

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA KAMPUNG BUDAYA PADI PANDANWANGI

Oleh:
Rosda Malia*)
Yola Nurkamil*)
Muhamad Fachri Ramadani**)
Email : lia.rosda@yahoo.com

ABSTRAK

Salah satu jalan untuk menghubungkan potensi pariwisata dan pertanian adalah dengan mengembangkan agrowisata. Agrowisata merupakan suatu diversifikasi produk agribisnis yang menggabungkan konsep kepariwisataan bernuansa alam (ekowisata) dengan pertanian. Agrowisata tidak hanya merupakan usaha di bidang jasa yang menawarkan jasa pemenuhan kebutuhan konsumen terhadap pemandangan indah dan segar, tetapi juga dapat menjadi media promosi produk pertanian, memberikan sinyal bagi peluang pengembangan diversifikasi produk agribisnis, media pendidikan masyarakat, serta dapat menjadi andalan pada sektor pertanian dan pariwisata. Kabupaten Cianjur merupakan salah satu daerah tujuan wisata primadona di Jawa Barat dilihat dari kondisi geografisnya, Kampung Budaya Padi Pandanwangi bagian dari wisata Cianjur yang populer, mampu menyajikan tema wisata alam dan wisata edukasi dalam satu kawasan. Kampung Budaya Padi Pandanwangi merupakan objek wisata Cianjur yang didominasi oleh area sawah sebagai sajian utamanya. Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi menghadapi faktor eksternal yaitu alam, ekonomi, teknologi, regulasi atau politik, pesaing dan pasar. Faktor eksternal adalah udara yang sejuk dan pemandangan yang indah yang ada di Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan Agrowisata Kampung Budaya padi pandanwangi. (2) Untuk mengetahui strategi pengembangan Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi. Penelitian dilakukan di Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi, dilakukan pada Bulan Juli sampai September 2021. Penelitian ini menggunakan analisis : deskripsi, SWOT. Hasil penelitian Strategi Pengembangan Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi memiliki 11 kekuatan, 7 kelemahan, 7 peluang dan 4 ancaman. Adapun hasil SWOT terdapat sembilan alternatif strategi pengembangan yang dapat dijalankan oleh Pihak Agrowisata Kampung Budaya Pandanwangi di Kabupaten Cianjur.

Kata Kunci : Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi, *Strategi Pengembangan, faktor internal dan faktor eksternal.*

ABSTRACT

One way to link the potential of tourism and agriculture is to develop agro-tourism. Agrotourism is a diversification of agribusiness products that combines the concept of natural tourism (ecotourism) with agriculture. Agrotourism is not only a business in the service sector that offers services to meet consumer needs for beautiful and fresh views, but can also be a medium for promoting agricultural products, providing a signal for opportunities to develop diversification of agribusiness products, media for public education, and can be a mainstay in the agricultural and agricultural sectors. tourist. Cianjur Regency is one of the prima donna tourist destinations in West Java, judging from its geographical conditions, Pandanwangi Rice Cultural Village, part of the popular Cianjur tourism, is able to present the theme of nature tourism and educational tourism in one area. Pandanwangi Rice Culture Village is a tourist attraction in Cianjur which is dominated

PENDAHULUAN

Berbagai organisasi internasional salah satunya yaitu Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), Bank Dunia dan World Tourism Organization (WTO) yang telah mengakui bahwa pariwisata ini bagian yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan untuk dibidang sosial dan ekonomi. Wardiyanta (2012) pun menegaskan bahwa dalam dekade terakhir ini, pariwisata menjadi sangat populer di hampir seluruh kalangan masyarakat. Indonesia merupakan salah satu negara tujuan wisata dunia yang memiliki sektor pariwisata dengan mempunyai potensi dan prospek cerah untuk patut dikembangkan. Potensi tersebut, sangat didukung oleh kekayaan sumberdaya alam, seni budaya maupun adat istiadat yang dimiliki oleh Indonesia.

Badan Pusat Statistik (2020) menyatakan bahwa, sektor pariwisata ini memiliki peranan penting untuk menunjang perekonomian nasional dengan ditunjukkan untuk memperoleh devisa hasil dari hasil keuntungan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia. Devisa hasil dari sektor pariwisata tersebut kembali meningkat dalam setiap tahunnya dengan seiring gencarnya program pemerintah Indonesia dengan melestarikan budaya nasional dan pariwisata melalui program pemerintah ialah Visit Indonesia 2020, jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia mulai mengalami peningkatan. Di tahun 2018, devisa sektor pariwisata kembali mengalami peningkatan 2018 mencapai USD 7.377,39 juta. Pada tahun 2019 jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia kembali meningkat, tetapi mengalami penurunan rata-rata lama tinggal dari 8,58 hari di tahun 2008 menjadi 7,69 hari di tahun 2020 sehingga perolehan devisa kembali menurun menjadi USD 6.297,27 juta (Badan Pusat Statistik, 2020).

