

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap Agrowisata Buah Naga Palopat Maria maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal yang menentukan pengembangan Agrowisata Buah Naga Palopat Maria adalah aspek sumber daya manusia, sumber daya finansial, pemasaran, produksi, daya tarik wisata, serta sarana wisata, dan prasarana wisata. Dengan total skor matriks IFAS sebesar 2,621 yang berarti kondisi lingkungan internal agrowisata berada dalam kondisi kuat atau diatas rata-rata. Sementara itu, lingkungan eksternal yang menentukan pengembangan Agrowisata Buah Naga Palopat Maria adalah aspek ekonomi, sosial-budaya, lingkungan, hukum-pemerintah, teknologi, dan persaingan. Total skor matriks EFAS sebesar 2,636 yang berarti diatas rata-rata, sehingga mencerminkan Agrowisata Buah Naga Palopat Maria dapat memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman yang ada.

2. Hasil perhitungan pada diagram SWOT menunjukkan bahwa posisi Agrowisata Buah Naga Palopat Maria berada pada kuadran I, maka strategi pengembangan yang dapat dilakukan adalah strategi pertumbuhan yang agresif dengan memanfaatkan kekuatan dari Agrowisata Buah Naga Palopat Maria untuk mendapatkan keuntungan dari peluang yang ada. Untuk itu, prioritas strategi disusun berdasarkan strategi SO yang

kemudian didiskusikan bersama pengelola untuk membuat rencana kerja 5 tahunan dengan mempertimbangkan kondisi dan kebutuhan agrowisata baik dari segi finansial dan sumber daya yang dimiliki. Rencana kerja tersebut berisi 3 strategi yang untuk di tahun pertama dan tahun kedua hingga tahun kelima masing-masing terdapat 2 strategi.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, hal-hal yang dapat disarankan untuk Agrowisata Buah Naga Palopat Maria adalah sebagai berikut:

1. Agrowisata Buah Naga Palopat Maria selama beroperasi hanya mengandalkan modal pribadi, untuk itu penulis menyarankan pengelola agrowisata membangun kemitraan dengan pemerintah daerah, swasta, komunitas lokal, dan pihak terkait lainnya untuk mendapatkan dukungan finansial, pelatihan, ataupun bantuan dalam mempromosikan agrowisata.
2. Pengelola Agrowisata Buah Naga Palopat Maria dapat berkerjasama dengan sekolah kejuruan (SMK) dan universitas yang berfokus di bidang pariwisata dan pertanian yaitu membuat suatu program pembelajaran bersama dengan cara mengirimkan siswa dan mahasiswanya untuk praktek pertanian, PKL, ataupun magang di Agrowisata Buah Naga Palopat Maria.
3. Agrowisata Buah Naga Palopat Maria saat ini hanya memiliki satu jenis buah naga dan olahan saja. Untuk itu penulis menyarankan pengelola agar mengembangkan variasi produk olahan buah naga lainnya, seperti *smoothies*, es krim, puding, kue, selai, dodol, keripik, dan lain-lain yang dikemas dengan desain menarik dan higienis. Jika memungkinkan,

Agrowisata Buah Naga Palopat Maria juga dapat pula mengembangkan jenis buah naga selain buah naga merah, seperti buah naga kuning atau komoditas pertanian lainnya.

4. Agrowisata Buah Naga Palopat Maria belum menerapkan aktivitas wisata yang dapat menjadi ciri khas agrowisata, untuk itu penulis menyarankan pengelola untuk menambahkan berbagai kegiatan atraksi wisata baik yang berhubungan dengan buah naga ataupun tidak, seperti tur petik buah naga, edukasi buah naga, permainan luncur gantung, ataupun acara-acara yang menarik bagi pengunjung seperti lomba atau tantangan yang dapat dilakukan secara langsung ataupun melalui sosial media.
5. Agrowisata Buah Naga Palopat Maria berdasarkan analisis lingkungan internal minim menerapkan promosi. Untuk itu, penulis menyarankan pengelola dapat merancang dan menerapkan strategi pemasaran sesuai kebutuhan agrowisata dengan konsisten dan terukur baik secara *offline* dan *online*. Secara *offline* dapat dilakukan dengan memberlakukan diskon, voucher, dan program loyalitas dengan syarat dan ketentuan khusus. Pengelola juga bisa memberlakukan paket wisata khusus bagi pengunjung yang ingin melakukan reservasi di Agrowisata Buah Naga Palopat Maria untuk mengadakan acara tertentu. Sedangkan secara *online*, pengelola dapat menggunakan media sosial seperti mengunggah produk dan layanan yang dimiliki, testimoni, diskon-diskon yang sedang atau akan berlangsung dan berinteraksi dengan pengunjung. Bisa pula pengelola mengikuti acara-acara tertentu yang berkaitan dengan pariwisata ataupun

agrowisata secara *online* maupun *offline* baik yang diadakan oleh pemerintah atau swasta seperti festival, pekan budaya, bazaar, dan lainnya sebagai salah satu cara untuk memperkenalkan Agrowisata Buah Naga Palopat Maria ke masyarakat lebih luas.

6. Untuk meningkatkan jumlah kunjungan yang terus menurun sejak covid-19, penulis menyarankan pengelola dapat menambahkan area kolam renang yang dapat dinikmati pengunjung terutama pengunjung yang memiliki anak-anak. Hal ini bertujuan agar pengunjung tersebut dapat berlama-lama di Agrowisata Buah Naga Palopat Maria sekaligus menambah pendapatan dari agrowisata.
7. Untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengunjung, penulis menyarankan pengelola Agrowisata Buah Naga Palopat Maria dapat melakukan pemeliharaan dan peningkatan sarana dan prasarana secara rutin. Untuk sarana dan prasarana yang ada saat ini, pengelola dapat melakukan pengecekan apabila terdapat kerusakan dan perlu segera diperbaiki, sedangkan sarana dan prasarana yang belum tersedia ataupun belum maksimal pengelola dapat mengembangkannya secara bertahap seperti perluasan area parkir, pembuatan spot foto, pembuatan area souvenir, terdapat papan nama agrowisata, dan lainnya.
8. Selama berdiri, Agrowisata Buah Naga Palopat Maria mengelola keuangan secara manual. Penulis menyarankan agar pengelola menggunakan sistem keuangan digital untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi pengelolaan keuangan baik yang gratis maupun berbayar seperti aplikasi paper, jurnal

money manager dan lainnya. Dengan hal tersebut, Agrowisata Buah Naga Palopat Maria dapat melacak pengeluaran dan pendapatan secara *real-time*, membuat laporan keuangan yang akurat, dan merencanakan anggaran dengan lebih baik.

9. Untuk peneliti selanjutnya, dianjurkan untuk memperbaiki keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini dan mendalami konsep manajemen strategi pariwisata apabila tertarik untuk meneliti dalam ruang lingkup yang sama. Penulis menyarankan agar mengkaji lebih dalam mengenai formulasi strategi dengan tehnik formulasi strategi lainnya seperti BMC (Business Model Canvas), matriks SPACE (Strategic Position and Action Evaluation), Ansoff Growth Matrix, dan sebagainya guna memperoleh formulasi strategi yang lebih baik kedepannya.

THE
Character Building
UNIVERSITY