Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi **e-ISSN**: 2549-4236, **p-ISSN**: 1411-8939
Lembaga Penellitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Vol 23, No 3 (2023): Oktober, 3306-3313
DOI: 10.33087/jiubj.v23i3.3882

Strategi Pengembangan Agrowisata Ladang Anggrek di Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur

Dina Mawarni Pakpahan, Teguh Soedarto, Ida Syamsu Roidah
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Correspondence: dinamawarnipakpahan@gmail.com, teguh_soedarto@upnjatim.ac.id, ida.syamsu.agribis.upnjatim.ac.id

Abstrak. Agrowisata merupakan salah satu alternatif pariwisata berkelanjutan yang memanfaatkan usaha pertanian (agro) sebagai objek wisata, dalam upaya pengembangan agrowisata dibutuhkan strategi yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa persepsi pengunjung dan memberikan strategi pengembangan untuk agrowisata. Teknik pengambambilan sampel secara *purposive sampling* dengan kriteria dan pertimbangan bahwa pihak tersebut mengetahui proses pengembangan agrowisata, serta informasi pendukung lainnya, responden dalam penelitian ini sebanyak 96 orang. Analisis data dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menyusun data ke dalam bentuk tabulasi. Hasil analisis kemudian dibuat interpretasinya secara deskriptif kualitatif. Pengembangan agrowisata dilakukan dengan metode analisis SWOT. Alternatif strategi yang diberikan yaitu meningkatkan kemampuan SDM, menambah sarana dan prasarana yang dapat mendukung konsep eduwisata dan melibatkan pemerintah dalam mempromosikan agrowisata ladang anggrek.

Kata kunci : strategi, agrowisata, ladang anggrek, SWOT

Abstract. *Agro-tourism is an alternative to sustainable tourism that utilizes agricultural business (agro) as a tourist object, in an effort to develop agro-tourism, the right strategy is needed. This study aims to analyze visitor perceptions and provide development strategies for agro-tourism. The sampling technique was purposive sampling with the criteria and consideration that the party knows the process of developing agro-tourism, as well as other supporting information, the respondents in this study were 96 people. Data analysis was carried out by collecting and compiling data in the form of tabulations. The results of the analysis are then interpreted in a descriptive qualitative manner. The development of agro-tourism is carried out using the SWOT analysis method. Alternative strategies given are increasing HR capabilities, adding facilities and infrastructure that can support the concept of edutourism and involving the government in promoting agro-orchid tourism.*

Keywords : *strategy, agro-tourism, orchid farming, SWOT*

PENDAHULUAN

Agrowisata atau wisata pertanian didefinisikan sebagai rangkaian aktivitas perjalanan wisata yang memanfaatkan sektor pertanian mulai dari awal produksi hingga diperoleh produk pertanian dalam berbagai sistem dan skala dengan tujuan untuk memperluas ilmu pengetahuan, pemahaman, pengalaman serta rekreasi di bidang pertanian (Pradipta, 2018). Pengembangan agrowisata di Indonesia terbilang cukup banyak dan mulai ada perkembangan hingga saat ini. Hal ini dapat dilihat dari daerah-daerah yang memiliki berbagai potensi alam khususnya di sektor pertanian untuk dijadikan wisata berbasis alam atau biasa disebut agrowisata.

Ladang anggrek salah satu objek wisata yang berada di Desa Lebaksono Kecamatan Pungging Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur merupakan perpaduan antara pariwisata dengan perkebunan tanaman anggrek dimana kegiatan tersebut dikombinasikan menjadi tempat destinasi yang mengutamakan tanaman anggrek serta wisata edukasi mulai dari bibit dalam botol, *seedling*, anggrek remaja, hingga berbunga. Agrowisata ladang anggrek memiliki kelebihan diantarannya memliki wisata tanaman hias khususnya tanaman anggrek yang dipadukan dengan pemandangan yang indah dan lokasi yang luas dan juga agrowisata ladang anggrek menjadi pusat grosir penjualan anggrek satu-satunya di wilayah Surabaya, Sidoarjo dan Gresik.

