

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA STRAWBERRY STOP BERBASIS KEPUASAN PENGUNJUNG

Oleh:

Ida Ayu Satya Saraswati^{1*}, Nyoman Utari Vipriyanti²⁾, Cening Kardi³⁾
^[123]Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mahasaraswati

*Corresponding outthor :Idayusatyasaraswati@yahoo.co.id

ABSTRACT

The title of this research is "The development strategy of agro-based strawberry Stop visitor satisfaction". Strawberry is one commodity fruits subtropics the potential to be developed in Indonesia. This study aims to determine (1) How is the development of agro-tourism in the village Candikuning strawberry, sub Baturiti, Tabanan regency. (2) The constraints on the development of agro-tourism in the village Candikuning strawberry, Baturiti District, Tabanan.

The research location is determined by random sampling by the method specified in Candikuning village, Baturiti District, Tabanan. Respondents were randomly drawn 30 respondents, management, employees and respondents who visited the Agro Strawberry Stop in the village Candikuning.

The method used in this study is a survey and in-depth interviews using a questionnaire assistance. Data from surveys and interviews and then analyzed to obtain the formulation of strategies using analysis of strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT).

The results showed that there were 7 powers: the facilities provided complete, Attraction service very satisfying strawberry, strawberry agro adequate support facilities, processed fruit strawberry lots, affordable prices, and many strawberry agrotourism enthusiasts. 2 weaknesses: agrotourism location away from Denpasar, and high prices. 3 opportunities: bedugul is an area attraction, the policy on travel expenses according to the budget, and transportation to Denpasar north. 4 threats: natural disasters, economic crises, and the development of new tourist attraction.

Based on the results of the study suggest that the manager added amenities like gazebo to rest so that they can see the view of the gardens at the agro-tourism and more add strawberry Stop game facilities for children so tourists who visit can enjoy more comfortable for children children so as to satisfy the pengunjung both adults and children with the hope of helping to promote agro-tourism spot Strawberry Stop to friends or relatives.

Keywords: Strategy, Business Development, Agro, Strawberry, SWOT.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki kekayaan alam dan hayati yang sangat beragam. Kondisi agroklimat di wilayah Indonesia sangat sesuai untuk pengembangan komoditas tropis dan sebagian sub tropis pada ketinggian antara nol sampai ribuan meter di atas permukaan laut. Komoditas pertanian (mencakup tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, kehutanan, peternakan dan perikanan) dengan keragaman dan keunikannya yang bernilai tinggi serta diperkuat oleh kekayaan kultural yang sangat beragam berpeluang besar menjadi andalan perekonomian nasional.

Hortikultura meliputi buah-buahan, sayuran, tanaman obat, dan tanaman hias. Komoditas hortikultura yang sangat potensial untuk memasuki pasar internasional dan pasar lokal adalah buah-buahan. Selain merupakan penyedia vitamin dan mineral bagi tubuh, buah-buahan juga mempunyai peluang pasar yang baik. Peningkatan jumlah penduduk, peningkatan taraf penghasilan serta kesadaran masyarakat akan gizi berdampak positif terhadap peningkatan kebutuhan buah-buahan (Rahardi et al., 2003).

Strawberry merupakan salah satu komoditas buah-buahan subtropis yang sangat potensial untuk dikembangkan di Indonesia. Tanaman strawberry termasuk tanaman yang memiliki nilai ekonomi tinggi, daya tariknya terletak pada warna buah yang merah mencolok dan rasanya manis segar. Buah strawberry mempunyai peluang pasar yang semakin luas, karena buah subtropis ini tidak hanya dikonsumsi segar tetapi strawberry juga dapat diolah menjadi sirup, selai, dodol, manisan, jus, dan bahan baku pembantu pembuat es krim (Budiman dan Saraswati, 2006).

