

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA JERUK DI KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

CITRUS AGROTOURISM DEVELOPMENT STRATEGY IN EAST LAMPUNG

Indah Septiani^{1*}, Dyah Aring Hepiana Lestari², Fembriarti Erry Prasmatwi³

Magister Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung

Penulis korespondensi: dyah.aring@fp.unila.ac.id

ABSTRACT

This research aims to analyze internal and eksternal environment and formulate the development strategies of Citrus Agrotourism in East Lampung District. This research uses a case study method taken at Citrus Agrotourism East Lampung District, which has been chosen purposively. Data of this research was collected in December 2020 to March 2021. Respondents for this research involve 77 people consist of 4 agrotourism managers, 17 owners, 15 employees, 35 visitors, 1 expert, and 5 regulatory agencies. Data analysis methods used in this research are qualitative descriptive analysis, SWOT analysis, and QSPM. The results of this research show that the Citrus Agrotourism in East Lampung Regency is in cell I, namely the growth and build position. The main strengths of agrotourism are Agrotourism owners and administrators have a militant spirit and the same vision to continue developing agrotourism, while its main weakness is The access road to the location is still bad (the road is still rocky). Externally, the main opportunities that agrotourism has are utilization of technology by agrotourism, such as social media while the main threat is there are many competitors from other agrotourism. The priority strategies that can be used by agrotourism are Utilizing the militant spirit to improve agrotourism business to become more modern (in collaboration with banks or cooperatives), Inviting local residents who have land to plant oranges in order to improve the family economy, Utilization of social media technology as a promotional tool to expand the market, Collaborate with companies or the government to conduct training to increase the added value of citrus agrotourism businesses, Forming Pokdarwis and collaborating with the government to improve road access to the location and build educational tourism.

Keywords: *Agrotourism, Citrus, Development Strategy*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lingkungan internal, lingkungan eksternal dan merumuskan strategi pengembangan agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dilakukan di Agrowisata Jeruk Kabupaten Lampung Timur yang dipilih secara sengaja (*purposive*). Data penelitian ini dikumpulkan pada bulan Desember 2020-Maret 2021. Responden dalam penelitian ini berjumlah 77 orang yang terdiri dari 4 orang pengurus agrowisata, 17 orang pemilik agrowisata, 15 orang karyawan agrowisata, 35 orang pengunjung, dosen, dan lembaga regulator. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, analisis SWOT, dan QSPM.

Hasil penelitian ini menunjukkan Agrowisata Jeruk berada pada sel I (*growth and build*). Kekuatan utama agrowisata adalah pemilik agrowisata dan pengurus mempunyai jiwa militan dan visi yang sama untuk mengembangkan agrowisata, kelemahan utama adalah akses jalan menuju lokasi masih bebatuan. Peluang utama faktor eksternal adalah pemanfaatan teknologi sosial media, sementara ancaman yang paling utama adalah terdapat banyak pesaing dari agrowisata lain di daerah Lampung. Strategi prioritas yang dapat digunakan oleh agrowisata adalah memanfaatkan jiwa militan untuk meningkatkan usaha agrowisata menjadi lebih modern, mengajak warga sekitar yang memiliki lahan untuk menanam jeruk dalam rangka meningkatkan perekonomian keluarga, pemanfaatan teknologi media sosial sebagai sarana promosi untuk memperluas pasar, bekerjasama dengan perusahaan atau pemerintah untuk mengadakan pelatihan peningkatan nilai tambah usaha agrowisata jeruk, membentuk Pokdarwis dan bekerjasama dengan pemerintah untuk meningkatkan akses jalan menuju lokasi dan membangun wisata edukasi.

Kata kunci: Agrowisata, Jeruk, Strategi Pengembangan

PENDAHULUAN

Pembangunan pariwisata merupakan salah satu sektor yang diunggulkan saat ini termasuk di Indonesia. Provinsi di seluruh Indonesia, mempunyai potensi untuk mengembangkan agrowisata termasuk Provinsi Lampung. Pada tahun 2019, PDRB pariwisata Provinsi Lampung menyumbang 0,95% (BPS 2019, data diolah). Agrowisata mampu menciptakan lapangan pekerjaan dan menyumbang perekonomian masyarakat tani di berbagai daerah. Agrowisata adalah aktivitas wisata yang melibatkan penggunaan lahan pertanian atau fasilitas terkait yang menjadi daya tarik bagi wisatawan (Yoeti, 2000). Agrowisata atau wisata pertanian merupakan penggabungan aktivitas wisata dan aktivitas pertanian (Nurisjah, 2001).

Pemerintah Provinsi Lampung mencoba untuk mewujudkan dan mengembangkan agrowisata di Daerah Lampung. Salah satu agrowisata yang sudah ada dan diakui keberadaannya oleh Pemerintah Daerah Provinsi Lampung adalah Agrowisata Kebun Jeruk di Desa Margototo Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur. Desa Margototo merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur Provinsi Lampung, dengan luas wilayah 1145 ha dan jumlah penduduk sebanyak 6136 jiwa dengan mata pencarian sebagian besar penduduk Margototo adalah petani (BPS, 2021).

Pada awalnya, lahan milik petani Desa Margototo ditanami padi, singkong, jagung dan sayuran. Hasil panen tidak mencukupi untuk kebutuhan keluarga. Petani di daerah ini sulit mendapatkan lapangan pekerjaan. Pada tahun 2010, salah satu penduduk Desa Margototo berinovasi pada lahan seluas 1 ha milik sendiri dengan ditanami jeruk. Bibit buah jeruk BW diperoleh dari karyawan yang bekerja di PT BW. Lahan 1 hektar dapat ditanami 530 batang jeruk. Tahun ke empat adalah tahun panen pertama. Pada awalnya, hasil panen dijual secara borongan kepada pedagang besar. Jeruk yang dipilih adalah jeruk yang bagus, besar, dan masak sempurna dan dibeli dengan harga yang murah, sehingga tidak sesuai dengan biaya input produksi yang telah dikeluarkan. Selain itu, buah jeruk yang dibeli oleh pedagang dibayar dengan tempo sehingga merugikan petani jeruk. Oleh karena itu, salah satu warga desa tersebut mulai berfikir agar saat panen melimpah tetap bisa mendapatkan keuntungan yang maksimal, karena hampir di seluruh Indonesia panen raya jeruk terjadi secara bersamaan yang mengakibatkan harga buah jeruk anjlok dan sangat merugikan petani.