Pada dekade terakhir ini Pembangunan pariwisata Indonesia menunjukkan adanya peningkatan, berdasarkan kontribusi terhadap PDB Nasional bahwa sektor pariwisata mengalami peningkatan pada setiap tahunnya. Sektor pertanian ialah sektor penting untuk perekonomian Indonesia tetapi kinerjanya masih *under value*. Departemen Pertanian Indonesia menyatakan bahwa harus ada upaya untuk diversifikasi yang dilaksanakan secara terpadu, selaras dan merata hingga disesuaikan dengan kondisi baik iklim, tanah dan air. Selain dari pada itu, tetap memelihara kelestarian sumber daya alam dan lingkungan hidup serta memperhatikan pola kehidupan masyarakat setempat dengan sejalan terhadap kebijaksanaan umum tersebut. Oleh karena itu, melihat dari kedua sektor tersebut yaitu pariwisata dan pertanian yang dapat saling melengkapi dan menunjang untuk meningkatkan nilai daya saing produk pariwisata dan pertanian Indonesia serta berperan penting untuk perekonomian Indonesia.

Sejalan dari kedua sektor ini maka untuk menghubungkan potensi sektor pariwisata dan pertanian yaitu mengembangkan agrowisata. Agrowisata ialah diversifikasi konsep kepariwisataan bernuansa alam (ekowisata) dengan pertanian yang dapat digabungkan dengan produk agribisnis. Sehingga agrowisata ini tidak

hanya sebagai usaha di bidang jasa tetapi menawarkan jasa dengan memenuhi kebutuhan konsumen terhadap pemandangan indah dan segar sebagai tempat *refleching*. Selain daripada itu, dapat menjadi salah satu untuk media promosi produk pertanian yang memberikan sinyal bagi peluang pengembangan diversifikasi produk agribisnis dan media pendidikan masyarakat sehingga menjadi andalan pada sektor pertanian dan pariwisata. Posisi agrowisata dalam agribisnis terdapat di dalam *processing subsystem* (Nainggolan 2011). Indonesia memiliki berbagai provinsi dengan memiliki berbagai potensi termpat agrowisata yang besar atau luas dan berestetika salah satunya adalah daerah Kabupaten Cianjur tempat wisata primadona di Jawa Barat dilihat dari kondisi geografisnya.

Tempat wisata Kabupaten Cianjur yang sangat populer dan bertema wisata alam dengan wisata edukasi alam satu kawasan, tempat objek wisata Cianjur yang sajian utamanya didominasi oleh sawah yaitu Kampung Budaya Padi Pandanwangi. Selain daripada itu, wisata alam ini berhamparan area persawahan dengan kolaborasi wisata budaya dan wisata edukasi yang berkhas bangunan rumah kayu adat sunda serta adanya museum Pandanwangi. Bahkan pada waktu tertentu sering diadakannya pagelaran seni dengan khas Jaipongan dan kesenian musik Cianjuran di sebuah sanggar yang ada di kawasan Kampung Budaya Padi Pandanwangi.

Objek Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi Cianjur pun memiliki daya tarik yang baik untuk destinasi wisata keluarga. Hal ini karena, memiliki konsep yang aman untuk anak kecil, terdapat penginapan atau pondok yang terbuat dari kayu. Di pondok tersebut, para pengunjung dapat menginap bersama keluarga dengan harga terjangkau dan bersuasana asri, pondok yang berbentuk adat sunda, *view* alam yang elok dan udara pagi yang menyejukkan sehingga sangat memiliki daya tarik saat berada di Agrowisata Kampung Budaya Padi pandanwangi.

Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi menghadapi faktor eksternal yaitu alam, ekonomi, teknologi, regulasi atau politik, pesaing dan pasar. Faktor eksternal adalah udara yang sejuk dan pemandangan yang indah yang ada di Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi, lokasi yang strategis, dikelilingi pegunungan dan obyek wisata alam yang ada di sekitar. Adanya paket wisata yang berisi pendidikan, pelatihan dan pengembangan yang tidak ada pada wisata lainnya. Adanya Klinik Agribisnis dan Agrowisata yang menyediakan informasi, pelatihan dan pengembangan *back to nature*. Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi merupakan objek yang mengutamakan kekuatan alamnya sehingga terpengaruh dengan perubahan iklim sehingga produksi padi tidak maksimal. Akibat gagal panen menyebabkan produksi padi tidak bisa dipanen pada waktunya. Tidak adanya *repeat visit* dari wisatawan dikarenakan sudah banyak tempat wisata baru di daerah kampung budaya pandan wangi dan wisatawan merasa bosan. Sekalipun sarana lengkap banyak keunggulan jumlah pengunjung ke Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi belum banyak. Hal tersebut menjadikan alasan dasar pemikiran

peneliti mengambil judul “Strategi Pengembangan Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi.

