

Rekomendasi Pengembangan Agrowisata Taman Bunga Jang *Smulen Florist* Melalui Bauran Pemasaran

Paisal Ansiska*

Pendidikan Geografi, Universitas
Pattimura, Ambon, 97233
paisal.ansiska@fkip.unpatti.ac.id

*Corresponding author

Asep

Pendidikan Geografi, Universitas
Pattimura, Ambon, 97233
asep.geography@gmail.com

Ela Hasri Windari

Sains Perkopian, Universitas Pat
Petulai, Rejang Lebong, 39119
elahasri.w@gmail.com

Gracia Gabrienda

Agribisnis, Universitas Pat Petulai,
Rejang Lebong, 39119
ggabrienda@gmail.com

Hefri Oktoyoki

Kehutanan, Universitas Bengkulu,
Bengkulu, 38371
hefri.oktoyoki@unib.ac.id

Abstrak— Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial yang dapat dikembangkan sebagai salah satu pendapatan di suatu daerah. Peminat wisatawan terhadap agrowisata cukup besar, terutama wisatawan manca negara yang ingin menikmati keindahan alam dan budaya Indonesia. Agrowisata yang merupakan bentuk kegiatan kepariwisataan yang memanfaatkan sektor pertanian sebagai objek wisatanya sangat sesuai untuk menjadi suatu produk baru di bidang pariwisata. Salah satu agrowisata potensial adalah taman bunga Jang *Smulen Florist* merupakan agrowisata yang terletak di Kabupaten Rejang Lebong. Tujuan dari penelitian ini adalah dapat memberikan strategi pengembangan agrowisata taman bunga Jang *Smulen*. Perumusan strategi tersebut didapat dari mengidentifikasi faktor internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi agrowisata taman bunga Jang *Smulen Florist* melalui perilaku pengunjung menurut bauran pemasaran (tempat, harga, promosi, bukti fisik, orang, dan proses). Metode yang digunakan di dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan penentuan responden menggunakan teknik *purposive* dengan metode sampel tidak sengaja. Berdasarkan data survei yang telah dilakukan akan menghasilkan data faktor internal dan eksternal dan di analisis menggunakan analisis SWOT dalam penentuan strategi pengembangan. Terdapat faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kepuasan wisatawan. Strategi yang direkomendasikan adalah dengan membuat event di waktu strategis, pengaturan kembali komposisi dan letak tanaman bunga, menambah dan memperbaiki fasilitas penunjang lainnya produk wisata yang ditawarkan, dan menyediakan paket layanan pada pengunjung dan berbagai macam produk olahan pertanian.

Kata Kunci—Taman Bunga, Agrowisata, Rekomendasi, Pengembangan, SWOT

I. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial yang dapat dikembangkan sebagai salah satu pendapatan di suatu daerah. Untuk mendorong hal tersebut perlu dilakukan pengembangan dan pemberdayagunaan sumber daya yang berpotensi menjadi objek wisata daerah. Melalui pengembangan, diharapkan dapat memberikan sumbangsi bagi perekonomian daerah. Pertumbuhan sektor pariwisata dapat berdampak pada perekonomian daerah (Mardianis & Syartika, 2018).

Negara Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki berbagai macam suku dan adat istiadat serta banyak sekali memiliki sumber daya alam yang berupa keindahan alam, seperti pegunungan yang menyejukan, keindahan laum air terjun, dan lainnya. Indoensia memiliki sumber daya alam seperti *sun, sea, sand* dan *mainland* (Setiawan, 2019) Pariwisata di Indonesia umumnya bertujuan untuk mendayagunakan sumber daya yang memiliki potensi agar dapat menjadi kegiatan ekonomi, peningkatan devisa negara, meningkatkan pembangunan suatu daerah, memperkenalkan keindahan alam dan nilai bangsa. Salah satu jenis pariwisata adalah yang memiliki potensi dan sesuai dengan sumber daya alam Indonesia adalah agrowisata. Agrowisata pertanian diartikan dalam sebuah aktivitas wisata yang memanfaatkan sektor pertanian (Budiarti et al., 2013). Agrowisata dapat memberikan pengalaman wisatawan untuk dapat menikmati nuansa pedesaan dengan keadaan lingkungan yang asri.