Untuk menyiasati anjloknya harga buah yang merugikan petani, dan dengan melihat potensi desa diantaranya faktor keamanan yang sangat aman dan lokasi desa yang sangat

strategis (terletak diantara Kota Metro dan Kota Bandar Lampung), penduduk desa yang sangat ramah, pemuda desa yang masih banyak belum bekerja, maka ide untuk membuat agrowisata kebun jeruk BW mulai dibuka pada tahun 2015 di bulan Juli. Masyarakat saat itu sangat antusias. Banyak pengunjung yang berdatangan baik dari daerah Metro, Bandar Lampung, Pringsewu maupun luar daerah seperti Palembang, Jambi, Bengkulu, Jakarta, Semarang dan Malang. Pengunjung membayar parkir Rp3.000,00, tiket masuk sebesar Rp10.000,00/orang dapat mencicipi buah jeruk sepuasnya dan bagi yang ingin membawa pulang disediakan plastik dan timbangan untuk menghitung berat buah yang akan dibawa pengunjung (harga buah Rp15.000,00/Kg), memetik langsung buah jeruk, berswafoto, makan siang bersama keluarga dengan menggelar tikar, menyewa spot agrowisata untuk foto *prewedding*, mengetahui cara budidaya buah jeruk dari pengelola agrowisata setempat dan pengalaman baru yang tidak terlupakan bagi pengunjung.

Agrowisata buah jeruk dibuka setiap tahun pada bulan Juli-Agustus, karena panen raya buah jeruk ini dimulai dari bulan Juli dan Agustus. Agrowisata di Desa Margototo Dusun 7 dan 8 besar manfaatnya bagi petani jeruk dan penduduk sekitar. Dengan adanya agrowisata kebun jeruk ini harga menjadi meningkat dan pendapatan petani semakin meningkat, membuka lapangan pekerjaan baru bagi pemuda desa dan masyarakat sekitar.

Agrowisata kebun jeruk mampu mengangkat ekonomi warga, usaha ini sangat menguntungkan dan membuka lapangan pekerjaan baru bagi penduduk Desa Margototo. Sekarang sudah ada 17 petani jeruk yang mengusahakan agrowisata ini sebagai mata pencarian utama. Dari 17 petani yang sudah merasakan manfaat agrowisata ada 7 petani yang tanamannya sudah menghasilkan.

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan) agrowisata, untuk menganalisis faktor eksternal (peluang dan ancaman) agrowisata serta merumuskan strategi pengembangan agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur.

METODE PENELITIAN

Studi kasus adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini. Studi kasus adalah riset untuk meneliti penjelasan suatu kasus, sertas sebab dan akibat yang termaktub di dalam objek yang sedang diteliti dan bertujuan untuk mengungkapkan karakteristik yang terdapat di dalam kasus yang sedang diteliti (Fitrah dan Lutfiah, 2017).

Penelitian dilakukan di Desa Margototo Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur. Penentuan lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*) karena Agrowisata Jeruk Margototo adalah satu-satunya agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur. Metode *non probability sampling* yaitu dipilih untuk menentukan responden, dengan cara *purposive sampling*. Responden sebanyak 77 orang, terdiri dari pengurus agrowisata 4 orang, pemilik agrowisata 17 orang, karyawan agrowisata 15 orang, pengunjung 35 orang, Dosen Manajemen Strategi Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Unila, dan lembaga regulator (Kepala Desa, Camat, Koordinator Penyuluh, perwakilan Dinas TPH dan Perkebunan serta perwakilan Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Timur). Waktu pengambilan data, dilakukan selama Bulan Desember 2020 sampai Maret 2021.

Jenis data yang digunakan pada riset ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara, kuesioner, dan pengamatan langsung di lapangan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari lembaga terkait seperti Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Timur, jurnal dan literatur lainnya.

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dan kualitatif, analisis SWOT dilanjutkan dengan analisis QSPM. Analisis kuantitatif digunakan untuk menghitung kelayakan finansial agrowisata jeruk. Analisis SWOT adalah analisis yang dapat mengidentifikasi faktor kekuatan dan kelemahan, serta faktor peluang dan ancaman (Rangkuti, 2013). Dilanjutkan dengan menggunakan analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Analisis QSPM adalah analisis yang dilakukan berdasarkan alternatif strategi yang telah dilakukan saat analisis SWOT. Responden yang dipilih untuk menentukan Nilai Daya Tarik (*Attractive Score*) adalah responden yang mempunyai kepentingan masing-masing pada usaha agrowisata jeruk. Setelah diperoleh nilai AS dan dikalikan dengan Bobot, maka diperoleh nilai TAS (*Total Attractive Score*) dari alternatif strategi yang telah dilakukan. Nilai TAS diurutkan sesuai dengan prioritas nilai tertinggi sampai dengan nilai terendah. Nilai TAS tertinggi adalah strategi yang dapat dijalankan untuk pengembangan usaha agrowisata jeruk kedepannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Umur dan tingkat pendidikan responden merupakan faktor penting dalam kegiatan usaha agrowisata jeruk. Sebaran umur dan tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada Tabel 1, 2, dan 3.

