

**AGRIBISNIS JERUK DAN STRATEGI PENGEMBANGANNYA
SEBAGAI AGROWISATA DI KABUPATEN LAMPUNG TIMUR**

(Tesis)

Oleh

**INDAH SEPTIANI
NPM 1924021005**



**MAGISTER AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2022**

ABSTRACT

CITRUS AGRIBUSINESS AND ITS DEVELOPMENT STRATEGIES AS AGROTOURISM IN LAMPUNG TIMUR DISTRICT

By

INDAH SEPTIANI

This research aims to knowing the procurement of production facilities, the feasibility of citrus agrotourism, management, marketing, supporting services, and formulate the development strategies of Citrus Agrotourism in East Lampung District. This research is taken at Citrus Agrotourism East Lampung District, which has been chosen purposively. This research uses a case study method. Data of this research was collected in December 2020 to March 2021. Respondents for this research involve 77 people consist of 4 agrotourism managers, 17 owners, 15 employees, 35 visitors, 1 experts, and 5 regulatory agencies. Data analysis methods used in this research are quantitative analysis, qualitative descriptive analysis, SWOT analysis, and QSPM. The results of this study indicate that easy to obtain means of production, the citrus agrotourism business is feasible and profitable, agrotourism management has not been carried out properly, marketing has not fully met expectations, supporting services have not been fully utilized by the management and owners. The results of this research show that the Citrus Agrotourism is in cell I (growth and build). The priority strategies that can be used by agrotourism are utilizing the militant spirit to improve agrotourism business to become more modern, inviting local residents who have land to plant oranges in order to improve the family economy, utilization of social media technology as a promotion.

Key words: agrotourism, citrus, development strategy

ABSTRAK

AGRIBISNIS JERUK DAN STRATEGI PENGEMBANGANNYA SEBAGAI AGROWISATA DI KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

Oleh

INDAH SEPTIANI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengadaan sarana produksi, kelayakan usaha, pengelolaan, pemasaran, jasa layanan penunjang, dan merumuskan strategi pengembangan agrowisata jeruk yang ada di Kabupaten Lampung Timur. Penelitian dilakukan di Agrowisata Jeruk Kabupaten Lampung Timur, yang dipilih secara sengaja (*purposive*) dan menggunakan metode studi kasus. Data penelitian dikumpulkan pada bulan Desember 2020-Maret 2021. Responden berjumlah 77 orang yang terdiri dari 4 orang pengurus agrowisata, 17 orang pemilik agrowisata, 15 orang karyawan agrowisata, 35 orang pengunjung, Dosen Manajemen Strategi, Kepala Desa, Camat, Koordinator Penyuluh, Dinas TPH, dan Dinas Pariwisata Lampung Timur. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, analisis deskriptif kualitatif, analisis SWOT, dan QSPM. Hasil penelitian menunjukkan sarana produksi mudah didapat, usaha agrowisata jeruk layak dan menguntungkan, pengelolaan agrowisata jeruk belum dijalankan dengan baik, pemasaran belum sepenuhnya memenuhi harapan, jasa layanan penunjang belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh pengurus dan pemilik agrowisata. Agrowisata Jeruk berada pada sel I (*growth and build*). Strategi prioritas yang dapat digunakan oleh agrowisata adalah memanfaatkan jiwa militan untuk meningkatkan usaha agrowisata menjadi lebih modern, mengajak warga sekitar yang memiliki lahan untuk menanam jeruk dalam rangka meningkatkan perekonomian keluarga, pemanfaatan teknologi media sosial sebagai sarana promosi.

