

## **Pengembangan Agrowisata Pesuteraan Alam Sutera Sari Segara di Desa Sibangkaja, Kecamatan Abiansemal**

**Rahmat Effendi, I Made Narika Tenaya<sup>1)</sup>, I Made Sudarma<sup>2)</sup>**

Program Studi Agribisnis Program Pascasarjana Universitas Udayana

E-mail: effendi89rahmat@yahoo.com

<sup>1) 2)</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana, Bali, Indonesia

### ***Abstract***

*One alternative destination agrotourism in Bali is Agrowisata Pesuteraan alam Sutera Sari Segara located in the village Sibangkaja, District Abiansemal. The agrotourism is a potential to be developed in the world of tourism in Bali. Market segmentation is still dominated by 99 percent students are very massive factor in the development of the market in Bali. The purpose of this study was to determine the diversity of the work done by agrotourism, internal and external factors that influence the development of agrotourism, and alternative development strategies and priorities in agrotourism.*

*Respondents in this study were divided into two, namely the respondent's internal and external respondents. Internal respondents were employees of agrotourism taken by census and external respondents that visitors and government who have a relationship with agrotourism.*

*The results of research to get 5 alternative strategies with each priority and an alternative way of running the promotion of agrotourism by way of advertising and media selection through brochures, synergy between agrotourism and stakeholders by way of synergy between agrotourism with the private sector, the expansion of market segments using market segmentation way, improving the quality of HR by way of provision of qualified work force, and the quality of agrotourism attractions and silk fabric by setting quality standards.*

*Suggestions that can give authors in this study is the use of alternative strategies and priorities that are used to further develop agrotourism. Alternative promotion of agrotourism means of advertising that holds the highest value can be used to develop it is agrobusiness. Selection of media for advertising such as brochures media is the most efficient and effective way to convey information to tourists or potential tourists.*

## **Pendahuluan**

### **Latar Belakang**

Salah satu tujuan alternatif agrowisata di Bali adalah Agrowisata Pesuteraan alam Sutera Sari Segara yang terletak di desa Sibangkaja, Kecamatan Abiansemal. Agrowisata tersebut merupakan agrowisata yang sangat berpotensi untuk dikembangkan dalam dunia kepariwisataan di Bali. Segmentasi pasar yang masih didominasi oleh 99 persen pelajar dan mahasiswa merupakan faktor yang sangat masif dalam perkembangan pasar di Bali. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keragaman usaha yang dilakukan oleh agrowisata, faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan agrowisata, dan alternatif dan prioritas strategi pengembangan agrowisata pada agrowisata.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keragaman usaha yang dilakukan oleh Agrowisata Pesuteraan Alam Sutera Sari Segara, faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan Agrowisata Pesuteraan Alam Sutera Sari Segara, dan alternatif dan

prioritas strategi pengembangan agrowisata pada Agrowisata Pesuteraan Alam Sutera Sari Segara.

## Metode Penelitian

### Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Agrowisata Pesuteraan Alam Sutera Sari Segara dari bulan Januari sampai dengan bulan Maret 2014.

### Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi langsung ke agrowisata, wawancara mendalam dilakukan dengan *operational manager* sedangkan wawancara dengan menggunakan kuesioner terstruktur dilakukan terhadap semua responden penelitian yang berjumlah 20 orang, dan studi dokumentasi dilakukan dengan bantuan jurnal dan literatur.

### Teknik Pengambilan Sampel

Responden dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu responden internal yang merupakan karyawan agrowisata tersebut dan responden eksternal yang merupakan pengunjung dan *stakeholders* dari agrowisata tersebut. Penentuan responden dilakukan dengan cara *purposive*.

### Analisis Data

Penelitian ini menggunakan empat metode analisis data yang distrukturkan menjadi sebuah konsep yaitu: analisis deskriptif, analisis IE, analisis SWOT, dan analisis AHP.