Peminat wisatawan terhadap agrowisata cukup besar, terutama wisatawan manca negara yang ingin menikmati keindahan alam dan budaya Indonesia. Agrowisata yang merupakan bentuk kegiatan kepariwisataan yang memanfaatkan sektor pertanian sebagai objek wisatanya sangat sesuai untuk menjadi suatu produk baru di bidang pariwisata. Melalui agrowisata, masyarakat dapat membangun dan membangkitkan kembali pertanian didaerahnya karena ada nilai tambah didalamnya. Pemanfaatan sektor pertanian dibidang pariwisata

khususnya pada pertanian hortikultura seperti budaya pertanian tanaman sayuran, buah, obat dan bunga sudah banyak dilakukan dan dapat memberikan nilai lebih. Kegiatan agrowisata Strawberi berdampak positif kepada pendapatan rumah tangga petani hortikultura di Sulawesi utara (Damopolii et al., 2020). Selain itu, peningkatan pendapatan petani bunga kirisan di kabupaten Semarang sebelum dan sesudah kegiatan agrowisata dilakukan (Lestariningsih et al., 2018).

Komoditi bunga memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan, karena pada komoditi bunga ini dapat memberikan rasa kepuasan tentang keindahan yang disajikan kepada wisatawan. Pengembangan agrowisata khususnya pada tanaman bunga memiliki manfaat dalam peningkatan perekonomian masyarakat dan daerah karena terjadi kegiatan ekonomi didalam dan disekitar tempat agrowisata taman bunga tersebut. Kegiatan tersebut dapat berupa pendapatan dari wisatawan yang menikmati keindahan perkebunan bunga dan penjualan produk-produk terkait dengan agrowisata. Agrowisata dapat memberikan kesempatan masyarakat petani kecil untuk memperoleh pendapatan yang signifikan (Bagi & Reader, 2012)

Salah satu Agrowisata potensial adalah taman bunga Jang Smulen Florist merupakan agrowisata yang terletak di Kabupaten Rejang Lebong. Agrowisata ini merupakan objek wisata yang dimiliki petani secara pribadi. Agrowisata ini merupakan pengembangan lahan pertanian menjadi lahan wisata. Dengan melakukan hal tersebut, petani mengharapkan, lahan yang dimiliki dapat memberikan nilai ekonomi yang tinggi untuk mereka. Alih fungsi lahan pertanian menjadi wisata berdampak positif pada perekonomian dan social masyarakat (Fauziah et al., 2018).

Keberadaan agrowisata Jang Smulen Florist ini sangat strategis dan berdekatan dengan objek-agrowisata lainnya. Agrowisata ini menyajikan atraksi keberagaman jenis bunga yang indah dan sekaligus menyajikan pemandangan indah agrowisata lain seperti agrowisata Danau Mas Harun Bastari yang sudah banyak di kenal masyarakat di Provinsi Bengkulu. Pemandangan indah ini merupakan persepsi non fisik yang unik yang disajikan agrowisata ini. Daya tarik yang unik akan menjadi pilihan wisatawan sehingga dapat memberikan kepuasan (Muchamad, 2012)(Muchamad, 2012). Agrowisata taman bunga Jang Smulen Florist memiliki koleksi bunga yang bermacam-macam, seperti bunga Lavender, Cosmo Mix, Kana dan lainnya yang disusun sedemikian rupa agar dapat memberikan kesan keindahan bagi wisatawan. Selain itu agrowisata taman bunga ini juga memberikan fasilitas untuk berfoto yang unik dan fasilitas-fasilitas lain sebagai penunjang kepuasan wisatawan. Fasilitas wisata dapat mempengaruhi kepuasan kunjungan wisata (Rosita et al., 2016).