Kata kunci: agrowisata, jeruk, strategi pengembangan

**AGRIBISNIS JERUK DAN STRATEGI PENGEMBANGANNYA SEBAGAI
AGROWISATA DI KABUPATEN LAMPUNG TIMUR**

Oleh

INDAH SEPTIANI

Tesis

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
MAGISTER PERTANIAN**

Pada

**Program Studi Magister Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**MAGISTER AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2022**

Judul Tesis : **AGRIBISNIS JERUK DAN STRATEGI
PENGEMBANGANNYA SEBAGAI AGROWISATA
DI KABUPATEN LAMPUNG TIMUR**

Nama Mahasiswa : **INDAH SEPTIANI**

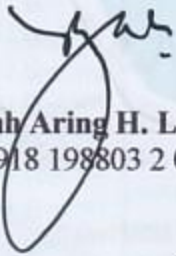
NPM : 1924021005

Jurusan : Magister Agribisnis

Fakultas : Pertanian



1. Komisi Pembimbing


Dr. Ir. Dyah Aring H. Lestari, M.Si.
NIP 19620918 198803 2 001


Dr. Ir. Fembriarti E. Prasmatiwi, M.P.
NIP 19630203 198902 2 001

2. Ketua Program Studi Magister Agribisnis


Dr. Ir. Dwi Haryono, M.S.
NIP 19611225 198703 1 005

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana Lestari, M.Si.

Sekretaris : Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P.

Penguji I
Bukan Pembimbing : Dr. Ir. Zainal Abidin, M.E.S.

Penguji II
Bukan Pembimbing : Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.Si.

2. Dekan Fakultas Pertanian

Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.
NIP 19611020 198603 1 002

3. Direktur Pascasarjana Universitas Lampung

Prof. Dr. Ir. Ahmad Saudi Samosir, S.T., M.T.
NIP 19710415 199803 1 005

Tanggal Lulus Ujian Tesis : 11 Februari 2022

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tesis yang berjudul **“AGRIBISNIS JERUK DAN STRATEGI PENGEMBANGANNYA SEBAGAI AGROWISATA DI KABUPATEN LAMPUNG TIMUR”** merupakan karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atas karya penulisan lain dengan cara yang tidak sesuai norma etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademik atau yang disebut plagiarisme.
2. Pembimbing penulisan tesis berhak mempublikasikan sebagian atau seluruh tesis ini pada jurnal ilmiah dengan mencantumkan nama saya sebagai salah satu penulisnya.
3. Hak intelektual atas karya ilmiah ini diserahkan sepenuhnya kepada Universitas Lampung.

Demikian pernyataan ini saya buat dan dapat dipertanggungjawabkan. Jika di kemudian hari ditemukan kecurangan dalam karya ilmiah ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

Bandar Lampung, 11 Februari 2022



Indah Septiani
NPM 1924021005

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Metro pada tanggal 2 September 1985 dari pasangan Bapak Mugiarto dan Ibu Nurbaini. Penulis merupakan anak pertama dari 5 bersaudara. Penulis telah menikah dengan Yohanes Riza, dan dikaruniai 2 orang anak perempuan yang bernama, Aqilla Mahariza (10 tahun) dan Adiba Riza Al Khirani (5,5 tahun). Penulis menempuh pendidikan sekolah dasar di SD Negeri 5 Sukadana Lampung Timur pada tahun 1991, dan tingkat sekolah menengah pertama di SMP Negeri 1 Sukadana Lampung Timur pada tahun 1997, serta melanjutkan sekolah menengah atas di MAN 1 Metro pada tahun 2000. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan tingkat perguruan tinggi di Universitas Lampung, Fakultas Pertanian, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian pada tahun 2003 dan menyelesaikan studi pada Desember 2007. Selama perkuliahan strata 1 (S1), penulis pernah aktif berorganisasi sebagai Presiden SEC (*Sosek English Club*) tahun ajaran 2004/2005, Sekertaris Bidang I BEM Fakultas Pertanian tahun ajaran 2005/2006, dan Ketua Bidang I Himaseperta tahun ajaran 2006/2007. Penulis juga pernah dipercaya menjadi Asisten Dosen Mata Kuliah Psikologi Masyarakat Petani dan Sosiologi Pedesaan pada tahun ajaran 2005/2006. Selain itu, penulis pernah mendapatkan Beasiswa PPA (Peningkatan Prestasi Akademik) selama dua semester

pada tahun ajaran 2005/2006. Pada tahun 2008, penulis berkarir di PT XL Axiata Tbk sebagai *Customer Service* dan diangkat sebagai *Duty Leader* di perusahaan yang sama dari tahun 2010 hingga 2015. Penulis juga pernah berkarir di CV Multipaper sebagai personalia dan kasir pada tahun 2017 hingga 2019. Pada tahun 2019 hingga Maret 2020, penulis sempat bergabung di PT Okebos Bangun Sejahtera sebagai Marketing. Saat ini, penulis sedang aktif dalam kegiatan ekonomi kreatif “Pasar Yosomulyo Pelangi” di Kota Metro. Penulis tercatat sebagai mahasiswa pascasarjana (S2) di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada tahun 2019.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya tesis ini dapat terselesaikan.