Kebutuhan buah strawberry dalam negeri masih dipenuhi oleh impor. Negara pengimpor buah strawberry segar ke Indonesia

antara lain Selandia Baru, Australia, Amerika Serikat, Kanada, Jepang, China, Belanda, dan Swiss. Selain mengimpor, Indonesia mengeksport strawberry ke negara-negara tetangga seperti Malaysia, Singapura, dan Brunei Darussalam. Pertanian di Bali mempunyai peranan yang sangat penting dan keterkaitan yang erat dengan sektor pariwisata Bali merupakan daerah agraris. Tabanan merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Bali.

Tabanan menghasilkan berbagai produk pertanian dan perkebunan seperti sayur-sayuran dan buah-buahan. Strawberry merupakan salah satu buah yang paling digemari untuk dikonsumsi. Kabupaten Tabanan memiliki sebuah danau dari empat buah danau yang ada di propinsi Bali, yaitu Danau Beratan yang terletak di kawasan Bedugul. Daerah Bedugul cukup terkenal di Kabupaten Tabanan karena memiliki objek wisata yang indah yaitu objek wisata Danau Beratan dan objek wisata Kebun Raya Eka Karya Bali. Bali sebagai daerah tujuan wisata, banyak ragam menawarkan objek wisata, salah satunya wisata petik strawberry di bedugul Bali.

Selama ini bedugul dikenal dengan keindahan alam dengan udara sejuk dan Danau Beratan dengan Pura Ulun Danu yang berada di tepi Danau Beratan. Keindahan alam sekitar yang didukung objek wisata Pura Ulun Danu Batur dan objek wisata petik strawberry sendiri ini, mampu mendatangkan banyak pelancong yang membuat agrowisata strawberry ramai didatangi pengunjung, sehingga memiliki nilai ekonomi tinggi. Perkembangan pariwisata yang sedemikian pesat dimanfaatkan untuk membuka lapangan kerja baru. Salah satu usaha yang dikembangkan adalah pembudidayaan strawberry yang mulai dibudidayakan pada tahun 1986 oleh petani di Bedugul tepatnya di Desa Candikuning selain rendah lemak dan kalori strawberry secara alami mengandung serat, vitamin C, asam folat, kalium, dan anti oksidan dalam jumlah tinggi.

Hasil produksi strawberry juga banyak di serap oleh kafe, restoran, hotel, swalayan, dan pasar tradisional. Dengan memperhatikan potensi pasar buah strawberry yang besar, maka pengembangan usaha strawberry memiliki peluang bisnis yang sangat prospektif. Di tambah lagi dengan permintaan dunia akan buah strawberry cenderung meningkat, sementara itu banyak pemilik kebun strawberry yang menawarkan paket wisata petik sendiri yang merupakan daya tarik tersendiri bagi para wisatawan yang masuk ke kebun strawberry dengan membayar dan memetik buah strawberry segar langsung dari pohonnya.

Paket wisata ini banyak diminati oleh wisatawan dan memberi banyak keuntungan bagi pemilik kebun. Dengan demikian peluang bisnis strawberry sangat menjanjikan, pangsa pasar masih terbuka lebar dan persaingan belum begitu ketat seperti buah-buahan ekspor lainnya. Pengembangan usaha komoditas strawberry ini sangat strategis untuk di kembangkan di samping karena usahatani ini sangat menguntungkan, tetapi juga dalam rangkaantisipasi terhadap permasalahan klasik yang di hadapi oleh sektor pertanian di Bali, dimana 1/3 lahan pertanian beralih fungsi menjadi perumahan, villa, dan lain-lain, termasuk pada lahan-lahan subur yang cocok untuk komoditas strawberry ini.

Di samping itu juga sebagai akibat masih lemahnya SDM petani khususnya di Bali sehingga skala usahanya masih kecil di tambah lagi dengan naiknya harga sarana produksi seperti : pupuk, bibit, obat hama, dan lain-lain. Berbagai hambatan ini mengakibatkan strawberry dari sentra-sentra produksi Baturiti, Bedugul maupun daerah Pancasari, Buleleng masih jauh dari mencukupi untuk memenuhi permintaan pasar yang besar baik di daerah Bali sendiri untuk Hotel, Supermarket, Restoran dan lain-lain. Kebutuhan pasar terhadap strawberry di masa yang akan datang menunjukkan kecenderungan yang semakin meningkat, namun di sisi lain masih di dimungkinkan perluasan