Berdasarkan pemaparan diatas, tujuan penelitian untuk :

1. Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan Agrowisata Kampung Budaya padi pandan wangi .
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi. Adapun waktu pelaksanaannya dimulai Bulan Juni-September 2021.

Responden dalam penelitian ini sebanyak 5 responden terdiri dari Disapora, pembina, keuangan, pelindung, pengelola Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi.

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Metode pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara :

- **Observasi**

Suatu metode dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti. Rianse (2011), menjelaskan bahwa observasi yaitu peneliti melakukan pengamatan dengan indera penglihatan beserta indera yang lainnya dan pengajuan pertanyaan-pertanyaan kepada responden.

- **Wawancara**

Suatu metode pengambilan data menggunakan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan. Rianse (2012), menjelaskan bahwa wawancara adalah kegiatan mencari bahan (keterangan, pendapat) melalui tanya jawab lisan dengan siapa saja yang diperlukan.

- **Kuisisioner**

Suatu metode dengan teknik yang mengacu terhadap pertanyaan yang terstruktur. Kusumah (2011), kuisisioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada subjek yang diteliti untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan peneliti.

- **Dokumentasi**

Suatu metode pengumpulan data catatan peristiwa. Satori (2011), dokumentasi yaitu mengumpulkan dokumen dan data-data yang diperlukan dalam permasalahan penelitian kemudian ditelaah dan menambah pembuktian suatu kejadian.

Tabel 1 : Variabel Penelitian

Tujuan Penelitian	Variabel	Indikator	Sumber Data	Pengolahan Data
Mengetahui Faktor Internal & Eksternal	Internal	<ul style="list-style-type: none"> • Relationship Among The Functional Areas Of Business. • Management. • Marketing. • Finance/Acounting. • Production/Operation • Research&Development. • Computer Information System. • Human Resources. (Fred R David, 2011)	Primer	Deskripsi
	Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> • Kekuatan Ekonomi. • Kekuatan Sosial Budaya, Demografi & Lingkungan. • Kekuatan Politik, Pemerintah dan Hukum. • Kekuatan Teknologi. • Kekuatan Kompetitif. (Fred R David, 2011)	Primer	Deskripsi
Merumuskan Strategi	Internal	<ul style="list-style-type: none"> • Relationship Among The Functional Areas Of Business. • Management • Marketing. • Finance/Acounting. • Production/Operation • Research&Development. • Computer Information System. • Human Resources. (Fred R David, 2011)	Primer	SWOT
	Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> • Kekuatan Ekonomi. • Kekuatan Sosial Budaya, Demografi & Lingkungan. • Kekuatan Politik, Pemerintah dan Hukum. • Kekuatan Teknologi. • Kekuatan Kompetitif. (Fred R David, 2011)	Primer	SWOT

Jenis Data dalam penelitian ini berupa :

1. Data Primer

Data primer adalah Menurut Sugiyono (2014) data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sumber pertama atau sumber asli (langsung dari informan). Data primer ini diperoleh secara langsung dari responden yaitu pengelola usaha agrowisata kampung budaya Pandan Wangi.

2. Data Sekunder

Data Menurut Sugiyono (2014) sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, yang mengacu pada informasi yang di kumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi, publikasi pemerintah daerah.

Data Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah metode analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis aspek lingkungan internal dan lingkungan eksternal serta strategi pengembangan Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi. Dalam menjawab tujuan pertama dan kedua dari aspek lingkungan eksternal dan lingkungan internal dengan pengurus Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi dan pengisian kuisisioner dengan pengurus kampung budaya pandan wangi menggunakan analisis SWOT. Menganalisis masalah yang ada di kampung pandan wangi, digunakan metode analisis deskriptif dengan melihat faktor apa saja yang menjadi peluang dan ancaman serta faktor kekuatan dan kelemahan pada pengembangan Agrowisata diperoleh dari hasil wawancara dan pengisian kuesioner.

Tabel 2 : Kerangka Matriks.