Tesis dengan judul **"Agribisnis Jeruk dan Strategi Pengembangannya Sebagai Agrowisata di Kabupaten Lampung Timur"** adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Pertanian di Universitas Lampung. Penulis menyadari tesis ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Karomani, M.Si. selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
3. Prof. Dr. Ir. Ahmad Saudi Samosir, S.T., M.T., selaku Direktur Pascasarjana Universitas Lampung.
4. Dr. Ir. Dwi Haryono, M.S., selaku Ketua Program Studi Magister Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung yang telah memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan tesis ini.
5. Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana Lestari, M.Si., selaku Dosen PA (Pembimbing Akademik) sekaligus pembimbing pertama yang memberikan bimbingan, saran, pengarahan, motivasi, kebaikan, dan semangat kepada penulis hingga dapat menyelesaikan tesis ini.

6. Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P., selaku pembimbing kedua yang memberikan bimbingan, saran, pengarahan, motivasi, kebaikan, dan semangat kepada penulis hingga dapat menyelesaikan tesis ini.
7. Dr. Ir. Zainal Abidin, M.E.S., selaku penguji I, yang telah memberikan saran, arahan, nasihat, dan kebaikan untuk perbaikan tesis.
8. Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S., selaku penguji II, yang telah memberikan saran, arahan, nasihat, dan kebaikan untuk perbaikan tesis.
9. Seluruh Dosen Magister Agribisnis yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama penulis menjadi mahasiswa Magister Agribisnis.
10. Bapak Sukendar selaku Kepala Desa Margototo dan Bapak Juni Eko Prasetyo selaku Ketua Pengurus Agrowisata Jeruk di Kelurahan Margototo Kecamatan Metro Kibang Lampung Timur yang telah banyak membantu penulis untuk memberikan informasi mengenai agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur.
11. Teristimewa untuk suami (Abby Yohanes Riza) yang selalu sabar, memberikan restu, kasih sayang, dukungan moril materiil dan tak pernah berhenti berdoa untuk kesuksesanku.
12. Orangtuaku tercinta, Ayah Mugiarto, Ibu Nurbaini, Ibu Hawa yang selalu memberikan dukungan moril materiil, semangat, motivasi dan doa yang tak pernah berhenti untuk kesuksesanku.
13. Anak-anakku tercinta (Aqilla Mahariza dan Adiba Riza Al Khirani) yang selalu sabar menantikan keberhasilan Ammy. Semoga kalian menjadi anak yang sholehah dan membanggakan.
14. Adik-adikku Lia-Fadly, Merdi-Catur, Nanda-Putri, Sisi-Iwan, Ridho yang selalu memberikan keceriaan, cerita, dukungan serta doa kepada penulis. Keponakan tercinta Ameera, Vara, Khaira, Musa, dan baby Lee.
15. Sahabat seperjuangan Magister Agribisnis 2019 Desmarita, yang selalu mau direpotkan, mendengarkan keluh kesah dan selalu memberikan semangat kepada penulis.

16. Teman-teman Magister Agribisnis : Hesti, Ega, Esa, Anis, Bu Weliza, Pak Reli, Nico, Miftah, Maya, Mb Betty, Pak Heru terimakasih untuk kebersamaannya.
17. Seluruh karyawan pascasarjana, khususnya Mb Rayi selaku administrasi di Program Studi Magister Agribisnis atas semua bantuan yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa.
18. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam penyusunan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Mohon maaf atas segala kesalahan dan kekhilafan selama proses penulisan tesis ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang telah diberikan. Aamiin.