dan pengembangan areal tanam baik di Baturiti, Bedugul maupun di Pancasari, Buleleng.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengembangan agrowisata strawberry di desa Candikuning, kecamatan Baturiti, kabupaten Tabanan?
2. Apa saja kendala-kendala dari pengembangan agrowisata strawberry di desa Candikuning, kecamatan Baturiti, kabupaten Tabanan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat ditentukan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengembangan agrowisata strawberry di desa Candikuning, kecamatan Baturiti, kabupaten Tabanan.
2. Untuk mengetahui apa saja kendala-kendala dari pengembangan agrowisata strawberry di desa Candikuning, kecamatan Baturiti, kabupaten Tabanan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dan pengalaman mahasiswa di lapangan dalam mengkaji suatu permasalahan serta menganalisa untuk menghasilkan suatu informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan juga merupakan salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Pertanian (SP) pada Fakultas Pertanian Universitas Mahasaraswati Denpasar.
2. Sebagai bahan informasi dan bahan pertimbangan bagi petani dalam mengembangkan agrowisata strawberry.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

II. METODE PENELITIAN

2.1 Penentuan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Starwberry Stop di Desa Candikuning Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan. Pemilihan lokasi penelitian di tentukan dengan metode *purposive sampling* dengan dasar pertimbangan bahwa Starwberry Stop merupakan objek wisata salah satu agrowisata petik strawberry sendiri yang telah berkembang secara aktif sejak tahun 1970 sampai sekarang dan terletak di Desa Candikuning, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan.

2.2 Penentuan Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah management, karyawan dan responden yang berkunjung ke Agrowisata Strawberry Stop di Desa Candikuning selama 1 Bulan saat penelitian dilaksanakan yaitu Bulan Maret 2016. Responden ditetapkan secara *random sampling*. Menurut pengelola agrowisata strawberry stop, jumlah kunjungan perbulan rata rata 300 orang per bulan sehingga jumlah responden yang diambil sebesar 10 persen menjadi 30 orang responden.

2.3 Metode Pengumpulan Data

Data penelitian ini diperoleh dengan cara sebagai berikut :

1. Observasi (pengamatan) yaitu cara untuk memperoleh data dengan jalan mengadakan pengamatan secara langsung mengenai data yang di selidiki.
2. *Interview* (Wawancara), yaitu dengan teknik pengumpulan data dengan menggunakan tanya jawab kepada Strawberry Stop. Teknik pengumpulan data ini juga digunakan untuk melengkapi apabila ada jawaban responden terhadap kuisi yang di berikan kurang jelas.
3. Kuisi, yaitu teknik pengumpulan data dengan mempergunakan daftar pertanyaan.

2.4 Metode Analisis Data

Data yang telah terkumpul kemudian di olah dan selanjutnya dianalisis. Untuk mengetahui pengembangan agrowisata

strawberry pada masing-masing sentra produksi dengan menggunakan Analisis SWOT , dimana Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis di dalam manajemen perusahaan atau di dalam organisasi yang secara sistematis dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang matang untuk mencapai tujuan, baik itu tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang.

SWOT adalah singkatan dari:

- S = Strength (kekuatan).
- W = Weaknesses (kelemahan).
- O = Opportunities (Peluang).
- T = Threats (Ancaman).

Tabel 2.1 Analisis Swot

Eksternal	O Peluang (<i>Opportunity</i>)	T Ancaman (<i>Threats</i>)
Internal	Identifikasi faktor-faktor peluang	Identifikasi faktor-faktor ancaman
S Kekuatan (<i>Strength</i>)	STRATEGI SO	STRATEGI ST
Identifikasi faktor-faktor kekuatan	Memanfaatkan potensi untuk meraih peluang	Memanfaatkan potensi untuk menghadapi ancaman
W Kelemahan (<i>Weakness</i>)	STRATEGI WO	STRATEGI WT
Identifikasi faktor-faktor kelemahan	Mengatasi kelemahan untuk meraih peluang	Meminimalkan kelemahan untuk bertahan dari ancaman

