

# PENGEMBANGAN EDUWISATA PERTANIAN DI TAMAN AGRO INOVASI BOGOR

## (DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL EDUCATIONAL TOURISM IN AGRO INNOVATION PARK, BOGOR)

**Amanda Amelia Ismail<sup>1</sup>, Riza Firmansyah<sup>1\*</sup>, Tika Tresnawati<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Pariwisata, Universitas Pancasila, Indonesia.

<sup>2</sup>Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian (BBP2TP) Kementerian Pertanian, Indonesia.

\*[rfirmansyah@univpancasila.ac.id](mailto:rfirmansyah@univpancasila.ac.id)

### **Abstract**

*Tourism activities are to spend free time and vacations to relieve fatigue and increase knowledge and gain insight into education outside of public schools. Edu-tourism is a mixture of tourism and educational activities. One place that provides educational tours is the Agro Innovation Park, or Tagrinov. Tagrinov must revive sensations and experiences that can generate interest in revisiting tourists after being satisfied with previous visits because the experience felt by tourists is one of the considerations for visitors when choosing tourism activities. Therefore, experience measurement can be measured by Experiential Marketing which includes components of Sense, Feel, Think, Act, and Relate. The edu-tourism development strategy that Tagrinov has to implement is to make the landscape even more attractive by creating photograph corners, increasing the number of exciting events, and adding activities that involve visitors. In addition, carry out intensive promotions to the community, make several tour packages by visiting groups, make official products/souvenirs, repair bulletin boards/explanations, continue to hold invitations/publicize innovation results by inviting high-ranking officials, and propose additional management human resources to government/institution. It was making landscapes and activities more attractive to visitors to come back despite the pandemic and grouping plant species that are strong against extreme weather and those that are not strong against severe weather. Take advantage of the pandemic situation to improve the HR management structure, interpretation boards, and marketing activities and design tour package activities according to the characteristics of the visit.*

**Keywords:** *Tourism Education, Development, Sense, Feel, Think, Act, Relate.*

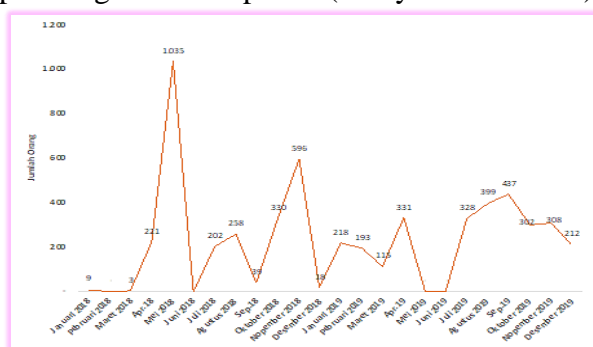
### **Abstrak**

Kegiatan pariwisata bukan hanya untuk menghabiskan waktu luang dan berlibur menghilangkan penat, namun juga menambah pengetahuan serta mendapat wawasan pendidikan di luar sekolah umum. Upaya untuk memenuhi minat tersebut maka dibentuklah tempat rekreasi yang didalamnya terdapat unsur eduwisata. Eduwisata ialah campuran antara kegiatan wisata dan pendidikan. Salah satu tempat yang menyediakan wisata edukasi ialah Taman Agro Inovasi atau biasa disebut Tagrinov. Tagrinov harus membangkitkan kembali sensasi serta pengalaman yang dapat memunculkan minat berkunjung ulang wisatawan setelah merasa puas oleh kunjungan sebelumnya, karena pengalaman yang dirasakan oleh wisatawan menjadi salah satu pertimbangan pengunjung saat memilih kegiatan wisata maka dari itu pengukuran pengalaman dapat diukur dengan Experiential Marketing yang didalamnya terdapat komponen Sense, Feel, Think, Act, Relate. Strategi pengembangan eduwisata yang harus diterapkan oleh Tagrinov adalah membuat landscape lebih menarik lagi dengan membuat photograph corner, memperbanyak pengadaan kembali event-event menarik, dan menambahkan kegiatan yang melibatkan pengunjung. Selain itu, melakukan promosi yang intensif kepada masyarakat, membuat beberapa paket wisata sesuai dengan kelompok kunjungan, membuat produk resmi/souvenir, memperbaiki papan pengumuman/ penjelasan, terus mengadakan pengundangan/ mempublikasikan hasil inovasi dengan cara mengundang pejabat tinggi, serta mengajukan penambahan SDM pengelolaan kepada pemerintah/ lembaga. Membuat landscape dan kegiatan yang lebih menarik pengunjung untuk datang kembali walaupun adanya pandemi dan Mengelompokkan jenis tanaman yang kuat terhadap cuaca ekstrim dan yang tidak kuat dengan cuaca ekstrim. Memanfaatkan keadaan pandemi untuk memperbaiki struktur pengelolaan SDM, papan-papan intepretasi, dan kegiatan pemasaran serta merancang kegiatan paket wisata yang sesuai dengan karakteristik kunjungan.