Bandar Lampung, 11 Februari 2022

Indah Septiani

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN TERDAHULU, DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	7
A. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
1. Konsep Agrowisata	7
2. Sistem Agribisnis	8
a. Pengertian Sistem	8
b. Pengertian Agribisnis dan Gambar Sistem Agribisnis	9
c. Subsistem Sarana Produksi.....	11
d. Subsistem Usahatani.....	12
e. Subsistem Pengolahan (Industri Agrowisata).....	22
f. Subsistem Pemasaran	23
g. Subsistem Jasa Layanan Penunjang	27
3. Manajemen Strategi.....	28
a. Definisi Manajemen Strategi	28
b. Formula Strategi	29
c. Analisis Lingkungan Internal Agrowisata Jeruk	29
d. Analisis Lingkungan Eksternal Agrowisata Jeruk.....	32
e. Analisis SWOT	34
f. Analisis QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	37
B. Kajian Penelitian Terdahulu	38
C. Kerangka Pemikiran	47
III. METODE PENELITIAN	50
A. Metode Penelitian	50
B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional	50
C. Lokasi, Responden dan Waktu Pengambilan Data	57
D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	60
E. Metode Analisis Data	60

IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	77
A. Keadaan Umum Kabupaten Lampung Timur	77
1. Keadaan Geografis	77
2. Keadaan Iklim	78
3. Keadaan Demografis	79
4. Pariwisata	79
5. Sarana dan Prasarana.....	79
6. Potensi Pertanian	80
B. Keadaan Umum Kecamatan Metro Kibang	81
1. Keadaan Geografis	81
2. Keadaan Demografis	81
3. Sarana dan Prasarana Sosial	82
4. Potensi Pertanian	83
5. Industri Agrowisata	83
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	85
A. Agrowisata Jeruk di Kabupaten Lampung Timur	85
B. Karakteristik Responden	88
C. Karakteristik Agrowisata.....	93
D. Pengadaan Sarana Produksi Jeruk.....	96
E. Kelayakan Usaha Agrowisata Jeruk	98
F. Pengelolaan Agrowisata Jeruk.....	115
G. Pemasaran Agrowisata Jeruk	119
H. Jasa Layanan Penunjang Agrowisata Jeruk	125
I. Analisis Lingkungan Internal	127
1. Keuangan dan Permodalan	127
2. Sumber Daya Manusia (SDM).....	128
3. Manajemen	128
4. Kelayakan Usaha Agrowisata Jeruk.....	129
5. Sarana dan Prasarana.....	129
6. Matriks IFE	130
J. Analisis Lingkungan Eksternal	132
1. Ekonomi	133
2. Teknologi	133
3. Kebijakan Pemerintah	134
4. Pesaing	135
5. Pasar	135
6. Iklim	136
7. Matriks EFE (Eksternal Faktor Evaluation).....	136
K. Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata Jeruk.....	139
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	146
A. Kesimpulan	146
B. Saran.....	147
DAFTAR PUSTAKA	148
LAMPIRAN.....	153

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian terdahulu.....	40
2. Daftar responden agrowisata jeruk.....	59
3. Evaluasi pembobotan faktor internal.....	69
4. Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>).....	70
5. Evaluasi pembobotan faktor eksternal.....	71
6. Matriks EFE (<i>Eksternal Factor Evaluation</i>).....	72
7. <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>	76
8. Sebaran pemilik, karyawan, dan pengunjung agrowisata berdasarkan tingkat umur di Kabupaten Lampung Timur.....	89
9. Sebaran pemilik, karyawan, dan pengunjung berdasarkan tingkat pendidikan di Kabupaten Lampung Timur.....	90
10. Sebaran responden petani pemilik agrowisata berdasarkan jumlah tanggungan keluarga di Kabupaten Lampung Timur.....	91
11. Sebaran petani pemilik agrowisata berdasarkan luas lahan di Kabupaten Lampung Timur.....	93
12. Sebaran responden berdasarkan umur tanaman usaha agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur.....	94
13. Sebaran responden berdasarkan jumlah batang jeruk di Kabupaten Lampung Timur.....	95
14. Sebaran jumlah pengunjung berdasarkan tahun keempat sampai tahun kelimabelas.....	95
15. Analisis penyediaan sarana produksi jeruk di agrowisata jeruk Kabupaten Lampung Timur.....	97
16. Biaya pupuk Tanaman Belum Menghasilkan (TBM) usaha agrowisata jeruk per hektar.....	100
17. Biaya pestisida Tanaman Belum Menghasilkan (TBM) usaha agrowisata jeruk per hektar.....	101
18. Biaya peralatan usaha agrowisata jeruk per hektar.....	101