Tabel 1. Sebaran pemilik, karyawan, dan pengunjung agrowisata jeruk berdasarkan tingkat umur di Kabupaten Lampung Timur

Kelompok Umur (Tahun)	Pemilik Agrowisata		Karyawan Agrowisata		Pengunjung Agrowisata	
	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
<38	0	0,00	9	60,00	22	63,00
39-60	15	88,00	6	40,00	10	29,00
61>	2	12,00	0	0,00	3	8,00
Jumlah	17	100,00	15	100,00	35	100,00

Sumber : Data Primer, 2021 (Diolah)

Pada Tabel 1. menunjukkan bahwa sebagian besar pemilik agrowisata berada pada rentang umur 39-60 tahun, sedangkan karyawan dan pengunjung sebagian besar pada rentang umur < 38 tahun.

Tabel 2. Sebaran pemilik, karyawan, dan pengunjung agrowisata berdasarkan tingkat pendidikan di Kabupaten Lampung Timur

Tingkat Pendidikan	Pemilik Agrowisata		Karyawan Agrowisata		Pengunjung Agrowisata	
	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
SD	5	29,00	2	13,00	-	-

SMP	3	18,00	6	27,00	-	-
SMA/SMK	9	53,00	9	60,00	11	31,00
D3	-	-	-	-	3	9,00
S1	-	-	-	-	20	57,00
S2	-	-	-	-	1	3,00
Jumlah	17	100,00	15	100,00	35	100,00

Sumber : Data Primer, 2021 (Diolah)

Tabel 2. menunjukkan bahwa tingkat pendidikan sebagian besar (53,00%) pemilik agrowisata yaitu tamat SMA/SMK. Tingkat pendidikan akan mempengaruhi tingkat pengetahuan petani sebagai pemilik agrowisata. Petani dengan tingkat pendidikan tinggi pada umumnya akan lebih cepat menguasai dan menerapkan teknologi dibandingkan dengan petani yang tingkat pendidikannya masih rendah. Begitu juga tingkat pendidikan karyawan agrowisata sebagian besar tamat SMA/SMK (60,00%), sedangkan tingkat pendidikan pengunjung agrowisata sebagian besar lulusan sarjana (57,00%).

Tabel 3. Karakteristik pengurus agrowisata, lembaga regulator, dan pakar

No.	Jabatan	Umur (th)	Pendidikan
1	Pembina/Kades	50	SMA
2	Ketua Agrowisata	40	SMK
3	Bendahara	39	SMA
4	Sekretaris	52	SMA
5	Camat Metro Kibang	40	S2
6	Dinas Pariwisata	43	S2
7	Dinas TPH	49	S2
8	Dosen Manajemen Agribisnis	60	S3

Sumber : Data Primer, 2021 (Diolah)

Karakteristik Agrowisata

Pemilik agrowisata di Kabupaten Lampung Timur berjumlah 17 orang, sebagian besar berada pada rentang umur 39-60 tahun, sebagian besar tingkat pendidikan pemilik agrowisata adalah lulusan SMA atau sederajat. Rata-rata luas lahan pemilik agrowisata 0,65 hektar (milik sendiri). Lokasi agrowisata sangat strategis, berada diantara Kota Metro dan Bandar Lampung, namun akses jalan kedalam lokasi agrowisata masih berbentuk bebatuan dan fasilitas yang ditawarkan belum memenuhi syarat, seperti mushola, toilet, dan lain sebagainya. Sejak buka agrowisata tahun 2015, sampai dengan sekarang belum ada pendampingan dari pemerintah maupun pihak swasta, namun demikian pemilik dan pengurus tetap semangat dan bekerjasama untuk kemajuan agrowisata.

Analisis Lingkungan Internal

Lingkungan internal agrowisata jeruk adalah faktor-faktor yang secara langsung berpengaruh terhadap usaha agrowisata jeruk. Komponen dari faktor-faktor internal terdiri dari modal dan keuangan, SDM, manajemen, kelayakan usaha agrowisata jeruk, serta sarana dan prasarana.

Keuangan dan Permodalan

Luas lahan yang dimiliki oleh petani pemilik agrowisata jeruk masih sempit (rata-rata luas lahan 0,65 hektar) dan modal yang dikeluarkan masih tergolong sedikit, menjalankan usaha agrowisata belum bergantung pada pihak lain, seperti pinjaman bank atau koperasi. Pemilik agrowisata masih membutuhkan lahan yang lebih lebar untuk ditanami jeruk dan modal yang tidak sedikit untuk mengembangkan usaha agrowisata. Terbatasnya modal yang dimiliki petani pemilik agrowisata merupakan suatu kelemahan usaha agrowisata.

Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumberdaya manusia memiliki peran penting dalam usaha agrowisata jeruk. Kemajuan usaha agrowisata perlu didukung dengan adanya sumberdaya manusia yang berkualitas. Berdasarkan tingkat pendidikan pengurus, pemilik dan karyawan agrowisata, sebagian besar lulusan SMA atau sederajat. Di zaman moderen ini, lulusan SMA masih dalam kategori rendah, terlihat dari pengurus belum mengerti bagaimana cara bernegosiasi dengan pihak ketiga agar dapat pendampingan dari pihak pemerintah atau swasta.

Pemilik agrowisata dan pengurus mempunyai jiwa militan dan visi yang sama untuk terus mengembangkan agrowisata. Walaupun mempunyai kelemahan kurangnya pendampingan membuat petani harus berusaha sendiri dan belum ada pelatihan bagi karyawan agrowisata, petani pemilik bersama pengurus saling bersinergi untuk meningkatkan usaha agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hokaryah dkk (2019).

Manajemen

Kekuatan dari usaha agrowisata jeruk adalah petani jeruk adalah pemilik agrowisata, sehingga petani berusaha untuk terus meningkatkan usaha agrowisata. Manajemen yang dijalankan oleh pengurus dan pemilik agrowisata di dalam usaha agrowisata belum dijalankan dengan baik, seperti belum ada struktur organisasi yang jelas sebagai dasar manajemen pada agrowisata, belum diterapkannya secara rinci pembukuan mengenai pengeluaran dan penerimaan keuangan agrowisata dan belum ada pembukuan tentang aturan yang berlaku didalam manajemen agrowisata, baik untuk pemilik, karyawan, maupun pengunjung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rokani & Erya (2018).

