

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA SAWAH (Studi Kasus: Jl. Johar Raya, Desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang)

Ragnar Octavianus Sitorus¹, Helena Thatcher Pakpahan², Regionaldi Aritonang³

^{1&2} Dosen Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Methodist Indonesia

³ Mahasiswa Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Methodist Indonesia

*Corresponding author: cokykiki01@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat, untuk mengetahui proses pemberdayaan masyarakat, untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal pengembangan agrowisata sawah, untuk mengetahui strategi pengembangan agrowisata sawah. Metode penentuan daerah ditentukan secara purposive yaitu di agrowisata sawah yang berada di Desa Pematang Johar, Kecamatan Labuhan Deli, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara. Metode pengambilan sampel ini menggunakan random sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil penelitian ini adalah 1) Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut sensoris. Hasil riset di lapangan menunjukkan bahwa rata-rata persepsi masyarakat mengenai agrowisata sawah adalah baik. Hal ini dapat dilihat dari beberapa jawaban pengunjung dan pemuda setempat yang merasa puas dengan adanya agrowisata sawah. 2) Proses pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan agrowisata sawah didasarkan pada prinsip bottom up yaitu dengan cara merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa proses pemberdayaan masyarakat di Desa Pematang Johar memberikan dampak positif melalui program On Farm Petani Mandiri dan juga bantuan oleh Himpunan Kerukunan Tani Indonesia (HKTI). 3) Faktor-faktor internal kekuatan agrowisata sawah yaitu harga tiket yang terjangkau, terdapat beberapa spot foto, pelayanan yang diberikan kepada wisatawan, pemandangan yang indah dan ketersediaan fasilitas umum wisata sudah lengkap. Faktor-faktor internal kelemahan agrowisata sawah yaitu penataan tanaman masih kurang, kesadaran wisatawan untuk menjaga kebersihan agrowisata sawah sangat rendah, belum tersedianya toko souvenir dan homestay. Faktor-faktor eksternal peluang agrowisata sawah yaitu penduduk Dusun VI Pematang Johar mendukung keberadaan agrowisata sawah, cuaca sejuk mendukung keberadaan agrowisata sawah, wisatawan mempromosikan agrowisata sawah melalui postingan media sosial, dapat menjadi daerah pengembangan budaya, khususnya di Desa Pematang Johar. Faktor-faktor eksternal ancaman yaitu kecemburuan sosial dan jarak tempuh wisatawan menuju agrowisata sawah. 4) Berdasarkan hasil analisis data melalui diagram analisis SWOT maka strategi pengembangan agrowisata sawah berada pada kuadran I (SO) yaitu strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif dengan memanfaatkan peluang dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki agrowisata sawah.

Kata kunci: Agrowisata Sawah, Strategi Pengembangan dan Analisis SWOT

I. PENDAHULUAN

Agrowisata merupakan salah satu bentuk dari rural tourism yang menawarkan kegiatan pertanian sebagai daya tarik wisata serta melibatkan penduduk *local* dalam perencanaan hingga pengelolaan kawasan agrowisata. Agrowisata adalah suatu bisnis yang dilakukan oleh para petani yang bekerja di sektor pertanian bagi kesenangan dan edukasi para pengunjung. Agrowisata menghadirkan potensi sumber pendapatan dan meningkatkan keuntungan masyarakat. Pengunjung kawasan agrowisata dapat berhubungan langsung dengan para petani dan mendukung peningkatan produk-produk pertanian secara tidak langsung (Bagus, 2015).

Pengembangan aktivitas agrowisata secara langsung dan tidak langsung akan meningkatkan persepsi petani serta masyarakat akan arti pentingnya pelestarian sumber daya lahan pertanian. Selain itu menurut Subowo (2002) dalam Budiarti (2013), pengembangan agrowisata dapat melestarikan kearifan dan teknologi *local*, dan meningkatkan pendapatan petani atau masyarakat di sekitar agrowisata. Pengembangan agrowisata akan menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan serta meningkatkan kesejahteraan petani. Beberapa dampak positif pengembangan agrowisata antara lain meningkatkan nilai jual komoditi pertanian yang dihasilkan dan berkembangnya sumber-sumber pendapatan lainnya yang dapat dinikmati oleh masyarakat setempat seperti penyewaan *homestay* dan sarana rekreasi lainnya yaitu kantin, penjualan cenderamata dan lain-lain. Selain itu, agrowisata merupakan salah satu wahana yang efektif dalam rangka promosi produk-produk pertanian dan budaya Nusantara. Hal tersebut karena selain dapat menikmati hasil pertanian secara langsung dari sumbernya, para pengunjung akan berkesan dengan sensasi wisata alam yang unik dan segar yang akan terbawa hingga mereka kembali ketempat asalnya bahkan

mereka akan bercerita kepada keluarga serta kerabatnya (Bagus,2015)

Agrowisata dapat menjadi alternatif masyarakat dalam membangun dan membangkitkan kembali pertanian yang ada di Indonesia sehingga dapat menggerakkan investasi besar di bidang tersebut. Yuwono (2011) menyatakan bahwa membangun pertanian adalah Indonesia kembali menyandang status sebagai negara agraris yang kuat, kaya akan sumber daya, dan memiliki hasil pertanian yang berkualitas di mata Internasional sehingga akan tercapai citra dan kedaulatan Indonesia di bidang pertanian. Citra agrowisata adalah citra terkait pertanian (*core product*) yang mampu ditawarkan kepada calon wisatawan (Utama, 2012). Hal ini yang mendasari para pelaku bisnis pariwisata mencoba menolong sektor pertanian yang seakan mati suri melalui konsep agrowisata.

Berkembangnya agrowisata diseluruh dunia tidak luput dari bergesernya trend pariwisata secara global. Selama dua dekade terakhir telah terjadi pergeseran yang signifikan dari minat terhadap destinasi wisata. Hal ini dapat dilihat dari terjadinya pergeseran orientasi motivasi kunjungan wisatawan dari *mass tourism* (wisata massal) kepada suatu bentuk kunjungan individual/kelompok kecil yang berminat pada kehidupan keseharian. Pergeseran trend pariwisata secara global membuat agrowisata berkembang pesat di seluruh belahan dunia.

Di Indonesia pergeseran trend minat pariwisata ini disikapi dengan berkembangnya Desa Wisata yang sebagian besar berbasis pada agro (pertanian). Desa Wisata merupakan salah satu jawaban dari perkembangan kecenderungan pergeseran tersebut. Wisatawan dengan berbagai motivasi melakukan perjalanan wisata ke desa wisata untuk bisa menikmati kehidupan masyarakat, berinteraksi secara aktif dalam berbagai aktivitas di lokasi desa wisata dan

belajar kebudayaan lokal setempat dimana sebagian besar kebudayaan lokal ini merupakan kegiatan pertanian (Utama, 2015).

Dari berbagai obyek wisata yang ditawarkan sebuah desa wisata, saat ini yang sedang menjadi trend dan banyak berkembang adalah obyek wisata budaya lokal pengolahan usahatani padi sawah secara tradisional (bajak sawah, *tandur* dan panen). Di beberapa daerah di Indonesia, proses pengolahan usahatani padi sawah secara tradisional menjadi komoditas pariwisata yang banyak diminati.

Pertanian dan pariwisata merupakan sektor strategis yang mampu menopang kehidupan sekaligus sebagai penggerak ekonomi nasional yang mengakar dan menjadi kultur pada masyarakat Indonesia. Sinergi pertanian dan pariwisata yang dikemas sebagai agrowisata telah menjadi daya tarik wisata yang sejajar dengan daya tarik wisata lainnya seperti daya tarik wisata alam, wisata budaya, wisata bahari dan lainnya.

Syahrul Yasin Limpo (Menteri Pertanian RI) menyebutkan saat ini pertanian menjadi sektor penopang perekonomian nasional sehingga terobosan menggabungkan pertanian dengan sektor lain seperti pariwisata menjadi sangat menarik. Walaupun dikembangkan di lahan yang tidak begitu luas, namun tetap bisa menjadi pilihan masyarakat untuk berwisata dan awal untuk membangun pusat perekonomian yang luas dari sektor pertanian.

Di Sumatera Utara sendiri Agrowisata sudah mulai diminati setiap kalangan baik muda maupun lanjut usia. Perkembangan wisata berbasis pedesaan atau desa wisata ini berpotensi mampu menggerakkan sektor usaha kecil hingga menengah untuk mendapatkan keuntungan bersama, terlebih dimasa pandemi COVID-19 yang secara nasional perekonomian turun drastis.

Selain Pembangunan dan pengembangan daerah pariwisata merupakan salah satu objek daya tarik dan

keuntungan bagi suatu negara. Dibutuhkannya keikutsertaan pemerintah dalam menangani infrastruktur sarana prasarana sangat berpengaruh terhadap kemajuan wisata dalam mendongkrak dan meningkatkan pengunjung. Salah satu keterlibatan pemerintah adalah pelayanan infrastruktur ke wilayah destinasi agar perjalanan pengunjung menjadi menyenangkan.