19. Biaya tenaga kerja Tanaman Belum Menghasilkan (TBM) usaha agrowisata jeruk per hektar.....	103
20. Biaya-biaya usaha agrowisata jeruk saat Tanaman Belum Menghasilkan (TBM) di Kabupaten Lampung Timur.....	104
21. Biaya pupuk Tanaman Menghasilkan (TM) usaha agrowisata jeruk per hektar.....	105
22. Biaya pestisida Tanaman Menghasilkan (TM) usaha agrowisata jeruk per hektar.....	106
23. Biaya tenaga kerja Tanaman Menghasilkan (TM) usaha agrowisata jeruk per hektar.....	106
24. Biaya Tanaman Menghasilkan (TM) usaha agrowisata jeruk per hektar.....	107
25. Produksi jeruk per hektar	108
26. Penerimaan usaha agrowisata jeruk per hektar.....	109
27. Pendapatan usaha agrowisata jeruk per hektar.....	110
28. Analisis finansial usaha agrowisata per hektar.....	111
29. Laju kepekaan usaha agrowisata per hektar.....	114
30. Kepuasan pengunjung terhadap produk yang ditawarkan agrowisata jeruk.....	120
31. Kepuasan pengunjung terhadap harga yang ditawarkan agrowisata jeruk.....	122
32. Kepuasan pengunjung terhadap tempat yang ditawarkan agrowisata jeruk.....	123
33. Kepuasan pengunjung terhadap promosi yang ditawarkan agrowisata jeruk.....	124
34. Matriks IFE agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur	131
35. Matriks EFE agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur.....	137
36. Total alternatif skor pada 10 alternatif strategi	143

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Sistem agribisnis	11
2. Diagram analisis SWOT	34
3. Matriks SWOT	36
4. Kerangka pemikiran	49
5. Matriks IE	73
6. Matriks SWOT	75
7. Peta Kabupaten Lampung Timur	78
8. Loket masuk Agrowisata Jeruk	86
9. Pengunjung memasuki area agrowisata	87
10. Suasana area agrowisata	87
11. Bapak Camat Metro Kibang ber swafoto di area Agrowisata Jeruk	88
12. Struktur kepengurusan Agrowisata Jeruk	117
13. Matriks IE Agrowisata Jeruk	140
14. Matriks SWOT Agrowisata Jeruk di Kabupaten Lampung Timur	141

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan pariwisata merupakan salah satu sektor yang diunggulkan saat ini termasuk di Indonesia. Pada tahun 2019, PDRB pariwisata Provinsi Lampung berkontribusi 0,95% (BPS 2019, data diolah). Agrowisata mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat untuk menyumbang perekonomian masyarakat tani di berbagai daerah. Agrowisata adalah aktivitas wisata yang melibatkan penggunaan lahan pertanian yang menjadi daya tarik bagi wisatawan. Agrowisata memiliki beragam variasi, seperti labirin jagung, wisata petik buah, memberi makan hewan ternak, berswafoto dan membuka restoran di atas laut.

Agrowisata merupakan salah satu potensi dalam pengembangan industri wisata di Indonesia. Keterlibatan dunia pertanian dalam pariwisata terdiri dari beberapa pola, yaitu pola pengunjung hanya ingin membeli buah dalam bentuk jadi dan tidak peduli dengan cara bagaimana petani membudidayakan hasil-hasil pertanian tersebut. Pola kedua yaitu pengunjung tidak cukup hanya dengan membeli barang-barang komoditas pertanian tetapi juga ingin melihat tanaman komoditas tersebut tanpa harus meminta penjelasan. Pola ketiga, pengunjung selain membeli komoditas hasil pertanian juga telah melihat budidaya komoditas tersebut kemudian melihat cara pascapanen dan meminta penjelasan sekedarnya kepada petani seperti apa proses dalam budidaya pertanian sampai dengan pascapanen. Pola yang terakhir adalah pengunjung bukan saja bisa membeli komoditas hasil pertanian tetapi juga sudah dapat melihat cara budidaya, pengolahan sampai pascapanen dan mempraktikkan lebih dalam melakukan proses budidaya tanaman pertanian (Agrowisata di Indonesia – sukuh, n.d.).