Kelayakan Usaha Agrowisata Jeruk

Agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur layak untuk diusahakan sebagai usaha agrowisata karena berdasarkan analisis finansial, nilai NPV 2.168.056.705 > 0, IRR 56% > i (6%), Gross B/C Ratio 3,91 > 1, Net B/C Ratio 11,56 > 1, *Payback Period* 5,00 < umur ekonomis yang berlaku pada tanaman jeruk yaitu 15 tahun. Hasil analisis ini sejalan dengan penelitian Marhawati (2019).

Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh pemilik agrowisata, selain sarana produksi usahatani jeruk adalah fasilitas yang berada di area agrowisata seperti mushola, toilet, saung, tempat foto dan akses jalan masuk. Kekuatan dari komponen sarana dan prasarana ada dua, yang pertama lokasi agrowisata strategis, berada diantara Kota Metro dan Bandar Lampung, kedua sarana produksi mudah didapat dan terjangkau oleh petani sekaligus pemilik agrowisata. Komponen sarana dan prasarana juga terdapat dua kelemahan, yang pertama akses jalan menuju

lokasi masih jelek (jalan masih bebatuan), apabila hujan turun jalanan menjadi becek dan licin, struktur tanah tidak rata. Kedua, fasilitas penunjang belum memenuhi syarat, seperti mushola, toilet, tempat foto dan saung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Aradiansari dkk (2015) dan Rachmawati dkk (2019).

Matriks IFE

Hasil analisis lingkungan internal diperoleh lima kekuatan dan tujuh kelemahan didalam usaha agrowisata jeruk. Kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) agrowisata jeruk dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Matriks IFE Agrowisata Jeruk di Kabupaten Lampung Timur

Faktor Internal	Komponen	Bobot	Rating	Skor (BxR)	Rang king
Kekuatan					
A Pemilik agrowisata dan pengurus mempunyai jiwa militan dan visi yang sama untuk terus mengembangkan agrowisata	SDM	0.116	4	0.464	1
B Petani jeruk adalah pemilik agrowisata	Manajemen	0.088	4	0.352	3
C Usaha agrowisata jeruk layak dan menguntungkan	Kelayakan	0.113	4	0.452	2
D Lokasi agrowisata strategis, diantara kota Metro dan Bandar Lampung	Sarana dan Prasarana	0.077	4	0.308	4
E Sarana produksi mudah didapat dan terjangkau oleh petani pemilik agrowisata jeruk	Sarana dan Prasarana	0.086	3	0.258	5
Kelemahan					
F Modal usaha dan keuangan pemilik agrowisata masih terbatas	Permodalan dan Keuangan	0.081	2	0.162	5
G Belum ada pendampingan dan pelatihan membuat petani harus berusaha sendiri	SDM	0.076	2	0.152	7
H Tingkat Pendidikan Pengurus, Pemilik dan Karyawan Agrowisata sebagian besar lulusan SMA	SDM	0.053	3	0.159	6
I Manajemen POAC belum dijalankan dengan baik oleh pengurus agrowisata, seperti struktur organisasi yang belum jelas	Manajemen	0.092	2	0.184	2
J Belum diterapkannya secara rinci pembukuan mengenai pengeluaran dan penerimaan keuangan agrowisata dan tentang aturan yang berlaku didalam manajemen agrowisata, baik untuk pemilik, karyawan, maupun pengunjung	Manajemen	0.091	2	0.182	3
K Akses jalan menuju lokasi masih jelek (jalan masih bebatuan)	Sarana dan Prasarana	0.069	3	0.207	1
L Fasilitas penunjang belum memenuhi syarat, seperti mushola, toilet, spot selfi dan saung	Sarana dan Prasarana	0.059	3	0.177	4
Total Nilai IFE		1.000		3.057	

Sumber: Data Primer, 2021 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4. nilai bobot diperoleh dari rata-rata penilaian responden berdasarkan kuesioner *pairing comparison* (perbandingan berpasangan) dan total nilai bobot sama dengan satu. Penilaian skala pembobotan adalah 0, jika faktor vertikal kurang penting dari faktor horizontal. Nilai 1, jika faktor vertikal sama pentingnya dengan faktor horizontal dan nilai 2, jika faktor vertikal lebih penting dari faktor horizontal.

Rating diperoleh dari penilaian responden terhadap faktor internal (kekuatan dan kelemahan). Nilai rating yang diberikan responden adalah angka 4, 3, 2, atau 1 sesuai dengan

pengaruh terhadap keadaan agrowisata. Semakin tinggi nilai rating yang diberikan untuk faktor kekuatan, maka kekuatan yang dimiliki agrowisata jeruk sangat kuat, tetapi sebaliknya nilai rating yang diberikan untuk kelemahan semakin lemah. Kemudian, nilai skor diperoleh dari hasil pengalihan dari bobot dengan rating. Total nilai skor dapat menentukan posisi agrowisata kuat atau lemah. Jika, total skor < 2,500 artinya agrowisata lemah secara internal. Jika, total skor > 2,500 maka agrowisata mempunyai kedudukan yang kuat secara internal (David, 2009).

Penilaian faktor kekuatan yang paling penting adalah dari komponen sumber daya manusia (SDM), yaitu pemilik agrowisata dan pengurus mempunyai jiwa militan dan visi yang sama untuk terus mengembangkan agrowisata dengan skor 0,464. Bobot yang diberikan adalah 0,116 dengan nilai *rating* 4. Skor tertinggi dari kekuatan menunjukkan bahwa usaha agrowisata maju dikarenakan pengurus dan pemilik agrowisata mempunyai jiwa yang gigih, bersatu dan mempunyai visi yang sama untuk terus mengembangkan usaha agrowisata, apabila pemilik dan pengurus mempunyai visi yang sama, maka dengan mudah kekuatan yang lain akan mengikuti. Penilaian faktor kelemahan yang paling penting adalah akses jalan menuju lokasi masih jelek (jalan masih bebatuan) dengan skor 0.207. Bobot yang diberikan adalah 0.069 dengan nilai *rating* 3. Skor tertinggi pada faktor ini menunjukkan bahwa akses jalan harus menjadi perhatian khusus bagi pengurus dan pemilik agrowisata agar pengunjung merasa nyaman dalam melakukan wisata ke agrowisata jeruk.

