

Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal dalam Pengembangan Agrowisata Kopi di Kecamatan Sumber Jaya Kabupaten Lampung Barat

Identification of Internal Factors and External Factors in the Development of Coffee Agrotourism in Sumber Jaya District West Lampung Regency

Oleh:

**Munafatin Afifah^{1*}, Sumaryo Gitosaputro¹, Kordiyana K. Rangga¹,
Muhammad Irfan Affandi²**

¹ Program Studi Penyuluhan Pertanian, Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung

²Program Studi Magister Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Lampung

Jalan Sumantri Brojonegoro No. 1, Rajabasa, Bandar Lampung, 35145, Lampung, Indonesia.

*e-mail korespondensi: munafatin.afifah0509@gmail.com

Received: May 21, 2024; Revised: November 29, 2024; Accepted: November 30, 2024

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal dalam bentuk kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari lima indikator ancaman yang nantinya hasil dari faktor internal dan faktor eksternal tersebut dapat digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan Agrowisata. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Sumber Jaya Kabupaten Lampung Barat. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Pengambilan data dilaksanakan pada bulan November hingga Desember 2022. Pengumpulan data penelitian dilaksanakan melalui *Focus Group Discussion* (FGD) pada 3 desa sekitar lokasi agrowisata, responden penelitian berjumlah 36 orang pemangku kepentingan. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui jumlah total skor faktor kekuatan 2,20 dan kelemahan 0,65, sehingga diketahui jumlah total skor *Internal Factor Evaluation* (IFE) sebesar 2,85. Hal ini menunjukkan posisi faktor internal berada pada skala penilaian sedang. Jumlah total skor *External Factor Evaluation* (EFE) adalah 3,17, dari hasil ini yang menunjukkan faktor eksternal berada pada posisi penilaian kuat dengan total skor faktor peluang 2,90 dan ancaman 0,27, sehingga dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa total matrik EFE lebih besar dibandingkan matrik IFE. Hal tersebut menggambarkan bahwa keadaan internal Agrowisata berada pada kondisi tumbuh dan kembangkan dengan memanfaatkan peluang yang ada.

Kata kunci: agrowisata kopi, faktor internal, dan faktor eksternal

ABSTRACT

The study aims to identify internal and external factors in the form of strengths, weaknesses, opportunities, and threats from five threat indicators. The results of these internal and external factors are intended to formulate development strategies for agrotourism. The research was conducted in Sumber Jaya Subdistrict, West Lampung Regency. The data analysis method used was quantitative descriptive analysis. Data collection was carried out from November to December 2022. The research data was collected through focus group discussions (FGDs) in three villages surrounding the agrotourism area, involving 36 stakeholders as respondents. Based on the research results, the total score for strengths was 2.20, while weaknesses scored 0.65, resulting in an IFE (Internal Factor Evaluation) total score of 2.85. This indicates that the internal factors are at a moderate level. Meanwhile, the total EFE (External Factor Evaluation) score was 3.17, indicating that external factors are in a strong position, with opportunities scoring 2.90 and threats scoring 0.27.

and threats scoring 0.27. These results show that the total EFE matrix is greater than the IFE matrix. This illustrates that the internal condition of the agrotourism is in a state of growth and development by leveraging the available opportunities.

Keywords: coffee agrotourism, internal factors, and external factors

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata menjadi sumber yang penting karena dapat memicu pertumbuhan ekonomi dengan menyumbang devisa negara yang cukup signifikan (Bank Indonesia, 2020; Yakup dan Haryanto, 2019), sehingga sektor pariwisata sangat berkontribusi terhadap pendapatan devisa negara sehingga dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu faktor penentu perolehan devisa Indonesia dari sektor pariwisata ini adalah pajak yang harus dibayar wisatawan ketika sedang melakukan perjalanan wisata. Konstruksi, pariwisata, industri pertanian komersial dan lainnya. Pembangunan dengan konsep wisata kembali ke alam (*back to nature*) sekarang sudah sangat banyak bermunculan, aspek inilah yang harus menjadi suatu fokus pengelola bisnis wisata, khususnya wisata tanaman kopi kedepannya (Pemerintah Provinsi Lampung, 2007).