Agrowisata ladang anggrek dalam menjalani usahanya terdapat beberapa permasalahan yaitu banyaknya pesaing agrowisata di daerah sekitar seperti Trawas, Pacet, Pandaan dan Malang. Kurangnya promosi yang intens dari pihak marketing dalam mempromosikan agrowisata ladang anggrek melalui media sosial seperti facebook dan instagram juga menjadi permasalahan yang

dihadapi agrowisata ladang anggrek hingga saat ini, permasalahan lainnya yaitu lokasi agrowisata ladang anggrek memiliki cuaca yang panas dan terik sehingga kurang menarik bagi wisatawan yang ingin berkunjung. Sebagai tempat wisata yang baru dikelola diperlukan perencanaan dalam pengembangannya sehingga akan mampu menjaga keberlangsungan usaha agrowisata ladang anggrek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa persepsi pengunjung dan memberikan strategi pengembangan untuk agrowisata.

METODE

Penelitian ini akan dilaksanakan di agrowisata Ladang anggrek yang berlokasi di jalan Raden Patah Desa, Adi Sono, Lebaksono, Kecamatan Pungging, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur pada bulan Februari sampai bulan April 2023. Pemilihan lokasi penelitian ini ditentukan secara sengaja (*purposive)* dengan pertimbangan bahwa Ladang Anggrek merupakan salah satu agrowisata dengan komoditas utamanya tanaman anggrek yang menjadi daya tarik wisatanya yang berlokasi di Kabupaten Mojokerto. Sampel menurut sugiyono (2017) ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 5 orang dari pihak agrowisata, 90 orang dari pengunjung dan 1 orang dari pemerintah.

Analisis data dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menyusun data ke dalam bentuk tabulasi. Hasil analisis kemudian dibuat interpretasinya secara deskriptif kualitatif. Analisis data menggunakan matriks IFAS dan EFAS, Pengidentifikasian dalam pengembangan agrowisata dilakukan melalui metode analisis SWOT secara deskriptif kualitatif. Analisis SWOT merupakan analisis untuk merumuskan strategi pengembangan yang didasarkan pada upaya memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta mampu meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti, 2009). Tujuan dari menggunakan matrik SWOT adalah untuk menghasilkan strategi alternatif yang layak dan untuk mencocokkan dengan baik antara kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang memerlukan penilaian yang baik dan benar (David, 2011).

HASIL

Ladang anggrek merupakan tempat budi daya anggrek-anggrek Indonesia, yang difungsikan sebagai lokasi wisata, yang menawarkan wisata bunga anggrek dan tanaman hias, swalayan bunga, *amphitheater*, rumah makan, taman bermain, wisata edukasi bagi pelajar di lengkapi dengan fasilitas umum seperti toilet, musholla, tempat bermain bagi anak-anak serta area parkir yang sangat luas. Persepsi dari pengunjung merupakan salah satu upaya untuk mencapai keberhasilan dalam pengembangan suatu agrowisata. Pengelolaan yang melibatkan masyarakat dapat membantu berkembangnya wisata dan dapat saling menguntungkan antar pihak (Prasetyo *et al.,* 2019). Keterlibatan pengunjung dalam pengembangan dan pengelolaan agrowisata akan berdampak baik terhadap keberlanjutan agrowisata. Berikut tabel hasil persepsi pengunjung agrowisata ladang anggrek.

Tabel 1
Persepsi Pengunjung terhadap Kondisi Agrowisata

Kondisi Agrowisata	Responden (Orang)	Persentase (%)
Sejuk dan indah	42	47
Panas dan gersang	1	1
Tidak teratur	13	14
Biasa saja	34	38

Sumber: data olahan

Persepsi pengunjung terhadap kondisi agrowisata ladang anggrek 47% responden mengatakan kondisi agrowisata sejuk dan indah, 1% responden mengatakan kondisi agrowisata panas dan gersang, 14% responden mengatakan kondisi agrowisata tidak teratur dan 38% responden mengatakan kondisi agrowisata biasa saja. Berdasarkan hasil penelitian, persentase tertinggi mengenai persepsi pengunjung terhadap kondisi agrowisata yaitu sejuk dan indah dengan persentase 47%. Hal ini dikarenakan pengunjung dapat merasakan suasana yang sejuk saat berada di agrowisata dan pengunjung juga dapat menikmati pemandangan yang indah dari agrowisata ladang anggrek. Menurut Lebu *et al.,* (2019) lokasi agrowisata yang menawarkan pemandangan yang indah berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan.