Selain memiliki keindahan dan fasilitas yang dapat yang dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan, pelayanan pada agrowisata taman bunga jang smulen ini juga cukup baik. Wisatawan dapat yang berkunjung dengan nyaman karena ketersediaan lahan parkir yang aman dan memadai. Selain itu sikap ramah juga diberikan

kepada pengelola taman bunga kepada setiap wisatawan. Konsumen akan puas apabila pelayanan yang didapatkan sesuai yang diharapkannya (Karimah et al., 2021).

Agar agrowisata dapat terus menjadi pilihan untuk pengunjung, maka agrowisata harus selalu berkembang sesuai dengan permintaan wisatawan. Pengembangan fasilitas dan sarana pada objek wisata dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan (Widyarini & Sunarta, 2019). Pengembangan agrowisata yang dilakukan harus melalui strategi yang tepat. Strategi pemasaran yang tepat dapat berpotensi meraup pangsa pasar (Fajri et al., 2013). Penilaian perilaku pengunjung dibutuhkan oleh pelaku usaha agar dapat mengetahui orientasi atau motivasi pengunjung kepada suatu objek wisata. Berdasarkan pemaparan diatas maka diperlukan strategi yang tepat yang didasarkan pada pengidentifikasian faktor internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi agrowisata taman bunga Jang Smulen Florist melalui perilaku pengunjung menurut bauran pemasaran (tempat, harga, promosi, bukti fisik, orang, dan proses). Strategi yang dirumuskan harus mendukung keberlangsungan dan eksistensi dari agrowisata yang, agar dapat memberikan manfaat pada pelaku usaha maupun masyarakat sekitar objek wisata.

II. LANDASAN TEORI

Agrowisata merupakan suatu rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi sektor pertanian sebagai objek atraksi wisata, baik potensi yang berbentuk keindahan alam maupun keunikan dari suatu budaya pertanian yang ada pada suatu masyarakat (Palit et al., 2017). Agrowisata dibagi menjadi dua jenis, yaitu agrowisata ruang terbuka alami dan buatan. Agrowisata ruang terbuka alami merupakan agrowisata dengan lahan pertanian yang dikelola langsung oleh petani dengan menunjukkan kearifan lokal setempat, sedangkan agrowisata ruang terbuka buatan merupakan pemanfaatan lahan pertanian yang dibentuk sedemikian rupa agar dapat menjadi objek wisata (Utama & Ruspindi, 2015). Potensi wisata merupakan segala hal baik yang nyata dan tidak

Pengembangan objek wisata merupakan suatu kegiatan membangun, memelihara, serta melestarikan pertanaman maupun fasilitas yang menunjangnya (Heryati, 2019). Pengembangan agrowisata dilakukan untuk memaksimalkan sektor pertanian yang menurun yang terjadi pada suatu agrowisata dengan pemberdayaan masyarakat (Barnas et al., 2018). Selain itu, pengembangan dapat dilakukan dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia yang ada di objek wisata dan pengoptimalisasian promosi objek wisata (Ikasari & Farida, 2017). Pengembangan agrowisata harus memberikan hasil yang maksimal untuk petani, masyarakat desa, serta mendukung pertanian dan wisata yang berkelanjutan (Sjamsir, 2017)

III. METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan pada bulan pada bulan september 2022 di taman bunga Jang Smulen Florist Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu. Metode yang digunakan didalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan penentuan responden menggunakan teknik *purposive* dengan metode sampel tidak sengaja (*non accidental sampling*). Penentuan sampel harus dilakukan secara prosedural (Imran, 2017). *accidental sampling* adalah metode penentuan responden yang dapat dilakukan kepada responden yang tidak sengaja ditemui di lokasi penelitian. Kelebihan penggunaan metode ini, peneliti dapat mendapatkan data secara cepat, mudah, dan tepat. Penentuan ukuran sampel mengacu pada seluruh jumlah pengunjung (pengunjung awal agrowisata dibuka sampai penelitian dimulai) dengan menggunakan teknik Analisa menggunakan persamaan (1).