## Hasil dan Pembahasan

### Kegiatan Usaha yang Dilakukan

Kegiatan usaha yang dilakukan pada Agrowisata Sutera Sari Segara dibagi menjadi tiga unit bisnis yang saling terintegrasi satu sama lainnya. Agrowisata ulat sutera, merupakan jualan utama dari agrowisata ini, atraksi yang ditawarkan sangat unik karena mengenai siklus hidup dari ulat sutera tersebut dengan tiket masuk untuk anak-anak Rp 10.000 dan dewasa Rp 20.000. Selain agrowisata ulat sutera, budidaya ulat sutera juga menjadi salah satu unit bisnis yang dijalankan di agrowisata ini. Dalam satu bulan agrowisata membudidayakan tiga boks telur ulat sutera yang berisi 25.000 butir telur dari jumlah tersebut persentase kehidupan (*mortaliti*) ulat sutera dalam satu boks adalah 80%, sehingga hanya dihasilkan 20.000 butir kokon. Hal ini disebabkan ulat sutera terutama ulat kecil rentan terkena penyakit. Untuk setiap boks dihasilkan 20.000 butir kokon dengan masing-masing seberat 2 g, dalam satu bulan agrowisata ini mampu menghasilkan 120 kg kokon dari tiga boks telur ulat sutera. Untuk membuat 1 kg benang sutera diperlukan 10 kg kokon, sehingga dari 120 kg kokon dapat menghasilkan 12 kg benang sutera setiap bulannya dengan harga rata-rata setiap kg benang sutera sebesar Rp 1.000.000. Terakhir adalah penenunan kain sutera yang dikerjakan dengan alat tenun bukan mesin (ATBM) dengan berbagai macam ukuran kain yaitu lebar 70 cm, 110 cm, 140 cm, 200 cm, dan 250 cm. Harga yang ditawarkan mulai dari Rp 400.000 sampai dengan Rp 1.000.000 per meter kain.

### Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Analisis faktor internal dan eksternal yang sudah dilakukan maka didapatkan hasil sebagai berikut.

Tabel 3.1 Faktor Internal

| No. | Faktor internal  |
|-----|--|
| 1   | Aksesibilitas agrowisata ulat sutera                                   |
| 2   | Keamanan lingkungan objek wisata dan sekitarnya                        |
| 3   | Atraksi agrowisata ulat sutera   |
| 4   | Penggunaan teknologi tradisional yang masih dipertahankan              |
| 5   | Memiliki tenaga kerja yang ahli dan kompeten dibidangnya masing-masing |
| 6   | Keunikan agrowisata peternakan ulat sutera                             |
| 7   | Efektifitas penggunaan lahan agrowisata                                |
| 8   | Fasilitas kamar mandi yang cukup dan bersih                            |
| 9   | Modal operasional yang sangat dijamin oleh <i>owner</i>                |
| 10  | Pendapatan yang semakin berkembang                                     |
| 11  | Segmentasi pasar yang masih terbatas kepada pelajar                    |
| 12  | Pelayanan yang masih belum maksimal                                    |
| 13  | Tempat parkir kurang   |
| 14  | Promosi yang dilakukan agrowisata masih kurang                         |
| 15  | Luas lahan pakan yang masih kurang                                     |
| 16  | Kebersihan lingkungan  |
| 17  | Keterampilan berbahasa asing karyawan                                  |
| 18  | Keterbatasan bahan baku benang sutera                                  |
| 19  | Kunjungan wisatawan yang tidak setiap hari ada                         |
| 20  | Jarak yang cukup jauh dengan pusat kota                                |

Tabel 3.2 Faktor Eksternal

| No. | Faktor eksternal  |
|-----|---|
| 1   | Terjalinnnya kerjasama pemerintah, investor dan masyarakat  |
| 2   | Jarak yang dekat dengan objek wisata lain   |
| 3   | Peran serta masyarakat yang mendukung keberadaan agrowisata   |
| 4   | Kunjungan wisatawan semakin meningkat   |
| 5   | Merupakan satu-satunya agrowisata pesuteraan alam di Bali   |
| 6   | Dampak positif agrowisata terhadap pendapatan masyarakat, perluasan infrastruktur dan konservasi lingkungan |
| 7   | Terjalinnnya hubungan yang baik antara agrowisata dengan wisatawan  |
| 8   | Sebagai alternatif tujuan pariwisata di Bali  |
| 9   | Harga yang terjangkau bagi wisatawan  |
| 10  | Terjalinnnya kerjasama pemerintah, investor dan masyarakat  |
| 11  | Segmentasi pasar yang masih kurang bervariasi   |
| 12  | Cuaca yang tidak menentu  |
| 13  | Persepsi masyarakat yang kurang paham terhadap agrowisata pesuteraan alam                                   |
| 14  | Persaingan antar agrowisata di Bali   |
| 15  | Jarak yang cukup jauh dari pusat keramaian  |
| 16  | Peran aktif antar <i>stakeholders</i> yang masih kurang   |
| 17  | Masih terbatasnya pemenuhan bahan baku benang sutera  |
| 18  | Regulasi mengenai benang sutera yang masih belum jelas dari pemerintah                                      |
| 19  | Wisatawan yang hanya terpusat di daerah Bali bagian selatan   |
| 20  | Promosi pemerintah terhadap pariwisata non pantai yang masih kurang maksimal                                |