**Kata kunci:** Edukasi wisata, Pengembangan, Sense, Feel, Think, Act, Relate.

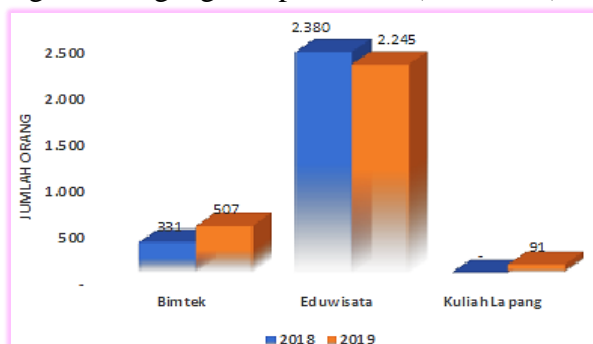
## PENDAHULUAN

Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian Kota Bogor (BBP2TP) adalah Unit Pelaksana Teknis (UPT) di bidang pengkajian dan pengembangan teknologi pertanian yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Badan Litbang Pertanian di seluruh Indonesia. BBP2TP membangun Taman Agro Inovasi Bogor atau biasa disebut Tagrinov yang didefinisikan sebagai *display* teknologi inovatif pemanfaatan lahan pekarangan yang terkonsep dalam bentuk taman, di dalamnya mencerminkan penataan area lahan pekarangan secara optimal (Wahyudi *et al.* 2019).



Gambar 1 Jumlah Kunjungan Tagrinov Tahun 2018-2019  
Sumber: Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian, Kementerian Pertanian

Terlihat pada grafik jumlah kunjungan wisatawan ke Tagrinov, jumlah pengunjung di tahun 2018 mencapai 2.711 orang sedangkan tahun 2019 mencapai 2.843 orang. Ragam aktivitas di Tagrinov meliputi 838 orang atau 15,09% mengikuti kegiatan bimbingan teknis, 4.625 orang atau 83,27% mengikuti kegiatan eduwisata, dan 91 orang atau 1,64% mengikuti kegiatan magang dan penelitian (Gambar 2).



Gambar 2 Keragaman Tujuan Kunjungan Tagrinov tahun 2018-2019

Sumber: Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian, Kementerian Pertanian

Tujuan aktivitas yang paling diminati ialah rangkaian kegiatan eduwisata untuk mendapatkan pengalaman edukasi, maka dari itu Tagrinov ini menjadi salah satu kebun yang prospektif untuk dikembangkan sebagai model eduwisata andalan Kementerian Pertanian.

Undang-undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, menyebutkan bahwa Kepariwisata berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Pokok intelektual yang disebutkan pada pasal tersebut menggambarkan bahwa kegiatan pariwisata bukan hanya untuk menghabiskan waktu luang dan berlibur menghilangkan penat, namun juga menambah pengetahuan serta mendapat wawasan pendidikan di luar sekolah umum. Sebagai upaya untuk memenuhi minat tersebut maka dikembangkanlah eduwisata.

Eduwisata dapat digambarkan sebagai sub sektor yang terdapat di industri pariwisata yang didalamnya ialah campuran antara kegiatan wisata dan pendidikan. Rodger (tahun berapa?, dalam Sujarwo *et al.*, 2017) mengemukakan bahwa eduwisata atau pariwisata pendidikan dimaksudkan sebagai suatu program di mana peserta kegiatan wisata melakukan perjalanan wisata pada suatu tempat tertentu dalam suatu kelompok dengan tujuan utama mendapatkan pengalaman belajar secara langsung terkait dengan lokasi yang dikunjungi.

Objek pada kegiatan eduwisata melingkupi alam, lingkungan budaya, sosial masyarakat, serta pemanfaatan lahan. Tagrinov terdiri dari dua komponen kegiatan, yakni:

1. *Display* taman yang menampilkan penataan layout suatu lokasi dengan memperhatikan lima fungsi pemanfaatan lahan pekarangan, yakni: warung hidup, bank hidup, lumbung hidup, tanaman obat keluarga, dan estetika.
2. *Display* teknologi, menampilkan implementasi teknologi inovatif yang melekat pada aktivitas kegiatan: penggunaan media tanam, penerapan pola tanam, cara budidaya, penanganan hama penyakit, sistem irigasi, pemupukan, dan pembibitan.

Suwantoro (tahun berapa? dalam Prastanti 2015) mengklasifikasikan wisata edukasi menjadi empat jenis, yaitu wisata Edukasi *science* / ilmu pengetahuan, Wisata Edukasi *Sport* / Olahraga, Wisata Edukasi *Culture* / Kebudayaan, Wisata Edukasi Agrobisnis. Dari empat jenis eduwisata yang tertera, Taman Agro Inovasi termasuk dalam jenis wisata edukasi agrobisnis dan salah satu jenis wisata pendidikan yang mempunyai prinsip beserta potensi menunjang dan melibatkan pengunjung adalah jenis agribisnis ataupun agrowisata. Agrowisata berkembang pada daerah yang memiliki potensi pertanian yang sudah dibudidayakan oleh masyarakat sebagai pendorong perekonomian rakyat. Beda halnya dengan eduwisata, agrowisata meliputi serangkaian kegiatan pedesaan yang membutuhkan kawasan yang luas namun kegiatan eduwisata ini dapat dilakukan dimanapun tanpa menggunakan lahan yang luas.