$$n = \frac{n}{N(e^2)+1} \dots (1)$$

Keterangan (1):
 n : ukuran sampel
 N : ukuran populasi
 e² : derajat kesalahan 10% (0,01)
 1 :bilangan konstanta

Berdasarkan persamaan, maka perhitungan ukuran sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{5400}{5400(0,1^2) + 1}$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan persamaan (Supriyanto & Iswandari, 2017) maka dapat ditentukan jumlah sampel yang diperlukan sebanyak 98 sampel. Setelah menentukan jumlah sampel, kegiatan penelitian ini diawal dengan mengumpulkan data pendukung dan kuesioner. Perolehan data kuesioner dilakukan dua tahap. Tahap pertama kuesioner untuk menganalisa bauran pemasaran agrowisata taman bunga Jang Smulen dan yang kedua untuk menganalisis data SWOT.

Kuesioner pertama dengan menganalisis bauran pemasaran (produk, tempat, harga, promosi, bukti fisik, orang, dan proses) yang ada di agrowisata taman bunga Jang Smulen. Melalui tahapan ini, peneliti akan mampu mengetahui variable-variabel mana saja yang perlu pengembangan sehingga dapat meningkatkan daya tarik wisatawan.

Setelah menganalisa dan memahami bauran pemasaran, dilakukan tahap kedua yaitu dengan analisis SWOT guna sebagai dasar dalam strategi yang akan direkomendasikan untuk pengembangan agrowisata taman bunga Jang Smulen. Penggunaan matrik nilai IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factors Analysis Summary*) untuk memformulasikan strategi. Selanjutnya penggunaan kuadran SWOT untuk menentukan fokus strategi pengembangan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Persepsi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam Hal ini kajian pemasaran dilakukan untuk mendapatkan data secara kuantitatif agrowisata taman bunga Jang Smulen Florist agar dapat menjadi pertimbangan penentuan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi agrowisata tersebut. Penilaian wisatawan terhadap bauran pemasaran dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Wisatawan

Indikator	Atribut	Nilai
Produk	Keindahan agrowisata, ketertarikan pengunjung, kualitas dari fasilitas yang ditawarkan	3,20
Harga	Biaya pengunjung agrowisata dan berapa biaya harus dikeluarkan untuk datang ke agrowisata	3,40
Tempat	Aksesibilitas menuju agrowisata dan didalam agrowisata	3,05
Promosi	Kualitas promosi agrowisata dan kemudahan pengunjung mengakses promosi kegiatan agrowisata	2,50
Karyawan (People)	Pelayanan yang diberikan, sikap pengelola terhadap kebutuhan pengunjung, sikap pengelola kepada pengunjung	3,04
Proses	Kemudahan pengunjung untuk dapat menuju atraksi wisata dan Jadwal agrowisata dibuka	3,01
Pelayanan	Keamanan agrowisata, keramahan pengelola wisata, kenyamanan pengunjung	3,50

Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui kepuasan terhadap indikator produk harga, harga, tempat, karyawan, proses dan pelayanan berada pada kategori kepuasan sedang dan puas. Sedangkan pada indikator promosi wisatawan menilai tidak puas sampai sedang. Rendahnya penilaian promosi ini disebabkan oleh akses wisatawan dalam memperoleh informasi Agrowisata taman bunga Jang Smulen Florist. Penilaian ini didasarkan karena belum optimalnya penggunaan sosial media ataupun iklan dalam bentuk digital yang dilakukan Agrowisata taman bunga Jang Smulen Florist. Promosi dapat menentukan tingkat pembelian produk suatu konsumen (Sihotang & Hidir, 2022). Gambaran kondisi pada agrowisata taman bunga Jang Smulen dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1.Keadaan dan gambaran dilokasi agrowisata taman bunga Jang Smulen

B. Rekomendasi Pengelolaan Usaha Agrowisata Taman Bunga

Melalui observasi dan analisis bauran pemasaran taman bunga Jang Smulen Florist, Terdapat faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi agrowisata isata taman bunga. Faktor tersebut meliputi kekuatan dan kelemahan didalam internal agrowisata dan peluang dan ancaman yang berasal dari eksternal agrowisata. Penentuan faktor internal dan eksternal ini dilakukan berdasarkan gambaran nyata pada agrowisata. Faktor internal dan eksternal tersebut dapat dilihat pada tabel 2 dan 3.

