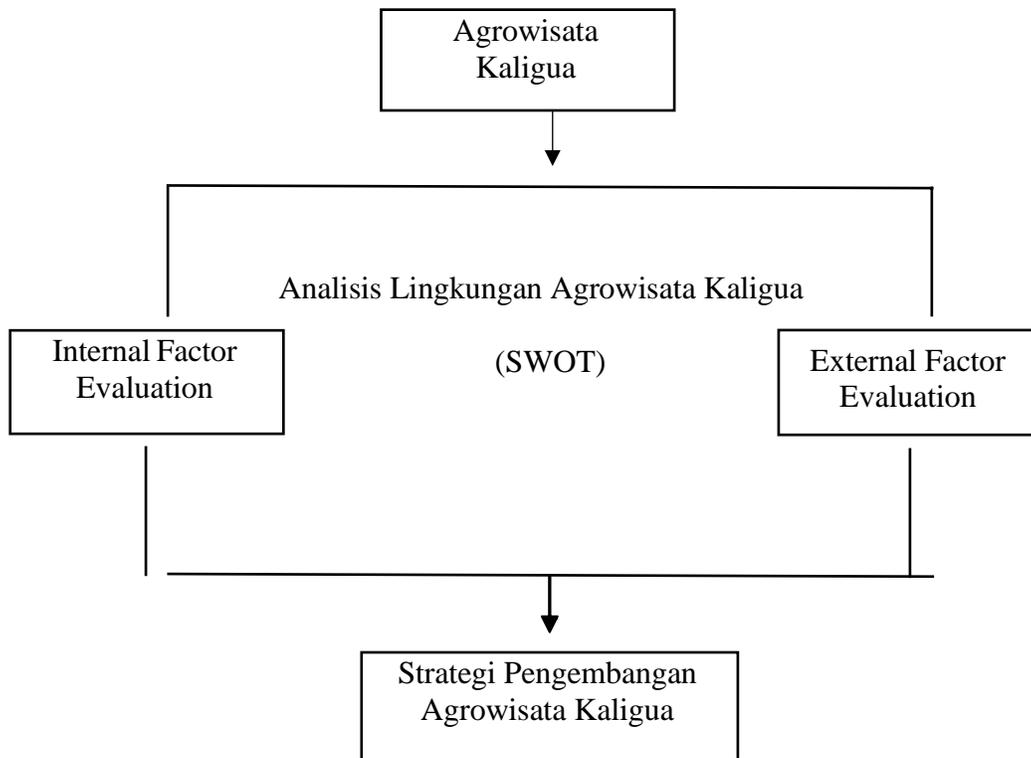
Aksesibilitas merupakan akses menuju suatu daerah atau destinasi, aksesibilitas mencakup transportasi darat, laut, udara, komunikasi, jaringan telepon, dan jaringan internet.

4) *Ancillary* (Pelayanan Tambahan)

Pelayanan tambahan merupakan hal-hal yang mendukung sebuah kepariwisataan, seperti lembaga pengelolaan. *Tourist information, travel agent* dan *stakeholder* yang berperan dalam kepariwisataan.

I. Kerangka Berfikir

Bagan 1. 1 Kerangka Berfikir



Sumber: Diolah Penulis (2023)

J. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian studi kasus kualitatif sebagai teknik mendalam untuk menyelidiki orang, komunitas, dan program kegiatan. Tujuan dari pendekatan studi kasus kualitatif ini adalah untuk mendapatkan gambaran menyeluruh dan komprehensif tentang suatu entitas. Oleh karena itu, proses penelitian metode kualitatif diawali dengan perumusan asumsi-asumsi dasar.

Setelah itu berkaitan dengan penggunaan logika penelitian, yaitu dengan bantuan proses komunikasi menyeluruh yang melibatkan peneliti dan fenomena yang diteliti. Dalam upaya memaksimalkan potensi lokal, hal ini melibatkan pemberian penjelasan bahasa dan naturalistik atas persepsi, perilaku, dan kejadian yang terkait dengan strategi pengembangan agrowisata Kaligua sebagai bentuk upaya optimalisasi potensi lokal.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat yang dipilih penulis dalam menjalankan penelitiannya.