Kegiatan bercocok tanam/pertanian semakin jarang diminati oleh generasi muda, maka dari itu diperlukan pengembangan yang baik dan benar agar dapat mengajak lagi segment generasi muda untuk kembali meminati kegiatan edukasi pertanian di Taman Agro Inovasi agar pemanfaatannya pun terlaksanakan dengan baik. Untuk dapat menarik minat wisatawan agar mau berkunjung kembali, maka pihak pengelola Taman Agro Inovasi harus bisa meningkatkan pelayanan serta sarana dan prasarana agar nantinya memberikan pengalaman bagi wisatawan saat berkunjung serta agar dapat mengikuti perubahan-perubahan yang terjadi secara cepat dan dinamis pada masa pandemi ini.

Kondisi Tagrinov dari sisi *layout, event* dan juga pelayanan perlu diperbarui dan juga ditingkatkan kembali. Hal tersebut penting untuk meningkatkan minat dan pengalaman berkunjung ulang. Pengalaman yang dirasakan oleh wisatawan menjadi salah satu pertimbangan pengunjung saat memilih kegiatan wisata. Oleh karena itu pengukuran pengalaman dapat menggunakan *Experiential Marketing* yang terdiri atas komponen *Sense, Feel, Think, Act, Relate*.

Pengembangan potensi adalah salah satu strategi yang digunakan untuk memperbaiki objek atau daya tarik wisata sesuai dengan kelebihanannya sehingga dapat berkembang dengan tujuan yang diinginkan. Dengan demikian pengembangan pariwisata dapat diartikan sebagai sebuah proses

untuk mengembangkan destinasi, kawasan serta usaha pariwisata menjadi lebih baik sehingga dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak, terutama bagi masyarakat. Jika membahas pengembangan tentu saja akan menjadi pembahasan yang sangat luas maka dari itu penulis menyempitkan pembahasan dengan menganalisis hubungan *Marketing Experiential* dan minat berkunjung ulang terlebih dahulu, lalu akan dilanjutkan dengan analisis SWOT untuk mengetahui strategi apa yang harus dikembangkan kembali di Tagrinov BBP2TP. Tujuan penelitian ini adalah (1) Unsur wisata edukasi apa saja yang ada pada Taman Agro Inovasi. (2) Bagaimana strategi pengembangan wisata edukasi yang sesuai dengan *Experiential Marketing* pada kegiatan wisata edukasi di Taman Agro Inovasi.

## **METODE**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian *mix methods* yaitu penelitian yang menggabungkan metode kuantitatif dan metode kualitatif. *Mix methods* merupakan pendekatan penelitian yang mengkombinasikan antara penelitian kualitatif dengan penelitian kuantitatif (Cresswell 2010). Menurut Sugiyono (2017) metode penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliabel, dan objektif. Terdapat dua model dalam penelitian *mix methods*, yaitu *sequential* (berurutan). Metode *sequential* adalah suatu prosedur penelitian dimana peneliti menggabungkan hasil penelitian dari satu metode ke metode yang lain.

Penggabungan metode ini dilakukan secara berurutan dalam waktu yang berbeda. Model *mix methods* yang digunakan pada penelitian ini adalah model *sequential* dengan menggunakan pendekatan *explanatory*, yaitu data dan analisis kuantitatif pada tahap pertama, dan diikuti pengumpulan dan analisis data kualitatif pada tahap kedua, guna memperkuat hasil penelitian kuantitatif yang dilakukan pada tahap pertama (Cresswell 2010).

Metode Penelitian Kualitatif pada tahap ini berperan untuk membuktikan, memperdalam, memperluas, memperlemah dan menggugurkan data kuantitatif yang telah diperoleh pada tahap awal (Sugiyono 2017). Untuk itu analisis yang digunakan pada tahap ini adalah dengan menggunakan