Dalam rangka mendukung Agenda Kerja Utama (AKU) dan untuk memperoleh tujuan dari sasaran pembangunan suatu daerah, dibantu dengan sasaran yang jelas dan didukung dengan arah kebijakan pembangunan daerah berdasarkan koridor pertumbuhan dan pemerataan, pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif di Provinsi Lampung, mengingat wilayah ini terdapat potensi wisata yang sangat khas dan beragam, seperti adanya wisata alam (agrowisata), wisata buatan, ekowisata, dan wisata budaya, maka industri pariwisata di Provinsi Lampung memiliki banyak potensi untuk berkembang (Pemerintah Provinsi Lampung, 2007). Pembahasan mengenai Agrowisata yang terlampir pada surat keputusan bersama Menteri Pertanian dan Menteri Pariwisata, yaitu pada pos dan telekomunikasi No.204/KPTS/HK/050/4/1989 dan No.KM. 47/PW.DOW/MPPT/89 yang menyatakan

agrowisata menjadi bagian dari objek wisata dalam bentuk kegiatan yang memanfaatkan usaha agronya dengan tujuan untuk memperluas wawasan pengetahuan, meningkatkan nilai estetika, memberikan nilai rekreasi, menambah pengalaman, meningkatkan konservasi lingkungan, menjadi wisata yang berhubungan dengan usaha di bidang pertanian serta mendapatkan keuntungan ekonomi dari usahanya. Agrowisata berawal dari *ecotourism* (wisata ekologi), *ecotourism* ini sendiri merupakan wisata yang paling cepat berkembang di antara model pengembangan pariwisata lainnya di seluruh dunia. *Ecotourism* di negara berkembang sebagai suatu model pengembangan yang memiliki potensi untuk aktivitas pengelolaan dan memelihara SDA/sumber daya alam dan mendukung proses perbaikan ekonomi dan memperoleh pendapatan bagi masyarakat lokal (Utama, 2012).

Lampung Barat merupakan kabupaten dengan produksi kopi terbesar di Provinsi Lampung, pada tahun 2022, produksi kopi robusta mencapai 56.054 ton. pada tahun 2023, produksi mengalami penurunan menjadi 53.325,8 ton, berkurang sekitar 2.728,2 ton dibandingkan tahun sebelumnya. Meskipun produksi menurun, petani kopi di Lampung Barat masih terbantu dengan tingginya harga jual di pasaran. Harga kopi robusta asalan mencapai Rp40.000 per kilogram, dan bisa lebih tinggi untuk kualitas premium. Besarnya produksi kopi di Kabupaten Lampung Barat menyebabkan Kabupaten Lampung Barat dikenal sebagai penghasil kopi yang berkualitas. Kabupaten Lampung Barat dalam data statistik menunjukkan bahwa produksi kopi tiap tahunnya selalu mengalami peningkatan (BPS Provinsi Lampung, 2019). Komoditas unggulan, seperti tanaman kopi, harus menjadi prioritas dalam pengembangan guna

mendorong peningkatan perekonomian wilayah dan kontribusi dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, karena mayoritas penduduk Lampung Barat bekerja sebagai petani kopi. Peningkatan produksi kopi juga sejalan dengan meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia. (Rencana Jangka Menengah Daerah /RPJMD Kabupaten Lampung Barat Tahun 2012-2018).

Agro-eduwisata dinilai berdasarkan gabungan dari dua konsep yaitu agrowisata dan edukasi. Istilah agrowisata yaitu suatu wisata pertanian dengan berbagai macam kegiatan dengan memanfaatkan sektor lahan atau lokasi pertanian. Edukasi disebut juga suatu kegiatan dalam hal pengembangan pengetahuan, pemahaman dan pengalaman (Novikarumsari dan Amanah, 2019). Agrowisata yang berkembang tidak hanya memperlihatkan hasil produk pertanian yang segar untuk dijadikan konsumsi seperti pada umumnya, melainkan pengunjung pun dapat merasakan untuk membeli langsung ke lokasi perkebunannya (Popescu dan Jean-Vasile, 2019), agrowisata juga menjadi sarana pelatihan, dan pendidikan yang sifatnya edukasi, serta menggambarkan *intermezo* yang menarik bagi para wisatawan yang berkunjung. Aridiansari (2015), menyebutkan bahwa definisi agrowisata adalah beberapa kegiatan pedesaan seperti mempraktekkan pertanian organik, pertanian konvensional, kegiatan panen dan memanen, kegiatan bertani, mempelajari budaya lokal, menikmati pemandangan alam, mengetahui keragaman hayati, terdapat juga beberapa unsur pendidikan, pelatihan serta hiburan yang akan didapatkan oleh wisatawan saat berkunjung ke agrowisata. Pengembangan Agrowisata kopi di Sekolah Kopi diperlukan untuk memaksimalkan sumber daya lokal yang ada, dilihat dari kapasitas sumber daya alam yang dimiliki maupun sumber daya manusianya. Beberapa faktor meningkatnya suatu produksi kopi dapat dilihat dari luas lahan dan produktivitas kopi.