Tabel 1. 4 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian	Alamat Penelitian	Pertimbangan
Agrowisata Kaligua	Jl. Kaligua, Sawah, Ladang, Kretek, Kec. Paguyangan, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah 52276	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nominasi Agrowisata Unggulan di Jawa Tengah 2. Berada di Daerah Rawan Bencana Longsor

Sumber: Diolah Penulis (2023)

3. Jenis Data

a. Data Primer

Data Primer yang digunakan dalam penelitian berasal dari hasil wawancara Bersama Pengelola Agrowisata Kaligua, Dinas Pariwisata Brebes, dan juga Masyarakat setempat.

b. Data Sekunder

Data Sekunder atau data pendukung untuk melengkapi Data Primer yang digunakan pada penelitian ini yang berasal dari berita atau informasi online yang ada di website, hingga rangkuman beberapa artikel jurnal.

K. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara untuk mengumpulkan berbagai fakta atau informasi-informasi yang ada dilapangan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui dokumentasi secara mendalam mengenai lingkungan Agrowisata Kaligua dan wawancara langsung kepada pihak terkait.

1. Wawancara

Wawancara merupakan suatu Teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pertukaran tanya jawab lisan satu arah di mana orang yang diwawancarai memberikan jawaban dan pewawancara mengajukan pertanyaan.

Berikut tabel dibawah adalah daftar narasumber yang akan dijadikan sebagai bahan untuk mencari informasi mengenai topik penelitian ini.

Tabel 1. 5 Data Wawancara

No	Narasumber	Jabatan	Jumlah
1.	Suroso	Manajer Agrowisata Kaligua	1
2.	Kuswandi Suwitno	Marketing dan Tiketing	1
3.	Ardi Juardi Soraga	Sekretaris dan Admin Agrowisata Kaligua	1
4.	Kus Wanto	Marketing dan Instruktur (pemandu)	1
5.	Rofiq Qoidul Adzam	Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Brebes	1
6.	Irwan Susanto	Kepala Desa Pandansari	1
7.	Adit, Slamet, Darsim,	Petani Teh Agrowisata Kaligua	4

	Komar		
8.	Dela, Yuni, Riza	Pengunjung Agrowisata Kaligua	3
	Total		13

Sumber: Diolah Penulis (2023)

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan kejadian-kejadian sebelumnya. Rekaman dapat berupa karya seni tertulis, foto, atau kreasi berskala besar yang dibuat oleh seseorang. Dokumen tertulis, seperti catatan harian, kisah hidup, biografi, dan peraturan; dokumen tertulis berupa gambar, gambar, atau pahatan; makalah tertulis dalam bentuk film, dan lain-lain (Thalib, 2022).

Tabel 1. 6 Data Dokumentasi

No	Nama Dokumen
1.	Data Pengunjung Agrowisata Kaligua
2.	Data Pendapatan Agrowisata Kaligua
3.	Data Pedagang dan Penginapan Agrowisata Kaligua
4.	Sarana dan Prasarana Agrowisata Kaligua

Sumber: Diolah Penulis (2023)