**Alternatif dan Prioritas Strategi Agrowisata**

**Alternatif strategi agrowisata**

Alternatif strategi yang didapatkan pada Agrowisata Pesuteraan Alam Sutera Sari Segara adalah sebagai berikut

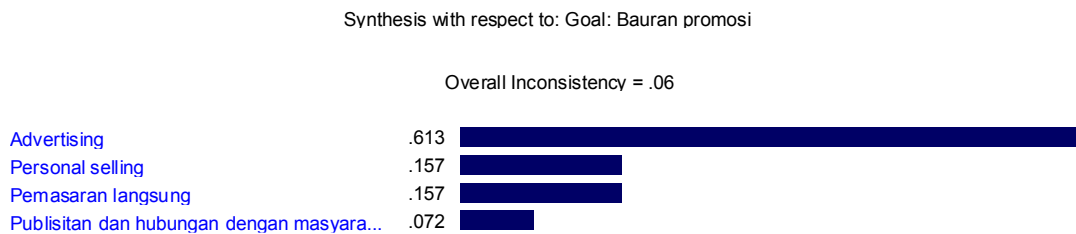
Tabel 3.3 Alternatif Strategi Agrowista

| No. | Strategi  | Matriks | Nilai |
|-----|---|---------|-------|
| 1   | Alternatif promosi agrowisata                     | W-O     | 1,74  |
| 2   | Sinergi antara agrowisata dan <i>stakeholders</i> | W-T     | 1,49  |
| 3   | Perluasan pangsa pasar                            | W-T     | 1,28  |
| 4   | Peningkatan kualitas SDM                          | S-T     | 1,15  |
| 5   | Meningkatkan kualitas agrowisata                  | S-O     | 1,10  |

**Prioritas strategi agrowisata**

**Alternatif promosi agrowisata**

Alternatif promosi agrowisata yang digunakan dalam menentukan prioritas pada strategi ini ada 2 jenis yaitu bauran promosi dan perencanaan promosi melalui media. Bauran promosi memiliki *item* yaitu *advertising*, *personal selling*, publisitas dan hubungan dengan masyarakat, dan pemasaran langsung. Penggunaan metode AHP dalam melakukan perbandingan berpasangan menggunakan Expert Choice 11 mempermudah dalam melakukan hal tersebut. Berikut adalah hasil dari perbandingan berpasangan yang telah dilakukan pada Gambar 3.1



Gambar 3.1 Prioritas Strategi pada Bauran Promosi

Pada Gambar 3.1 diatas menunjukkan bahwa nilai secara keseluruhan *inconsistency* 0.06 atau < 0.1 sehingga hasil penilaian dianggap memenuhi persyaratan *inconsistency* atau pembobotan dilakukan secara konsisten.

*Advertising* adalah komunikasi non personal untuk menyampaikan suatu informasi. Informasi ini umumnya bersifat persuasif dan bersangkutan paut dengan produk seperti barang-barang dan jasa-jasa atau berupa sebuah gagasan atau ide. Informasi pada Agrowisata Pesuteraan Alam Sutera Sari Segara disampaikan melalui berbagai media.

Berikutnya adalah perencanaan promosi melalui media yang digunakan oleh agrowisata dapat dilakukan perbandingan berpasangan yang *item-item* media yang digunakan adalah brosur, *website*, majalah, koran, dan radio. Pada Gambar 3.2 menunjukkan hasil dari perbandingan berpasangan untuk menentukan prioritas strategi yang akan dipilih menjadi media promosi.