Agrowisata kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat didirikan untuk membantu meningkatkan pendapatan masyarakat khususnya petani kopi, praktik

membudidayakan tanaman kopi, pengenalan teknologi kopi dan segala praktik ilmu tentang perkopian serta secara tidak langsung membantu kegiatan penyuluhan. Pendirian sekolah kopi bertujuan sebagai media pembelajaran, sebagai ruang pamer produk penyuluhan, sebagai sarana prasarana pelatihan, penyuluhan, dan pengembangan petani. Seperti yang diutarakan Yanfika dkk., (2019) dan Listiana dkk., (2019), kegiatan penyuluhan yang dilakukan merupakan suatu proses kreatif dan inovatif, mengetahui karakteristik budaya masyarakat setempat, dapat diimplementasikan dalam kegiatan sehari-hari yang membangun dan mendukung perilaku kreatif. Penyuluhan ikut serta dalam hal mengembangkan lingkungan di mana stakeholders terbuka untuk mengeluarkan ide-ide baru, pendapat dan memiliki kesanggupan untuk melindungi risiko pada saat fokus di tujuan akhir.

Konsumsi kopi yang meningkat diakibatkan karena adanya taraf hidup dan peralihan gaya hidup di Indonesia yang juga meningkat (Rahmanissa dan Ssadeli, 2016). Mengkonsumsi kopi era sekarang menjadi gaya hidup sebagian besar mayoritas penduduk Indonesia. Banyaknya peminat tentang kopi dapat menyebabkan konsumen semakin gencar dalam mencari hal baru tentang kopi, hingga potensi untuk dibangunnya suatu agrowisata kopi sangat baik untuk dilakukan. Kabupaten Lampung Barat menjadi salah satu kabupaten penghasil kopi terbesar di Provinsi Lampung, hingga berpeluang pada sektor perkebunan guna dikembangkannya sebagai agrowisata.

International Coffee Organization tahun (2021) mengatakan bahwa Indonesia tergolong produsen kopi terbesar keempat di dunia yaitu setelah Brazil 39,30 persen, Vietnam 16,50 persen, dan Colombia 8,20 persen, dan Indonesia dengan menyumbang sekitar 5,90 persen dari produksi total kopi dunia. Sekolah kopi merupakan satu-satunya pusat pelatihan kopi yang ada di Lampung Barat yang bekerja sama dengan petani kopi, penyuluhan, kelompok tani serta jaringan barista dan pengusaha kopi. Sekolah kopi dengan konsep agrowisata merupakan salah

satu bentuk dukungan nyata dari pemerintah Kabupaten Lampung Barat yang nantinya akan menunjang peningkatan produksi dan kualitas kopi robusta di Kabupaten Lampung Barat. Konsep Agrowisata kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat ini dapat menjadi suatu motivasi untuk menjadi pendorong petani kopi agar mau melakukan budidaya kopi dengan baik dan benar (Dinas Perkebunan dan Peternakan Kabupaten Lampung Barat, 2022).

Pengembangan agrowisata kebun kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat memerlukan identifikasi faktor internal dan eksternal sebagai elemen pendukung utama dalam merancang konsep pengembangan agrowisata. Hal ini penting karena, seiring waktu, berbagai perubahan dapat terjadi, seperti meningkatnya persaingan dalam bisnis agrowisata, inflasi yang terus bertambah, penurunan pertumbuhan ekonomi, kemajuan teknologi yang semakin pesat, serta perubahan kondisi demografis yang dapat memengaruhi preferensi konsumen dengan cepat (Rangkuti, 2008). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal (lima indikator kekuatan dan lima indikator kelemahan) dan faktor eksternal (lima indikator peluang dan lima indikator ancaman) yang nantinya hasil dari faktor internal dan faktor eksternal tersebut dapat digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan Agrowisata kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Sekolah Kopi, Kecamatan Sumber Jaya Kabupaten Lampung Barat. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa Kabupaten Lampung Barat menjadi salah satu penghasil kopi terbesar di Provinsi Lampung (BPS Kabupaten Lampung Barat, 2019)

dan Sekolah Kopi adalah pusat pelatihan dan budidaya kopi satu-satunya yang ada di Lampung (Dinas Perkebunan dan Peternakan Kabupaten Lampung Barat, 2022). Adapun penelitian ini dilaksanakan pada bulan November hingga Desember tahun 2022.

Berdasarkan prasurvei yang dilakukan di Sekolah Kopi Lampung Barat diperoleh bahwa populasi dari penelitian ini tidak bisa ditentukan secara pasti karena sifatnya tak terhingga, semua lembaga bisa dijadikan responden dengan ketentuan memahami tentang pengembangan agrowisata di Sekolah Kopi. Pada penelitian ini, teknik *sampling purposive* dan *non-probability sampling* digunakan sebagai metode pengambilan sampel.

Responden dari pihak internal adalah beberapa perwakilan dari lembaga Sekolah Kopi Lampung Barat seperti kepala UPT/Unit Pelaksana Teknis kebun induk kopi, kasubag tata usaha dan staf sekolah kopi. Responden pihak eksternal adalah 10 orang perwakilan dari *stakeholders* pada masyarakat dari 3 desa terdekat dengan agrowisata, yaitu: Pekon Suka Jaya (Sekolah Kopi), Pekon Fajar Bulan, dan Pekon Sindang Pagar.