Pemerintah Provinsi Lampung mencoba untuk mewujudkan dan mengembangkan agrowisata di Provinsi Lampung. Potensi lahan dan wilayah yang strategis dapat memperkenalkan Provinsi Lampung ke mata nasional maupun internasional. Untuk memperkenalkan agrowisata, Pemerintah Provinsi Lampung akan mengencangkan sosialisasi melalui berbagai festival yang memamerkan seluruh potensi wisata, pertanian, seni, dan budaya. Selain itu, berbagai infrastruktur dan fasilitas penunjang juga turut dibangun dari Bandar Udara Radin Intens II dan Pelabuhan Bakauheni yang merupakan gerbang masuk utama ke Provinsi Lampung. Menurut BPS (2021), agrowisata mencakup suatu usaha pengelolaan dengan memanfaatkan tanaman pangan dan hortikultura, perkebunan, perikanan dan peternakan sebagai usaha pokok dan dapat dilengkapi dengan penyediaan berbagai jenis fasilitas termasuk jasa pelayanan makan dan minum serta akomodasi.

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

Pada awalnya sebagian besar petani di Desa Margototo hanya menanam padi, singkong, jagung dan sedikit sayuran. Lahan yang ada kurang mencukupi untuk kebutuhan keluarga yang hanya ditanami padi, singkong dan jagung. Petani di daerah ini susah mendapatkan lapangan pekerjaan. Pada tahun 2010, penduduk desa yang bernama Bapak Sukendar berinovasi menanam jeruk di lahan milik sendiri seluas 1 hektar. Bibit buah jeruk bw diperoleh dari teman beliau yang pernah bekerja di PT BW. Dengan ilmu bertani yang seadanya dan tanpa ada pendampingan dari penyuluh pertanian setempat, beliau mampu menanam 530 pohon dalam 1 ha. Tahun ke empat, tepatnya di tahun 2014 dilakukan panen yang pertama. Pada awalnya, hasil panen dijual secara borongan kepada pedagang besar. Pedagang besar hanya memilih jeruk yang bagus, besar dan masak

sempurna dan membeli dengan harga yang murah, sehingga tidak sesuai dengan input produksi yang telah dikeluarkan oleh Bapak Sukendar. Selain itu, pedagang membayar dengan tempo sehingga merugikan Bapak Sukendar sebagai petani jeruk. Beliau mulai berfikir bagaimana agar saat panen melimpah mendapatkan keuntungan yang maksimal, karena hampir di seluruh Indonesia panen raya jeruk terjadi secara bersamaan dan mengakibatkan harga buah jeruk anjlok yang sangat merugikan petani.

Untuk menyasati anjloknya harga buah yang merugikan petani, dan dengan melihat prospek potensi desa diantaranya faktor keamanan yang sangat aman dan lokasi desa yang sangat strategis (terletak diantara Kota Metro dan Kota Bandar Lampung), penduduk desa yang sangat ramah, pemuda desa yang masih banyak belum bekerja maka ide untuk membuat agrowisata kebun jeruk BW mulai dibuka pada tahun 2015 di bulan Juli. Masyarakat saat itu sangat antusias, banyak pengunjung yang berdatangan baik dari daerah Metro, Bandar Lampung, Pringsewu maupun luar daerah seperti Palembang, Jambi, Bengkulu, Jakarta, Semarang dan Malang.