2.5 Penjelasan dari Analisis SWOT

- Strength (S) yaitu analisis kekuatan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kekuatan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Yang perlu di lakukan di dalam analisis ini adalah setiap perusahaan atau organisasi perlu menilai kekuatan-kekuatan dan

kelemahan di bandingkan dengan para pesaingnya. Misalnya jika kekuatan perusahaan tersebut unggul di dalam teknologinya, maka keunggulan itu dapat di manfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat teknologi dan juga kualitas yang lebih maju.

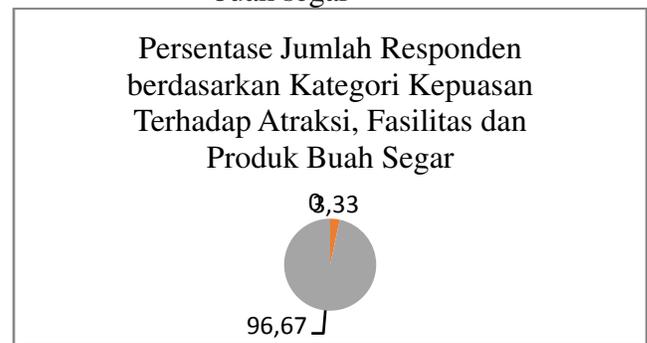
- Weaknesses (W) yaitu analisis kelemahan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Merupakan cara menganalisis kelemahan di dalam sebuah perusahaan ataupun organisasi yang menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan atau organisasi.
- Opportunity (O) yaitu analisis peluang, situasi atau kondisi yang merupakan peluang diluar suatu organisasi atau perusahaan dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi dimasa depan. Cara ini adalah untuk mencari peluang ataupun terobosan yang memungkinkan suatu perusahaan ataupun organisasi bisa berkembang di masa yang akan depan atau masa yang akan datang.
- Threats (T) yaitu analisis ancaman, cara menganalisis tantangan atau ancaman yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan ataupun organisasi untuk menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan pada suatu perusahaan atau organisasi yang menyebabkan kemunduran. Jika tidak segera di atasi, ancaman tersebut akan menjadi penghalang bagi suatu usaha yang bersangkutan baik di masa sekarang maupun masa.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Kepuasan Terhadap Produk Agrowisata

Persentase Jumlah Responden berdasarkan kategori kepuasan terhadap atraksi dan produk buah segar secara rinci dapat dilihat pada Gambar 3.1

Gambar 3.1 Persentase Jumlah Responden berdasarkan kategori kepuasan terhadap atraksi dan produk buah segar

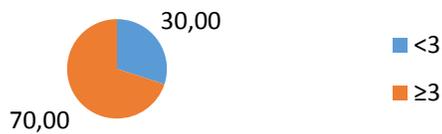


Berdasarkan Gambar 3.1 terlihat bahwa seluruh responden menyatakan bahwa fasilitas yang disediakan lengkap, buah dan olahan strawberrynya memiliki rasa yang enak. Produk Agrowisata yang dapat dinikmati pengunjung meliputi atraksi wisata, fasilitas dan aneka olahan buah strawberry. Hasil analisis terhadap tingkat kepuasan responden menunjukkan lebih dari 96,67 persen responden menyatakan bahwa atraksi di agrowisata strawberry menyenangkan dengan pelayanan sangat memuaskan dan buahnya bersih.

Presentase Jumlah Responden yang menyatakan Lokasi Agrowisata jauh dari Denpasar secara rinci dapat dilihat pada Gambar 3.2

Gambar 3.2 Presentase Jumlah Responden yang menyatakan Lokasi Agrowisata jauh dari Denpasar

Persentase Jumlah Responden yang menyatakan Lokasi Agrowisata jauh dari Denpasar



Berdasarkan Gambar 3.2 terlihat bahwa responden yang menyatakan bahwa lokasi yang di tempuh ke agrowisata jauh dari Denpasar sebesar 30 persen. Hal ini menjadi salah satu hambatan dalam pengembangan objek agrowisata tersebut. Jauhnya lokasi objek wisata akan memudahkan pesaing untuk mengembangkan objek agrowisata sejenis di lokasi yang lebih dekat dari pusat kota.