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini terdiri dari data yang langsung diperoleh dari pengamatan di lokasi penelitian, wawancara, serta dari hasil *Focus Group Discussion* (FGD) oleh beberapa tokoh yang terkait dengan Sekolah Kopi seperti, nama responden, umur, pekerjaan, alamat, jenis kelamin, pendidikan terakhir, penghasilan per bulan, dan lainnya (Irwanto, 2006). Data sekunder diperoleh dari hasil data-data yang sudah tercatat dan tersedia sebelumnya, berupa laporan tahunan pengunjung agrowisata, data badan pusat statistik/BPS, buku, skripsi, yang berkaitan dengan penelitian ini. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara, menggunakan kuesioner, FGD, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Faktor Internal

Identifikasi faktor internal dari kekuatan dan kelemahan dapat dilihat dari kondisi umum Agrowisata di Sekolah Kopi Lampung Barat. Berdasarkan hasil identifikasi faktor internal agrowisata kopi dan juga berdasarkan informasi dari hasil FGD serta analisis keadaan lingkungan internal yang ada, diperoleh kekuatan sebagai berikut:

- 1) Pemandangan alam perkebunan kopi yang indah. Agrowisata kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat merupakan satu-satunya agrowisata kopi yang memiliki kebun kopi sekaligus paket wisata sebagai daya tarik wisata yang unggul di kawasan Puncak Sumber Jaya yang belum tentu dimiliki oleh agrowisata lainnya. Panorama alam perkebunan kopi yang dimiliki Sekolah Kopi menjadi kekuatan utama dan merupakan ciri khas bagi Agrowisata kopi. Berdasarkan hasil penelitian dari tingkat kepuasan pengunjung yang ditujukan kepada Agrowisata di Sekolah Kopi Lampung Barat, sehingga diketahui hasil dari tingkat kepuasan pengunjung terhadap keindahan pemandangan dan panorama alam yang ditawarkan Sekolah Kopi sebesar 3,67. Hal ini menandakan bahwa pengunjung Agrowisata di Sekolah Kopi merasa puas atas keindahan pemandangan alam yang ditawarkan di Agrowisata.
- 2) Lokasi wisata yang strategis. Agrowisata kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat terletak di lokasi wisata yang sangat strategis karena lokasi wisata berada dekat dengan jalan lintas provinsi yang menghubungkan ibukota Lampung Barat dengan kota-kota lainnya serta dekat dengan jalur yang banyak dilewati oleh masyarakat pada umumnya, sehingga konsumen mudah untuk datang dan berkunjung ke Sekolah Kopi dengan pertimbangan luasnya lokasi wisata, dan tersedianya berbagai macam objek wisata. Agrowisata di Sekolah Kopi Lampung Barat memiliki lokasi wisata yang strategis dan luas dengan pemandangan alam yang indah, serta didukung dengan udara yang sejuk hingga sangat memungkinkan bagi pengelola bisnis untuk mengembangkan Agrowisata di Sekolah Kopi tersebut.
- 3) Tersedianya fasilitas gedung pelatihan dan budidaya kopi, fasilitas *camping*, cafe, sarana bermain anak-anak, sarana olah raga, serta fasilitas lainnya. Sekolah Kopi Lampung Barat juga mempromosikan beberapa fasilitas pelatihan, penginapan dan fasilitas-fasilitas wisata agro lainnya agar dapat memuaskan pengunjung yang datang sehingga tidak mudah bosan saat berkunjung ke Agrowisata kopi.
- 4) Memiliki alat teknologi kopi terkini, sebagai objek wisata edukasi serta menjadi satu-satunya gedung pusat pelatihan kopi yang ada di Lampung Barat. Adanya teknologi serta gedung pusat pelatihan kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat dapat menjadi kekuatan utama, karena merupakan agrowisata kopi yang memiliki alat teknologi pengolahan kopi sendiri dan pengunjung agrowisata dapat masuk ke gedung tersebut untuk pelatihan sekaligus dapat melihat proses pengolahan kopi mulai dari *roasting* kopi sampai seduh kopi.
- 5) Biaya tiket masuk ke lingkungan Agrowisata di Sekolah Kopi Lampung Barat masih gratis baik masuk ke Lokasi Sekolah Kopi maupun parkir karena akses masuk agrowisata kopi masih gratis atau nol rupiah, sehingga pengunjung sangat antusias untuk berkunjung ke Sekolah Kopi tanpa harus memikirkan biaya tiket masuk dan parkir.