Tabel 2
Persepsi Pengunjung terhadap Fasilitas Agrowisata

Fasilitas Agrowisata	Responden (Orang)	Persentase (%)
Bagus	38	42
Sangat bagus	4	4
Biasa saja	43	48
Kurang bagus	5	6

Sumber: data olahan

Persepsi pengunjung terhadap fasilitas agrowisata ladang anggrek 42% responden mengatakan bagus, 4% responden mengatakan sangat bagus, 48% responden mengatakan biasa saja dan 6% responden mengatakan kurang bagus. Berdasarkan persepsi pengunjung terhadap fasilitas agrowisata ladang anggrek persentase tertinggi 48% responden mengatakan fasilitas agrowisata ladang anggrek biasa saja. Fasilitas agrowisata merupakan hal yang sangat penting untuk tersedia dengan baik agar pengunjung dapat melakukan aktivitas wisatanya dengan lancar dan mudah sehingga memberikan kesan yang baik bagi wisatawan tersebut. Fasilitas juga merupakan salah satu faktor yang membuat pengunjung merasa puas, karena dengan adanya fasilitas yang lengkap di tempat agrowisata, pengunjung akan merasa nyaman selama berkunjung menurut Santoso dan Nadapdap (2019). Persepsi pengunjung memberikan pemahaman bahwa pengelola agrowisata ladang anggrek perlu memperhatikan ketersediaan dan kondisi fasilitas agar dapat memberikan manfaat kepada pengunjung.

Tabel 3
Persepsi Pengunjung terhadap Fasilitas Dikembangkan

Fasilitas Agrowisata yang Perlu Dikembangkan	Responden (Orang)	Persentase (%)
Peluasan jalan	1	1
Kebersihan toilet	26	29
Galeri anggrek	23	26
Taman bermain anak	36	40
Tempat makan	4	4

Sumber: data olahan

Fasilitas wisata merupakan pelengkap daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang sedang menikmati perjalanan wisata menurut Jayaprakash dan Mythili (2017). Persepsi pengunjung terhadap fasilitas agrowisata yang perlu dikembangkan 1% responden mengatakan perluasan jalan, 29% responden mengatakan perlunya perawatan dan kebersihan toilet, 26% responden mengatakan perlunya pengembangan galeri anggrek, 40% responden mengatakan perlunya pengembangan taman bermain anak dan 4% responden mengatakan perlunya pengembangan tempat makan. Berdasarkan persepsi pengunjung terhadap fasilitas agrowisata yang perlu dikembangkan persentase tertinggi 40% responden mengatakan perlunya pengembangan taman bermain anak. Hal ini sesuai dengan Palit *et al.,* (2017) yang menyatakan bahwa kondisi fasilitas yang tersedia harus dalam kondisi baik dan berfungsi dengan baik pula sehingga dapat digunakan oleh pengunjung.

Menurut Salim dan Siswanto (2019) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan alternatif strategi. Analisis faktor internal dan eksternal dilakukan dengan meninjau faktor-faktor yang terdapat didalam maupun diluar lingkungan agrowisata ladang anggrek yang berpengaruh terhadap strategi pengembangan agrowisata.

Faktor internal agrowisata ladang anggrek di Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur

Kekuatan:

1. Tiket masuk yang ditawarkan relatif murah, harga tiket yang di tawarkan di hari biasa untuk dewasa Rp 5.000 dan untuk anak-anak Rp 5.000. Harga tiket di hari sabtu/ minggu/ tanggal merah dewasa Rp 10.000 dan untuk anak-anak Rp 5.000, ladang anggrek juga menawarkan paket eduwisata, paket latihan dasar dan paket seminar yang relatif murah dan terjangkau. Gusful & Prasetyo (2015) dan Riyanti et al., (2020) mengatakan bahwa harga yang terjangkau yang ditawarkan oleh objek wisata akan memberi dampak pada kunjungan wisata yang terus menerus pada wisatawan terutama pada wisatawan yang memiliki pendapatan/gaji yang tidak besar.
2. Kualitas anggrek yang baik, ladang anggrek menawarkan beberapa jenis anggrek seperti anggrek bulan, *Dendrobium, Catleya, Vanda* yang memiliki kualitas yang baik (Utama, 2017) dikarenakan dalam perawatannya mulai dari pembibitan sampai dengan pembungaan menggunakan teknik pembudidayaan yang maksimal.
3. Lahan yang cukup luas untuk pengembangan agrowisata, ladang anggrek memiliki lahan seluas 7 hektar yang meliputi ruang galeri