Tabel 2 Faktor Internal (Kekuatan Dan Kelemahan) Agrowisata Taman Bunga Jang Smulen

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Keadaan lingkungan dan kesesuaian lahan di lingkungan taman bunga Jang Smulen Florist menunjang pengembangan agrowisata	0,09	3	0,27
Keasrian agrowisata	0,2	4	0,8
Tersedianya lahan untuk pengembangan agrowisata	0,05	2	0,1
Tanaman bunga yang disajikan beragam	0,08	2	0,16
Pelayanan yang baik dari agrowisata	0,07	2	0,14
Biaya agrowisata terjangkau oleh pengunjung	0,09	3	0,27
Lokasi strategis	0,09	3	0,27
Jumlah Kekuatan			2,01
Kelemahan			
Jarak agrowisata jauh dari pusat kota	0,06	2	0,12
Fasilitas fisik seperti toilet, pusat informasi dan pelayanan belum optimal	0,07	3	0,21
Penyelenggaraan even atraksi belum maksimal	0,1	3	0,3
Belum adanya branding sebagai nilai jual agrowisata	0,05	2	0,1
Promosi agrowisata belum optimal	0,05	2	0,1
Jumlah Kelemahan			0,83
Kekuatan – Kelemahan			1,18

Tabel 3. Faktor Eksternal (Kekuatan Dan Kelemahan) Agrowisata Taman Bunga Jang Smulen

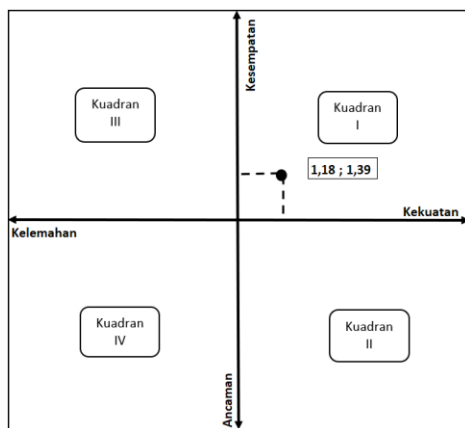
Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Tren minat wisata alam dimasyarakat yang meningkat	0,2	4	0,8
Aturan dan regulasi dapat menunjang pengembangan agrowisata	0,07	3	0,21
Terdapatnya hari libur	0,1	3	0,3
Kerja sama dengan agrowisata lain dalam menyediakan paket wisata	0,1	3	0,3
Akses agrowisata dekat dengan jalan lintas provinsi	0,12	3	0,36
Keberadaan agrowisata dapat menambah meningkatkan prekonomian sekitar	0,1	3	0,3
Jumlah Peluang			2,27
Ancaman			
Banyaknya persaingan agrowisata di Kabupaten Rejang Lebong	0,14	3	0,42
Produk dan fasilitas yang ditawarkan pesaing lebih menarik	0,12	3	0,36
Kondisi lingkungan yang cepat berubah-ubah	0,05	2	0,1
Jumlah Ancaman			0,88
Peluang – Ancaman			1,39

Berdasarkan data dari faktor internal dan eksternal agrowisata taman bunga Jang Smulen, selanjutnya akan ditabulasikan kedalam *internal factor attractive score* dan *eksternal factor attractive score* untuk menentukan letak kuadran rekomendasi. Rekomendasi yang didasarkan pada letak kuadran tersebut merupakan rekomendasi yang pada fokus pengembangan bisnis. Nilai *Internal Factor Attractive Score* dan *Eksternal Factor Attractive Score* Agrowisata Taman Bunga Jang Smulen dalam penentuan koordinasi dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. *Internal Factor Attractive Score* Dan *Eksternal Factor Attractive Score* Agrowisata Taman Bunga Jang Smulen