Komponen (%)	Bobot	Rating	Total Skor	Ranking
Kekuatan				
1.				
2.				
3.				
Kelemahan				
1.				
2.				
3.				
Peluang				
1.....				
2.....				
3.....				
Ancaman				
1.....				
2.....				
3.....				
Total				

HASIL DAN PEMBAHASAN

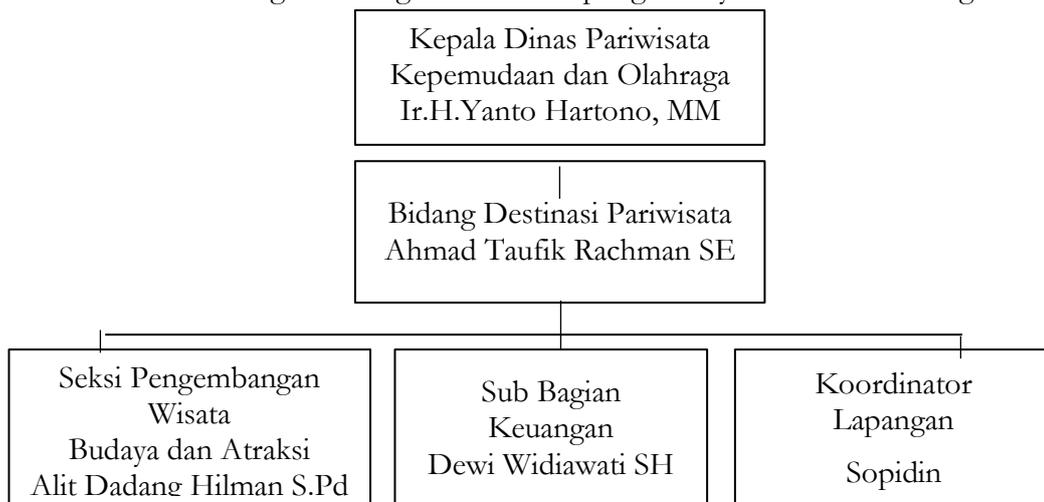
Gambaran Umum dan Struktur Organisasi Kampung Budaya Padi Pandanwangi

Sistem Kampung Budaya Padi Pandan Wangi terletak di Kecamatan Warungkondang yang secara geografis terletak di antara 6°47’- 6°55’ Lintang Selatan dan 106°59’-107°07’ Bujur Timur, dengan batas – batas wilayahnya :

1. Sebelah utara, berbatasan dengan Kecamatan Cugenang
2. Sebelah timur, berbatasan dengan Kecamatan Cilaku
3. Sebelah selatan, berbatasan dengan Kecamatan Gekbrong
4. Sebelah barat, berbatasan dengan Kabupaten Sukabumi

Adapun kemiringan wilayahnya sebanyak 6 desa landai (<15%), 5 desa kemiringan sedang (15% - 25%). Kecamatan Warungkondang Kabupaten Cianjur meliputi 11 desa, 35 Dusun, 87 RW dan 326 RT. Apabila ditinjau dari ketinggian rata – ratanya adalah ketinggian 690 m. (Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olah raga, 2017).

Tabel 3 : Struktur Organisasi Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi.



Sumber: Dinas Pariwisata, 2021.

Responden dalam penelitian ini sebanyak 5 responden terdiri dari Dispapora, pembina, keuangan, pelindung, pengelola Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi.

1. Jenis Kelamin

Tabel 4. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	%
1	Laki-Laki	4	80
2	Perempuan	1	20
Jumlah		5	100

Berdasarkan pada tabel 4, jenis kelamin, responden laki – laki lebih mendominasi setara 80%, hal ini karena mereka bekerja sebagai tulang punggung keluarga.

2. Umur Responden

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.

No	Usia	Frekuensi	%
1	20-30	1	20
2	31-40	2	40
3	41-50	2	40
Jumlah		5	100

Berdasarkan tabel tersebut Usia responden berkisaran 20-50 tahun, sebagian besar berumur di angka 31-50 tahun. Pemegang kebijakan memiliki peranan yang penting sehingga berumur lebih.

3. Tingkat Pendidikan

Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Usia	Frekuensi	%
1	SMA	1	20
2	S-1	3	60
3	S-2	1	20
Jumlah		5	100

Dari tabel di atas, Mayoritas tingkat pendidikannya S-1. Tingkat pendidikan responden cukup tinggi karena mereka pemegang kebijakan.