anggrek, dapoer anggrek, ruang kantor, tempat *outbond* dan tempat parkiran sehingga ladang anggrek ini menjadi daya tarik bagi pengunjung yang ingin mengadakan acara yang melibatkan banyak orang.

4. Keragaman fasilitas seperti dapoer anggrek, galeri anggrek dan outbond, ladang anggrek memiliki fasilitas yang beragam yang dapat menarik wisatawan seperti dapoer anggrek yang menawarkan berbagai jenis makanan dan minuman, galeri anggrek yang didalamnya terdapat green house dan juga area bagi wisatawan yang ingin membeli peralatan untuk menanam anggrek dan juga terdapat outbound bagi anak-anak yang ingin bermain dan dilengkapi dengan kolam renang anak. Menurut Sarim dan Wiyana (2017) fasilitas wisata dibuat untuk mendukung konsep atraksi wisata yang sudah ada.
5. Menawarkan spot-spot foto instgramable dengan latar belakang alam, ladang anggrek memiliki beberapa area yang menarik yang dapat dijadikan sebagai background foto bagi wisatawan yang berkunjung seperti tanaman hias dan air mancur.
6. SDM yang berkualitas, manajer ladang anggrek mengatakan bahwa ladang anggrek memiliki sumberdaya manusia yang berkualitas dapat dilihat dari cara pelayanan yang diberikan kepada pengunjung yang sangat ramah dan juga dapat memberikan informasi mengenai tanaman anggrek kepada pengunjung sehingga dapat memudahkan pengunjung untuk mengenal tanaman anggrek.
7. Satu-satunya wisata anggrek di Mojokerto, manajer ladang anggrek mengatakan bahwa ladang anggrek merupakan satu-satunya agrowisata yang menjadikan anggrek sebagai objek wisatanya.
8. Penawaran konsep eduwisata yang menjadi daya tarik sekolah-sekolah di Kabupaten Mojokerto dan sekitarnya, manajer ladang anggrek mengatakan bahwa banyak sekolah-sekolah di Kabupaten Mojokerto dan sekitarnya yang tertarik dengan konsep agrowisata yang di tawarkan oleh ladang anggrek terutama konsep eduwisatanya.
9. Membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat, manajer ladang anggrek mengatakan bahwa kehadiran ladang anggrek dapat memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat.

Kelemahan:

1. Terdapat beberapa wahana permainan yang butuh perbaikan, ladang anggrek memiliki beberapa wahana permainan anak-anak yang butuh perbaikan dan perawatan.
2. Promosi yang dilakukan belum maksimal, ladang anggrek belum melakukan promosi secara maksimal melalui media online.

Faktor eksternal agrowisata ladang anggrek yaitu:

Peluang:

1. Banyaknya penggemar anggrek, banyaknya penggemar anggrek yang mengunjungi secara langsung agrowisata ladang anggrek dan banyak juga yang melakukan pemesanan melalui aplikasi whatsapp.
2. Dukungan pemerintah dalam pengembangan agrowisata. Pemerintah setempat khususnya pemerintah yang berada di Kecamatan Pungging mendukung pengembangan agrowisata ladang anggrek dukungan pemerintah setempat berupa pengadaan acara yang di laksanakan di agrowisata dan juga pemberian souvenir kepada peserta acara berupa tanaman anggrek dari agrowisata hal ini dapat memberikan keuntungan bagi agrowisata. Pemerintah setempat juga berharap agrowisata ladang anggrek dapat berkembang secara maksimal sehingga nantinya dapat dijadikan sebagai icon khususnya di Kecamatan Pungging.
3. Membuka peluang lapangan pekerjaan dan wirausaha bagi masyarakat setempat, masyarakat terbantu dengan adanya lapangan pekerjaan sehingga masyarakat bisa mendapatkan pekerjaan dan juga wirausaha terbantu dengan adanya wisatawan ladang anggrek.
4. Banyaknya masyarakat yang tertarik dengan konsep yang ditawarkan Ladang Anggrek untuk dijadikan sebagai tempat acara, masyarakat banyak yang berkunjung dan tertarik dengan konsep agrowisata ladang anggrek yang dapat memberikan informasi mengenai anggrek.
5. Banyaknya sekolah-sekolah yang tertarik dengan konsep eduwisata yang ada di ladang anggrek yang dapat membantu anak-anak mengenal jenis-jenis tanaman anggrek.