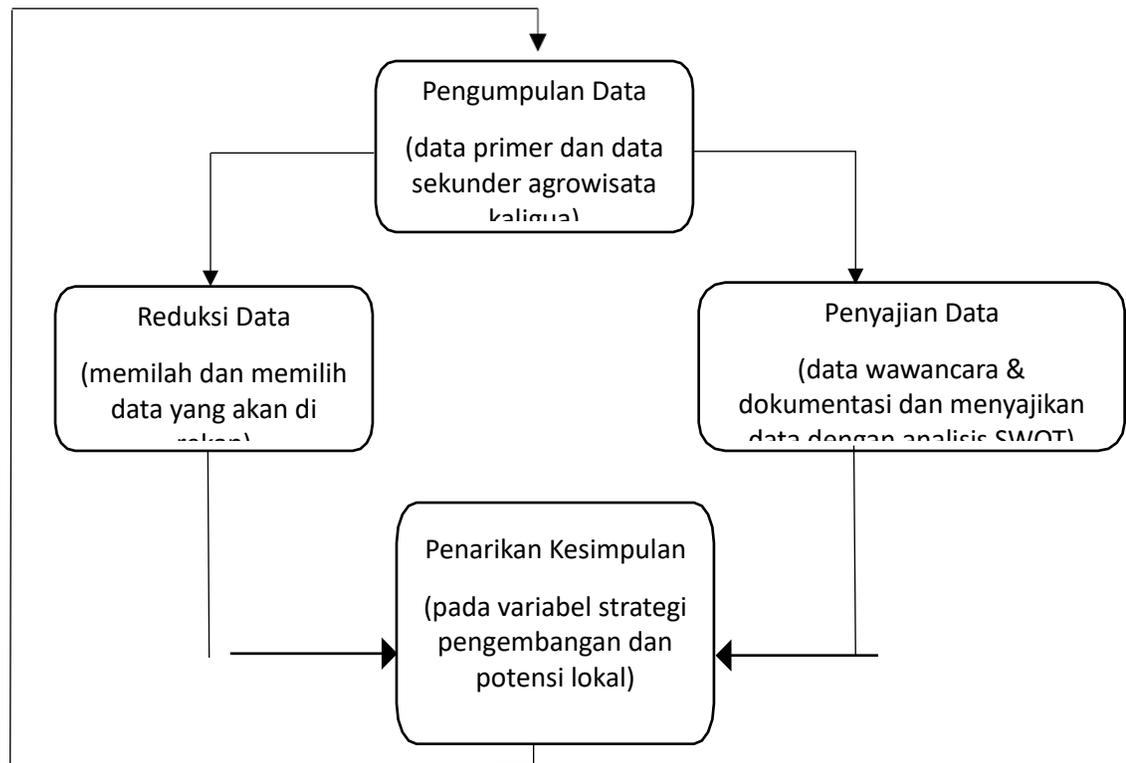
L. Teknik Analisis Data

1. Analisis Data

Data yang dikumpulkan melalui wawancara dan catatan lapangan disusun dan dicari secara sistematis guna memperluas pengetahuan peneliti. Data tersebut kemudian dikategorikan berdasarkan topik pembahasan, dijelaskan ke dalam satuan-satuan, disintesis, disusun dalam pola, dan diseleksi. Bagian yang dianggap penting akan diperiksa, dan kesimpulan akan diambil untuk membantu Anda dan orang lain memahaminya. Mengingat rencana pengembangan agrowisata

Kaligua yang bertujuan untuk memaksimalkan potensi daerah. Tahapan penelitian ini sebagai berikut:

Bagan 1. 2 Teknik Analisis Data



Sumber: Diolah Penulis (2023)

2. Reduksi Data

Untuk menciptakan informasi yang mendalam dan memudahkan penarikan kesimpulan, langkah reduksi data dalam penelitian ini meliputi penyederhanaan, kategorisasi, dan penghapusan data yang tidak diperlukan. Volume dan kompleksitas data memerlukan langkah reduksi dalam analisis data. Dalam upaya

memaksimalkan potensi lokal, tujuan dari tahap reduksi ini adalah untuk mengidentifikasi permasalahan yang berkaitan dengan strategi pengembangan agrowisata Kaligua.

3. Penyajian Data

Data yang di sajikan merupakan sekumpulan data yang jelas dan metodis sehingga dapat diambil kesimpulan darinya. Pada penelitian ini data dapat disajikan dengan menggunakan grafik, bagan, jaringan, atau teks naratif dalam bentuk catatan lapangan serta data analisis matriks SWOT. Penyajian data ini akan membuat data lebih mudah dipahami dengan mengorganisasikan dan menyusunnya dalam suatu pola yang berhubungan dengan strategipengembangan agrowisata kaligua sebagai bentuk upaya optimalisasi potensi lokal.

4. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah tahap terakhir penelitian, ketika peneliti menguraikan makna yang akan diungkapkan dengan menggunakan informasi yang dikumpulkan melalui wawancara, dan dokumentasi. Penulis harus mengeksplorasi pola, korelasi, persamaan, dan sebagainya yang relevan sebelum mengambil kesimpulan. Strategi Pengembangan Agrowisata Kaligua Sebagai Bentuk Upaya OptimalisasiPotensi Lokal.