pendekatan Matriks *Strength, Weakness, Opportunities and Threats* (SWOT). Penggabungan data kuantitatif dengan data kualitatif ini biasanya didasarkan pada hasil-hasil yang telah diperoleh. Pada penelitian ini, data kualitatif digunakan untuk menjelaskan data kuantitatif. Hasil yang didapat dari metode kuantitatif mengenai minat kunjungan ulang dipetakan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman melalui analisis SWOT. Metode kualitatif menggunakan instrumen wawancara mendalam terhadap pengelola/pengurus untuk memperoleh segala kekurangan, kelebihan, peluang maupun ancaman yang terdapat di Taman Agro Inovasi. Prioritas utama pada penelitian ini ialah pada tahap kedua yang nantinya akan menghasilkan strategi pengembangan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Taman Agro Inovasi adalah display teknologi inovatif pemanfaatan lahan pekarangan Badan Litbang Pertanian, Kementerian Pertanian yang difungsikan sebagai tempat edukasi dan pembelajaran mengenai penataan area lahan pekarangan secara optimal. Tagrinov terdiri dari dua komponen kegiatan, yakni: pertama, display taman yang menampilkan penataan layout suatu lokasi dengan memperhatikan lima fungsi pemanfaatan lahan pekarangan, yakni: warung hidup, bank hidup, lumbung hidup, tanaman obat keluarga, dan estetika. Komponen kedua, display teknologi, menampilkan implementasi teknologi inovatif yang melekat pada aktivitas kegiatan: penggunaan media tanam, penerapan pola tanam, cara budidaya, penanganan hama penyakit, sistem irigasi, pemupukan, dan pembibitan.

Aktivitas Taman Agro Inovasi adalah melakukan layanan kegiatan pendampingan teknologi inovatif pemanfaatan lahan pekarangan di bidang komoditas tanaman pangan, perkebunan, hortikultura, dan peternakan; dengan maksud agar teknologi diterapkan sesuai dengan rekomendasi. Jenis layanan yang dilakukan antara lain: eduwisata, bimbingan teknis, kegiatan PKL/Magang/Penelitian, dan kegiatan pendampingan dengan latar belakang peserta yang beragam.

### Kegiatan eduwisata

1. Pemaparan mengenai teknologi pertanian serta jenis tanaman Inovasi teknologi pertanian

berperan penting dalam meningkatkan produktivitas pertanian, dengan adanya teknologi ini penggunaan pestisida dan bahan kimia lainnya dapat lebih terarah dan efisien, sehingga mengurangi dampak negatif bagi lingkungan dan diharapkan akan dapat meningkatkan kualitas hasil pertanian, serta memudahkan bagi para pengelola sektor pertanian untuk mendapatkan hasil kerja yang optimal. Memberikan pemahaman/materi terlebih dahulu mengenai teknologi pertanian, cara pembuatan media tanam, bibit tanaman hingga layout pemanfaatan lahan di Taman Agro Inovasi agar pengunjung memahami konsep dari pertanian itu sendiri dan pemanfaatan lahan pertanian.

2. Pembuatan Media Tanam

Media tanam merupakan salah satu faktor penting yang sangat menentukan dalam kegiatan bercocok tanam. Media tanam akan menentukan baik buruknya pertumbuhan tanaman yang pada akhirnya mempengaruhi hasil produksi. Jenis-jenis media tanam sangat banyak dan beragam. Setiap jenis tanaman membutuhkan sifat dan karakteristik media tanam yang berbeda. Taman Agro Inovasi memberikan pengunjung peluang untuk melakukan pembuatan media tanam secara langsung sesuai dengan materi yang telah dipaparkan sebelumnya.

3. Pendampingan Kegiatan Pertanaman

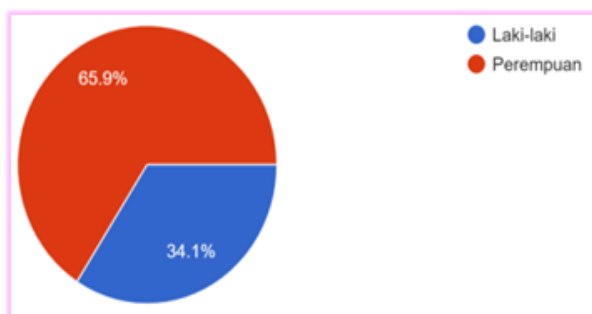
Pendampingan kegiatan ini dilakukan pada saat pengunjung diberi kesempatan agar menanam biji-biji tanaman yang telah disiapkan oleh pihak Taman Agro Inovasi dengan media tanam yang telah mereka buat sendiri. Kegiatan penanaman bibit ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat/pengunjung akan pentingnya menjaga dan melestarikan tanaman pada lingkungan.

4. Kegiatan Panen

Taman Agro Inovasi menyiapkan tanaman yang telah siap panen, agar pengunjung juga dapat belajar mengenai teknik panen tanaman yang benar agar tidak merusak tanaman itu sendiri. Hasil panen ini nantinya dapat dibawa oleh pengunjung sebagai souvenir hasil belajar edukasi pertanian di Taman Agro Inovasi.

## Profil Responden

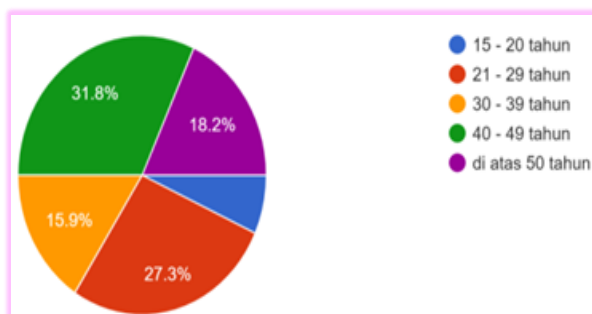
### 1. Jenis Kelamin



Berdasarkan hasil responden, Jenis kelamin pengunjung Taman Agro Inovasi yang menjadi responden didominasi oleh perempuan dengan persentase sebanyak 65,9% atau 29 responden dan laki-laki 34,1% dengan jumlah 15 responden.