Ancaman:

1. Adanya objek wisata lain di sekitar agrowisata, objek wisata lain yang lebih menarik menjadi salah satu faktor ancaman bagi agrowisata ladang anggrek.

2. Faktor cuaca dan iklim yang tidak menentu. Faktor cuaca dan iklim yang tidak menentu dan tidak dapat diprediksi secara maksimal tentunya akan berdampak pada proses pembibitan sampai pada pembungaan tanaman anggrek.
3. Terdapat hama disekitar tanaman anggrek, hama disekitar tanaman anggrek dapat menghambat pertumbuhan tanaman anggrek.

Tabel 4
Penghitungan Skor Strategi Pengembangan Agrowisata

Faktor-Faktor	Bobot	Rating	Skor
Faktor Internal			
Strenght (Kekuatan)			
Tiket masuk yang ditawarkan relatif murah	0.10	3.2	0.32
Kualitas anggrek yang baik	0.12	3.4	0.41
Lahan yang cukup luas untuk pengembangan agrowisata	0.11	3.2	0.35
Keragaman fasilitas seperti dapoer anggrek, galeri anggrek dan *outbond*	0.10	3.2	0.32
Menawarkan spot-spot foto instgramable dengan latar belakang alam	0.10	3	0.3
SDM yang berkualitas	0.11	3.4	0.37
Satu-satunya wisata anggrek di Mojokerto	0.12	3.6	0.43
Penawaran konsep eduwisata yang menjadi daya tarik sekolah-sekolah di Kabupaten Mojokerto dan sekitarnya	0.12	3.8	0.46
Membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat	0.10	3	0.3
Total	1	29.8	3.26
Weakness (Kelemahan)			
Terdapat beberapa wahana permainan yang butuh perbaikan	0.46	2.8	1.29
Promosi yang dilakukan belum maksimal	0.54	2.6	1.4
Total	1	5.4	2.69
Faktor Eksternal			
Opportunity (Peluang)			
Banyaknya penggemar anggrek	0.21	3.2	0.67
Dukungan pemerintah dalam pengembangan agrowisata	0.15	2.6	0.39
Membuka peluang lapangan pekerjaan dan wirausaha bagi masyarakat setempat	0.2	3.2	0.64
Banyaknya masyarakat yang tertarik dengan konsep yang ditawarkan Ladang Anggrek untuk dijadikan sebagai tempat acara	0.22	3.8	0.84
Banyaknya sekolah-sekolah yang tertarik dengan konsep eduwisata yang ada di Ladang Anggrek	0.22	3.6	0.79
Total	1	16.4	3.33
Threats (Ancaman)			
Adanya objek wisata lain di sekitar agrowisata	0.34	2.8	0.95
Faktor cuaca dan iklim yang tidak menentu	0.32	2.8	0.90
Terdapat hama disekitar tanaman anggrek	0.34	2.6	0.88
Total	1	8.2	0.88