Persepsi Responden terhadap Tiket Masuk ke Strawberry Stop secara rinci dapat dilihat pada Gambar 3.3

Gambar 3.3. Persepsi Responden terhadap Tiket Masuk

Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Persepsi terhadap Harga Tiket Masuk



Berdasarkan Gambar 3.3 terlihat bahwa menunjukkan harga tiket masuk ke objek wisata agrotourism strawberry tidak menjadi hambatan bagi responden karena sebagian besar atau 80 persen responden menyatakan bahwa harga tiket masuk terjangkau. Hal ini berarti bahwa jumlah uang yang dikeluarkan responden sesuai dengan kepuasan yang diperoleh saat berkunjung. Namun demikian, responden menganggap bahwa harga buah strawberry petik relative mahal.

Persentase Jumlah Terhadap Harga Buah Strawberry secara rinci dapat dilihat pada Gambar 3.4

Gambar 3.4 Persentase Jumlah Terhadap Harga Buah Strawberry

Persentase Jumlah Responden Terhadap Harga Buah Strawberry

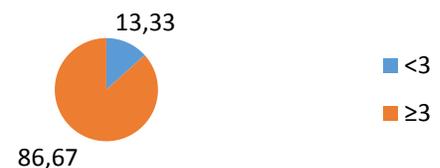


Berdasarkan Gambar 3.4 terlihat bahwa menunjukkan 33,33 persen responden tidak setuju terhadap pendapatan yang menyatakan bahwa harga strawberry petik di lokasi objek wisata adalah murah.

Persentase Jumlah Responden Terhadap Lokasi Agrowisata Strawberry secara rinci dapat dilihat pada Gambar 3.5

Gambar 3.5 Persentase Jumlah Responden Terhadap Lokasi Agrowisata Strawberry

Persentase Jumlah Responden Terhadap Lokasi Agrowisata Strawberry

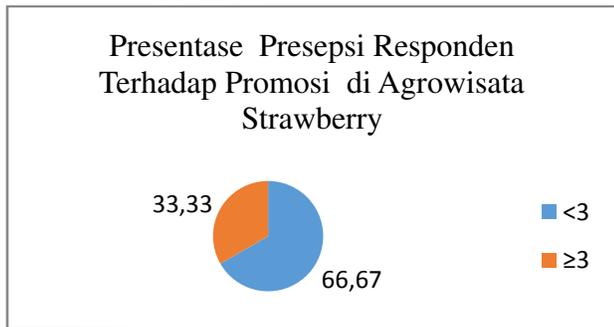


Berdasarkan Gambar 3.5 terlihat bahwa tempat agrowisata di strawberry stop ini memiliki tempat yang indah dan lokasi strawberry stop mudah dijangkau dengan wisatawan baik lokal maupun tidak lokal. Tempat agrowisata ini langsung berada di pinggir jalan besar jadi wisatawan mudah menemukan lokasi agrowisata strawberry stop. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan menyukai agrowisata strawberry karena lokasi yang mudah di temukan. Hanya

13.33 persen yang tidak menyukai agrowisata strawberry.

Presentase Responden Terhadap Promosi secara rinci dapat dilihat pada Gambar 3.6

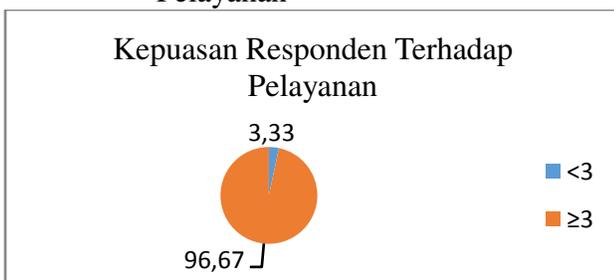
Gambar 3.6 Presentase Responden Terhadap Promosi