Hal ini dikarenakan responden berjenis kelamin Perempuan cenderung menyukai hal-hal terkait tanaman/pertanian, cara budidaya dan pemanfaatan lahan pekarangan dibandingkan dengan responden laki-laki. Namun responden laki-laki biasanya berkunjung untuk melakukan penelitian pertanian/magang. Karena ketertarikan yang dihasilkan lebih kearah perempuan, maka strategi perencanaanya diarahkan kepada kelompok-kelompok wanita pertanian.

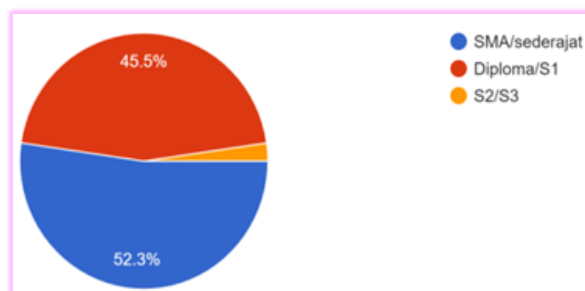
### 2. Usia



Berdasarkan hasil responden, terdapat 6,8% responden yang berusia 15-20 tahun dengan jumlah responden sebanyak 3 orang, lalu pada usia 21-39 tahun menempati persentase sebesar 27,3% atau 12 orang responden, pada usia 30-39 tahun sebesar 15,9% atau 7 orang, pada usia 40-49 tahun menempati persentase 31,8% atau 14 orang dan pada usia diatas 50 tahun menempati persentase sebesar 18,2%.

Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan Wisatawan yang berkunjung ke Tagrinov berusia 40-49 tahun, kemungkinan karena responden pada usia tersebut tidak memiliki banyak kegiatan. Selain itu juga responden ingin menghabiskan waktu luang dengan melakukan kegiatan pertanian yang nantinya dapat disalurkan kepada petani-petani muda di Indonesia.

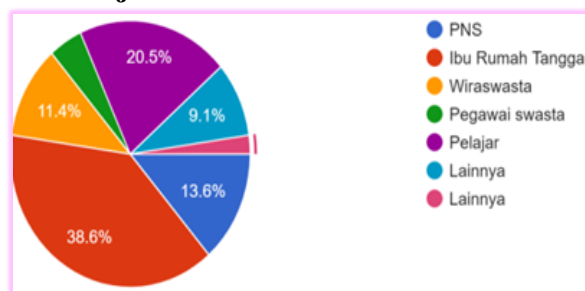
### 3. Pendidikan



Berdasarkan hasil responden, pendidikan pengunjung Tagrinov yang menjadi responden terbanyak adalah SMA/ sederajat dengan persentase 52,3% atau 23 reponden, lalu Diploma/S1 45,5% sebanyak 20 responden, dan S2/S3 2,3% sebanyak 1 responden.

Hal ini dikarenakan frekuensi kunjungan Tagrinov lebih banyak di KWT (Kelompok Wanita Tani) yang latar belakangnya bekerja sebagai ibu rumah tangga. Ada pula pengunjung yang pendidikan terakhirnya ialah Diploma/S1 hingga S2/S3 biasanya berkunjung untuk penelitian atau bertukar pikiran dengan pihak Tagrinov mengenai teknologi pertanian, karena Tagrinov ini ialah sebagai sumber informasi bagi segala kalangan. Maka strategi pengembangan eduwisata yang diarahkan harus sesuai dengan nalar dan daya tangkap tingkat SMA sederajat sebagai pengunjung terbanyak, agar mudah dipahami dan diserap.

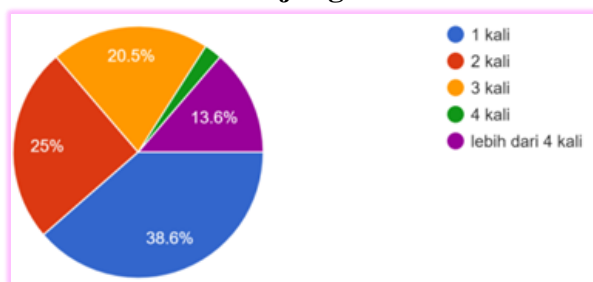
### 4. Pekerjaan



Berdasarkan hasil responden, pekerjaan pengunjung Tagrinov yang menjadi responden terbanyak adalah Ibu Rumah Tangga dengan persentase 38,6%, pelajar 20,5%, PNS 13,6%, Wiraswasta 11,4%, Pegawai swasta 4,5%, Lainnya 11,4%.