Campur tangan pemerintah pusat dan pemerintah daerah mendorong pengembangan daerah tujuan wisata tersebut terlihat dari Infrastruktur serta sarana dan prasarana akses menuju daerah yang dituju. Jalan yang elok serta fasilitas yang disediakan penduduk disekitarnya menjadikan perjalanan menyenangkan layaknya sebuah pedesaan yang hijau dan beberapa sawah disekelilingnya. Wisatawan yang hendak berkunjung tidak perlu repot-repot untuk menyediakan segala kebutuhan yang akan dibawa, sebab keperluan juga tersedia disepanjang jalan menuju wisata.

Desa Pematang Johar menjadi salah satu destinasi Wisata yang mengunggulkan produk pertanian menjadi daya tarik wisatanya. Ketenangan dan kenyamanan, itulah hal yang dirasakan ketika berkunjung ke wisata ini. Harga masuk yang standar, berjalan ditengah-tengah sawah yang membentang luas, 2 jembatan yang menghubungkan jalan masuk dan area sawah seperti kita sedang berjalan ditengah sawah yang hijau. Sementara itu, setelah kita melewati jembatan, akan kita temui beberapa lesehan dan pondok-pondok dengan atap rumbia menambah suasana perkampungan yang indah dan unik, kolam berbentuk lingkaran dan sepeda bebek menemani waktu bersantai bersama teman atau pasangan.

Wisata ini adalah wisata pertanian (Agrowisata) yang dikembangkan oleh Desa Pematang Johar ini sendiri. Kampung wisata sawah tercetus berawal dari keinginan Kepala Desa Pematang Johar yang melihat masyarakatnya petani, kemudian dengan area persawahan

mencari potensi baru selain hasil padi. Harapan saya kedepannya untuk wisata sawah ini adalah agar destinasi wisata semakin berkembang dengan ditambahkannya aneka jenis wisata dan produk untuk menambah daya tarik wisatawan, fasilitas sarana dan prasarana yang semakin ditingkatkan mengingat banyaknya pengunjung berdatangan terlebih diakhir pekan (sabtu-minggu) dan dihari libur (tanggal merah), meningkatkan produk hasil sawah dan pertanian lainnya guna menambah pemasukan kepada para petani dan akomodasi menuju destinasi wisata sawah.

1.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap Agrowisata Sawah.
2. Untuk mengetahui proses pemberdayaan masyarakat.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor Internal dan Eksternal pengembangan Agrowisata Sawah.
4. Untuk mengetahui strategi pengembangan Agrowisata Sawah.

II. METODE PENELITIAN

2.1 Metode Penentuan Daerah Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Pematang Johar, Kecamatan Labuhan Deli, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara. Daerah penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*).

Penentuan lokasi dilakukan secara *Purposive*. *Purposive* adalah pemilihan lokasi melalui pilihan-pilihan berdasarkan kesesuaian karakteristik yang dimiliki lokasi penelitian dengan kriteria tertentu yang ditetapkan atau dikehendaki oleh peneliti sesuai dengan tujuan penelitiannya.

Pertimbangan Objektif dikarenakan terdapat Agrowisata Sawah di Kabupaten Deli Serdang yang menjadi daya tarik dan salah satu pengembangan Agrowisata di Provinsi Sumatera Utara.

Pertimbangan Subjektif dikarenakan lokasi dan tempat masih dapat dijangkau oleh si peneliti.

2.2. Metode Penentuan Sampel Penelitian

Metode yang digunakan untuk menentukan sampel adalah metode *Random Sampling* (Sampel acak). Menurut Sugiyono (2017) *Random Sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Karakteristik sampel yang diperlukan untuk penelitian ini diantaranya:

- A. Dinas yang bersangkutan;
 1. Dinas Pariwisata Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara
 2. Dinas Pertanian Kabupaten Karo, Sumatera Utara
 3. Masyarakat kecamatan Labuhan Deli, Sumatera Utara.
- B. Pengelola agrowisata sawah
- C. Pengunjung agrowisata sawah

2.3. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah berupa data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, dengan cara melakukan wawancara langsung dengan pengelola wisata sawah, petani dan pengunjung dengan menggunakan kuisisioner yang telah di persiapkan.

Data sekunder diperoleh melalui beberapa instansi yang terkait dengan penelitian ini, diantaranya; Badan Pusat Statistik (BPS), Dinas Pertanian Kabupaten Deli Serdang, Dinas Pariwisata Kabupaten Deli Serdang, serta instansi yang berhubungan dengan data penelitian ini.

2.4. Metode Analisis Data

Metode-metode menganalisis data;

- **Rumusan masalah 1 dan 2** dianalisis dengan menggunakan

analisis deskriptif kualitatif yaitu jenis metode penelitian menggunakan data primer dengan cara melakukan wawancara langsung kepada produsen mengenai persepsi masyarakat terhadap agrowisata sawah dan proses pemberdayaan masyarakat.

- **Rumusan masalah 3 dan 4** dianalisis dengan menggunakan deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Dengan menggunakan

diagram analisis SWOT, ada beberapa langkah pengumpulan data diantaranya;

Langkah *pertama*, yaitu menentukan faktor-faktor yang menjadi kelemahan/kekuatan serta peluang/ancaman. Langkah *kedua*, dilakukan penilaian terhadap indikator sesuai dengan keterangan rating menurut kategori untuk seluruh sampel dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 1. Keterangan Rating Menurut Kategori

Rating	Kategori	Faktor Internal	Faktor Eksternal
4	Sangat Baik	Kekuatan	Peluang
2	Cukup Baik	Kekuatan	Peluang
1	Tidak Baik	Kekuatan	Peluang
4	Tidak Lemah	Kelemahaan	Ancaman
3	Cukup Lemah	Kelemahaan	Ancaman
2	Lemah	Kelemahaan	Ancaman
1	Sangat Lemah	Kelemahaan	Ancaman

Faktor internal kekuatan dan faktor eksternal peluang diberi rating mulai dari 4 untuk kategori sangat baik sampai 1 untuk kategori tidak baik, dan untuk faktor internal kelemahan dan faktor eksternal ancaman diberi kategori tidak lemah sampai sangat lemah dan diberi rating mulai dari 4 untuk kategori tidak lemah sampai 1 untuk kategori sangat lemah.

Langkah *ketiga*, diperoleh total nilai dengan cara menjumlahkan seluruh nilai per indikator untuk setiap sampel.

Langkah *keempat*, diperoleh nilai bobot dengan cara membagikan total nilai dengan jumlah sampel.

Langkah *kelima*, untuk mencari relatif bobot dapat ditentukan dengan membagi jumlah bobot per indikator internal dan eksternal dengan jumlah bobot seluruh indikator internal atau eksternal. Total relatif bobot faktor

internal atau internal nilainya tidak lebih dari 1 atau 100 %. Artinya, penjumlahan relatif bobot kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman tidak lebih dari 1.

Langkah *keenam*, menentukan rating. Rating adalah analisis kita terhadap kemungkinan yang akan terjadi dalam jangka pendek (misalnya satu tahun ke depan). Nilai rating untuk variabel kekuatan diberi nilai 1 sampai 4. Diberi nilai 1 jika kemungkinan indikator tersebut kinerjanya semakin menurun dibandingkan pesaing utama. Diberi nilai 2 jika indikator itu kinerjanya sama dengan pesaing utama. Sedangkan diberi nilai 3 dan 4 jika indikator tersebut lebih baik dibandingkan pesaing utama. Semakin tinggi nilainya artinya kinerja indikator tersebut tahun depan akan semakin baik dibandingkan pesaing utama. Nilai rating variabel kelemahan diberi nilai 1

sampai 4.

Diberi nilai 1 jika indikator tersebut semakin banyak kelemahannya dibandingkan pesaing utama. Sebaliknya diberi nilai 4 jika kelebihan indikator tersebut semakin menurun dibandingkan pesaing utama pada tahun depan. Artinya pemberian nilai rating untuk variabel kelemahan dan variabel ancaman berkebalikan dengan pemberian nilai rating untuk variabel kekuatan dan variabel peluang.

Langkah *ketujuh*, nilai skor diperoleh berdasarkan hasil nilai relatif bobot dikali rating. Total nilai skor untuk faktor internal menunjukkan bahwa semakin nilainya mendekati 1, maka semakin banyak kelemahan internal dibandingkan kekuatannya. Nilai skor mendekati 4, semakin banyak kekuatannya dibandingkan kelemahannya. Begitu juga dengan nilai skor untuk faktor eksternal. Nilai skor mendekati 1, semakin banyak ancamannya dibandingkan dengan peluang. Sedangkan apabila total nilai

skor mendekati 4, artinya semakin banyak peluang dibandingkan ancaman. Setelah semua tahap selesai, maka dapat ditentukan matriks internal eksternalnya (Rangkuti, 2015).