Berdasarkan Gambar 3.6 terlihat bahwa hasil analisis persepsi responden hampir 70 persen (66.67) persen responden menyatakan memilih objek wisata karena memberikan potongan harga. Hal ini menunjukkan strategi pemotongan harga merupakan strategi efektif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Kepuasan Responden Terhadap Pelayanan secara rinci dapat dilihat pada Gambar 3.7

Gambar 3.7 Kepuasan Responden Terhadap Pelayanan

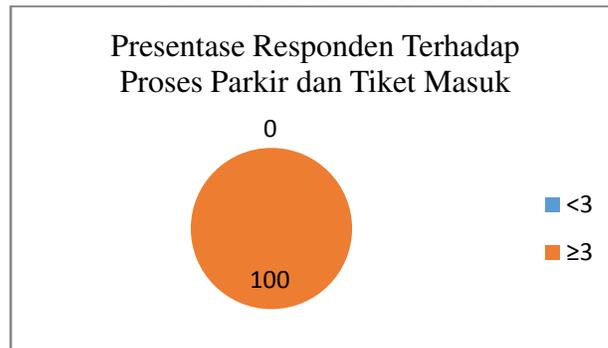


Berdasarkan Gambar 3.7 terlihat bahwa hampir 100 persen responden setuju bahwa pelayanan yang di berikan sangat memuaskan, ramah, baik, dan penjelasan yang di berikan oleh petani pada saat memetik strawberry sangat detail. Hal ini salah satu pendukung yang

menarik pusat perhatian wisatawan untuk datang ke objek wisata ini.

Presentase Responden Terhadap Proses Parkir dan Tiket Masuk secara rinci dapat dilihat pada Gambar 3.8

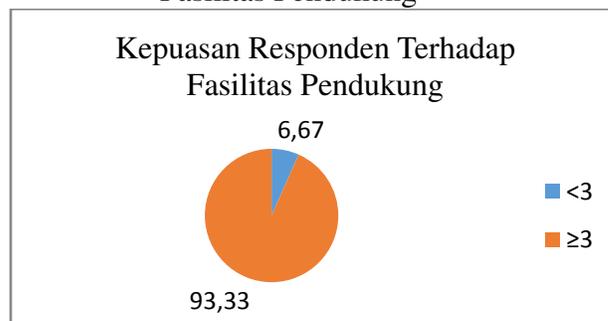
Gambar 3.8 Presentase Responden Terhadap Proses Parkir dan Tiket Masuk



Berdasarkan Gambar 3.8 terlihat bahwa seluruh responden merasa puas dengan proses saat memarkirkan kendaraan sangat baik dan proses pembayaran tiket masuk sangat mudah dan cepat. Hal ini memberikan nilai positif terhadap agrowisata strawberry stop, agar objek wisata ini lebih banyak lagi dikunjungi oleh wisatawan yang berkunjung.

Kepuasan Responden Terhadap Fasilitas Pendukung secara rinci dapat dilihat pada Gambar 3.9

Gambar 3.9 Kepuasan Responden Terhadap Fasilitas Pendukung



Berdasarkan Gambar 3.9 terlihat bahwa hanya 6.67 persen yang tidak puas dengan kondisi fasilitas objek wisata seperti parkir, toilet, restoran, dan kebun strawberry Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas secara umum yang ada dalam kondisi baik.

3.2 Strategi Pengembangan Agrowisata Strawberry

Berdasarkan hasil analisis maka dapat dirumuskan dengan Matriks Swot yang di tunjukan pada tabel 3.4 sebagai berikut :