Sumber: data olahan

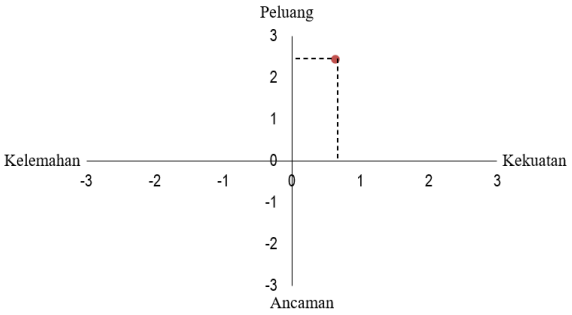
Tabel 1 menjelaskan skor nilai kekuatan tertinggi yaitu penawaran konsep eduwisata yang menjadi daya tarik sekolah-sekolah di Kabupaten Mojokerto dan sekitarnya keunikan dan ciri khas ini sesuai dengan Ayuningtyas & Hari (2019) bahwa segala sesuatu yang mempunyai keunikan menjadi sasaran atau kunjungan para wisatawan. Eduwisata dapat menstimulasi ketertarikan pengunjung terhadap dunia pertanian dan meningkatkan daya sensitifitas pengunjung terhadap lingkungan alam, lanskap dan flora (Sutisno dan Afendi, 2018). Skor nilai kelemahan tertinggi yaitu promosi yang dilakukan belum maksimal. Promosi yang dilakukan belum maksimal menjadi kelemahan agrowisata ladang anggrek, dalam pengembangan agrowisata ladang anggrek perlu menjalankan promosi sebaik mungkin dengan mengkomunikasikan secara efektif dan memberikan informasi yang dibutuhkan, serta meyakinkan wisatawan akan kebaikan suatu produk dan mendorong wisatawan untuk mengambil tindakan pada satu waktu (Pratama & Supriyono, 2021). Skor nilai peluang tertinggi yaitu banyaknya masyarakat yang tertarik dengan konsep yang ditawarkan ladang anggrek untuk dijadikan sebagai tempat acara, tempat yang luas dan pemandangan yang indah membuat pengunjung tertarik (Lebu *et al*., 2019). Sedangkan nilai skor ancaman tertinggi

yaitu adanya objek wisata lain di sekitar agrowisata, semakin menarik suatu objek wisata maka semakin tinggi pula ketertarikan wisatawan untuk berkunjung (Mulyati dan Masruri, 2019). Sehingga dalam meminimalkan ancaman diperlukan pengembangan sarana dan prasarana yang menjadi daya tarik wisatawan.

Matriks grand strategi digunakan untuk menunjukan posisi kuadran saat ini dan strategi apa yang akan dijalankan, titik koordinat X diperoleh dari selisih total skor faktor kekuatan dengan total skor faktor kelemahan. Sedangkan titik koordinat Y diperoleh dari selisih total skor faktor peluang dengan total skor faktor ancaman (Purwanti et al., 2017).

- faktor internal = S –W = 3,26 – 2,69 = 0,57
- faktor eksternal = O – T = 3,33 – 0,88 = 2,45

Maka kuadran ditentukan berdasarkan X= 0,57; Y= 2,45. Berikut tampilan kuadran:



Sumber: data olahan

Keterangan: Kuadran X: Faktor Eksternal (Peluang, Ancaman); Kuadran Y: Faktor Internal (Kekuatan, Kelemahan)

Gambar 1
Matriks Grand Strategi Agrowisata Ladang Anggrek

Berdasarkan diagram SWOT menunjukkan hasil bahwa posisi agrowisata ladang anggrek berada pada kuadran I artinya agrowisata ladang anggrek mempunyai posisi internal dan eksternal yang kuat karena memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan agrowisata. Alternatif strategi yang diberikan yaitu strategi S-O (strenght-opportunity). Wijaya et al., (2020) mengatakan bahwa alternatif strategi S-O menggunakan kekuatan internal untuk meraih peluang yang ada di luar perusahaan, strategi tersebut dibahas lebih rinci sebagai berikut:

1. Ladang anggrek memiliki 25 orang tenaga kerja yang terdiri dari beberapa bagian seperti bagian perawatan anggrek, pengelola galeri anggrek, bagian marketing, pengelola taman, bagian laboratorium dan bagian dapoer anggrek (rumah makan) yang berpotensi dalam pengembangan agrowisata ladang anggrek. SDM (tenaga kerja) sangat berpengaruh terhadap pengembangan agrowisata dengan meningkatkan kemampuan SDM dalam hal memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, memberlakukan standar operasional prosedur (SOP) standar pelayanan yang baik akan menarik wisatawan berkunjung kembali (Iswidyamarsha & Dewantara, 2020). Memberikan pelatihan kepada tenaga kerja, melakukan koordinasi kepada karyawan dan mengevaluasi kinerja karyawan dengan tujuan untuk meningkatkan pelayanan serta menambah kuantitas dan kualitas jenis tanaman anggrek.
2. Ladang anggrek memiliki lahan seluas 7 hektar yang memberikan potensi besar bagi ladang anggrek. Ladang anggrek memiliki berbagai area seperti galeri anggrek, area taman, pintu masuk utama yang dikelilingi tanaman hias, amphitheater, kolam renang anak dan dapoer anggrek yang dilengkapi dengan fasilitas pendukung lainnya. Ladang anggrek seringkali dikunjungi oleh wisatawan khususnya para pelajar mulai dari TK-SMA/ SMK yang ingin mempelajari budidaya tanaman anggrek hal ini menjadi peluang bagi ladang anggrek. Ladang anggrek dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan menambah sarana dan prasarana yang dapat mendukung konsep eduwisata yang menjadi salah satu daya tarik dari agrowisata ladang anggrek. Menurut Abdulhaji & Yusuf (2016) keberadaan objek wisata yang menarik dibutuhkan sarana dan prasarana yang memadahi guna mendukung kenyamanan wisatawan dalam berwisata. Dalam mendukung konsep ini maka diperlukan sarana dan prasarana yang memadai seperti penambahan informasi terkait tanaman anggrek dalam bentuk papan nama pada setiap jenis tanaman anggrek, penambahan jenis tanaman anggrek, penambahan permainan bagi anak-anak dan juga menambahkan fasilitas yang nyaman bagi pengunjung. Dalam penelitian Sondakh & Tumbel (2016) bahwa keindahan alam dan atraksi wisata yang dipelihara dan dikelola dengan baik akan menjadikan objek wisata tersebut memiliki daya tarik sehingga

wisatawan ingin berkunjung pada objek wisata untuk tujuan rekreasi dan menikmati perjalanannya.

3. Pemerintah setempat khususnya Kecamatan Pungging, Mojokerto mendukung adanya keberadaan agrowisata ladang anggrek, dukungan yang diberikan dalam bentuk memperkenalkan agrowisata ladang anggrek kepada masyarakat hal ini menjadi peluang bagi agrowisata ladang anggrek. Dalam pengembangan agrowisata, ladang anggrek dapat terus membangun relasi yang baik dengan pemerintah setempat seperti melibatkan pemerintah setempat dalam acara-acara besar yang diselenggarakan ladang anggrek dan juga melibatkan pemerintah dalam mempromosikan melalui akun media resmi Kecamatan Pungging misalnya melalui website, instagram, facebook pemanfaatan media sosial memberikan dampak baik bagi pencitraan destinasi wisata (Ananda, I. dan Dirgahayu, T. 2021), sehingga nantinya ladang anggrek dapat menjadi icon wisata di Kecamatan Pungging.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian maka dapat disimpulkan bahwa persepsi pengunjung terhadap pengembangan agrowisata yaitu adanya pengembangan pada taman bermain anak. Hasil analisis SWOT alternatif strategi yang diberikan yaitu strategi S-O dengan meningkatkan kemampuan SDM untuk menambah kuantitas dan kualitas jenis tanaman anggrek, menambah sarana dan prasarana yang dapat mendukung konsep eduwisata dan melibatkan pemerintah dalam mempromosikan agrowisata ladang anggrek untuk membuat agrowisata menjadi daya tarik di Kecamatan Pungging.

DAFTAR PUSTAKA

Abdulhaji, S., & Yusuf, I. S. 2016. Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar di Kota Ternate. *Jurnal Penelitian Humano*, 2(7), 134-148.

Ananda, I. dan Dirgahayu, T. 2021. Pemanfaatan Teknologi Informasi pada Desa Wisata di Indonesia : A systematic Literature Review. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 8(4), 2291-2302.

Ayuningtyas, L. S., & Hari, S. N. 2019. Pengaruh E-word Of Mouth, Lokasi, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pantai Menganti Kebumen). *Administrasi Bisnis*, 10(1), 652-664.