Hal ini sesuai dengan hasil presentase responden pendidikan yaitu ibu rumah tangga yang pendidikan akhirnya hanya hingga SMA/ sederajat, yang bersatu dalam satuan KWT (Kelompok Wanita Tani). Pada kelompok ini ada pula gabungan dengan petani dewasa yang dapat disebut GOPOKTAN. Jadi segala ilmu yang diambil dari Tagrinov sebetulnya akan diajarkan kembali kepada petani-petani muda di pedesaan. Maka strategi sasaran yang tepat khususnya para ibu rumah tangga muda sebagai sasaran pemasaran utama.

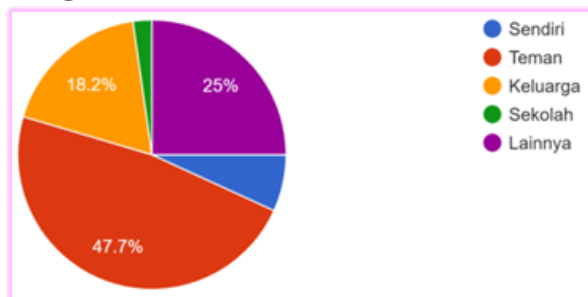
### 5. Frekuensi berkunjung dalam 1 tahun



Berdasarkan diagram responden, Frekuensi berkunjung dalam 1 tahun pengunjung Tagrinov yang menjadi responden terbanyak adalah 1 kali dengan persentase 38,6% dengan jumlah 17 responden, 2 kali 25% 11 responden, 3 kali 20,5% 9 responden, lebih dari 4 kali 13,6% 6 orang, 4 kali 2,3% 1 orang.

Hal ini dikarenakan banyak responden dapat melakukan kunjungan 1 kali saja dalam satu tahun dikarenakan adanya pembatasan jumlah kunjungan oleh pemerintah pada saat pandemi. Selain itu juga banyak pengunjung yang baru bergabung dengan kelompok wanita tani, sehingga banyak pengunjung yang baru pertama kali datang berkunjung ke tagrinov. Oleh sebab itu target strategi pengembangan yang tepat adalah untuk kunjungan yang tidak hanya sekali hadir, tapi mengarah pada kunjungan berkali-kali.

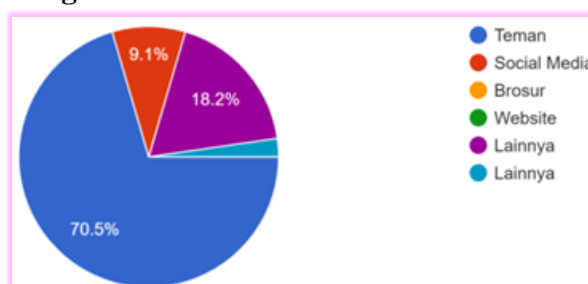
### 6. Bersama Siapa Berkunjung ke Taman Agro Inovasi



Berdasarkan diagram responden, Frekuensi berkunjung bersama ke Tagrinov dengan responden terbanyak adalah bersama teman dengan persentase 47,7% dengan jumlah 21 responden, lainnya 25% 11 responden, keluarga 18,2% 8 responden, sendiri 6,8% 3 orang, sekolah 2,3% 1 orang.

Hal ini dikarenakan para pengunjung memiliki agendanya masing-masing, seperti melakukan penelitian di taman agro inovasi bersama teman, belajar mengenai pertanian dengan kelompok, dan juga hanya sekedar minum atau makan di cafe dengan melihat keindahan *landscape* di Tagrinov.

### 7. Bagaimana mendapatkan info Taman Agro Inovasi



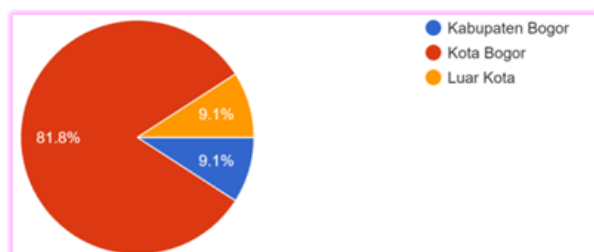
Berdasarkan diagram responden, Frekuensi dapatnya info mengenai Tagrinov responden terbanyak adalah dari teman dengan persentase 70,5% dengan jumlah 31 responden, lainnya 20,4% 9 responden, social media 9,1% 4 responden.

Hal ini dikarenakan tagrinov melakukan pelayanan yang maksimal agar pengunjung merasa nyaman dan melayani pengunjung sebagai keluarga, tujuannya agar pengunjung dapat menceritakan kembali apa yang telah dialami (*mouth to mouth*) di Tagrinov yang



nantinya akan menambah *engagement* kunjungan, hal ini sesuai dengan apa yang telah ditemukan oleh peneliti yaitu responden terbanyak yaitu pengunjung mendapatkan info Tagrinov dari teman.