Tabel 3.4 Matriks Swot Pengembangan Agrowisata Strawberry

IFAS	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan(<i>Weakness</i>)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas yang disediakan lengkap. 2. Pelayanan Objek Wisata Strawberry sangat memuaskan. 3. Fasilitas pendukung agrowisata strawberry memadai. 4. Olahan buah strawberry banyak. 5. Harga tiket terjangkau. 6. Peminat agrowisata strawberry banyak. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi agrowisata jauh dari Denpasar. 2. Harga tinggi.
EFAS	STRATEGI SO	STRATEGI WO
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Optimalisasi fasilitas yang disediakan lengkap di agrowisata strawberry. 2. Meningkatkan pelayanan objek wisata strawberry. 3. Meningkatkan frekuensi promosi ke hotel, dan bandara. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan diservisikasi produk olahan strawberry sehingga pengunjung dapat menikmati produk olahan dari agrowisata strawberry 2. Memanfaatkan lahan yang ada semaksimal mungkin dan semenarik mungkin untuk pengadaan fasilitas agar tidak merusak lingkungan mengingat lokasi berada di pinggir jalan dan untuk menarik perhatian wisatawan yang belum pernah mengunjungi maupun yang sudah.
Peluang (<i>Opportunity</i>)		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bedugul merupakan daerah objek wisata 2. Kebijakan mengenai biaya perjalanan sesuai budget 3. Sarana transportasi menuju Denpasar ke utara 		
Ancaman (<i>Threats</i>)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bencana alam. 2. Krisis ekonomi. 3. Pengembangan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyusun paket wisata dengan harga yang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerja sama dengan travel agent sehingga dapat menawarkan

objek wisata baru.	berbeda sehingga seluruh lapisan masyarakat dari golongan rendah hingga tertinggi dapat menikmati objek wisata strawberry. 2. Optimalisasi fasilitas untuk menghindari bencana melalui penyediaan informasi dan teknologi tentang bencana alam.	produk-produk dengan cara yang lebih menarik. 2. Peningkatan kualitas SDM melalui pelatihan-pelatihan mengenai penanganan bencana alam.
--------------------	--	--

3.3 Kendala-Kendala dari Pengembangan Agrowisata Strawberry

Hasil analisis swot menunjukkan kendala-kendala yang di hadapi agrowisata strawberry dalam proses pengembangan sebagaiberikut :

1. Lokasi objek wisata strawberry berada di perbukitan dengan tingkat kecuraman yang tinggi sehingga berpotensi untuk terjadi longsor pada saat musim hujan
2. Kegiatan berwisata sangat dipengaruhi oleh kondisi perekonomian masyarakat, melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dollar menyebabkan masyarakat berada pada kondisi ekonomi yang memburuk karena berbagai kebutuhan pokok menjadi lebih mahal. Menurunnya pendapatan masyarakat mempengaruhi untuk melakukan perjalanan wisata.
3. Perkembangan objek wisata strawberry di Desa Candikuning sudah sangat banyak sehingga sangat berpengaruh terhadap kujungan wisatawan lokal maupun mancanegara konsentrasi mereka akan terpecah ke tempat strawberry lainnya tidak hanya di stroberry Stop. Hal ini menunjukkan ancaman untuk objek wisata strawberry.
4. Dari kuisisioner yang telah dibagikan di Agrowisata Strawberry Stop responden atau pengunjung yang datang ke tempat Agrowisata ini baik lokal ataupun mancanegara sebagian besar responden berangkat dari daerah denpasar karena di Desa Candikuning tidak ada Hotel berbintang

sebagai tempat menginap para wisatawan. Jadi beberapa yang tidak mempunyai cukup waktu akan membatalkan kunjungannya.

5. Agrowisata strawberry stop dalam proses produksi melalui beberapa tahapan yaitu dari proses pembibitan, perawatan hingga pemasaran yang menghabiskan biaya operasional bahkan dalam kondisi cuaca buruk atau timbulnya hama pada bibit stroberry akan menimbulkan permasalahan yang menyebabkan petani merugi, hal inilah yang membuat harga stroberry semakin melambung tinggi.

IV PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan agrowisata strawberry adalah:
 - a. Mengoptimalisasi fasilitas dan meningkatkan pelayanan serta promosi objek wisata strawberry.
 - b. Melakukan diservikasi produk dengan memaksimalkan lahan yang ada,\.
 - c. Menyusun paket wisata dengan berbagai tingkat harga.
 - d. Bekerjasama dengan travel agent dan meningkatkan kualitas SDM.
2. Kendala-kendala dari pengembangan agrowisata strawberry:
 - a. Lokasi agrowisata strawberry jauh dari Denpasar.
 - b. Harga tinggi di Strawberry Stop.
 - c. Bencana alam, krisis ekonomi, dan pengembangan objek wisata baru.