A. Identifikasi Lingkungan Internal

Setelah penulis melakukan penelitian di Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi, maka data mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi meliputi:

a. Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu bagian penting dalam suatu perusahaan maupun organisasi. Kegiatan pemasaran juga bertujuan untuk memperoleh pendapatan. Produk yang ditawarkan Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi berupa panorama alam yang masih asri dan edukasi pertanian padi pandan wangi. Selain itu Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi memiliki produk unggulan yaitu padi jenis pandan wangi, dimana padi jenis ini bisa disebut rajanya padi sehingga merupakan potensi yang akan membuat tertarik banyak kalangan untuk berkunjung ke Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi ini. Dispora mempromosikan Agrowisata melalui aplikasi SIAC (Sistem Informasi Hayu Ameng ka Cianjur), serta kerjasama dengan akun-akun sosial media seperti Visit Cianjur, Cianjur Today dengan menggait influencer-influencer/ humas kominfo, saat ini sedang di rintis kerjasama dengan perhotelan dan travel.

b. Keuangan / Akuntansi

Dalam berusaha, baik itu perusahaan maupun organisasi perlu adanya modal. Modal Agrowisata Kampung Budaya Pandanwangi ini sepenuhnya berasal dari anggaran daerah, dengan cara pengajuan kepada Pemerintah Daerah / Bupati baik itu untuk infrastruktur, produksi dan operasional, sedangkan untuk penggajian karyawan itu sendiri diatur oleh pihak Dinas Pariwisata sebagai pengelola. Akan tetapi hasil pengajuan anggaran dana dari pemerintah daerah itu belum mencukupi, dikarenakan pada saat permintaan modal / pengajuan modal selalu tidak sesuai dengan nominal yang dicantumkan pada saat pencairannya, sehingga yang ditargetkan tidak dapat terpenuhi.

c. Manajemen

Manajemen Agrowisata Kampung Budaya Pandanwangi belum terdapat struktur organisasi yang jelas, karena pengelolaanya baru dimulai sejak awal tahun 2020 dan masih dikelola oleh pihak Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga. Namun sudah ada pembagian tugas yang jelas berdasarkan Surat Tugas No. 800/709/ST/Dispapora/2019. Setiap tahun selalu diadakan evaluasi, khususnya dalam hal pemeliharaan. Pemeliharaan agrowisata belum maksimal karena anggaran dari pemerintah masih minim.

d. Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi masih terbatas, karena hanya dikelola oleh 5 orang dan dibantu 2 orang penduduk setempat yang berkerja sebagai penjaga keamanan, sehingga dalam pengelolaan agrowisata ini kurang maksimal.

e. Produksi/Operasi

Pengelolaan Agrowisata ini mengacu pada SOP Dinas, sehingga dalam hal pelaksanaannya kurang berjalan dengan baik karena belum ada SOP khusus untuk Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi. Adapun Produk yang ditonjolkan Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi ini berupa pemandangan alam yang asri dan sejuk, yang akan membuat tertarik pengunjung untuk berkunjung di agrowisata ini. Selain itu Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi ini juga menawarkan produk berupa padi/beras jenis pandanwangi yang memiliki keunggulan dalam segi varietas padi unggul lokal dengan harga jual yang relatif lebih tinggi dari jenis padi lainnya serta memiliki ciri khas dalam aroma yang ditimbulkan dari padi/beras tersebut, dan padi/beras ini merupakan produk beras asli Cianjur.

f. Penelitian dan Pengembangan

Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi belum memiliki bagian / divisi penelitian dan pengembangan. Rencana pengembangan dibuat oleh BAPPEDA namun belum sepenuhnya terealisasi karena keterbatasan dana. IPB dan Komunitas

Budaya Padi Bandung telah melakukan penelitian di Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi, namun hasil penelitian tersebut belum direalisasikan.

B. Identifikasi Lingkungan Eksternal

Setelah penulis melakukan penelitian di Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi, maka data mengenai peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi meliputi :

a. Kekuatan ekonomi

Jumlah penduduk akan menjadi potensi terhadap pengembangan Agrowisata tersebut dan harga tiket masuk yang relatif murah sehingga daya kunjung masyarakat semakin banyak kunjungan semakin banyak dana untuk pengembangan Agrowisata tersebut.