Menurut Rangkuti (2012) dalam Ginting (2019) pada diagram analisis SWOT, parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Total skor faktor strategik internal (IFAS) dikelompokkan ke dalam tiga kelas, yaitu kuat (nilai skor 3,0 – 4,0), rata-rata/ menengah (skor 2,0-3,0) dan lemah (skor (1,0-2,0). Demikian pula untuk total skor faktor strategi eksternal (EFAS) juga dibagi ke dalam tiga kelompok, yaitu tinggi (skor (3,0 – 4,0), menengah (skor 3,0 – 2,0), dan rendah (skor (1,0 – 2,0).

Analisis kedua yaitu dengan menggunakan matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Tabel 2. Tabel Matriks Strategi Internal

Faktor Strategi Internal	Rating	Bobot	Skor (Rating x Bobot)
Kekuatan			
1.			
2.			
3.			
4.			
Kelemahan			
1.			
2.			
3.			
4.			
Total		1,00	

Tabel 3. Tabel Matriks Strategi Eksternal

Faktor Strategi Eksternal	Rating	Bobot	Skor (Rating x Bobot)

Peluang	
1.	
2.	
3.	
4	
Ancaman	
1.	
2.	
3.	
4	
Total	1,00

Tabel 4. Peringkat (Rating) faktor Internal dan Eksternal

No	Kategori Internal	Rating
I	Kekuatan	
	1. Sangat Kuat	4
	2. Kuat	3
	3. Cukup Kuat	2
	4. Tidak Kuat	1
II	Kelemahan	
	Tidak Kuat	1
	Cukup Kuat	2
	Kuat	3
	Sangat Kuat	4
III	Peluang	
	Sangat Kuat	4
	Kuat	3
	Cukup Kuat	2
	Tidak Kuat	1
IV	Ancaman	
	Tidak Kuat	1
	Cukup Kuat	2
	Kuat	3
	Sangat Kuat	4

Setelahnya beri bobot masing-masing pada faktor tersebut yang jumlahnya tidak boleh

melebihi skor total 1 pada kolom 3 dengan rumus seperti berikut :

$$\text{Bobot} = \frac{\text{Rating} \times \text{Total Bobot}}{\text{Total Rating}}$$

Lalu yang terakhir, kalikan setiap bobot faktor dengan rating untuk mendapatkan skor dalam kolom 4. Matriks

SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Dari matriks ini akan terbentuk empat kemungkinan alternative strategi.

Tabel 5. Matriks SWOT

	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
	▪ Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	▪ Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
▪ Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
▪ Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

(Sumber: Rangkuti 2013 dalam Sutrisno 2017)

Menurut Rangkuti (2013) ada 4 Strategi dalam matriks SWOT yaitu :

1. Strategi SO

Strategi ini di buat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST

Strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

4. Strategi WT

Strategi ini di dasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1. Persepsi Masyarakat Terhadap Agrowisata Sawah Pematang Johar

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut sensoris. (Walgito, 2010)

Secara umum, persepsi masyarakat tentang sesuatu hal dapat berbeda berdasarkan pengalaman yang dialami secara pribadi maupun kolektif. Dalam penelitian ini fokus utama adalah melihat dan mendeskripsikan secara mendalam, beragam persepsi yang ada khususnya pada masyarakat Desa Pematang Johar.

Persepsi tidak hanya berbentuk opini melainkan dapat terwujud dalam suatu aktivitas yang didorong oleh suatu keinginan yang ada dalam diri manusia. Pengumpulan data dilakukan dengan mengamati dan mewawancarai sampel representatif yakni masyarakat sekitar wisata sawah. Penelitian ini bertujuan

untuk mengungkap dan mendeskripsikan berbagai macam persepsi yang dimiliki masyarakat Desa Pematang Johar dengan harapan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi.

Hasil riset di lapangan menunjukkan bahwa terdapat berbagai keberagaman persepsi yang dimiliki masyarakat Desa Pematang Johar. Persepsi tersebut diantaranya dari segi sosial, segi ekonomi dan segi akademik. Dari berbagai persepsi yang dimiliki tentunya tercipta sebagai hasil hubungan timbal balik antara masyarakat Desa Pematang Johar dengan hadirnya wisata sawah. Dari beberapa persepsi, tentunya hubungan timbal balik yang terjadi bukan sekedar persepsi yang tercipta dari hasil tangkapan indera saja melainkan hasil dari interaksi yang sulit dari kegiatan seleksi, penyusunan dan penafsiran.

Wisata sawah di Desa Pematang Johar, Kecamatan Labuhan Deli, Kabupaten Deli Serdang pada masa sekarang ini sudah mulai berkembang dan sudah mulai maju. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Sudarman selaku Kepala Desa Pematang Johar bahwa wisata sawah dapat menjadi penunjang pemasukan Desa tersebut agar kedepannya menjadi desa wisata yang mandiri dan maju.

“Desa Pematang Johar memiliki potensi untuk dijadikan wisata edukasi yang mandiri karena memiliki 1750 Ha sawah, di Objek wisata ini akan memperlihatkan cara tanam padi hingga menjadi produk jadi, serta adanya taman baca untuk pengunjung.”

Berangkat dari hal itu, Bapak Sudarman mengaku awalnya tempat wisata tersebut bermula dari dana desa lalu kemudian didukung oleh pemerintah kabupaten untuk lebih berkembang baik dari fasilitas dan lainnya.

Ia juga menyampaikan dengan dukungan fasilitas itu pula, warga desa

Pematang Johar semakin memberdayakan sawah dari warga untuk menghidupkan ekonomi masyarakat.

“Jadi sebenarnya ini dirancang untuk menghidupkan ekonomi, jadi lebih ke memberdayakan ekonomi masyarakat, seperti tiket masuk dan restoran ini akan dikelola oleh warga setempat.”

Maka, dari itulah BUMDes memberikan kesempatan kepada setiap warga untuk mengembangkan ekonomi tanpa diberatkan oleh suatu hal. Begitu juga, desa Pematang Johar melakukan kerjasama dengan Dinas Koperasi, UMKM dan Perindag sehingga desa wisata ini bisa dirasakan manfaat ekonominya bagi masyarakat setempat.

Zulfadli selaku pemuda setempat mengungkapkan persepsinya terhadap pengembangan wisata sawah. Walau terbilang wisata baru, namun kampung wisata sawah tersebut sudah ramai dikunjungi wisatawan.

“Alhamdulillah dari segi antusias, masyarakat Desa Pematang Johar sendiri hampir rata-rata sudah datang kesini dan juga masyarakat luar. Kami berharap dengan adanya wisata ini masyarakat mendapat efek dengan pendapatan bertingkat, pengangguran berkurang, yang pasti keramah-tamahan kami jaga. Agar menjaga keamanan dan kenyamanan para pengunjung desa kami.”

Potensi yang dimiliki Wisata Sawah tak terlepas dari faktor-faktor tertentu sebagai penunjang nilai tambah ekonomi, sosial dan lingkungan. Keberagaman daya tarik serta hal-hal pendukung lainnya tentu menambah minat pengunjung. Nurul selaku pengunjung mengapresiasi objek Wisata Sawah karena memberikan kesan tersendiri baginya dan keluarganya.

“Saya dan keluarga sudah dua kali kemari. Selain makanan yang murah, kita bisa menikmati makanan seperti suasana dipedesaan dan anak-anak bisa bermain.”

Di kesempatan yang sama, Muhammad Rafi Athallah selaku pengunjung objek wisata sawah memberikan persepsi ketika pertama kali berkunjung ke wisata sawah.

“First Impression datang kesini bakalan malas karena mungkin tempat ini gak akan ada seru-serunya karena juga paling ya untuk foto-foto doang, ternyata pas sampai wah, asli pertama sampai udah girang plus seru banget lihat hijau-hijau. Dan sayapun masuk dan bayar Rp. 5.000 per orang, ini tiket sangat murah untuk pemandangan dan spot foto yang banyak.”

Dari pernyataan diatas mengenai persepsi masyarakat terhadap wisata sawah yakni pengembangan objek wisata sawah harus dilakukan semaksimal mungkin guna menarik minat dan menjadi daya tarik pengunjung. Pengembangan harus dilakukan secara maksimal lewat penanganan Pemerintah Daerah, Dinas Pariwisata, Dinas Pemberdayaan Masyarakat, Kepala Desa dan juga masyarakat sekitar serta pengunjung.

3.2. Proses Pemberdayaan Masyarakat di Desa Pematang Johar

Pelaksanaan pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan agrowisata sawah di Desa Pematang Johar didasarkan pada prinsip *bottom up* yaitu dengan cara merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi.

A. Tahap Penyadaran

Tahap ini merupakan tahap awal dari sebuah pemberdayaan. Dalam tahap penyadaran ini, masyarakat diberikan

sosialisasi agar mendapat motivasi untuk melangkah maju.

1. Sosialisasi di Masyarakat

Sosialisasi penting dalam proses interaksi antar individu. Sosialisasi adalah proses yang membantu individu-individu belajar dan menyesuaikan diri, bagaimana cara hidup dan berfikir kelompok agar ia dapat berperan dan berfungsi dengan kelompoknya. Sosialisasi menghendaki agar informasi tidak hanya disampaikan kepada pelaksana pemberdayaan masyarakat saja tetapi juga kepada kelompok sasaran. Pemberdayaan masyarakat dalam proses pengembangan wisata sawah dengan mensosialisasikan program tersebut untuk masyarakat Desa Pematang Johar.