Analisis Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal adalah faktor-faktor diluar agrowisata jeruk yang bisa mempengaruhi usaha agrowisata jeruk. Faktor-faktor eksternal yang diidentifikasi terdiri dari ekonomi, teknologi, kebijakan pemerintah, pesaing, pasar dan iklim (Rangkuti, 2008). Dalam analisis lingkungan eksternal agrowisata jeruk akan diperoleh faktor kunci (*key success factor*) yang menjadi peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) agrowisata jeruk. Adapun peluang dan ancaman agrowisata jeruk sebagai berikut

Ekonomi

Agrowisata jeruk, membuka lapangan kerja baru bagi penduduk sekitar (ini merupakan peluang agrowisata) dan untuk pemilik agrowisata, dapat memanfaatkan lembaga keuangan seperti bank atau koperasi untuk mengembangkan usaha agrowisata. Setiap agrowisata buka, pemuda sekitar desa digerakkan untuk membentuk tim panitia parkir. Ini adalah peluang baik bagi pemuda desa untuk mendapatkan penghasilan dari biaya parkir pengunjung yang datang ke agrowisata. Selain itu, ibu-ibu sekitar desa, berdagang didepan area agrowisata untuk menambah pemasukan keluarga. Ancaman dari faktor ekonomi adalah ekonomi sebagian besar masyarakat sekitar agrowisata masih rendah, ini dibuktikan dari wawancara dengan pengunjung, karyawan, pemilik dan pengurus bahwa sebagian pengunjung berasal dari luar kota, baik itu dari Kota Metro maupun Bandar Lampung.

Teknologi

Teknologi adalah sarana yang sangat penting untuk mempermudah kegiatan usaha agrowisata. Pemilik dan pengurus agrowisata diharapkan dapat mengikuti perkembangan teknologi yang semakin maju. Dengan mengikuti perkembangan teknologi, pengurus dan pemilik agrowisata dapat dengan mudah mempromosikan usaha agrowisata lebih luas lagi. Salah satu teknologi yang dimiliki oleh pengurus dan pemilik agrowisata adalah handphone android. Pada era modern ini, semua aktivitas masyarakat beralih ke media sosial sehingga menjadi peluang usaha agrowisata untuk mempromosikan agrowisata kepada semua orang agar

berkunjung ke agrowisata jeruk. Selain adanya peluang dari faktor teknologi, ancaman dari faktor teknologi adalah pengurus dan pemilik agrowisata belum mampu menyerap teknologi *software* komputer untuk pengolahan data keuangan agrowisata, semua masih dilakukan secara manual. Selain itu, usaha agrowisata belum mampu mempromosikan agrowisata melalui media televisi, teknologi digital dan cctv, karena diperlukan biaya yang tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian Rahman dkk (2017).

Kebijakan Pemerintah

Kepentingan dan perkembangan usaha agrowisata jeruk tidak lepas dari kebijakan pemerintah. Dengan adanya kebijakan pemerintah, diharapkan dapat meningkatkan usaha agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur. UU RI No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata berisikan tentang standar pelayanan pariwisata, seperti keamanan tempat agrowisata, paket yang tersedia, peta wisata, dan standar pelayanan dasar yang harus dilaksanakan oleh agrowisata dapat menjadi dasar dari usaha agrowisata. Peraturan Daerah Lampung Timur Nomor 03 Tahun 2016 juga dapat dijadikan dasar bagi agrowisata untuk meningkatkan usaha agrowisata dan pembangunan kepariwisataan pada umumnya.

Pesaing

Usaha agrowisata di era modern semakin hari semakin banyak yang bermunculan, sehingga persaingan usaha agrowisata dapat menjadi peluang atau ancaman bagi pengusaha agrowisata. Pesaing usaha dapat berupa pesaing dengan usaha sejenis atau usaha wisata lainnya. Usaha agrowisata komoditas jeruk di Kabupaten Lampung Timur saat ini belum memiliki pesaing, namun usaha agrowisata sejenis dengan komoditas lain seperti melon dan taman bunga sudah mulai bermunculan. Oleh karenanya, usaha agrowisata sejenis menjadi ancaman bagi usaha agrowisata jeruk. Namun, agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur saat ini masih menjadi pilihan tempat wisata yang ditunggu setiap tahun bagi pengunjung.

Pasar

Agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur sangat diminati oleh sebagian besar tingkatan pengunjung, mulai dari anak kecil hingga orang tua. Tingkat pendidikan pengunjung juga bervariasi, dari SD sampai dengan sarjana. Pekerjaan pengunjung juga bervariasi, dari ibu rumah tangga, guru, PNS, pensiunan dan lain sebagainya. Pengunjung merasa senang berada di area kebun jeruk, karena dapat menikmati sensasi memetik buah jeruk secara langsung. Ini membuktikan, bahwa peluang usaha agrowisata dari faktor pasar adalah agrowisata diminati oleh berbagai lapisan masyarakat dan pengunjung merasa puas berada di agrowisata jeruk (peluang). Namun, ancaman dari faktor pasar ini adalah promosi kurang luas dan menyeluruh, masih banyak juga masyarakat yang belum mengetahui agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur.