4.2 Saran

1. Dalam rangka meningkatkan strategi pengembangan agrowisata strawberry penulis menyarankan pihak pengelola agar menambahkan fasilitas seperti gazebo untuk tempat beristirahat sehingga dapat melihat

pemandangan kebun-kebun di tempat agrowisata strawberry stop dan lebih menambahkan fasilitas permainan untuk anak-anak agar wisatawan yang berkunjung dapat menikmati fasilitas yang lebih nyaman untuk anak-anak sehingga dapat memuaskan para pengunjung baik dewasa maupun anak-anak dengan harapan dapat membantu untuk mempromosikan tempat agrowisata strawberry stop ke teman atau sanak saudara.

2. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam alat analisis dan jumlah responden oleh karena itu, disarankan kepada peneliti lain untuk mengembangkan penelitian dengan menambah responden dan mempertajam alat analisis.

DAFTAR PUSTAKA

- Edublogs.(2005). *Prinsip-prinsip Lingkungan Hidup*. Tersedia: <http://lingkungan.edublogs.org/2005/11/13/plh/> (23 Februari 2011). Diakses pada tanggal 10 Januari 2016
- BPS Provinsi. 2010. *“Perkembangan Pariwisata Bali Bulan April 2010”*. BPS Provinsi Bali : No. 23/06/51/Th. IV, 1 Juni 2010. Diakses pada tanggal 10 Januari 2016
- Budiman, S., dan Saraswati, D., 2008. *Berkebun Stroberi Secara Komersial*. Jakarta: Penebar Swadaya. Diakses pada tanggal 10 Januari 2016
- Budiman, Saraswati. 2006. *Berkebun Stroberi Secara Komersial*. Penebar Swadaya. Jakarta. Diakses pada tanggal 10 Januari 2016
- Damardjati, R.S. 1995. *Istilah-istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramitha. Diakses pada tanggal 10 Januari 2016
- Gunawan, L. W. 1996. *Strawberry*. Penebar Swadaya: Jakarta. <http://pariwisatadanteknologi.blogspot.co.id/2010/07/definisi-agrowisata.html>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2016

- Hunger, David K. dan Thomas L. Wheelen. 2003. *Manajemen Strategis*. Penerbit Andi: Yogyakarta. Diakses pada tanggal 10 Januari 2016
- Kurnia, agus. 2005. *Budidaya Strawberry*. Agromedia Pustaka, Jakarta. Diakses pada tanggal 10 Januari 2016
- Rahardi, F; Yovita Hety Indriyani dan Haryono. 2003. *Agribisnis Tanaman Buah*. Penebar Swadaya: Jakarta. Diakses pada tanggal 10 Januari 2016
- Rahmat Rukmana. 1998. *Nenas Budidaya dan Pascapanen*. Yogyakarta: Kanisius. Diakses pada tanggal 10 Januari 2016
- Rangkuti, F. 2008. *Analisa SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama. Diakses pada tanggal 10 Januari 2016
- Salusu, J., (1996), "*Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non-profit*", PT. Gramedia. Jakarta. Diakses pada tanggal 10 Januari 2016
- Soemadi W, 1997. *Stroberi Di Pot dan Kebun*. Aneka. Yogyakarta. Diakses pada tanggal 10 Januari 2016
- Sudiasa, 2005. *Definisi Agrowisata*. Diakses pada tanggal 10 Januari 2016
- Suta, I Nyoman. 2007. *Budidaya Tanaman Strawberry*. Tabanan, Bali. Diakses pada tanggal 10 Januari 2016
- Yoeti, O, A. (2000). *Ekowisata Pariwisata Berwawasan Lingkungan Hidup*. Jakarta: Pertja. Diakses pada tanggal 10 Januari 2016