Berdasarkan hasil identifikasi faktor internal Agrowisata di Sekolah Kopi Lampung Barat diperoleh lima indikator kelemahan sebagai berikut :

- 1) Promosi yang dilakukan Agrowisata kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat belum serius sehingga menjadi salah satu kelemahan yang dimiliki Sekolah Kopi Lampung Barat. Promosi sebelumnya hanya dilakukan melalui media sosial dan

komunikasi lisan yaitu informasi dari orang lain ke orang lain. Promosi formal yang dilakukan Sekolah Kopi Lampung Barat melalui media elektronik sangat jarang dilakukan. Adapun brosur, banner dan spanduk yang berada di pinggir jalan menuju Sekolah Kopi Lampung Barat sangat jarang ditemui. Hal ini mengindikasikan bahwa promosi yang dilakukan Sekolah Kopi Lampung Barat kurang intensif.

- 2) Kurangnya pengawasan Agrowisata kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat sehingga perlu ditingkatkan jaminan keamanan akan lokasi Agrowisata dan entitas agrowisata yang sudah ada. Sekolah Kopi terlihat sangat kurang akan pengawasan terhadap lokasi Agrowisata, sehingga banyaknya kendaraan seperti sepeda, motor dan mobil yang sering keluar dan masuk semaunya, serta banyak beberapa pedagang berjualan dan menegakkan tenda jualan tanpa izin.
- 3) Pemanfaatan kapasitas wisata alam dan letak wisata Agrowisata Kopi yang sudah ada kurang dimaksimalkan. Secara tidak langsung banyak terdapat beberapa potensi wisata di dalam Sekolah Kopi Lampung Barat yang belum dioptimalkan, seperti masih banyak lahan-lahan yang kosong yang belum dibangun dan dikembangkan untuk dikomersilkan sebagai salah satu objek wisata yang baru.
- 4) Sistem layanan pengunjung Agrowisata kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat belum ditingkatkan. Saat ini belum diterapkannya penggunaan alat teknologi secara optimal dalam beberapa sistem kerja, sehingga pencatatan dan pendataan pemesanan pengunjung di *front office* Agrowisata saat ini masih memakai cara yang manual yaitu seperti pencatatan pada buku, dan tidak diinput menggunakan elektronik otomatis atau sistem komputerisasi.
- 5) Fasilitas penerangan lingkungan dan jalan menuju lokasi Agrowisata kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat kurang tercukupi sehingga, nampak kurang indah dan

terkadang disalah fungsikan oleh muda mudi ketika malam.

Hasil identifikasi faktor kekuatan dan faktor kelemahan oleh pemangku kepentingan atau *stakeholders* pada saat penelitian dilaksanakan sebagai faktor strategis internal, dapat dilihat pada Hasil matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) berikut Tabel 1.

Tabel 1
Hasil matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)
Sekolah Kopi Lampung Barat Tahun 2022

No.	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	Memiliki pemandangan alam perkebunan kopi yang indah	0,15	4	0,60
2	Lokasi wisata yang strategis	0,15	4	0,60
3	Memiliki fasilitas penginapan, cafe dan lahan camping	0,10	4	0,40
4	Memiliki alat pengolahan kopi terbaru	0,05	3	0,15
5	Masuk ke lingkungan sekolah kopi masih gratis baik masuk lokasi maupun parkir	0,15	3	0,45
Total Skor Faktor Kekuatan			2,20	
Kelemahan				
1	Promosi yang belum serius	0,15	2	0,30
2	Kurangnya pengawasan sehingga perlu ditingkatkan jaminan keamanan	0,05	2	0,10
3	Pemanfaatan potensi wilayah belum optimal	0,05	2	0,10
4	Sistem layanan pengunjung belum ditingkatkan	0,10	1	0,10
5	Fasilitas penerangan lingkungan dan jalan masih terbatas	0,05	1	0,05
Total Skor Faktor Kelemahan			1,00	
Total Skor IFE			0,65	
Total Skor IFE			2,85	

Berdasarkan hasil matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) di atas, yang menjadi indikator kekuatan yang diutamakan oleh Agrowisata kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat, yaitu memiliki pemandangan alam perkebunan kopi yang indah serta lokasi wilayah yang strategis dengan total skor yang tertinggi yaitu 0,60 dan 0,60 kedua faktor strategis internal di atas memiliki suatu pengaruh yang tinggi terhadap pengembangan Agrowisata kopi berkelanjutan dan menjadi kekuatan yang diutamakan bagi Agrowisata kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat untuk bersaing dalam industri wisata.