Iklm

Salah satu faktor eksternal yang tidak dapat diprediksi oleh manusia adalah iklim. Iklim yang tidak menentu dapat mempengaruhi dan mengganggu pertumbuhan pohon jeruk yang mengakibatkan produksi buah jeruk menjadi menurun. Oleh karena itu, faktor iklim menjadi ancaman bagi usaha agrowisata jeruk. Namun, peluang dari menanam jeruk adalah tanaman jeruk dapat tumbuh sepanjang tahun.

Matriks EFE (Eksternal Faktor Evaluation)

Matriks EFE diperoleh dari identifikasi faktor peluang dan ancaman usaha agrowisata jeruk. Dari penjabaran Faktor eksternal agrowisata jeruk mempunyai tujuh peluang dan lima ancaman. Berikut matriks EFE dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Matriks EFE Agrowisata Jeruk di Kabupaten Lampung Timur

	Faktor Eksternal	Komponen	Bobot	Rating	Skor (BxR)	Rangking
Peluang						
A	Membuka lapangan kerja baru bagi penduduk sekitar	Ekonomi	0.115	4	0.460	2
B	Dapat memanfaatkan lembaga keuangan seperti Bank atau Koperasi untuk mengembangkan usaha agrowisata	Ekonomi	0.093	3	0.279	6
C	Pemanfaatan teknologi oleh agrowisata, seperti sosial media (<i>Facebook, Instagram, dan status WA</i>)	Teknologi	0.117	4	0.468	1
D	UU RI No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata dan Perda Lamtim No.03 Tahun 2016 tentang Pengembangan Pariwisata	Kebijakan Pemerintah	0.100	3	0.300	5
E	Agrowisata unik yang berada di Kabupaten Lampung Timur	Pesaing	0.089	4	0.356	3
F	Pengunjung Agrowisata Puas dengan Agrowisata Jeruk	Pasar	0.116	3	0.348	4
G	Pohon jeruk dapat tumbuh di sepanjang tahun	Iklim	0.050	3	0.150	7
Ancaman						
H	Ekonomi sebagian besar masyarakat sekitar agrowisata masih rendah	Ekonomi	0.042	2	0.084	5
I	Perkembangan teknologi digital yang sulit diikuti karena memerlukan biaya yang tinggi	Teknologi	0.077	2	0.154	3
J	Terdapat banyak pesaing dari agrowisata yang lain di daerah lampung	Pesaing	0.071	3	0.213	1
K	Promosi kurang luas dan menyeluruh	Pasar	0.082	2	0.164	2
L	Iklim tidak menentu mengganggu pertumbuhan pohon jeruk	Iklim	0.049	2	0.098	4
Total Nilai EFE			1.000		3.074	

Sumber: Data Primer, 2021 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 5. nilai bobot diperoleh dari rata-rata penilaian responden berdasarkan kuesioner *pairing comparison* (perbandingan berpasangan) dan total nilai bobot sama dengan satu. Penilaian skala pembobotan adalah 0, jika faktor vertikal kurang penting dari faktor horizontal. Nilai 1, jika faktor vertikal sama pentingnya dengan faktor horizontal dan nilai 2, jika faktor vertikal lebih penting dari faktor horizontal.

Rating diperoleh dari penilaian responden terhadap faktor eksternal (peluang dan ancaman). Nilai rating yang diberikan responden adalah angka 4, 3, 2, atau 1 sesuai dengan

pengaruh terhadap keadaan agrowisata. Semakin tinggi nilai rating yang diberikan untuk faktor peluang, maka peluang yang dimiliki agrowisata jeruk sangat bagus, tetapi sebaliknya nilai rating yang diberikan untuk ancaman semakin buruk. Kemudian, nilai skor diperoleh dari hasil pengalihan dari bobot dengan rating. Total nilai skor dapat menentukan posisi agrowisata kuat atau lemah. Jika, total skor < 2,500 artinya agrowisata buruk secara eksternal. Jika, total skor > 2,500 maka agrowisata mempunyai peluang yang bagus secara eksternal (David, 2009).

Penilaian faktor peluang yang paling penting adalah pemanfaatan teknologi oleh agrowisata, seperti sosial media (*Facebook, Instagram, dan status whats up messenger*) dengan skor 0.468. Bobot yang diberikan adalah 0.117 dengan nilai *rating* 4. Skor tertinggi didalam faktor peluang membuktikan bahwa di era milenial yang serba digital ini, teknologi adalah faktor yang sangat penting untuk mempromosikan usaha agrowisata agar dikenal seluruh lapisan masyarakat, baik di Provinsi Lampung maupun luar Lampung.

Penilaian faktor ancaman yang paling penting adalah terdapat banyak pesaing dari agrowisata yang lain di daerah Lampung dengan skor 0.213. Bobot yang diberikan adalah 0.071 dengan nilai *rating* 3. Skor tertinggi dari faktor ini menunjukkan bahwa, perlu diperhatikan tempat wisata lain yang baru dibuka maupun tempat wisata yang sudah berkembang di daerah Lampung, pemilik dan pengurus agrowisata jeruk harus selalu berinovasi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas agrowisata agar pengunjung tidak beralih ke tempat wisata lain di daerah Lampung.

Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata Jeruk

Strategi adalah kunci pokok menyeluruh, yang menerangkan bagaimana organisasi akan memperoleh visi dan misi yang telah ditetapkan sebelumnya (Rangkuti, 2013). Formulasi strategi adalah *planning* kedepan yang berkaitan dengan pengembangan dan kebijakan usaha agrowisata yang sesuai bagi agrowisata dan lingkungan agrowisata.