## 8. Asal Daerah



Berdasarkan diagram responden, presentase berdasarkan asal daerah dengan responden terbanyak adalah dari Kota Bogor dengan persentase 81,8% dengan jumlah 36 responden, Kabupaten Bogor 9,1% 4 responden, Luar Kota 9,1% 4 responden.

Karena memang tagrinov terletak di pusat kota Bogor. Adapun pengunjung yang berdomisili di luar kota bogor ialah petani-petani yang sengaja ingin belajar eduwisata serta teknologi-teknologi pertanian yang berada di tagrinov untuk diimplementasikan pada daerahnya. Dengan demikian target pemasaran awal masih ditujukan pada masyarakat Bogor sekitar.

## Analisis Matrix SWOT

Rangkuti (2004) menjelaskan bahwa Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi harus menganalisa faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang saat ini.

Strategi pengembangan eduwisata di Taman Agro Inovasi dirumuskan melalui analisis SWOT yang meliputi analisis lingkungan internal dan analisis lingkungan eksternal. Untuk lebih jelasnya

analisis SWOT terhadap pengembangan eduwisata di Taman Agro Inovasi dapat diuraikan sebagai berikut:

### A. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan yang dimaksud dalam studi ini adalah potensi yang dimiliki untuk dikembangkan di masa yang akan datang. Adapun kekuatan yang mendukung untuk pengembangan eduwisata adalah:

1. Taman Agro Inovasi memiliki banyak unsur edukasi wisata antara lain:
  - a. Cara budidaya: Seperti pemupukan, pembibitan, media tanam, pola tanam, penanganan hama dan penyakit dan sistem irigasi.
  - b. Jenis Tanaman: pemahaman mengenai tanaman warung hidup (Tanaman yang mengakomodasi kebutuhan yang biasa dibeli sehari-hari di warung seperti sayuran, bumbu dapur, ternak kecil). Tanaman apotik hidup (Tanaman yang mengakomodasi jenis tanaman obat keluarga (TOGA), seperti sembung, tapak dara, mahkota dewa). Tanaman Lumbung hidup (mengakomodasi jenis tanaman karbohidrat, seperti ubi kayu, talas, jagung, kabocha), Tanaman Bank hidup (mengakomodasi tanaman tahunan yang menghasilkan uang, seperti duren, rambutan, mangga) dan juga tanaman Estetika/keindahan (untuk menambah keindahan taman, seperti anggrek, bunga sepuluh, krisan, kolam).
2. Penampilan tanaman yang berada di Taman Agro Inovasi sangat warna-warni dan indah. Faktor *sense* pada point ini sangat berhubungan bagi pengunjung memiliki minat kunjungan kembali
3. Pada pengaruh faktor *Sense* terhadap minat kunjungan point bentuk dari daun/batang/bunga yang Taman Agro Inovasi miliki terlihat unik, ini ialah kekuatan yang dapat dimanfaatkan.
4. Tekstur permukaan daun yang berambut/halus/unik, ini ialah kekuatan yang dapat dimanfaatkan pula bagi Taman Agro Inovasi.
5. Pada hubungan faktor *Sense* terhadap minat kunjungan point aroma dari daun/bunga/batang yang khas juga menjadi kekuatan yang dimiliki Taman Agro Inovasi.
6. Pada hubungan faktor *Sense* terhadap minat kunjungan point keindahan *landscape* yang dimiliki Taman Agro Inovasi mempengaruhi cukup kuat maka ini ialah kekuatan yang dapat dimanfaatkan.

7. Menyelenggarakan event/kegiatan yang menunjukkan atmosfer ramah dan nyaman (seperti pernikahan, acara komunitas, dll) dapat meningkatkan hubungan dalam ketertarikan pengunjung untuk berkunjung kembali.
8. Taman Agro Inovasi memperbolehkan pengunjung berinteraksi langsung (memegang, mengangkat, memetik) tanaman, dalam penelitian kuantitatif faktor *Feel* memiliki pengaruh yang cukup kuat, memiliki pelayanan yang baik dapat menimbulkan perasaan nyaman saat berkunjung.
9. Pengunjung mendapat pengalaman melakukan langsung kegiatan pertanian di Tagrinov, dalam penelitian kuantitatif faktor *Feel* memiliki pengaruh yang cukup kuat, memiliki pelayanan yang baik dapat menimbulkan perasaan nyaman saat berkunjung.
10. Taman Agro Inovasi membangun hubungan yang kuat terhadap pengunjung, dalam penelitian kuantitatif faktor *Feel* memiliki pengaruh yang cukup kuat, memiliki pelayanan yang baik dapat menimbulkan perasaan nyaman saat berkunjung.