Internal Factor		Eksternal Factor	
Attrative Score (IFAS)	2,84	Attrative Score (EFAS)	3,15
Total Skor Kekuatan (S)	2,01	Total Skor Peluang (O)	2,27
Total skor kelemahan (W)	0,83	Total Skor Ancaman (T)	0,88
S-W	1,18	O-T	1,39

Berdasarkan tabel *internal factor attractive score* dan *eksternal factor attractive score* agrowisata taman bunga Jang Smulen berada pada sumbu X (1,18) dan sumbu Y (1,39). Nilai X dan Y itulah akan menjadi titik koordinat fokus pengembangan. Koordinat penentu letak kuadran fokus arah pengembangan dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Kuadran SWOT Agrowisata Taman Bunga Jang Smulen Florist

Maka dari itu koordiat berada pada kuadran pertama yang mengartikan terdapat situasi yang menguntungkan, dimana arahan pengembangan harus memanfaatkan peluang yang ada dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki. Berdasarkan data analisis SWOT penulis merekomendasikan tahapan yang dapat dilakukan untuk pengembangan agrowisata taman bunga Jang Smulen.

1. Pembuatan event diwaktu strategis (S2, T1)

Upaya ini dapat dilakukan dengan membuat event atau acara pendukung pada hari strategis (libur) yang dapat menjadi atraksi tambahan di agrowisata. Event yang dapat diadakan seperti pagelaran seni, olah raga, ataupun lomba-lomba yang menarik. Event tersebut bertujuan untuk minat wisatawan untuk berkunjung.

Event bertujuan untuk meningkatkan pendapatan wisata dengan cara memenuhi kebutuhan wisatawan (Rizal et al., 2017).

2. Pengaturan kembali komposisi dan letak tanaman bunga (S1, S2, S3, S4)

Upaya ini dapat dilakukan dengan mengganti, menambah, ataupun mengatur ulang tanaman bunga yang menjadi atraksi wisata. Hal ini dilakukan untuk memberikan kesan yang berbeda kepada wisatawan dengan upaya perbaruan atraksi bunga yang disajikan. Jenis bunga yang ditanam harus berbeda dengan pesaing agrowisata taman bunga lainnya agar dapat menjadi ciri khas dari agrowisata taman bunga Jang Smulen Florist. Tanaman bunga yang dapat digunakan dapat seperti mawar ungu, mawar hitam, ataupun bunga-bunga lainnya yang jarang didapat di lingkungan wisatawan. Selain itu pengaturan kembali letak bunga dapat dilakukan dengan cara menyusun bunga berbentuk suatu objek tertentu yang dapat menjadi kekhasan agrowisata ini. Agrowisata harus memiliki sesuatu yang dapat dilihat dan dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Hal tersebut berarti agrowisata harus memiliki daya tarik yang dapat dinikmati dan tidak membuat pengunjung bosan dengan atraksi yang diberikan, sehingga kedatangan wisatawan dapat berkelanjutan.

3. Menambah dan memperbaiki Fasilitas penunjang lainnya produk wisata yang ditawarkan (S5, S3 T6)

Hal ini dapat dilakukan dengan menambah fasilitas-fasilitas untuk berfoto agar wisatawan memiliki banyak opsi atraksi yang dinikmati; pemberian label nama setiap jenis bunga agar menambah nilai edukasi pada wisatawan; perbanyak kotak sampah di agrowisata; perbaikan tempat ibadah dan sebagainya yang dapat menambah kenyamanan wisatawan. Fasilitas bukan merupakan faktor utama dalam menarik wisatawan, akan tetapi keberadaan fasilitas yang tidak tepat akan menghalangi wisatawan dalam menikmati atraksi wisata yang diberikan. Fasilitas wisata dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan (Rosita et al., 2016).