Selanjutnya, setelah identifikasi faktor internal dan faktor eksternal adalah analisis matriks IE (matriks internal eksternal) untuk mengetahui posisi usaha agrowisata dan analisis matriks SWOT guna memperoleh alternatif strategi yang dibutuhkan. Terakhir, matriks QSPM digunakan untuk mengetahui nilai total daya tarik (TAS) dari alternatif strategi agar diperoleh prioritas yang akan dikembangkan oleh pengurus agrowisata jeruk yang dikaitkan dengan posisi matriks IE. Adapun hasil dari matriks IE, SWOT, dan QSPM (*Quantitative Strategy Planning Matriks*) adalah :

Matriks IE

Penggunaan matriks IE bertujuan untuk menghasilkan *business strategy* (strategi usaha) pada tingkat perusahaan secara rinci. Matriks IE menggunakan parameter internal dan eksternal melalui matriks IFE serta matriks EFE. Matriks IE dapat mengidentifikasi IX strategi perusahaan, tetapi pada dasarnya diklasifikasikan menjadi tiga strategi utama yaitu sel I, II, atau IV disebut tumbuh dan bangun (*growth and build*). Ke dua, sel III, V, atau VII dapat dikelola dengan strategi mempertahankan dan memelihara (*hold and maintain*). Ke tiga, sel VI, VIII, atau IX adalah mengambil hasil atau melepaskan (*harvest and divest*) (David, 2009).

Berdasarkan matriks IFE diperoleh total skor 3.057 dan matriks EFE 3.074. Hasil matriks IFE dan EFE dipetakan kedalam matriks IE. Total skor IFE dipetakan pada sumbu X, dan total skor EFE dipetakan pada sumbu Y.

Berikut matriks IE dapat dilihat pada Gambar 1.

		TOTAL WEIGHTED SCORES		
		Kuat 3,0-4,0	Rata-rata 2,0-2,99	Lemah 1,0-1,99
THE EFAS	Tinggi 3,0-4,0	I <i>Growth and Build</i>	II <i>Growth and Build</i>	III Hold and Maintain
	Sedang 2,0-2,99	IV <i>Growth and Build</i>	V Hold and Maintain	VI Harvest and Divest
	Rendah 1,0-1,99	VII Hold and Maintain	VIII Harvest and Divest	IX Harvest and Divest

Gambar 1. Matriks IE Agrowisata Jeruk

Berdasarkan matriks IE diatas, usaha agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur berada pada sel I yaitu posisi tumbuh dan bangun (*growth and build*). Hal ini dapat dilihat bahwa bobot skor IFE dan EFE yang telah dilakukan pemetaan berada pada titik kuat (3,057) dan tinggi (3,074). Strategi yang disusun adalah strategi *intensif* (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau *integratif* (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal).

Matriks SWOT

Tahap selanjutnya adalah dilakukan proses pemaduan antar komponen *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threats* (ancaman) dengan matriks SWOT. Tujuan dari pemaduan ini adalah untuk merumuskan alternatif strategi usaha agrowisata. Penyusunan strategi analisis SWOT didapatkan dari hasil penggabungan antara SO, WO, ST, dan WT. Strategi alternatif yang diperoleh dari hasil penggabungan tersebut menghasilkan 10 alternatif strategi untuk pengembangan usaha agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur.

Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM)

Tahap terakhir dari analisis formulasi strategi adalah analisis QSPM. Pada tahapan ini alternatif strategi yang diajukan didasarkan pada analisis SWOT yang sudah dilaksanakan diatas. Partisipan yang memiliki kedudukan dan peranan penting di dalam agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur akan dijadwalkan untuk melakukan pemilihan prioritas strategi dari 10 alternatif strategi. Partisipan terdiri dari delapan orang, yaitu tiga pengurus agrowisata, Kepala Desa, Camat Metro Kibang, perwakilan Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Lampung Timur, perwakilan Dinas Pariwisata Lampung Timur dan Dosen Manajemen Strategi Jurusan Agribisnis Universitas Lampung.

Masing-masing partisipan menyumbangkan AS (*Attractive Score*) atau nilai daya tarik terhadap alternatif strategi yang diberikan, selanjutnya skor partisipan dirata-rata untuk memperoleh urutan prioritas strategi yang dapat diterapkan. Nilai TAS (*Total Attractive Score*) yang dihasilkan lalu diurutkan berdasarkan besar nilainya. Urutan nilai TAS menggambarkan urutan prioritas strategi yang dapat dilaksanakan oleh pemilik dan pengurus agrowisata jeruk. Strategi dengan nilai tertinggi adalah strategi yang paling diprioritaskan untuk mengembangkan

agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur. Berikut alternatif strategi, nilai TAS dan prioritas yang diperoleh dari matriks QSPM disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Total Skor pada 10 Alternatif Strategi

No	Alternatif Strategi	TAS	Prioritas
1.	Memanfaatkan jiwa militan untuk meningkatkan usaha agrowisata menjadi lebih modern	6.9590	1
2.	Pemanfaatan teknologi sosial media sebagai alat promosi untuk memperluas pasar	6.9360	3
3.	Meningkatkan kualitas 4P (<i>product, price, place, promotion</i>)	6.7520	6
4.	Melakukan studi banding ke tempat agrowisata yang sudah besar untuk mengetahui cara pengelolaan keuangan, SDM, pembukuan, manajemen POAC dan hal lain yang berkaitan dengan agrowisata	5.7070	9
5.	Bekerjasama dengan pihak bank atau koperasi untuk mengembangkan usaha agrowisata lebih besar lagi, menambah fasilitas penunjang, seperti mushola, toilet dan tempat selfie	5.6390	10
6.	Membentuk Pokdarwis dan bekerjasama dengan pemerintah untuk memperbaiki akses jalan menuju lokasi dan membangun wisata edukasi	6.8720	5
7.	Mengikuti bazar yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun swasta sebagai salah satu langkah mempromosikan agrowisata agar lebih di kenal	6.4660	7
8.	Bekerjasama dengan sekolah-sekolah sebagai tempat wisata edukasi, baik dari tingkat Paud sampai Perguruan Tinggi	6.1300	8
9.	Mengajak penduduk sekitar yang mempunyai lahan untuk menanam jeruk agar dapat meningkatkan ekonomi keluarga	6.9510	2
10.	Bekerjasama dengan perusahaan atau pemerintah untuk mengadakan pelatihan untuk meningkatkan nilai tambah usaha agrowisata jeruk	6.9050	4

Sumber : Data Primer (Data Diolah, 2021).