b. Kekuatan sosial, budaya, demografis dan lingkungan

Dalam mengembangkan suatu usaha baik perusahaan atau organisasi perlu memperhatikan beberapa faktor, diantaranya adalah faktor sosial, budaya, demografis dan lingkungan, dimana faktor ini dapat menjadi peluang bahkan ancaman bagi perusahaan tersebut. Faktor perubahan sosial dan budaya adalah berubahnya pola konsumen wisatawan saat ini. Pola konsumsinya yang telah bergeser dari wisata industri ke wisata back to nature. Pada dasarnya wisata alam memiliki ciri yang membedakan dengan wisata yang lain. Wisata alam lebih fokus pada wilayah yang masih alami sehingga wisatawan akan menikmati alam secara langsung serta jasa edukasi yang memberikan informasi terkait pertanian dari menanam bibit sampai panen. Selain itu, Kampung Budaya Padi Pandanwangi menonjolkan kearifan lokal budaya padi pandan wangi itu sendiri. Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi memiliki akses jalan yang mudah untuk dilewati kendaraan, baik itu kendaraan roda dua maupun kendaraan roda empat. Meskipun demikian, kurangnya kesadaran dari pemerintah daerah dan warga setempat untuk menjaga objek wisata sehingga Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi terlihat kumuh. Serta terdapat banyak yang meresahkan dan premanisme di sekitar kawasan Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi dan saat ini daya dukung dari lingkungan sekitar kurang begitu mendukung dikarenakan kurang kesadarannya masyarakat terhadap wisata tersebut. Sehingga wisata ini kurang diminati, ini lah yang menjadi ancaman untuk usaha Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi.

c. Kekuatan hukum

Upaya pengembangan industri pariwisata nasional dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Dalam Undang-Undang tersebut kepariwisataan didefinisikan sebagai multi dimensi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha. Agrowisata mendapat bantuan dari pemerintah pusat berupa

DLK (Dana Lokasi Khusus) Tahun 2000, sedangkan pemerintah daerah hanya memberikan kebijakan penlok (Penentuan Lokasi).

d. Kekuatan teknologi

Dalam mengembangkan suatu usaha, perusahaan perlu membuat strategi salah satunya dengan memanfaatkan teknologi. Perusahaan harus dapat melihat peluang yang ada dan memanfaatkan teknologi yang disesuaikan dengan jenis usahanya. Teknologi ini dimanfaatkan untuk mendapatkan informasi secara cepat terkait dengan perkembangan usaha antar perusahaan serta menganalisis apa kebutuhan konsumen yang sedang digemari saat ini. Perkembangan teknologi belum dimanfaatkan secara maksimal oleh Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi. Promosi akan lebih mudah jika dilakukan melalui internet. Perkembangan teknologi yang pesat ini merupakan peluang yang dapat mempengaruhi perkembangan agrowisata.

Tabel 7 Analisis Matriks SWOT (Strength, Weakness, Opportunities and Threats).

	Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>weakness</i>)
Intenal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengelolaan Agrowisata dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga 2. Tingkat pendidikan pengelola cukup tinggi 3. Sistem pembayaran pengelola tersebut sesuai dengan gaji PNS saja 4. Wisata alam dan edukasi. 5. Memiliki sarana dan prasarana yang memadai. 6. Harga tiket masuk yang relative murah. 7. Terdapat kerjasama dengan perhotelan dan travel Kabupaten maupun Provinsi. 8. Promosinya dilakukan melalui sosmed seperti visit Cianjur dan Cianjur today. 9. Struktur permodalan milik sendiri dari anggaran daerah, dengan cara pengajuan kepada Pemerintah daerah atau Bupati. 10. Sistem akuntansi agrowisata yang sudah baik terkait penggunaannya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum memiliki organisasi yang khusus mengelola tempat wisata tersebut. Sehingga tidak memiliki Visi – Misi. 2. Pengelola di lokasi 5 orang, sehingga jumlah SDM tersebut kurang memadai. 3. Tidak ada penghargaan lebih bagi pengelola yang giat. 4. Belum ada SOP khusus untuk Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi. 5. Pemasaran belum optimal dan belum memiliki tim pemasaran khusus. 6. Pengajuan modal selalu tidak sesuai dengan nominal yang dicantumkan pada saat pencairannya sehingga yang ditargetkan tidak terpenuhi. 7. Belum terdapat bagian penelitian dan pengembangan.
Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 11. BAPPEDA Kabupaten Cianjur terlibat dalam pengembangan Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi. 	