Pengunjung hanya membayar parkir Rp3.000,00, tiket masuk sebesar Rp10.000,00/orang dapat mencicipi buah jeruk sepuasnya dan bagi yang ingin membawa pulang disediakan plastik dan timbangan untuk menghitung berat buah yang akan dibawa pengunjung (harga buah Rp 15.000,00/Kg), memetik langsung buah jeruk, berswafoto, makan siang bersama keluarga dengan menggelar tikar, menyewa spot agrowisata untuk foto *prewedding*, mengetahui cara budidaya buah jeruk dari pengelola agrowisata setempat dan pengalaman baru yang tidak terlupakan bagi pengunjung.

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

Setelah terbentuk agrowisata kebun jeruk ini masyarakat mendapatkan kesejahteraan. Agrowisata kebun jeruk mampu mengangkat ekonomi warga, usaha ini sangat menguntungkan dan membuka lapangan pekerjaan baru bagi penduduk Desa Margototo, sekarang sudah ada 17 petani jeruk yang mengusahakan agrowisata ini sebagai mata pencarian utama. Dari 17 petani yang sudah merasakan manfaat agrowisata ada 7 petani (tanaman sudah menghasilkan). Walaupun belum menjadi satu unit usaha agrowisata para petani membentuk kelompok dan saling berkoordinasi agar dapat bersama-sama bertukar informasi untuk terus meningkatkan usaha agrowisata buah jeruk masing-masing petani.

Perjuangan petani agrowisata kebun jeruk desa Margototo membuahkan hasil, Walikota Metro, Bupati Lampung Timur, Pemerintah Daerah Provinsi Lampung sudah berkunjung dan mengakui bahwa agrowisata buah jeruk ini layak menjadi agrowisata dan diakui di Provinsi Lampung. Peneliti dari Taman Buah Mekar Sari sudah meneliti kandungan mineral cukup bagus hanya saja kendala kurangnya perlakuan untuk mengatasi penyakit buah belum bisa diatasi petani dengan baik.

Kendala dalam usaha agrowisata dari sistem sarana dan prasarana belum memenuhi syarat, seperti fasilitas mushola, toilet, dan saung. Kendala dari sistem usahatani adalah modal usaha dan keuangan petani pemilik agrowisata masih terbatas, kemudian saat pandemi covid agrowisata jeruk disarankan pemerintah untuk tutup sementara, sehingga pengunjung turun 100%. Kendala dari sistem pengolahan agrowisata adalah masih kekurangan lahan untuk mengembangkan agrowisata buah jeruk mengingat pengunjung semakin meningkat setiap tahunnya sehingga masih membutuhkan lahan yang sangat luas baik untuk agrowisata ataupun lahan parkir, jalan masuk ke area agrowisata masih berbentuk bebatuan, dan sumber daya manusia yang belum maksimal. Kendala dari sistem pemasaran adalah kurangnya pemasaran melalui sosial media yang memperkenalkan agrowisata jeruk secara luas baik didalam Provinsi Lampung maupun diluar provinsi. Kendala dari sistem jasa penunjang adalah agrowisata jeruk di Desa Margototo Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur belum

mendapat perhatian khusus dari pemerintah, baik dari lembaga penyuluhan, BUMDes maupun pemerintah daerah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengadaan sarana produksi usahatani jeruk yang ada di agrowisata jeruk Kabupaten Lampung Timur?
- 2) Bagaimana kelayakan usahatani jeruk yang ada di agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur?
- 3) Bagaimana pengelolaan agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur?
- 4) Bagaimana pemasaran agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur?
- 5) Apa saja jasa layanan penunjang yang ikut mengembangkan agrowisata jeruk yang ada di Kabupaten Lampung Timur?
- 6) Bagaimana strategi pengembangan agrowisata jeruk yang ada di Kabupaten Lampung Timur?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah

- 1) Untuk menganalisis pengadaan sarana produksi usahatani jeruk yang ada di agrowisata jeruk Kabupaten Lampung Timur
- 2) Untuk menganalisis kelayakan usahatani jeruk yang ada di agrowisata jeruk Kabupaten Lampung Timur
- 3) Untuk menganalisis pengelolaan agrowisata jeruk di agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur
- 4) Untuk menganalisis pemasaran agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur
- 5) Untuk menganalisis jasa layanan penunjang agrowisata jeruk yang ada di Kabupaten Lampung Timur
- 6) Untuk merumuskan strategi pengembangan agrowisata jeruk yang ada di Kabupaten Lampung Timur