Prioritas diurutkan berdasarkan total nilai daya tarik (TAS) tertinggi hingga terendah dari alternatif strategi (AS) yang sudah dipilih dengan pertimbangan bahwa strategi yang dapat diterapkan sesuai dengan kondisi agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur. Dari tabel diatas, lima strategi utama dipilih pada penelitian ini, karena memiliki nilai TAS paling tinggi, yaitu memanfaatkan jiwa militan untuk meningkatkan usaha agrowisata menjadi lebih modern (bekerjasama dengan bank atau koperasi), mengajak penduduk sekitar yang mempunyai lahan untuk menanam jeruk agar dapat meningkatkan ekonomi keluarga, pemanfaatan teknologi sosial media sebagai alat promosi untuk memperluas pasar, bekerjasama dengan perusahaan atau pemerintah untuk mengadakan pelatihan untuk meningkatkan nilai tambah usaha agrowisata jeruk, membentuk Pokdarwis dan bekerjasama dengan pemerintah untuk memperbaiki akses jalan menuju lokasi dan membangun wisata edukasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Faktor internal meliputi keuangan dan permodalan, sumberdaya manusia, manajemen, kelayakan usaha agrowisata jeruk, serta sarana dan prasarana. Faktor Eksternal meliputi ekonomi, teknologi, kebijakan pemerintah, pesaing, pasar dan iklim. Berdasarkan matriks IE, usaha agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur berada pada sel I yaitu posisi tumbuh dan bangun (*growth and build*). Berdasarkan matriks SWOT ada 10 alternatif strategi (AS) yang dirumuskan untuk menghasilkan nilai TAS (*Total Attractive Score*) didalam analisis QSPM. Lima strategi prioritas yang paling tinggi adalah : Memanfaatkan jiwa militan untuk meningkatkan usaha agrowisata menjadi lebih modern (bekerjasama dengan bank atau koperasi), Mengajak penduduk sekitar yang mempunyai lahan untuk menanam jeruk agar dapat meningkatkan ekonomi keluarga, Pemanfaatan teknologi sosial media sebagai alat promosi untuk memperluas pasar, Bekerjasama dengan perusahaan atau pemerintah untuk mengadakan pelatihan untuk meningkatkan nilai tambah usaha agrowisata jeruk, Membentuk Pokdarwis dan bekerjasama dengan pemerintah untuk memperbaiki akses jalan menuju lokasi dan membangun wisata edukasi.

Saran

Bagi Pengurus dan Pemilik agrowisata, prioritas strategi yang telah dirumuskan dapat dipertimbangkan untuk dilaksanakan didalam mengembangkan usaha agrowisata. Bagi Pemerintah, diharapkan dapat memberikan pendampingan kepada pemilik dan pengurus agrowisata didalam melaksanakan usaha agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur. Bagi peneliti lain, diharapkan untuk meneliti strategi pengembangan agrowisata lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aridiansari, R., Nurlaelih E.E., & Wicaksono, K.P. 2015. Pengembangan Agrowisata di Desa Wisata Tulungrejo Kota Batu Jawa Timur. *Jurnal Produksi Tanaman*. Universitas Brawijaya.
- BPS Provinsi Lampung. 2019. *Provinsi Lampung Dalam Angka 2019*. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. Lampung.
- BPS Lampung Timur. 2020. *Kecamatan Metro Kibang Dalam Angka 2020*. Badan Pusat Statistik Lampung Timur. Provinsi Lampung.
- BPS Lampung Timur. 2021. *Lampung Timur Dalam Angka 2021*. Badan Pusat Statistik Lampung Timur. Provinsi Lampung
- David, F.R. 2009. *Manajemen Strategis: Konsep*. Buku Satu. Edisi ke-12. Terjemahan Ichsan, Setyo Budi. PT Salemba Empat, Jakarta.
- Fitrah & Luthfiyah. 2017. *Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. CV Jejak. Bandung.
- Hokaryah, S. 2019. Prospek Pengembangan Agribisnis Jeruk Siam (*Citrus Nobilis Lour Var.Microcarpa Hassk*) di Nagari Kamang Hilir Kecamatan Kamang Magek Kabupaten Agam. *Jurnal Pertanian*. Universitas Andalas:Padang.
- Marhawati. 2019. Analisis Kelayakan Finansial Usahatani Jeruk Pamelon di Kelurahan Attangsalo Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep. *Jurnal Pertanian*. Universitas Negeri Makasar.
- Nurisjah, S. 2001. Pengembangan Kawasan Wisata Agro (Agrotourism). *Buletin Taman dan*

- Lanskap Indonesia 2001.*
- Perda Lamtim. 2016. *Peraturan Daerah Lampung Timur Nomor 03 tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Lampung Timur.* Sekretariat Daerah Lampung Timur.
- Rachmawati, D., & Haryati, Y. T. 2019. *Strategy Development of Stroberial Fruit Agrotourism on Serang Village Farmers Income , Purbalingga District.* 8(37), 57–66.
- Rahman, T.A., Sutarto, S., & Wibowo, A. 2017. Pengembangan Kampung Sayur Organik di Ngemplak Sutan Mojosoongo Jebres Surakarta. Universitas Sebelas Maret:Surakarta.
- Rangkuti, F. 2008. *The Power Of Brands.* Penerbit Gramedia: Jakarta.
- Rangkuti, F. 2013. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2009. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.* Sekretariat Negara
- Rokani, R., & Erya, L. 2018. Strategi Pengembangan Agrowisata Potensial di Agropolitan Area Sendang Provinsi Jawa Timur Tulung Agung Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pertanian.* Universitas Brawijaya.
- Yoeti. 2000. *Ilmu Pariwisata.* Jakarta:Pertaja