Peluang (Opportunities)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan Jumlah penduduk menjadi potensi terhadap pengembangan Agrowisata. 2. Adanya trend wisata <i>banck to nature</i> meningkat. 3. Kesadaran melestarikan kearifan lokal. 4. Akses jalan yang cukup baik sehingga memudahkan pengunjung. 5. Bantuan dari pemerintah pusat untuk kampung budaya padi pandanwangi ini ada yakni DLK (Dana Lokasi Khusus) Tahun 2000. 6. Berkembangnya teknologi informatika sangat mendukung bagi promosi. 7. Terdapat Universitas di Kabupaten Cianjur 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi dengan teknologi IT untuk meningkatkan jumlah pengunjung (S1,S2,S8,S9,O1,O2,O3, O6) 2. Memanfaatkan tempat agrowisata untuk event tertentu agar orang lebih mengenal Agrowisata tersebut (S1,S2,S3,S7,S9,O1,O2,O3,O4,O5,O6) 3. Memberikan potongan harga tiket bagi masyarakat kota cianjur untuk meningkatkan jumlah kunjungan. (S1S2,S3,S6,S9,S10,O1) 4. Mengimplementasikan kerjasama dengan perhotelan dan travel kabupaten maupun provinsi (S1,S2,S3,S4,S5,S10,O1,O2,O3,O4,O6) 5. Pengembangan Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi. (S1,S2,S3,S11,O4,O5) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membentuk Organisasi Khusus Pengelolaan Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi (W1, W2, W4, W7, O1,O2,O3,O4) 2. Membuat SOP khusus Agrowisata (W2,O1,O2,O3,O4) 3. Bekerjasama dengan berbagai institusi untuk riset dan pengembangan (W2,W7,O1,O2,O3,O4, O7) 4. Melakukan sinkronisasi sumber keuangan pusat dan daerah. (W6, O5)
Ancaman (Threats)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat Agrowisata yang lain disekitar wisata tersebut. 2. Kurangnya kesadaran masyarakat sekitar terhadap Agrowisata tersebut. 3. Kebijakan dari pemerintah daerah hanya memberikan kebijakan penlok (Penentuan Lokasi) 4. Belum adanya bagian IT khusus di wisata tersebut. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas pelayanan (S1, S2, S3, S4, S5, S6, S9, T1, T2) 	

Strategi SO

Memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Semua Manajer tentunya menginginkan organisasi mereka berada dalam posisi dimana kekuatan internal dapat digunakan untuk mengambil keuntungan dari berbagai trend kejadian eksternal. Terdapat satu alternatif strategi yang dapat dilakukan pada strategi SO yaitu :

1. Meningkatkan promosi dengan teknologi IT untuk meningkatkan jumlah pengunjung

Memanfaatkan teknologi IT merupakan strategi yang dapat meningkatkan jumlah pengunjung. Hal ini akan sangat membantu perkembangan dari Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi.

2. Memanfaatkan tempat agrowisata untuk event tertentu agar orang lebih mengenal Agrowisata tersebut

Fasilitas dan sarana yang luas untuk event akan meningkatkan jumlah pengunjung. Sehingga dengan adanya penyelenggaraan event, akan membuat orang berkunjung ke Agrowisata tersebut. Semakin banyak orang yang datang maka semakin banyak orang yang mengenal.

3. Memberikan potongan harga tiket bagi masyarakat Kota Cianjur untuk meningkatkan jumlah kunjungan.

Potongan harga tiket bagi masyarakat Kota Cianjur membuat masyarakat akan tertarik untuk datang ke Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi sehingga jumlah kunjungan wisatawan akan meningkat.

4. Mengimplementasikan kerjasama dengan perhotelan dan travel Kabupaten maupun Provinsi

Mengimplementasikan kerjasama baik dengan perhotelan maupun travel akan memberi manfaat bagi kedua belah pihak. Hasil dari kerjasama ini, akan didapat dana tambahan untuk pengembangan Agrowisata

5. Pengembangan Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi

Rencana pengembangan hendaknya direalisasikan melalui kerjasama dinas dengan BAPPEDA

Strategi WO

Strategi ini bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Terkadang peluang-peluang besar muncul, tetapi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghalanginya memanfaatkan peluang tersebut.

1. Membentuk Organisasi khusus pengelola agrowisata

Dibentuknya organisasi maka akan membuat agrowisata akan lebih terorganisir dan akan membuat agrowisata dikelola dengan baik. Sehingga dalam manajemen agrowisata ini akan lebih mudah untuk pengawasan dan evaluasi yang berkaitan dengan perkembangan agrowisata tersebut.

2. Membuat SOP khusus Agrowisata

Sebagai standarisasi cara yang dilakukan pengelola dalam menyelesaikan pekerjaan khusus, mengurangi kesalahan dan kelalaian. Dengan adanya SOP ini membantu staf menjadi lebih mandiri dan tidak tergantung pada intervensi manajemen. Sehingga perkembangan agrowisata tersebut akan lebih cepat

3. Bekerjasama dengan berbagai institusi untuk riset dan pengembangan

Kerjasama dengan berbagai institusi untuk riset dan pengembangan perlu dilakukan, bahan evaluasi sebagai dasar masukan terhadap pengelola agar Agrowisata berkembang bahkan lebih maju baik dari segi fasilitas maupun pelayanan.