David, Fred R. 2011. *Strategic Management: Consepts and Cases*. Edition 13th Pearson Education.

Gusful, A., & Prasetyo, B. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Dalam Berkunjung di Taman Rekreasi Kalianget Wonosobo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 10(1), 1- 24.

Iswidyamarsha, C., & Dewantara, Y. F. 2020. Pengaruh Fasilitas Wisata dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung di Dunia Air Tawar dan Dunia Serangga TMII. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 3(2), 72-80.

Jayaprakash, K., & Mythili, B. 2017. Tousrist Satisfaction Level on Destination Facilities in The Nilgiris. *EPRA International Journal of Economic and Business Review*, 5(9), 122-126.

Lebu, C. F. ., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. 2019. Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Linow. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5505–5513. https://doi.org/10.35794/emba.v7i4.26329.

Mulyati, Y., & Masruri. 2019. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Ditinjau dari Perspektif Daya Tarik Destinasi Wisata Kota Bukittinggi. *MENARA Ilmu*, 13(1), 190–205.

Palit IG, Talumingan C, Rumagit GAJ. 2017. Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan. *J Agri-SosioEkonomi Unsrat*. 13(2), 21–34.

Pradipta, M. P. Y. 2018. Pengembangan Wisata Alternatif Sebagai Strategi dalam Pengembangan Agrowisata di Desa Tretes Kecamatan Selo Kabupaten Boyolali. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 14(1), 80–93.

Prasetyo, D., Darmawan, A & Dewi, B.S. 2019. Persepsi Wisatawan dan Individu Kunci tentang Pengelolaan Ekowisata di Lampung Mangrove Center. *Jurnal Sylva Lestari*. 7(1), 22–29.

Pratama, F. A., & Supriyono, S. 2021. Analisis strategi pemasaran wahana rekreasi agro wisata Tirto Arum Baru Kendal ditengah pandemi covid-19 tahun 2020. *Journal of Physical Activity and Sports (JPAS)*, 2(2), 230–242. https://doi.org/10.53869/jpas.v2i2.93.

Purwanti, P., Susilo, E., dan Indrayani, E. 2017. *Pengelolaan hutan mangrove berkelanjutan : Pendekatan kelembagaan dan insentif ekonomi.* Universitas Brawijaya Press (UB Press). Malang.

Rangkuti, F. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Riyanti, N. K. I., Kusuma, I. G. A. N. E. T., & Rihayana. 2020, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Niat Berkunjung Kembali di Villa Rendezvous Bali. *Widya Amerta Jurnal Manajemen Fak. Ekonomi*, 7(1), 84-99.

Salim, M. A., dan Siswanto, A. B. 2019. *Analisis SWOT dengan Metode Kuesioner*. Pilar Nusantara. Semarang.

Santoso, I., & Nadapdap, H. J. 2019. Jurnal Hubungan Fasilitas Kualitas Pelayanan Harga dan Tempat terhadap Kepuasan Pengunjung Agrowisata di PT Perkebunan Tambi Kab Wonosobo. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian (JSEP)*, 15(2), 135–143.

Sarim., & Wiyana, T. 2017. Pengaruh Fasilitas Wisatawan Terhadap Motivasi Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus Kunjungan Wisatawan Kota Solo). *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 3(2), 342-249.

Sondakh, P. M., & Tumbel, A. 2016. Pelayanan Keamanan dan Daya Tarik Mempengaruhi Minat Wisatawan yang Berkunjung Ke Objek Wisata Alam Gunung Mahawu, Tumohon. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1), 280-288.

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

Sutisno, A.N. dan Afendi, A.H. 2018. Penerapan Konsep Edu-Ekowisata Sebagai Media Pendidikan Karakter Berbasis Lingkungan. Ecolab, 12(1), 1-52.

Utama, I. G. B. R. 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Penerbit ANDI.

Wijaya, I. P. E., Suhaeni, Nur'azkiya, L. 2020. Strategi Pengembangan Kelembagaan Usaha Kecil Menengah : Studi kasus UKM NR. *Jurnal Agrimanex*, 1(1), 65-71.