Proses sosialisasi dilakukan oleh Kepala Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa Kabupaten Deli Serdang, harapannya dari proses sosialisasi ini untuk mendorong produktivitas dan pertumbuhan ekonomi pedesaan serta membangun kapasitas desa yang berkelanjutan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi masyarakat dan kemandirian desa. Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa memberikan wadah atau forum penyebaran dan pertukaran informasi yang mampu merangsang munculnya inisiatif yang melahirkan berbagai inovasi, selanjutnya dituangkan dalam praktek penyelenggaraan pembangunan dan pemerintahan di Desa.

Kehadiran bursa Inovasi Desa disambut baik oleh Kepala Daerah dan masyarakat. Desa Pematang Johar sadar akan pentingnya program pemberdayaan sebagai proses pengentasan kemiskinan yang berpotensi membuka berbagai inovasi, lapangan pekerjaan, mendorong perekonomian serta mensejahterakan masyarakat.

2. Pertemuan Masyarakat

Pertemuan bersama dengan masyarakat bertujuan untuk

menginformasikan program yang akan diberikan oleh Pemerintah. Pertemuan ini dilakukan di Gedung Balairung dan dihadiri seluruh Kepala Desa, Ketua BPD, Ketua LKMD, Tim Pengelola Inovasi Desa, Tenaga Ahli, Pendamping Desa se Kabupaten Deli Serdang.

Program yang telah disepakati yakni bahwa Desa memiliki faktor kekuatan yang positif, karena memiliki Sumber Daya Alam (SDA) yang dapat dikelola melalui pemanfaatan potensi Sumber Daya Manusia (SDM) yang tersedia serta dukungan dan partisipasi seluruh masyarakat. Melalui ini, tentunya hanya dapat diwujudkan melalui perencanaan yang baik, program yang terorganisir, berkesinambungan dan akuntabel.

3. Pengorganisasian Masyarakat

Pengorganisasian masyarakat diperlukan untuk memimpin dan melaksanakan pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan Agrowisata Sawah. Masyarakat membentuk atau mengembangkan kelembagaan masyarakat yang salah satu fungsinya adalah mengelola kegiatan pemberdayaan masyarakat. Kesiapan masyarakat dalam menjalankan kinerja program ini bertujuan untuk mempertanggung jawabkan setiap kegiatan yang ada serta menjalin erat hubungan persaudaraan.

4. Pembentukan Himpunan Kerukunan Tani Indonesia (HKTI)

Proses pelaksanaan pemberdayaan masyarakat didukung lewat pembentukan HKTI (Himpunan Kerukunan Tani Indonesia) yang mana Bapak Erwin Ramadani, Spi selaku ketua HKTI Kabupaten Deli Serdang siap menjadi fasilitator dan mengedepankan kepentingan para petani.

B. Tahap Pengkapasitasan

Tahap ini dilakukan dengan memberikan pelatihan-pelatihan, lokakarya dan kegiatan sejenis yang bertujuan untuk dapat meningkatkan *softskill* dari masyarakat.

1. Meningkatkan Kinerja Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dan Badan Usaha Milik Desa BUMDes

Pendirian BUMD ini menggantungkan banyak harapan sebagai sumber penerimaan dari pemanfaatan dan pengelolaan potensi-potensi di Kabupaten Deli Serdang sehingga berperan penting dalam pembangunan ekonomi untuk mewujudkan Deli Serdang yang maju dan berdaya saing. Oleh sebab itu, BUMD diharapkan mampu menjalin kerjasama yang efektif dengan BUMDes yang ada di Kabupaten Deli Serdang. Sebagai kekuatan ekonomi, kerjasama ini dapat menggerakkan suatu roda perekonomian di Desa dan menumbuhkan sektor-sektor ekonomi baru guna peningkatan pendapatan masyarakat serta penyerapan tenaga kerja.

2. Pendampingan

Pendampingan merupakan salah satu program yang dilaksanakan dalam pemberdayaan masyarakat. Pemberian pendampingan ini bertujuan untuk mendampingi masyarakat dalam melaksanakan kegiatan pemberdayaan. Pendampingan tidak hanya berfokus pada perencanaan saja tetapi pelaksanaan dan evaluasi program tentunya. Pendampingan dilakukan oleh fasilitator HKTI yang memiliki pengalaman di bidang budidaya tani.

3. Pelatihan

Dalam rangka meningkatkan kinerja para petani sawah, HKTI bersama BNI KIM menyalurkan pembiayaan kepada Petani di Desa Pematang Johar. Dikeempatan ini penyaluran bantuan

pembiayaan dikemas dalam kegiatan Program *On Farm* Petani Mandiri.

Program *On Farm* Petani Mandiri memiliki tujuan utama untuk menyejahterakan petani melalui akses pembiayaan yang akan dikembalikan setelah panen dengan jasa pinjaman yang murah sebesar 6% per tahun atau sekitar rata-rata 2% per musim tanam (4 bulan), pemantauan atau penyuluhan, akses pasar dan jaminan resiko. Oleh karenanya petani harus komitmen menggunakan sejumlah modal usahatani yang diberikan untuk kepentingan usahatani dan komitmen mengembalikannya setelah masa panen tiba.

C. Tahap Pendayaan

Pada tahap pendayaan, masyarakat diberikan peluang yang sesuai dengan *skill* yang dimiliki melalui pelatihan dan berkelanjutan dengan memberikan peran yang lebih besar secara berskala sesuai dengan kapasitas dan kapabilitasnya, ditampung aspirasinya, serta dituntun untuk melakukan *self evaluation* pada pilihan dan hasil pelaksanaan pada apapun pilihannya. Evaluasi dilaksanakan untuk mengetahui kinerja dari pelaksanaan pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan Agrowisata Sawah. Evaluasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana manfaat pemberdayaan masyarakat kepada pelaku usahatani yang diterapkan oleh pemerintah. Pelaku usahatani sebagai penerima bantuan harus dapat menjaga kepercayaan yang diberikan secara benar dan dipertanggungjawabkan secara terbuka. Pelaporan pasca pelaksanaan pemberdayaan ini dilakukan oleh pelaku usahatani didampingi oleh fasilitator untuk melaporkan kinerja pelaku usahatani selama pelaksanaan pemberdayaan.

3.3 Analisis SWOT

3.3.1 Faktor-faktor Internal dan Faktor-faktor Eksternal Agrowisata Sawah

A. Faktor Internal Kekuatan (*Strenght*) Agrowisata Sawah

Agrowisata sawah memiliki daya tarik tersendiri dibanding wisata lainnya, salah satunya ialah pemandangannya yang indah sekaligus unik. Faktor-faktor internal berupa kekuatan yang secara umum menjadikan objek wisata ini semakin diminati oleh wisatawan diantaranya sebagai berikut;

1. Harga tiket yang terjangkau

Tiket masuk menjadi salah satu pemasukan utama pengelola agrowisata sawah. Harga tiket masuk yang ditawarkan kepada pengunjung adalah sebesar Rp.5000/orang. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan si peneliti kepada pengunjung, harga tiket masuk tersebut dianggap murah, terjangkau dan sesuai dengan fasilitas pelayanan yang diberikan.

2. Terdapat beberapa spot foto

Spot foto menjadi salah satu daya tarik bagi para pengunjung. Agrowisata sawah menyediakan cukup banyak spot foto diantaranya, jembatan bamboo yang panjang, saung atau gubuk wisata sawah sekaligus tempat bersantai, sawah disore hari (sunset), kolam dengan sepeda air. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan si peneliti kepada pengunjung, mereka mengunjungi wisata sawah selain berkumpul dan bersantai, pengunjung juga berburu foto-foto keren yang hanya tersedia di wisata sawah dengan latar belakang persawahan ataupun jembatan bamboo.

3. Pelayanan yang diberikan kepada Wisatawan

Pelayanan merupakan salah satu hal penting yang ditawarkan oleh objek wisata. Pelayanan akan meninggalkan kesan yang baik atau buruk terhadap pengunjung. Menurut hasil wawancara yang dilakukan kepada pengunjung,

pelayanan yang diberikan kepada pengunjung agrowisata sawah baik dan ramah. Hal ini diakui pengunjung yang merasakan keramah-tamahan para pegawai serta kemudahan informasi yang didapat pengunjung saat berada di wisata sawah.

4. Pemandangan yang indah

Pemandangan yang indah merupakan salah satu daya tarik ikon sebuah wisata. Bentangan sawah dan jembatan bambu yang panjang menjadi keunikan yang hanya didapatkan di wisata ini sendiri. Berdasarkan hasil wawancara si peneliti, para pengunjung cukup puas dengan pemandangan dan fasilitas keindahan yang tersedia di Wisata Sawah.