Strategi ST

Dengan menggunakan kekuatan, sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa suatu organisasi yang kuat harus selalu menghadapi ancaman secara langsung didalam lingkungan eksternal.

1. Meningkatkan kualitas pelayanan

Meningkatkan kualitas pelayanan, melalui pelatihan dan pengembangan SDM di Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi. Kualitas pelayanan yang baik, akan memberikan kepuasan terhadap para pengunjung.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi adalah sebagai berikut :
 - a. Berdasarkan analisis lingkungan internal yang menjadi kekuatan bagi Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi adalah : (1) Pengelolaan Agrowisata dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olah raga, (2) Tingkat pendidikan pengelola cukup tinggi, (3) Sistem pembiayaan pengelola tersebut sesuai dengan gaji PNS, (4) Wisata alam dan edukasi, (5) Memiliki sarana dan prasarana yang memadai, (6) Harga tiket masuk yang relative murah, (7) Terdapat kerjasama dengan perhotelan dan Travel Kabupaten maupun Provinsi, (8) Promosinya dilakukan melalui sosmed seperti visit Cianjur dan Cianjur today. (9) Struktur permodalan milik sendiri dari anggaran daerah dengan cara pengajuan kepada pemerintah daerah atau Bupati, (10) Sistem akuntansi agrowisata yang sudah baik terkait penggunaannya, (11) BAPPEDA Kabupaten Cianjur terlibat dalam pengembangan Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi. Sedangkan lingkungan internal yang menjadikan kelemahan bagi Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi adalah : (1) Belum memiliki organisasi yang khusus mengelola tempat wisata tersebut. Sehingga tidak memiliki Visi - Misi, (2) Sumber daya manusia yang kurang memadai, (3) Tidak ada penghargaan lebih bagi pengelola yang giat, (4) Belum

- ada SOP khusus untuk Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi, (5) Pemasaran belum optimal dan belum memiliki tim pemasaran khusus, (6) Pengajuan modal selalu tidak sesuai dengan nominal yang dicantumkan pada saat pencairannya sehingga yang ditargetkan tidak terpenuhi. (7) Belum terdapat bagian penelitian dan pengembangan.
- b. Berdasarkan analisis lingkungan eksternal yang menjadi peluang bagi Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwani adalah : (1) Jumlah penduduk menjadi potensi terhadap pengembangan Agrowisata., (2) Adanya trend wisata back to nature meningkat, (3) Kesadaran melestarikan kearifan local, (4) Akses jalan yang cukup baik sehingga memudahkan pengunjung, (5) Bantuan dari pemerintah pusat untuk kampung budaya padi pandan wangi ini ada yakni DLK (Dana Lokasi Khusus) tahun 2000, (6) Berkembangnya teknologi informatika sangat mendukung bagi promosi, (7) Terdapat universitas di Kabupaten Cianjur. Sedangkan lingkungan eksternal yang menjadi ancaman bagi Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi adalah : (1) Terdapat Agrowisata yang lain disekitar wisata tersebut., (2) Kurangnya kesadaran masyarakat sekitar terhadap Agrowisata tersebut, (3) Kebijakan dari pemerintah daerah hanya memberikan kebijakan penlok (Penentuan Lokasi), (4) Belum adanya bagian IT khusus di wisata tersebut.
2. Alternatif strategi pengembangan yang dapat dijalankan oleh Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi berdasarkan hasil analisis matrix SWOT adalah sebagai berikut : (1) Meningkatkan promosi dengan teknologi IT untuk meningkatkan jumlah pengunjung), (2) Memanfaatkan tempat agrowisata untuk event tertentu agar orang lebih mengenal Agrowisata tersebut, (3) Memberikan potongan harga tiket bagi masyarakat kota cianjur untuk meningkatkan jumlah kunjungan, (4) Mengimplementasikan kerjasama dengan perhotelan dan travel kabupaten maupun provinsi, (5) Pengembanagan Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi, (6) Membentuk Organisasi Khusus Pengelolaan Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi, (7) Membuat SOP khusus Agrowisata, (8) Bekerjasama dengan berbagai institusi untuk riset dan pengembangan, (9) Meningkatkan kualitas pelayan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi:

Melakukan pendekatan bagi masyarakat sekitar agar memiliki kepedulian terhadap Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi. Sebaiknya menerapkan alternatif strategi hasil penelitian ini, untuk pengembangan Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi.