Identifikasi Faktor Eksternal

Identifikasi faktor peluang dan faktor ancaman Agrowisata Kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat dapat dilihat dari kondisi di luar Agrowisata kopi dan ke depannya akan

sangat mempengaruhi berjalannya usaha agrowisata kopi tersebut. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan hasil identifikasi faktor eksternal agrowisata kopi dan juga berdasarkan hasil FGD (*focus group discussion*) serta keadaan lingkungan eksternal yang sudah ada sebelumnya, diperoleh peluang Agrowisata kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat sebagai berikut:

- 1) Kecenderungan keinginan pengunjung Agrowisata Kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat untuk berganti ke wisata alam (agrowisata *back to nature*). Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Sekolah Kopi Lampung Barat beberapa minat pengunjung menunjukkan ketertarikan terhadap wisata yang mempromosikan pemandangan dan keindahan alam tergolong tinggi dan sangat banyak. Beberapa penyebab pengunjung beralih ke wisata lain adalah karena pengunjung merasa jemu dengan tempat-tempat wisata hiburan yang sudah sering pengunjung datangi sebelumnya. Keinginan pengunjung yang tinggi untuk berpindah ke tempat wisata yang mempromosikan keindahan alam yang berbeda, maka akan menjadi peluang bisnis yang potensial untuk pebisnis usaha agrowisata.
- 2) Kecenderungan pengunjung, terutama dari kalangan masyarakat umum, adalah memilih tempat untuk mengadakan acara keluarga dan pertemuan di luar kota. Banyak orang tertarik mengadakan acara kumpul keluarga di destinasi wisata, seperti wisata alam (*back to nature*) dan agrowisata kopi. Acara pertemuan maupun rapat dari berbagai instansi pemerintah maupun swasta yang juga sering dilakukan di Sekolah Kopi Lampung Barat memberikan peluang yang baik dalam mempromosikan usaha pengembangan agrowisata kopi.
- 3) Perkembangan teknologi salah satunya internet saat ini sangatlah cepat. Dengan adanya internet ini sangat memudahkan bisnis dan membantu mempermudah mempromosikan usaha-usaha wisata khususnya Agrowisata kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat. Adanya internet dan kemajuan teknologi lainnya, dapat membuat pemasaran dan urusan bisnis menjadi lebih mudah. Adanya Internet hanyalah salah satu contoh betapa cepatnya perubahan teknologi, namun masih banyak teknologi lain yang dapat membantu industri agrowisata berjalan dan berkembang.
- 4) Infrastruktur Agrowisata Kopi di Sekolah Kopi Lampung yang baru dibantu dengan adanya akses jalan yang bagus dan mudah, sehingga pengunjung Agrowisata kopi tidak harus melalui jarak yang jauh dan waktu yang cukup lama untuk datang ke lokasi Agrowisata kopi di Sekolah Kopi karena Sekolah Kopi berada pada jalan lintas provinsi yang menghubungkan ibukota Lampung Barat dengan kota-kota lainnya yang ramai dilalui masyarakat pada umumnya.
- 5) Jumlah pengunjung atau wisatawan Agrowisata kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat terus banyak dan meningkat, terutama di akhir pekan dan hari libur panjang. Minat pengunjung untuk berdatangan ke Agrowisata terus meningkat seiring dengan berjalannya waktu, jumlah wisatawan yang ingin bersantai di daerah yang indah dan sejuk pun bertambah banyak selama liburan panjang dan akhir pekan dengan alasan pengunjung Agrowisata memanfaatkan peluang saat libur kerja, sekolah maupun libur di aktivitas lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan diketahui identifikasi Faktor eksternal Agrowisata kopi dan juga berdasarkan hasil diskusi dengan *stakeholders* saat *focus group discussion* atau FGD, sehingga diperoleh lima indikator ancaman Agrowisata kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat sebagai berikut :

- 1) Pengunjung atau wisatawan bebas mencari dan mengunjungi tempat wisata tambahan lain. pengunjung bebas memilih tempat wisata mana yang ingin dikunjungi berdasarkan daya tarik dan

tawarnya. Hal ini dapat terjadi karena pada umumnya banyak keinginan konsumen akan beralih jika harga yang ditawarkan agrowisata lebih rendah dan layanan wisata yang berkualitas lebih tinggi. Hasil dari penelitian pun menunjukkan minat pengunjung yang tinggi jika harga masuk wisata yang ditawarkan lebih murah dibanding wisata lainnya.

- 2) Banyak bermunculnya suatu Agrowisata maupun wisata baru lainnya. Banyak juga bisnis wisata-wisata baru bermunculan di puncak Sumber Jaya maupun di kawasan Kabupaten Lampung Barat, sehingga tingkat bersaing tinggi dan kendala masuk ke dalam bisnis agrowisata tergolong rendah.
- 3) Pengembangan usaha agrowisata kopi yang sangat cepat dengan ciri khas dan karakteristik tertentu mencerminkan pesatnya pertumbuhan sektor agrowisata. Hal ini meningkatkan daya saing bisnis agrowisata, sehingga menjadi saingan potensial yang perlu dipertimbangkan untuk masa depan. Berbagai agrowisata dan tempat wisata berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir karena tingginya minat konsumen untuk berwisata, terlebih lagi banyak masyarakat yang ingin *refreshing* usai pandemi covid-19.
- 4) Usaha wisata nonagrowisata lebih diminati dibanding wisata agrowisata alam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lebih banyak pengunjung yang berdatangan ke lokasi wisata yang bersifat non agro dibandingkan agro. Hal tersebut menjadikan tantangan untuk wisata agrowisata agar bisa menarik pengunjung lebih banyak lagi ke depannya dengan membangun fasilitas yang belum dimiliki wisata nonagro.
- 5) Minat dari investor dalam usaha agrowisata relatif rendah karena dengan rendahnya minat investor tersebut menjadikan bisnis agrowisata ini sulit eksis baik dalam hal pembangunan maupun dalam relasi dengan pebisnis lainnya. Mencari investor untuk tambahan