5. Ketersediaan fasilitas umum wisata sudah lengkap

Fasilitas umum wisata yang lengkap akan meningkatkan kekaguman dan kenyamanan pengunjung pada suatu wisata. Untuk prasarana umum seperti toilet dan air bersih, wisata sawah sudah menyediakan sebaik mungkin sehingga tidak menimbulkan kekecewaan terhadap pelayanan fasilitas yang diberikan. Tersedianya pondok/saung yang menyediakan makanan dan minuman yang bisa dinikmati oleh pengunjung, fasilitas kebersihan juga dilengkapi dengan disediakan tempat sampah di beberapa area pondok, jalan.

B. Faktor Internal Kelemahan (Weakness) Agrowisata Sawah

Selain faktor kekuatan, agrowisata sawah juga memiliki faktor-faktor kelemahan yang dianggap bisa menghambat pengembangan usaha. Kelemahan dipandang sebagai sesuatu yang berdampak negatif terhadap suatu usaha sehingga bisa merugikan usaha kedepannya. Adapun faktor-faktor kelemahan dari agrowisata sawah, yaitu :

1. Penataan Tanaman Masih Kurang

Untuk saat ini penanganan dari pengelola serta penduduk sekitar sudah

cukup antusias dalam mengembangkan wisata sawah, dimulai dari menambahkan plakat selamat datang berupa atap beralaskan rumput menjalar, menghiasi setiap trotoar masuk ke wisata, memperbaiki setiap jembatan penghubung masuknya pengunjung. Namun, intensitas pengunjung yang kian ramai serta kesadaran pengunjung yang masih kurang dalam merawat dan melestarikan wisata sawah, jembatan bambu yang kian keropos seiring berjalannya waktu dan siklus datang perginya pengunjung yang tak dapat dipungkiri.

2. Kesadaran wisatawan untuk menjaga kebersihan masih kurang.

Pengelola wisata sawah sudah menjaga kebersihan areal jalan, mulai dari areal jembatan, toilet, sepanjang jalan menuju sawah, dan juga pondok. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola, pada saat pengunjung ramai volume sampah di area wisata pun semakin banyak dimana-mana. Hal ini terjadi karena rendahnya kesadaran wisatawan untuk tetap menjaga kebersihan di sekitar areal wisata.

3. Belum tersedianya Toko Souvenir dan Homestay

Salah satu keberhasilan pengembangan kepariwisataan adalah bagaimana para pelaku kepariwisataan dalam meningkatkan lama tinggalnya wisatawan dan belanja wisatawan. Belum tersedianya toko souvenir dan homestay tentu sangat mempengaruhi tingkat pendapatan wisata sawah.

C. Faktor Eksternal Peluang (Opportunity) Agrowisata Sawah

Peluang merupakan suatu kesempatan yang bisa didapatkan agrowisata Sawah dari lingkungan eksternalnya dalam upaya pengembangan. Peluang memberikan kesan positif bahwa agrowisata sawah masih memiliki kesempatan untuk terus mengembangkan usahanya. Adapun faktor-faktor peluang agrowisata sawah, yaitu :

1. Penduduk Dusun VI Pematang Johar mendukung keberadaan agrowisata sawah

Dukungan penduduk terhadap keberadaan wisata sawah sangat penting untuk menjamin keberlanjutan usahanya. Penduduk biasanya akan mendukung suatu usaha apabila bisa mendapatkan keuntungan sosial ekonomi merata yang mampu meningkatkan taraf hidup penduduk secara langsung maupun tidak langsung. Berdasarkan hasil wawancara kepada pengunjung bahwa agrowisata sawah mendapatkan dukungan penuh dari penduduk desa setempat.

2. Cuaca Sejuk Mendukung Keberadaan agrowisata sawah

Agrowisata sawah berada diantara pemukiman warga yang dominannya bermata pencaharian bertani dan berladang. Jika cuaca cerah masyarakat sekitar sangat bersemangat untuk bertani dan bercocok tanam. Kondisi ini membuat responden menyetujui bahwa wisata sawah memiliki cuaca yang sejuk yang mendukung keberadaannya. Peluang ini tentu menjadi peluang yang baik untuk menambah kenyamanan para wisatawan yang berkunjung.

3. Wisatawan Mempromosikan Wisata Sawah Melalui Postingan

Pada era 21 ini, wisata tak semata-mata didapatkan melalui berjalan kaki, sosial media menjadi jembatan yang paling erat dalam menghubungkan wisata dengan para pengunjung (wisatawan). Youtube, instagram, whatsapp, google dan lain sebagainya, yang dimana secara tidak langsung menjadi media promotor dalam mengunggah keindahan dari suatu wisata. Secara langsung ketika pengunjung (wisatawan) berkunjung ke wisata dan ekspos keindahannya ke media sosial sehingga berhasil menarik orang-orang untuk berkunjung. Menurut pengamatan si peneliti, pengunjung kerap mengunggah hasil fotonya ke media sosial.

4. Dapat Menjadi Daerah Pengembangan Budaya, Khususnya di Desa Pematang Johar.

Pengembangan budaya adalah suatu proses meningkatkan atau mempertahankan kebiasaan yang ada pada masyarakat setempat. Untuk menghadapi globalisasi budaya, sangat sulit bagi masyarakat setempat untuk melestarikan budaya lokal. Ini merupakan peluang bagi pihak pengelola untuk melakukan kegiatan-kegiatan dengan tema budaya lokal, yang akan meningkatkan minat pengunjung untuk berkunjung ke wisata sawah

D. Faktor Eksternal Ancaman (*Threats*) Agrowisata Sawah

Jika dilihat dari lingkungan eksternalnya, agrowisata sawah juga bisa menerima ancaman berupa hal-hal yang berpotensi menghentikan kegiatan operasional agrowisata sawah di masa sekarang dan yang akan datang. Adapun faktor-faktor yang merupakan ancaman agrowisata sawah, yaitu :

1. Kecemburuan Sosial

Usaha/Bisnis tak lepas dari perilaku-perilaku sosial yang beragam, hal ini lantas menjadi ancaman untuk sebuah usaha dimasa sekarang dan dimasa yang akan datang. Kecemburuan jenjang sosial antar manusia berlatarkan iri, dengki, tidak suka sudah menjadi makanan para pengembang usaha. Sepanjang si peneliti berkunjung ke Desa Pematang Johar khususnya wisata sawah masih terlihat aman dan tidak adanya gangguan, hambatan atau kerusakan akibat pihak-pihak tertentu.

2. Jarak Tempuh Wisatawan menuju Agrowisata Sawah

Agrowisata sawah yang pada hakekatnya adalah sebuah kreatifitas sawah dan keindahan alam sangat erat kaitannya dengan pedesaan. Kenyamanan

dan kerindangan sebuah desa menjadi salah satu daya tarik wisatawan dalam berkunjung ke sebuah desa, memberi nuansa perkampungan. Untuk lokasi wisata sawah sendiri cukup strategis dengan berlatarkan potensi mata pencaharian penduduk desa yang bertani sehingga dialihfungsikan menjadi keindahan sawah yang membentang luas. walaupun terbilang jauh dari pemukiman kota, namun memberi kelegaan ketika sesampainya dilokasi wisata sawah.

3.4 Hasil Jawaban Responden Faktor Internal dan Eksternal

3.4.1 Faktor Internal

Faktor Internal merupakan kekuatan dan kelemahan didalam sebuah perusahaan.

3.4.1.1 Kekuatan (*Strength*)

Hasil wawancara yang dilakukan kepada 30 responden wisata sawah untuk faktor kekuatan dapat dilihat pada Tabel 6:

Tabel 6. Faktor Internal Kekuatan (*Strength*)

No	Uraian	S	%	B	%	CB	%	TB	%	Total	%
1	Harga tiket yang terjangkau	16	53,3	14	46,6	0	0	0	0	30	100
2	Terdapat beberapa spot foto	8	26,6	13	43,3	7	23,3	2	6,6	30	100
3	Pelayanan yang diberikan kepada Wisatawan	15	50	12	40	3	10	0	0	30	100
4	Pemandangan yang Indah	10	33,3	12	40	8	26,6	0	0	30	100
5	Ketersediaan fasilitas umum wisata sudah lengkap	23	76,6	6	20	1	3,3	0	0	30	100

(Sumber: Lampiran 6)

Berdasarkan Tabel 6 Total nilai Internal pada kekuatan adalah hasil jawaban dari 30 responden yang diwawancarai.

3.4.1.2 Kelemahan (*Weakness*)

Hasil wawancara yang dilakukan kepada 30 orang responden untuk faktor kelemahan dapat dilihat pada Tabel 7:

Tabel 7. Faktor Internal Kelemahan (*Weakness*)

No	Uraian	SB	%	B	%	CB	%	TB	%	Total	%
1	Penataan Tanaman Masih Kurang	16	53,3	6	20	7	23,3	1	3,4	30	100
2	Kesadaran Wisatawan untuk menjaga kebersihan Agrowisata Sawah sangat rendah	20	66,6	9	30	0	0	1	3,3	30	100
3	Belum tersedianya toko souvenir dan Homestay	2	6,6	6	20	5	16,6	17	56,6	30	100

(Sumber: Lampiran 7)

Tabel 7 diketahui total nilai internal pada kelemahan diatas adalah hasil jawaban 30 responden yang diwawancarai.