Synthesis with respect to: Goal: Perencanaan pasar melalui media

Overall Inconsistency = .06



Gambar 3.2 Perencanaan Pasar Melalui Media

Pada Gambar 3.2 diatas menunjukkan bahwa nilai secara keseluruhan *inconsistency* 0.06 atau < 0.1 sehingga hasil penilaian dianggap memenuhi persyaratan *inconsistency* atau pembobotan dilakukan secara konsisten.

Brosur menjadi prioritas pilihan yang harus digunakan untuk melakukan promosi melalui media, dengan biaya brosur yang lebih murah sehingga dapat meminimalkan biaya operasional agrowisata. Selain murah, brosur juga lebih mudah dalam penyebaran informasinya hanya menggunakan selebaran kertas yang dapat dengan mudah dibaca oleh wisatawan maupun calon wisatawan.

**Sinergi antara agrowisata dan *stakeholders***

Sinergi antara agrowisata dan *stakeholders* merupakan salah satu faktor yang menjadi kendala dalam pengembangan agrowisata. Pada saat ini kurang dukungan yang dirasakan agrowisata dalam pemenuhan kokon yang masih tersendat. Agrowisata ini mengembangkan peternakan kokon untuk menunjang atraksi ulat sutera, pengembangan agrowisata ini sendiri dirasakan tidak cukup untuk pemenuhan atraksi yang berkelanjutan karena itu diharapkan pemerintah membantu dalam mengembangkan peternakan ulat sutera di tempat yang lain yaitu di daerah Jembrana. *Item* yang digunakan adalah sinergi antara agrowisata dengan masyarakat sekitar, sinergi antara agrowisata dengan pemerintah, dan sinergi antara agrowisata dengan pihak swasta atau agen wisata. Dari ketiga *item* tersebut diatas maka perbandingan berpasangan dapat ditarik prioritas pada Gambar 3.3 sebagai berikut.

Synthesis with respect to: Goal: Sinergi antara agrowisata dan *stakeholders*

Overall Inconsistency = .00



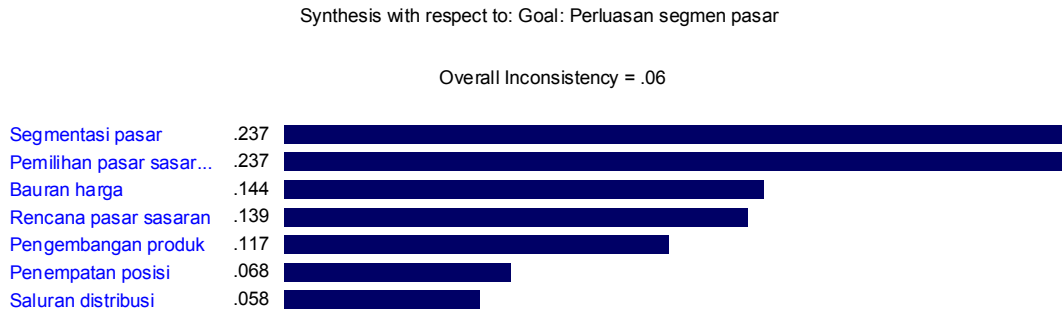
Gambar 3.3 Sinergi antara Agrowisata dan *Stakeholders*

Pada Gambar 3.3 diatas menunjukkan bahwa nilai secara keseluruhan *inconsistency* 0.00 atau < 0.1 sehingga hasil penilaian dianggap memenuhi persyaratan *inconsistency* atau pembobotan dilakukan secara konsisten.

Sinergi antara agrowisata dengan pihak swasta menjadi prioritas pilihan dalam mengembangkan agrowisata ini. Khususnya pada pihak agen wisata harus dikembangkan dengan konsep *mutualisme* yang berkelanjutan. Agrowisata harus menjaga hubungan dengan baik agar agen wisata nantinya dapat semakin banyak membawa pengunjung. Salah satu cara dalam sinergi yang terjadi adalah dengan memberikan potongan harga yang khusus untuk agen wisata apabila membawa pengunjung lebih dari target yang sudah disepakati bersama.

**Perluasan segmen pasar**

Penyusunan rencana pengembangan pasar yang dilakukan Agrowisata Pesuteraan Alam sutera Sari Segara berdasarkan konsep *target marketing*. *Item* pada perluasan segmen pasar adalah segmentasi pasar, pemilihan pasar sasaran, rencana pasar sasaran, penempatan posisi, pengembangan produk, bauran harga, dan saluran distribusi. Sedangkan, perbandingan berpasangan yang telah dilakukan dapat dilihat pada Gambar 3.5 berikut ini.