### B. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan yang dimaksud dalam studi ini adalah kekurangan atau hambatan dalam pengembangan eduwisata di Taman Agro Inovasi. Adapun kelemahannya adalah:

1. Rendahnya kegiatan pemasaran, kegiatan promosi yang dilakukan kurang efektif dan selama ini promosi hanya melalui pembicaraan yang terjadi dari mulut ke mulut. Walaupun cara tersebut berhasil namun lebih baik lagi melakukan kegiatan promosi yang lainnya.
2. Belum adanya paket wisata yang dapat dilakukan di Taman Agro Inovasi.
3. Belum adanya produk/souvenir resmi yang di jual/diberikan di Taman Agro Inovasi, sebagai bentuk fisik yang dapat dibawa pengunjung.
4. Kurangnya papan pemberitahuan/papan interpretasi yang dapat membuat pengunjung kebingungan.
5. Kurangnya kegiatan mengundang/mempublikasikan hasil inovasi dengan cara mengundang pejabat tinggi. Agar nama Taman Agro Inovasi dan segala teknologi inovasi yang dikembangkan dapat diambil pembelajarannya.

6. Kurangnya SDM untuk mengelola Taman Agro Inovasi, banyak divisi yang belum terbentuk agar pelaksanaan Taman Agro Inovasi terlaksana dengan baik.
7. Dana pengelolaan yang minim/terbatas
8. Kurangnya penyelenggaraan tur kepada kelompok pengunjung dan memberi interpretasi terhadap detail inovasi yang ditampilkan, jenis tanaman yang dikembangkan dan mendemonstrasikan inovasi tersebut.

### C. Peluang (*Opportunity*)

Peluang yang dimaksud dalam studi ini adalah faktor pendukung dari pengembangan eduwisata di Taman Agro Inovasi. Adapun peluangnya adalah:

1. Taman Agro Inovasi ialah sebagai pusat sumber informasi, banyak stakeholder/pengunjung yang menganggap bahwa Taman Agro Inovasi ini sebagai tempat diskusi dan problem solving.
2. Memiliki jaringan lembaga riset sebagai *support system* keberlangsungan Taman Agro Inovasi
3. Menjadi wisata alternatif eduwisata bagi masyarakat.

### D. Ancaman (*Threat*)

Ancaman yang dimaksud dalam studi ini adalah faktor-faktor yang menghambat untuk pengembangan di masa yang akan datang. Adapun ancamannya adalah:

1. Terjadinya pandemi dalam jangka waktu yang panjang.
2. Adanya kebijakan pemerintah untuk pembatasan kunjungan
3. Faktor cuaca yang tidak dapat diprediksi

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan melalui analisis kuantitatif dan analisa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang diperoleh melalui audit internal dan eksternal, dapat diformulasikan alternatif strategi yang diambil. Formulasi strategi ini dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT Matriks.

### KESIMPULAN

Strategi pengembangan eduwisata yang dihasilkan yaitu mengembangkan serta mengoptimalkan kembali potensi eduwisata yang terdapat di Tagrinov, membuat landscape



lebih menarik lagi dengan membuat photograph corner, memperbanyak pengadaan kembali event-event menarik, dan menambahkan kegiatan yang melibatkan pengunjung. Selain itu, melakukan promosi yang intensif kepada masyarakat, membuat beberapa paket wisata sesuai dengan kelompok kunjungan, membuat produk resmi/souvenir, memperbaiki papan pengumuman/ penjelasan, terus mengadakan pengundangan/mempublikasikan hasil inovasi dengan cara mengundang pejabat tinggi, serta mengajukan penambahan SDM pengelolaan kepada pemerintah/lembaga. Membuat landscape dan kegiatan yang lebih menarik pengunjung untuk datang kembali walaupun adanya pandemi dan Mengelompokkan jenis tanaman yang kuat terhadap cuaca ekstrim dan yang tidak kuat dengan cuaca ekstrim. Memanfaatkan keadaan pandemi untuk memperbaiki struktur pengelolaan SDM, papan-papan intepretasi, dan kegiatan pemasaran serta merancang kegiatan paket wisata yang sesuai dengan karakteristik kunjungan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Creswell JW. 2010. *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.

Gustina L, Yasri Y, dan Engriani Y. (2019). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Obyek Wisata Pantai Air Manis Di Kota Padang. *Jurnal Praktik Bisnis*

Prastanti AN. 2015. 'Pemanfaatan Tempat Pembuangan Akhir (TPA) sebagai Objek Wisata Edukatif di Desa Sukoharjo Kecamatan Margorejo Kabupaten Pati'. *Jurnal Edu Geography*. Semarang: Fakultas Ilmu Sosial UNNES.

Rangkuti F. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Graedia

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung (ID): Alfabeta

Sujarwo S, Samsi I dan Wibawa L. 2017. 'Desain Model Wisata Belajar di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta Sebagai Laboratorium Luar Kampus'. Dalam *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Volume 4 (1), Hal. 90-100.

Undang-undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan 2009. Jakarta: Kementrian Hukum dan HAM RI.

Wahyudi *et al.* 2019. *Dukungan Inovasi dan Pendamping Pengembangan Model Kawasan Rumah Pangan Lestari Mendukung Ketahanan Pangan*. Laporan Akhir Kegiatan.