3.4.2 Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan peluang dan ancaman didalam perusahaan tersebut.

3.4.2.1 Peluang (*Opportunity*)

Hasil penelitian yang dilakukan kepada 30 responden untuk faktor peluang dapat dilihat pada Tabel 8:

Tabel 8. Faktor Eksternal Peluang (*Opportunity*)

No	Uraian	S B	%	B	%	C B	%	T B	%	Total	%
1	Penduduk Dusun VI Pematang Johar mendukung keberadaan Agrowisata Sawah	24	80	6	20	0	0	0	0	30	100
2	Cuaca sejuk mendukung keberadaan Agrowisata Sawah	18	60	11	36,6	1	3,3	0	0	30	100
3	Wisatawan Agrowisata Sawah mempromosikan melalui postingan media sosial	12	40	13	43,3	5	16,6	0	0	30	100
4	Dapat menjadi daerah pengembangan budaya, khususnya di Desa Pematang Johar	18	60	10	33,3	2	6,6	0	0	30	100

(Sumber: Lampiran 8)

Tabel 8 diketahui Total nilai eksternal peluang (*Opportunity*) hasil jawaban dari 30 responden yang diwawancarai.

3.4.2.2 Ancaman (*Threath*)

Hasil penelitian yang dilakukan kepada 30 responden untuk faktor ancaman dapat dilihat pada Tabel 9 berikut:

Tabel 9. Faktor Eksternal Ancaman (*Threath*)

No	Uraian	SB	%	B	%	CB	%	TB	%	Total	%
1	Kecemburuan Sosial	17	56,6	4	13,3	6	20	3	10	30	100
2	Jarak tempuh wisatawan menuju Agrowisata Sawah	7	23,3	14	46,6	5	16,6	4	13,3	30	100

(Sumber: Lampiran 9)

Tabel 9 diketahui diatas adalah hasil jawaban dari 30 responden yang diwawancarai.

3.5. Strategi Pengembangan

3.5.1 Pembobotan Faktor Internal dan Eksternal Agrowisata Sawah

Sebelum menentukan diagram analisis SWOT dari agrowisata sawah maka terlebih dahulu dilakukan

pembobotan faktor-faktor internal dan eksternal.

eksternal agrowisata sawah dapat dilihat dari Tabel 10:

3.5.1.1 Pembobotan Faktor Internal (IFAS) dan Faktor Eksternal (EFAS)

Hasil pembobotan dan rating terhadap faktor internal dan faktor

Tabel 10. Faktor-faktor Strategi Internal (IFAS)

No	Faktor-faktor Internal	Total Nilai	Bobot	Relatif Bobot	Rating	Skor
Indikator Kekuatan						
1	Harga tiket yang terjangkau	106	3,53	0,21	3	0,63
2	Terdapat beberapa spot foto	87	2,9	0,17	4	0,68
3	Pelayanan yang diberikan kepada wisatawan	102	3,4	0,20	3	0,6
4	Pemandangan yang indah	96	3,2	0,19	2	0,38
5	Ketersediaan fasilitas umum wisata sudah lengkap	112	3,73	0,22	3	0,66
Sub Total		503		16,76		2,95
		3,76				
Indikator Kelemahan						
1	Penataan tanaman masih kurang	53	1,76	0,27	1	0,27
2	Kesadaran wisatawan untuk menjaga kebersihan agrowisata sawah sangat rendah	42	1,4	0,21	1	0,21
3	Belum tersedianya toko souvenir atau homestay	97	3,23	0,50	1	0,50
Sub Total		192	6,39	0,98		0,98
Total		695		1,97		3,93

(Sumber: Diolah dari Lampiran 6, 7, dan 10)

Tabel 10 menunjukkan bahwa faktor internal yang dominan mempengaruhi strategi pengembangan agrowisata sawah adalah ketersediaan fasilitas umum wisata sudah lengkap dengan relatif bobot 0,22. Namun, dalam pelaksanaan strategi

tersebut terdapat faktor kelemahan yang dominan seperti belum tersedianya toko souvenir atau homestay dengan skor relatif bobot 0,50. Tentunya kelemahan tersebut sangat mempengaruhi strategi pengembangan agrowisata sawah.

Tabel 11. Faktor-faktor Strategi Eksternal (EFAS)

No	Faktor-faktor Eksternal	Total Nilai	Bobot	Relatif Bobot	Rating	Skor
Indikator Peluang						
1	Penduduk Dusun VI Pematang Johar mendukung keberadaan Agrowisata Sawah	114	3,8	0,26	3	0,78

2	Cuaca sejuk mendukung keberadaan Agrowisata Sawah	107	3,56	0,25	3	0,75
3	Wisatawan mempromosikan Agrowisata sawah melalui postingan media sosial	97	3,23	0,22	3	0,66
4	Dapat dijadikan daerah pengembangan budaya, khususnya di Desa Pematang Johar	106	3,53	0,25	3	0,75
Sub Total		424		14,12		2,94
				3,92		

Indikator Ancaman						
1	Kecemburuan Sosial	55	1,83	0,45	1	0,45
2	Jarak Tempuh Wisatawan menuju Agrowisata Sawah	66	2,2	0,54	1	0,54
Sub Total		121	4,03	0,99		0,99
Total		545		1,97		3,93

(Sumber: Diolah dari Lampiran 8, 9, 10)

Tabel 11 menunjukkan bahwa faktor eksternal yang dominan mempengaruhi strategi pengembangan agrowisata sawah adalah peluang penduduk Dusun VI Pematang Johar mendukung keberadaan agrowisata sawah dengan nilai relatif bobot 0,26. Namun, hal tersebut diikuti dengan ancaman yang dominan yaitu Jarak tempuh wisatawan menuju agrowisata sawah dengan relatif bobot 2,2. Oleh karena itu perlu

pertimbangan dan analisa yang tepat untuk menentukan strategi pengembangan agrowisata sawah.

3. Selisih Nilai Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman

Hasil dari selisih faktor internal kekuatan serta kelemahan dan faktor eksternal peluang serta ancaman dapat dilihat melalui Tabel 12 berikut :

Tabel 12. Selisih Nilai Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman

No	Uraian	Skor
1	Faktor Internal	
	Kekuatan (Strenght)	2,95
	Kelemahan (Weakness)	0,98
	Selisih	1,97
2	Faktor Eksternal	
	Peluang (Opportunities)	2,94
	Ancaman (Threats)	0,99
	Selisih	1,95

(Sumber : Diolah dari Tabel 22 dan 23)

Tabel 12 diperoleh hasil selisih faktor internal kekuatan dan kelemahan sebesar 1,97. Faktor internal kekuatan

agrowisata sawah lebih dominan dibandingkan kelemahannya.

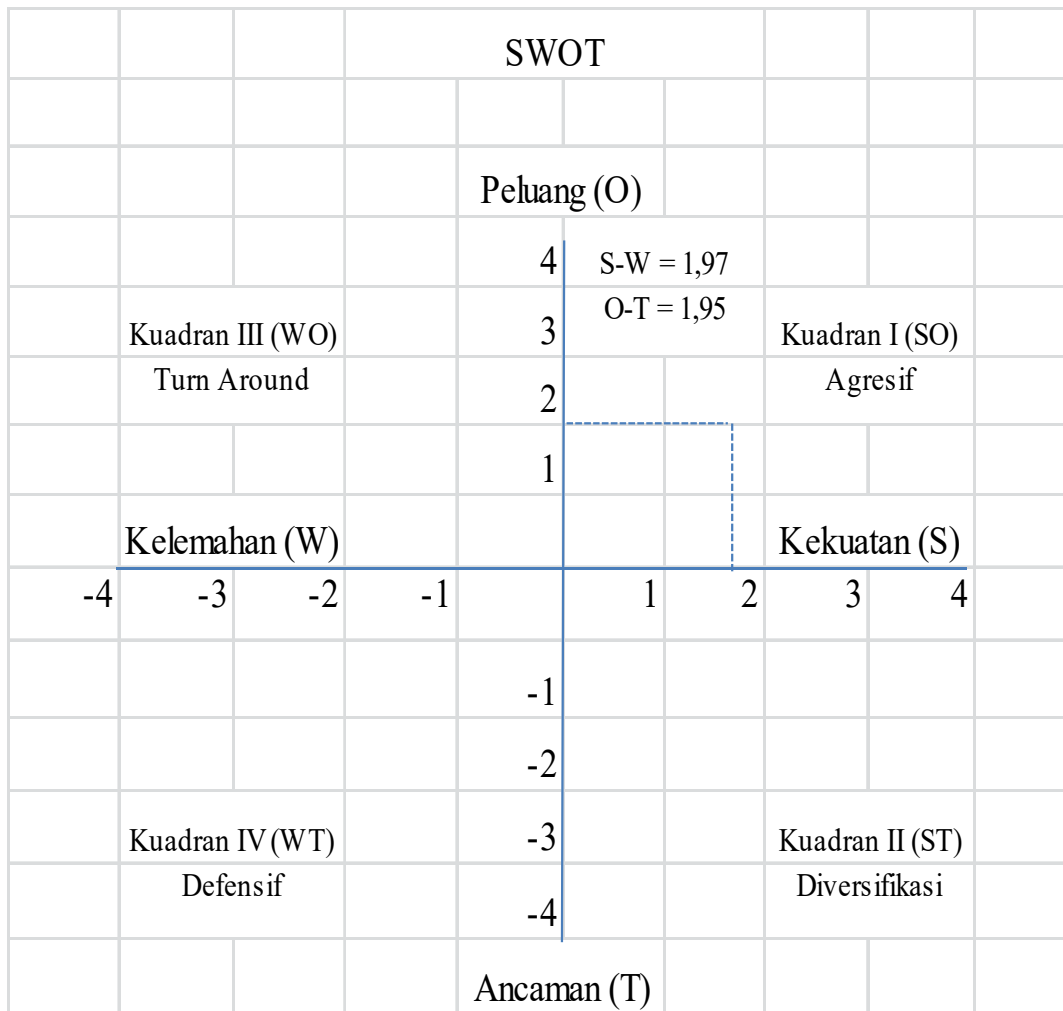
Hasil selisih antara peluang dan ancaman sebesar 1,95. Hasil ini menunjukkan bahwa faktor eksternal peluang lebih dominan dibandingkan dengan ancaman agrowisata sawah. Hasil tersebut selanjutnya akan dimasukkan ke dalam matriks internal eksternal untuk mengetahui strategi yang tepat dengan mengetahui posisi agrowisata sawah terletak pada kuadran.