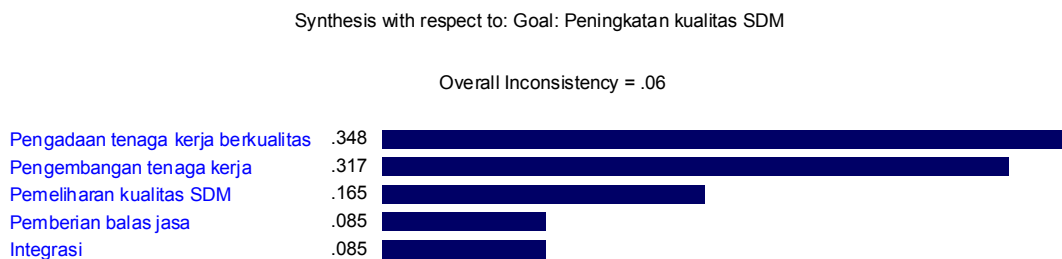
Gambar 3.5 Perluasan Segmen Pasar

Pada Gambar 3.5 diatas menunjukkan bahwa nilai secara keseluruhan *inconsistency* 0.06 atau < 0.1 sehingga hasil penilaian dianggap memenuhi persyaratan *inconsistency* atau pembobotan dilakukan secara konsisten.

Segmentasi pasar wisatawan agrowisata menjadi beberapa segmen yang memiliki karkteristik yang lebih homogen berdasarkan kriteria seperti asal wisatawan dan tingkat sosial ekonomi wisatawan.

**Peningkatan kualitas SDM**

Peningkatan kualitas sumberdaya manusia merupakan salah satu hal yang mendasar dan sangat penting untuk peningkatan pendapatan di Agrowisata Pesuteraan Alam Sutera Sari Segara. *Item* yang digunakan adalah pengadaan tenaga kerja berkualitas, pengembangan tenaga kerja, pemberian balas jasa, integrasi, dan pemeliharaan kualitas SDM. Dari *item-item* yang sudah ada maka prioritas strateginya dapat dilihat pada Gambar 3.6 sebagai berikut.



Gambar 3.6 Peningkatan kualitas SDM

Pada Gambar 3.6 diatas menunjukkan bahwa nilai secara keseluruhan *inconsistency* 0.06 atau < 0.1 sehingga hasil penilaian dianggap memenuhi persyaratan *inconsistency* atau pembobotan dilakukan secara konsisten.

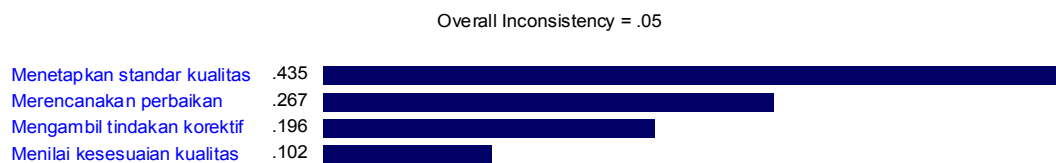
Pengadaan tenaga kerja yang berkualitas merupakan strategi yang sangat baik diterapkan. Pemilihan tenaga kerja yang berkualitas sesuai dengan kemampuan yang dimiliki

untuk bekerja di agrowisata. Pemilihan tenaga kerja yang menangani atraksi agrowisata harus seorang yang komunikatif dan tidak kaku, dengan demikian atraksi yang nantinya dijual akan berjalan dengan baik karena tenaga kerja yang menangani atraksi agrowisata terkesan ramah dan baik sehingga wisatawan akan merasa nyaman. Sedangkan untuk tenaga kerja yang menangani produksi kain sutera harus memiliki keuletan dan keterampilan dasar dalam menenun kain. Tenunan kain yang bagus dan berkualitas akan menambah pendapatan agrowisata, tentu saja hasil tenun yang bagus dan berkualitas dikerjakan oleh tenaga kerja yang sudah ahli dan berpengalaman dalam menenun.