4. Menyediakan paket layanan pada pengunjung dan berbagai macam produk olahan pertanian (S6, S7, T4, T5)

Rekomendasi ini dapat dilakukan dengan melakukan kerjasama dengan agrowisata lain disekitar kawasan agrowisata taman bunga Jang Smulen Florist. Hal ini sangat mungkin dilakukan mengingat keberadaan agrowisata taman bunga Jang Smulen Florist berada disekitar agrowisata lain, seperti agrowisata Danau Mas Harun Bastari, Bukit Kabah, dan Suban Pemandian Air Panas. Kerja sama tersebut dapat berupa paket wisata yang ditawarkan untuk calon wisatawan diluar Kabupaten Rejang Lebong dengan memaksimalkan promosi secara *online*. Paket wisata dapat menjadi penarik wisatawan untuk berkunjung ke agrowisata (Erlangga, 2015). Selain itu keberadaan agrowisata yang berada dijalan litas produksi juga dapat dimanfaatkan sebagai tempat peristirahatan perjalan (*rest area*) dengan menyajikan produk-produk dan kenyamanan untuk beristirahat

wisatawan. Penambahan produk-produk dalam menunjang objek juga dapat dilakukan dengan memperdayakan masyarakat sekitar untuk menjual berbagai macam produk khas yang ada di daerah agrowisata, seperti sayur, buah, ataupun olahan hortikultura.

5. Mengajukan bantuan kerjasama dalam hal pengembangan kepada pemerintah daerah (T2)

Kerjasama ini dapat dilakukan dengan pengajuan kerjasama ke dinas pemerintahan daerah setempat, pengajuan itu dapat berbentuk penyediaan event yang diadakan pemerintah. Selain itu, dapat juga melakukan pengajuan kerjasama pembimbingan peningkatan agrowisata agar dapat menerima bantuan-bantuan secara materil atau nonmateril dari pemerintah daerah. Strategi peningkatan sumber daya manusia dan kerja sama dengan pemerintah dapat dilakukan untuk pengembangan kawasan agrowisata (Mpila et al., 2020).