4. Diagram Analisis SWOT Strategi Pengembangan Agrowisata Sawah

Menentukan posisi agrowisata sawah dengan cara memadukan kekuatan, kelemahan, peluang dan juga ancaman

sehingga dapat ditentukan titik koordinat dan dipetakan pada matriks posisi. Oleh karena itu, dapat ditentukan posisi

agrowisata sawah pada kuadran seperti yang dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT Agrowisata Sawah

Dari hasil analisis data yang diperoleh menunjukkan bahwa strategi pengembangan agrowisata sawah memiliki nilai yang positif dalam lingkungan internal dan lingkungan eksternalnya. Lingkungan internalnya berada pada posisi Strength dan lingkungan eksternalnya berada pada posisi Opportunity sehingga dapat disimpulkan strategi pengembangan agrowisata sawah berada pada kuadran I. Artinya, strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan agresif (Growth oriented strategy) dengan memanfaatkan peluang

dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki agrowisata sawah.

Tabel 13. Pembobotan dari Hasil Analisis SWOT

IFAS	S = 2,95	W = 0,98
EFAS		
O = 2,94	SO = 5,89	WO = 3,92
T = 0,99	ST = 3,94	WT = 1,97

(Sumber : Diolah dari Tabel 24)

Tabel 13 dapat disimpulkan bahwa penjumlahan; Hasil dari SO untuk *Strenght* dan *Opportunity* sebesar 5,89, hasil dari ST untuk *Strenght* dan *Threath* sebesar 3,94, hasil dari WO untuk *Weakness* dan *Opportunity* sebesar 3,92, hasil dari WT untuk *Weakness* dan *Threath* sebesar 1,97.

Tabel 14. Urutan Alternatif Strategi SWOT

Prioritas	Strategi	Total Nilai
1	Strenght – Opportunity (SO)	5,89
2	Strenght – Threath (ST)	3,94
3	Weakness – Opportunity (WO)	3,92

4	Weakness – Threath (WT)	1,97
---	-------------------------	------

(Sumber : Diolah dari Tabel 13)

Tabel 14 dapat dilihat bahwa alternatif strategi pengembangan Prioritas pertama strategi SO dengan nilai tertinggi sebesar 5,89 dan prioritas terakhir yaitu strategi WT sebesar 1,97.

3.6. Matriks SWOT

Penentuan alternatif strategi pengembangan agrowisata sawah dapat dilihat berdasarkan analisis SWOT dari faktor-faktor internal dan eksternal yang disajikan pada tabel matriks berikut.

Tabel 15. Matriks SWOT

IFAS	STRENGHT (S) 1. Harga tiket yang terjangkau 2. Terdapat beberapa spot foto 3. Pelayanan yang diberikan kepada wisatawan 4. Pemandangan yang indah 5. Ketersediaan fasilitas umum wisata sudah lengkap	WEAKNESS (W) 1. Penataan tanaman masih kurang 2. Kesadaran wisatawan untuk menjaga kebersihan Agrowisata sawah sangat rendah 3. Belum tersedianya toko souvenir dan homestay
EFAS	STRATEGI SO 1. Meningkatkan promosi di media sosial untuk menarik pengunjung/wisatawan dengan mengunggah beberapa spot foto yang keren. (Poin 2S, 3O) 2. Memberikan pelayanan terbaik dan meningkatkan wisata dengan bertemakan budaya setempat (Poin 3S, 4O) 3. Meningkatkan fasilitas umum wisata dengan bantuan penduduk Dusun VI Pematang Johar untuk mendukung setiap kegiatan dalam pengoptimalan daerah wisata sawah. (Poin 5S, 1O) 4. Dengan harga masuk yang terjangkau serta panorama alam yang indah, dukungan cuaca sejuk pastinya menambah minat wisatawan untuk berkunjung kembali. (Poin 1S, 4S, 2O)	STRATEGI WO 1. Meningkatkan kerjasama dengan penduduk Desa VI Pematang Johar untuk menata tanaman dan membuka Toko Souvenir dan Homestay. (Poin 3W, 1O) 2. Meningkatkan kesadaran wisatawan untuk menjaga kebersihan sehingga secara tidak langsung mendukung pengembangan budaya objek wisata sawah serta mempromosikan ke media sosial (Poin 2W, 3O, 4O) 3. Mengoptimalkan penataan tanaman disepanjang jalan sehingga memantapkan objek wisata dikala cuaca sejuk. (Poin 1W, 2O)
OPPORTUNITIES (O)		
1. Penduduk Dusun VI Pematang Johar mendukung keberadaan Agrowisata Sawah 2. Cuaca sejuk mendukung keberadaan Agrowisata Sawah 3. Wisatawan mempromosikan Agrowisata Sawah melalui postingan media sosial 4. Dapat menjadi daerah pengembangan budaya, khususnya di Desa Pematang Johar		

THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
1. Kecemburuan Sosial 2. Jarak tempuh wisatawan menuju Agrowisata Sawah	1. Mengoptimalkan pelayanan kepada wisatawan agar memperkecil kemungkinan adanya rasa kecemburuan sosial dari pihak-pihak tertentu. (Poin 3S, 1T) 2. Menyediakan setiap fasilitas umum agar pengunjung menikmati sepanjang perjalanan menuju objek wisata (Poin 5S, 2T)	1. Membuka toko souvenir dan homestay agar wisatawan yang berkunjung dapat menginap walau dari lokasi terjauh sekalipun. (Poin 3W, 2T) 2. Mengoptimalkan penataan tanaman disepanjang jalan sehingga memperkecil kemungkinan adanya kecemburuan sosial (Poin 1W, 1T)

(Sumber: Data Primer Diolah 2021)

Tabel 15 dapat kita lihat beberapa strategi pengembangan yang diperlukan dalam pengembangan agrowisata sawah. Berikut ini penjelasan dari tiap strategi yang tertera, diantaranya;

Strategi SO

Adapun strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan agrowisata sawah dengan melihat kekuatan dan peluang yang dimiliki, yaitu:

1. Meningkatkan promosi di media sosial untuk menarik pengunjung/wisatawan dengan mengunggah beberapa spot foto yang keren.

Di Era sekarang media sosial telah menjadi sarana penghubung antara keindahan setiap pelosok dunia, tak terkecuali disekitar kita. Kebanyakan orang akan mencari tempat dengan spot foto terbaik lalu mengabadikannya di media sosial. Hal seperti inilah yang menjadi acuan bagi pengelola agar semakin bersemangat untuk menambah spot lokasi guna menarik pengunjung lebih banyak lagi.

2. Memberikan pelayanan terbaik dan meningkatkan wisata dengan bertemakan budaya setempat.

Salah satu daya tarik bagi wisatawan adalah ciri khas kebudayaan setempat yang dicurahkan kedalam suatu

objek wisata. Kombinasi antara budaya dan wisata menjadi perpaduan yang indah, tak luput juga pelayanan terbaik menjadi kesan untuk setiap wisatawan yang berkunjung.

3. Meningkatkan fasilitas umum wisata dengan bantuan penduduk Dusun VI Pematang Johar untuk mendukung setiap kegiatan dalam pengoptimalan daerah wisata sawah.

Didalam mengembangkan objek wisata tak cukup hanya pengelolanya saja, dibutuhkan uluran tangan berupa tenaga dan masukan dari masyarakat sekitar agar terjadinya kesepakatan bersama. Gotong royong menjadi simbol kerukunan masyarakat, saling bangun membangun guna mewujudkan harapan desa. Fasilitas umum berupa toilet, parkir umum, serta jalan raya sebagai penghubung wisata adalah salah satu faktor pendorong tentunya.