modal usaha adalah hal yang biasa dilakukan oleh para pengusaha, jika memiliki dana tambahan dari investor, usaha agrowisata akan memiliki keluasan untuk melakukan ekspansi bisnis. Dengan semakin berkembangnya bisnis agrowisata, maka semakin besar pula biaya operasional yang akan dibutuhkan kepadanya.

Berdasarkan hasil matriks EFE di atas diketahui bahwa yang menjadi faktor peluang utama yaitu terletak pada faktor infrastruktur dan akses jalan yang mudah dengan jumlah wisatawan yang terus meningkat pada saat long weekend. Hal tersebut yang dapat dimanfaatkan oleh Agrowisata Kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat dan akan memberikan dampak yang positif bagi pengembangan agrowisata yang akan datang. Dengan adanya perkembangan teknologi, sosial media terutama adanya internet dapat membantu memudahkan transaksi usaha dalam promosi usaha Agrowisata. Adapun total skor masing-masing faktor eksternal utama di atas adalah 0,80, 0,60 dan 0,60. Berikut adalah hasil matriks faktor eksternal dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2.
Hasil matriks *Eksternal factor evaluation (EFE)*
Sekolah Kopi Lampung Barat Tahun 2022

No.	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Kecenderungan keinginan konsumen untuk beralih ke wisata alam	0,20	4	0,80
2	Kecenderungan masyarakat untuk melakukan acara pertemuan atau acara kumpul keluarga di luar kota	0,10	3	0,30
3	Perkembangan teknologi, sosial media terutama internet dapat memudahkan transaksi usaha dalam promosi	0,15	4	0,60
4	Infrastruktur serta akses jalan yang bagus dan mudah	0,20	3	0,60
5	Jumlah wisatawan atau pengunjung yang terus bertambah terutama pada saat-saat libur panjang	0,15	4	0,60
Total Skor Faktor Peluang				2,90
Ancaman				
1	Pengunjung atau wisatawan memiliki kebebasan untuk mencari dan berkunjung ke objek wisata lain	0,05	2	0,10
2	Banyaknya bermunculan agrowisata atau wisata-wisata yang baru	0,02	2	0,04
3	Perkembangan usaha agrowisata lain yang sangat cepat dan memiliki ciri khas tertentu	0,05	1	0,05
4	Usaha non agrowisata lebih diminati dibanding agrowisata	0,05	1	0,05
5	Minat investor dalam usaha agrowisata relatif rendah	0,03	1	0,03
Total Skor Faktor Ancaman				1,00
Total Skor EFE				3,17

Berdasarkan hasil penelitian diketahui penjumlahan total skor pada matriks IFE (*internal factor evaluation*) sebesar 2,85. Lihat tabel 2, menurut David, (2006) skala penilaian *internal factor evaluation* tersebut berada pada kategori sedang. Penjumlahan total skor pada matriks *eksternal factor evaluation* atau EFE sebesar 3,17 dilihat dari hasil ini, menurut David (2006) skala penilaian *internal factor evaluation* tersebut berada pada kategori tinggi sehingga skor tersebut nantinya dapat digunakan untuk merumuskan strategi bisnis Agrowisata Kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat yang tepat. Hasil yang diperoleh di atas dapat diinput dan digunakan untuk analisis strategi matriks IE.

Hasil matrik eksternal dan internal menunjukkan usaha agrowisata kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat yang tergolong baik dengan cara memanfaatkan keuntungan dari *economics of scale* dalam hal produksi maupun pemasaran, sehingga nantinya akan dapat membantu menghasilkan alternatif strategi tanpa adanya implementasi (David, 2006). Hasil dari identifikasi faktor eksternal dan faktor internal menunjukkan keberadaan agrowisata kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat terletak pada posisi yang baik dan mampu untuk mengambil peluang dari keuntungan yang didapatkan. (Rangkuti, 2008), sehingga dengan posisi Agrowisata kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat akan sangat membantu bersaing dengan menggunakan strategi-strategi bisnis yang lebih agresif nantinya untuk mempertahankan peluang dan kekuatan yang sudah ada sebelumnya.