V. KESIMPULAN

Terdapat faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kepuasan wisatawan. Faktor internal tersebut meliputi tujuh kekuatan dan lima kelemahan, Faktor eksternal terdapat enam pada peluang dan tiga ancaman. Strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan agrowisata kebun bunga yang smulen florid adalah dengan membuat event diwaktu strategis, pengaturan kembali komposisi dan letak tanaman bunga, menambah dan memperbaiki fasilitas penunjang lainnya produk wisata yang ditawarkan, dan menyediakan paket layanan pada pengunjung dan berbagai macam produk olahan pertanian.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagi, F. S., & Reader, J. R. (2012). Factors Affecting Farmer Participation in Agritourism. *Journal of Gender, Agriculture and Food Security*, 1(3), 1–22.
- Barnas, S. G., Muksin, & Merry, M. (2018). Pengembangan Agrowisata Di Kecamatan Ledokombo. *Empowering: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1–9.
- Budiarti, T., Suwanto, & Muflikhati, I. (2013). Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat pada Usahatani Terpadu guna Meningkatkan Kesejahteraan Petani dan Keberlanjutan Sistem Pertanian (Community-Based Agritourism Development on Integrated Farming to Improve the Farmers ' Welfare and the Sustastai. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia (JIPI)*, 18(3), 200–207.
- Damopolii, E. N., Baruwadi, M. H., & ... (2020). Dampak Agrowisata D'Mooat Strawberi Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Petani Hortikultura Di Kecamatan Mooat Kabupaten *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah* <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/AGR/article/view/11812>
- Erlangga, B. (2015). Magnet Paket Wisata Dalam Menarik Kunjungan Wisatawan Asing Berkunjung Ke Yogyakarta. *Jurnal Media Wisata*, 13(2), 338–342.
- Fajri, D. A., Arifin, Z., & Wilopo. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2), 1–10.
- Fauziah, L. M., Kurniati, N., & . I. (2018). Alih Fungsi Lahan Pertanian Menjadi Kawasan Wisata Dalam Perspektif Penerapan Asas Tata Guna Tanah. *Acta Diurnal Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan Dan Ke-PPAT-An*, 2(1), 102. <https://doi.org/10.24198/acta.v2i1.163>
- Heryati, Y. (2019). Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu Di Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 56–74. <https://stiemmamaju.e-journal.id/GJIEP/article/view/10>
- Ikasari, H., & Farida, I. (2017). Peningkatan Kepuasan Wisatawan Terhadap Pariwisata Kota Semarang dengan Importance-Performance Analysis. *Prosiding Seminal Nasional, Multi Disiplin Ilmu & Call Papers Unisbank Ke-3 (Sendi_U 3)*, 3, 568–575.
- Imran, H. A. (2017). Peran Sampling dan Distribusi Data dalam Penelitian Komunikasi Pendekatan Kuantitatif. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 21(1), 111–126. <https://media.neliti.com/media/publications/196593-ID-peran-sampling-dan-distibusi-data-dalam.pdf>
- Karimah, M., Setiadi, A., & Mukson. (2021). Analisis Kepuasan Pengunjung terhadap Kualitas Pelayanan Agrowisata Omah Salak. *Jurnal Socioeconomics of Agriculture (SOCA)*, 15(1).
- Lestariningsih, U., Setiadi, A., & Setiyawan, H. (2018). Analisis Pengaruh Agrowisata Terhadap Peningkatan Pendapatan Petani Bunga Krisan Di Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang. *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 2(1), 51. <https://doi.org/10.32585/ags.v2i1.218>
- Mardianis, M., & Syartika, H. (2018). Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Kerinci. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 09(1), 53–65. <https://doi.org/10.22212/jekp.v9i1.972>
- Mpila, G. P., Gosal, P. H., & Mononimbar, W. (2020). Pengembangan Kawasan Agrowisata Di Kecamatan Modinding. *Spasial*, 7(2), 176–185.
- Muchamad, Z. (2012). *Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: e-gov publishing. <http://thesis.ums.ac.id/datapubliknonthesis/EBUM Y2292.pdf>
- Palit, I. G., Talumingan, C. . ., & Rumagit, G. A. J. (2017). Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan. *Agri-Sosioekonomi*, 13(2A), 21. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.13.2a.2017.16558>
- Rizal, A., Alshaf, P., & Ardiansyah. (2017). Event Marketing Nyadran Dalam Meningkatkan

- Kunjungan. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNIPMA*, 162–165.
- Rosita, Marhanah, S., & Wahadi, W. H. (2016). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 13(1), 61–72.
- Setiawan, I. (2019). Potensi Destinasi Wisata Di Indonesia Menuju Kemandirian Ekonomi. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call for Papers Unisbank (Sendi_U)*, 53(9), 1689–1699.
<https://media.neliti.com/media/publications/173034-ID-potensi-destinasi-wisata-di-indonesia-me.pdf>
- Sihotang, D. S., & Hidir, A. (2022). Strategi Pengelolaan Ekowisata Berbasis Joint Tourism Pada Objek Wisata Sungai Gagak di Desa Koto Mesjid, Kabupaten Kampar, Riau. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 3(1), 1–15.
- <https://doi.org/10.36256/ijtl.v3i1.171>
- Sjamsir, Z. (2017). *Pengembangan pertanian dalam Pusaran Kearifan Lokal* (R. Patta (ed.)). CV Sah Media.
- Supriyanto, W., & Iswandari, R. (2017). Kecenderungan Sivitas Akademika dalam Memilih Sumber Referensi untuk Penyusunan Karya Tulis Ilmiah di Perguruan Tinggi. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 13(1), 79.
<https://doi.org/10.22146/bip.26074>
- Utama, B., & Ruspindi, J. I. W. (2015). *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia: Solusi masif Pengentasan Kemiskinan* (S. Rizky (ed.); 1st ed.). Deepublish.
- Widyarini, I. G. A., & Sunarta, I. N. (2019). Dampak Pengembangan Sarana Pariwisata Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Di Wisata Alam Air Panas Angseri, Tabanan. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 6(2), 217.
<https://doi.org/10.24843/jdepar.2018.v06.i02.p03>