4. Dengan harga masuk yang terjangkau serta panorama alam yang indah dan dukungan cuaca sejuk pastinya menambah minat wisatawan untuk berkunjung kembali.

Wisatawan sangat erat kaitannya dengan tolak ukur pengeluaran. Wisata sawah menghadirkan harga masuk yang terjangkau, panorama yang indah, sehingga cuaca yang sejuk sangat mendukung untuk berlibur ketempat ini.

Strategi WO

Adapun strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan agrowisata sawah dengan melihat kelemahan dan peluang yang dimiliki, yaitu :

1. Meningkatkan kerjasama dengan penduduk Desa VI Pematang Johar untuk menata tanaman dan membuka Toko Souvenir dan Homestay.

Ciri khas dari sebuah wisata adalah adanya oleh-oleh tersendiri yang hanya didapatkan dari wisata tersebut. Pengembangan toko souvenir dan penginapan (Homestay) membuat para pengunjung semakin betah untuk berlama-lama didalam wisata, tentu saja itu menambah pemasukan untuk wisata dan daerah tersebut. Oleh karenanya, diperlukan bantuan dari masyarakat sekitar serta peran dari pemerintah guna memajukan objek wisata.

2. Meningkatkan kesadaran wisatawan untuk menjaga kebersihan sehingga secara tidak langsung mendukung pengembangan budaya objek wisata sawah serta mempromosikan ke media sosial.

Keindahan tak lepas dari kebersihan. Objek wisata yang indah namun kotor, penuh dengan sampah mengakibatkan kurangnya daya tarik tersendiri kepada pengunjung. Didalam menjaga kebersihan, pengelola saja tidak cukup namun dibutuhkannya kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga serta melestarikan objek wisata tersebut.

3. Mengoptimalkan penataan tanaman disepanjang jalan sehingga memantapkan objek wisata dikala cuaca sejuk.

Keindahan tak cukup hanya didalam objek wisata saja, sepanjang perjalanan menuju wisata menjadi daya tarik tersendiri untuk wisatawan. Dibutuhkannya penataan tanaman yang baik dan penuh warna menjadikan objek wisata tersebut penuh dengan kesan.

Strategi ST

Adapun strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan agrowisata sawah dengan melihat kekuatan dan ancaman yang dimiliki, yaitu :

1. Mengoptimalkan pelayanan kepada wisatawan agar memperkecil kemungkinan adanya rasa kecemburuan sosial dari pihak-pihak tertentu.

Memberikan pelayanan terbaik kepada pengunjung akan meninggalkan kesan yang baik untuk mereka. Rasa nyaman, perhatian serta cekatan yang diberikan pelayan sehingga memperkecil kemungkinan jika adanya rasa cemburu atau iri dari pihak-pihak tertentu.

2. Menyediakan setiap fasilitas umum agar pengunjung menikmati sepanjang perjalanan menuju objek wisata.

Objek wisata sangat diharapkan untuk menyiapkan segala fasilitas yang diperlukan untuk memenuhi setiap kebutuhan pengunjung. Tidak terpenuhinya permintaan pengunjung memberi rasa kecewa dan kesan yang buruk terhadap objek wisata.

Strategi WT

Adapun strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan agrowisata sawah dengan melihat kelemahan dan ancaman yang dimiliki, yaitu :

1. Membuka toko souvenir dan homestay agar wisatawan yang berkunjung dapat menginap walau dari lokasi terjauh sekalipun.

Tak dapat dipungkiri lokasi wisata pada umumnya berada di pedesaan, yang artinya jauh dari perkotaan. Mengapa dipedesaan, dikarenakan desa adalah lokasi yang tepat untuk menikmati indahnya pemandangan alam, jauh dari keributan, kenyamanan. Ketersediaan souvenir (toko cenderamata) dan penginapan (homestay) menambah kesan kepada pengunjung semakin betah disana. Oleh karena itu, objek wisata dengan keindahan alam harus memiliki rumah penginapan (homestay) paling tidak 3 biji sebagai tempat

beristirahatnya para pengunjung. Lagipula ini menjadi pemasukan bagi pihak wisata sendiri.

2. Mengoptimalkan penataan tanaman disepanjang jalan sehingga memperkecil kemungkinan adanya kecemburuan sosial

Salah satu yang menjadi enggannya wisatawan berkunjung kesuatu wisata ialah kondisi jalan yang buruk, penataan tanaman dan jalan yang kurang baik. Hal tersebut pulalah yang menjadi ancaman bagi pihak wisata kedepannya, adanya pihak-pihak tertentu yang cemburu dan merusak fasilitas wisata tersebut.

IV. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada agrowisata sawah maka adapun kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu:

1. Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut sensoris. Hasil riset di lapangan menunjukkan bahwa rata-rata persepsi masyarakat mengenai agrowisata sawah adalah baik. Hal ini dapat dilihat dari beberapa jawaban pengunjung dan pemuda setempat yang merasa puas dengan adanya agrowisata sawah.
2. Proses pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan agrowisata sawah didasarkan pada prinsip *bottom up* yaitu dengan cara merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa proses pemberdayaan masyarakat di Desa Pematang Johar memberikan dampak positif melalui program *On Farm* Petani Mandiri dan juga bantuan oleh Himpunan Kerukunan Tani Indonesia (HKTI)
3. Faktor-faktor Internal kekuatan agrowisata sawah yaitu harga tiket yang terjangkau, terdapat beberapa spot foto, pelayanan yang diberikan kepada

wisatawan, pemandangan yang indah dan ketersediaan fasilitas umum wisata sudah lengkap. Faktor-faktor internal kelemahan agrowisata sawah yaitu penataan tanaman masih kurang, kesadaran wisatawan untuk menjaga kebersihan agrowisata sawah sangat rendah, belum tersedianya toko souvenir dan homestay. Faktor-faktor eksternal peluang agrowisata sawah yaitu penduduk Dusun VI Pematang Johar mendukung keberadaan agrowisata sawah, cuaca sejuk mendukung keberadaan agrowisata sawah, wisatawan mempromosikan agrowisata sawah melalui postingan media sosial, dapat menjadi daerah pengembangan budaya, khususnya di Desa Pematang Johar. Faktor-faktor eksternal ancaman yaitu kecemburuan sosial dan jarak tempuh wisatawan menuju agrowisata sawah.

4. Hasil analisis data melalui diagram analisis SWOT maka strategi pengembangan agrowisata sawah berada pada kuadran I (SO) yaitu strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif dengan memanfaatkan peluang dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki agrowisata sawah.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Agus Suprijono. 2009. *Cooperative Learning Teori Dan Aplikasi Paikem*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bagus, I. G. 2015. *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Rajawali Press.
- David, F. R. 2004. *Manajemen Strategi Konsep-Konsep*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Ginting, C. 2019. *Ilmu Penyakit Tumbuhan*. Lembaga Penelitian

- Universitas Lampung. Bandar Lampung. 245 hlm.
- Mardikanto, T. 2019. "Pemberdayaan Masyarakat Petani Jawa Tengah Untuk Penanggulangan Kemiskinan". Disampaikan dalam *Lokakarya Ketahanan Pangan* di Surakarta, 15 April 2019. BBMKP-Jawa Tengah.
- Rangkuti. F. 2015. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti. F. 2017. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sandryas Alief Kurniasanti. 2018. Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata Jeruk Silam di Desa Kampung Petani Kecamatan Bangorejo. *Journal of Tourism and Creativity*.
- Subowo. 2002. Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat Pada Usahatani Terpadu Guna Meningkatkan Kesejahteraan Petani dan Keberlanjutan Sistem Pertanian. Di Dalam: Budiarti (2013).
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D). Bandung: Alfabeta.
- Sugiharti Mulya Handayani. 2016. Agrowisata Berbasis Usahatani Padi Sawah Tradisional Sebagai Edukasi Pertanian. *Jurnal Habitat*. 133-138.
- Suharto, E., 2004, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, Bandung :PT. Refika Aditama
- Sulistiyani, Ambar Teguh. 2004. *Kemitraan dan Model-model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media
- Sumodiningrat, G., 2004, *Mewujudkan Kesejahteraan Bangsa Menanggulangi Kemiskinan dengan Prinsip Pemberdayaan Masyarakat*, Jakarta : PT. Alex Media Komputindo
- Utama, I G B R. 2012. *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia* Buku Referensi: Penerbit Deepublish.
- Utama, I G B R. 2015. *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia, Solusi Masif Pengentasan Kemiskinan*.
- Wrihatnolo, R. R. And Dwijowijoto, R. N. (2007) *Manajemen Pemberdayaan, Sebuah Pengantar dan Panduan Untuk Pemberdayaan Masyarakat*, Jakarta: PT. Elex Media Kompatindo.
- Yuwono. T. 2011. *Membangun Pertanian: Membangun Citra dan Kedaulatan*