### Meningkatkan kualitas agrowisata

Ada beberapa cara untuk dapat meningkatkan kualitas atraksi agrowisata dan kain sutera. *Item* yang di gunakan di dalam meningkatkan kualitas atraksi agrowisata dan kain sutera adalah menetapkan standar kualitas, merencanakan perbaikan, mengambil tindakan korektif, dan menilai kesesuaian kualitas. Pengambilan keputusan prioritas dapat dilihat pada Gambar 3.7 sebagai berikut.

Synthesis with respect to: Goal: Meningkatkan kualitas agrowisata dan kain sutera



Gambar 3.7 Meningkatkan Kualitas Atraksi Agrowisata dan Kain Sutera

Pada Gambar 3.7 diatas menunjukkan bahwa nilai secara keseluruhan *inconsistency* 0.06 atau  $< 0.1$  sehingga hasil penilaian dianggap memenuhi persyaratan *inconsistency* atau pembobotan dilakukan secara konsisten.

Menetapkan standar kualitas atraksi agrowisata dan kain sutera yang akan dibuat. Sebelum atraksi agrowisata dan kain sutera berkualitas dibuat oleh agrowisata, ada baiknya ditetapkan standar yang jelas batasannya untuk mempermudah pengendalian terhadap atraksi dan kain sutera yang di produksi oleh agrowisata.

## Simpulan dan Saran

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Kegiatan usaha yang dilakukan oleh Agrowisata Pesuteraan Alam Sutera Sari Segara adalah agrowisata, budidaya ulat setera, dan penenunan kain sutera.
2. Alternatif strategi pengembangan agrowisata pada Agrowisata Pesuteraan Alam Sutera Sari Segara secara berturut-turut adalah alternatif promosi agrowisata, sinergi antara agrowisata dan *stakeholders*, perluasan segmen pasar, peningkatan kualitas SDM, dan meningkatkan kualitas atraksi agrowisata dan kain sutera.
3. Prioritas strategi yang dapat dilakukan oleh Agrowisata Pesuteraan Alam Sutera Sari Segara adalah untuk alternatif strategi alternatif promosi agrowisata menggunakan cara *advertising* (periklanan) dengan media brosur sebagai prioritas tertinggi, sinergi antara agrowisata dan *stakeholders* dengan cara sinergi antara agrowisata dengan pihak swasta, perluasan segmen pasar menggunakan cara segmentasi pasar, peningkatan kualitas SDM dengan cara

pengadaan tenaga kerja yang berkualitas, dan kualitas atraksi agrowisata dan kain sutera dengan cara menetapkan standar kualitas.

### Saran

Saran yang dapat penulis berikan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alternatif dan prioritas strategi yang digunakan untuk dapat lebih mengembangkan agrowisata. Alternatif promosi agrowisata dengan cara *advertising* yang memegang nilai paling tinggi dapat digunakan untuk mengembangkan usaha agrowisata ini. Pemilihan media untuk beriklan seperti brosur merupakan media yang paling efisien dan efektif untuk menyampaikan informasi kepada wisatawan atau calon wisatawan.

### Daftar Pustaka

- Darmawan, D. P. 2013. *Decision Science: 21 Model untuk Pengambilan Keputusan Manajerial*. Liberty. Yogyakarta.
- Francis, J. R, Maydew, E. L, dan Spark, H. C. 1999. *The Role of Big 6 Auditors in the Credible Reporting of Accruals, Auditing: A Journal of Practice and Theory*.
- Guntoro, S. 1995. *Budidaya Ulat Sutera. Cetakan ke 8*. Kanisius. Yogyakarta
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. PT Prenhallindo. Jakarta
- Rangkuti, F. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama
- Saaty, T. 1993. *Pengenalan Metode AHP (Analytic Hierarchy Process)*. Available from URL: <http://www.syaifullah08.files.wordpress.com>. Accessed Desember 5<sup>th</sup> 2012.
- Salusu, J. 2000. *Pengambilan Keputusan Strategik: Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Saridarmini, N L A R. 2011. *Dampak Agrowisata Berbasis Modal dan Agrowisata Berbasis Masyarakat di Bali*. Program Pascasarjana Universitas Udayana. Denpasar.
- Susanti, I. A. M. 2013. *Strategi Pengembangan Pasar Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur*. Program Pascasarjana Universitas Udayana. Denpasar.
- Umar, H. 2005. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.