SIMPULAN

Kekuatan utama Agrowisata kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat adalah pemandangan alam dari perkebunan kopi yang indah dan lokasi wilayah Agrowisata kopi yang strategis, sedangkan kelemahan utama Agrowisata kopi di Sekolah Kopi Lampung Barat adalah promosi yang belum serius.

Faktor eksternal yang menjadi indikator peluang utama yang dapat dimanfaatkan oleh Agrowisata dan yang akan berdampak baik terhadap perkembangan agrowisata berkelanjutan tersebut adalah infrastruktur yang baik, akses jalan yang bagus dan mudah, dengan jumlah wisatawan yang terus bertambah pada saat libur panjang sedangkan, indikator ancaman utamanya adalah pengunjung yang memiliki keleluasan untuk mencari dan berkunjung ke objek wisata lain.

SANWACANA

Ucapan terima kasih peneliti sampaikan terutama ditujukan kepada dosen pembimbing pertama dan pembimbing kedua, pembahas, tokoh kepentingan masyarakat dan pihak Sekolah Kopi Lampung Barat yang telah banyak membantu, membimbing, mengarahkan serta memberikan masukan selama pelaksanaan penelitian maupun dalam berjalannya penyusunan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aridiansari, Riske, Euis Elih Nurlaelih, dan Karuniawan Puji Wicaksono. (2015). Pengembangan Agrowisata di Desa Wisata Tulungrejo Kota Batu, Jawa Timur. *Jurnal Produksi Tanaman*, 3(5) : 383–90.
- Bank Indonesia. (2020). “*Jumlah Devisa Sektor Pariwisata (Miliar US \$)*.” Badan Pusat Statistik. Diambil 7 April 2023
(https://bps.go.id/indikator/indikator/vi ew_data/0000/data/1160/sdgs_8/1).
- BPS Kabupaten Lampung Barat. (2019). *Produktivitas Kopi*. Liwa.
- BPS Provinsi Lampung. (2019). *Provinsi Lampung Dalam Angka*. Lampung.
- David, Fred R. (2006). *Manajemen Strategis Konsep Edisi Kesepuluh*. diedit oleh S. Rahoyo. Salemba Empat. Jakarta.
- Dinas Perkebunan dan Peternakan

- Kabupaten Lampung Barat. (2022). *Profil dan Sejarah Sekolah Kopi Lampung Barat*. Lampung.
- International Coffee Organization. (2021). *Trade statistics tables: coffee production by exporting countries*. ico.org. Diambil 2 April 2023 (https://www.ico.org/trade_statistics.asp).
- Irwanto. (2006). *Focused Group Discussion (FGD): Sebuah Pengantar Praktis*. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.
- Listiana, Indah, I. Efendi, A. Mutolib, dan A. Rahmat. (2019). The behavior of Extension Agents in Utilizing Information and Technology to Improve the Performance of Extension Agents in Lampung Province. *Journal of Physics : Conference Series* 1155(012004):1–9. doi: 10.1088/1742-6596/1155/1/012004.
- Novikarumsari, Nurul Dwi, dan Siti Amanah. (2019). Pengembangan Model Agroeduwisata Sebagai Implementasi Pertanian Berkelanjutan (*Development of Agroedutourism Model as the Implementation of Sustainable Development*). " *Suluh Pembangunan: Journal of Extension and Development* 1(2):67–71.
- Pemerintah Provinsi Lampung. (2007). *Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 6 Tahun 2007 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) Daerah Provinsi Lampung Tahun 2005-2025*. Kota Bandar Lampung.
- Pemerintah Provinsi Lampung. 2007. *Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 6 Tahun 2007 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah* (RPJP) Provinsi Lampung Tahun 2005-2025. Kota Bandar Lampung.
- Popescu, Gabriel, dan Andrei Jean-Vasile. (2019). *Agricultural Management Strategies in A Changing Economy*. Pennsylvania: IGI Global.
- Rahmanissa, Rayi, dan Agriani Hermita Sadeli. (2016). Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Kualitas Minuman Kopi di Java Preanger Coffee House Bandung. *Agricore (Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian)* 1(1):54–61. doi: <https://doi.org/10.24198/agricore.v1i1.22690>.
- Rangkuti, Freddy. (2008). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis : Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Utama, I. Gusti Bagus Rai. (2012). *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif di Indonesia*. Denpasar.
- Yakup, Anggita Permata, dan Tri Haryanto. (2019). Pengaruh Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Bina Ekonomi: Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan* 23(2):39–47. doi: <https://doi.org/10.26593/be.v23i2.3266.39-47>.
- Yanfika, Helvi, I. Listiana, A. Mutolib, dan A. Rahmat. (2019). Linkages between Extension Institutions and Stakeholders in The Development of Sustainable Fisheries in Lampung Province." *Journal of Physics : Conference Series* 1155(012014):1–9. doi: 10.1088/1742-6596/1155/1/012014.