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi :

- 1) Pengelola Agrowisata sebagai bahan informasi dan pertimbangan dalam pengelolaan usaha agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur
- 2) Pemerintah dan *Stake Holder* terkait dalam rangka kebijakan pengelolaan usaha agrowisata di Kabupaten Lampung Timur agar lebih bermanfaat dan meningkatkan kesejahteraan petani
- 3) Peneliti lain sebagai tambahan referensi yang berkaitan dengan agrowisata dan strategi pengembangan.

II. TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN TERDAHULU, DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Konsep Agrowisata

Agrowisata merupakan salah satu macam diversifikasi produk wisata yang dapat dimanfaatkan untuk penyajian beberapa paket wisata terhadap wisatawan yang akhir-akhir ini cenderung tertarik untuk menyaksikan dan menikmati objek dan daya tarik wisata yang baru dan memiliki daya tarik tersendiri (Winarno, 2011).

Agrowisata dalam bahasa Inggris adalah *agrotourism*. *Agro* artinya pertanian dan *tourism* artinya wisata/pariwisata. *Agrotourism* artinya berwisata ke daerah pertanian. Pertanian dalam arti luas mencakup pertanian rakyat, perkebunan, perikanan dan peternakan (Sudiasa, 2005). Agrowisata adalah salah satu cara potensial untuk mengembangkan Desa. Agrowisata adalah aktivitas wisata yang melibatkan penggunaan lahan pertanian atau fasilitas terkait yang menjadi daya tarik bagi wisatawan (Yoeti, 2000).

Kegiatan agrowisata bertujuan untuk memperluas wawasan pengetahuan, pengalaman rekreasi dan hubungan antara usaha-usaha di bidang pertanian yang meliputi tanaman pangan, tanaman hortikultura, perkebunan, perikanan dan peternakan. Apabila pariwisata berkembang di suatu desa maka akan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat disekitar desa yang mengembangkan agrowisata tersebut dan pemerintah sehingga fungsi pariwisata dapat dilakukan dengan fungsi budidaya pertanian dan pemukiman pedesaan dan sekaligus fungsi konservasi (Sastrayuda, 2010).

Menurut Arifin (1992) agrowisata adalah salah satu bentuk kegiatan wisata yang dilakukan dikawasan pertanian yang menyajikan suguhan pemandangan alam kawasan pertanian (*farmland view*) dan aktivitas didalamnya, seperti persiapan lahan, penanaman, pemeliharaan, pemanenan, pengolahan hasil panen sampai dalam bentuk siap dipasarkan dan bahkan wisatawan dapat membeli produk pertanian tersebut sebagai oleh-oleh. Menurut Nurisjah (2001), agrowisata atau wisata pertanian merupakan penggabungan aktivitas wisata dan aktivitas pertanian.

Palit dkk (2017) menjelaskan manfaat dari adanya pengembangan agrowisata yaitu meningkatkan nilai jual komoditi pertanian yang dihasilkan dan berkembangnya sumber-sumber pendapatan lainnya yang dapat dinikmati oleh masyarakat setempat dari sarana wisata seperti kantin dan tempat penjualan cinderamata. Selain itu agrowisata juga menjadi salah satu wahana yang efektif dalam rangka promosi produk-produk pertanian. Hal tersebut karena selain dapat menikmati hasil pertanian secara langsung dari sumbernya, para pengunjung akan terkesan dengan sensasi wisata alam yang unik dan segar yang akan terbawa hingga mereka kembali ke tempat asalnya dan bercerita kepada orang lain. Selanjutnya, Palit dkk (2017) menyatakan bahwa agrowisata memberikan beberapa manfaat bagi tempat pertanian terkait yaitu memberikan nilai rekreasi, mengembangkan kegiatan edukasi, meningkatkan nilai keindahan alam, meningkatkan konservasi lingkungan, melestarikan kearifan dan teknologi lokal serta bagi petani dan masyarakat sekitar akan meningkatkan pendapatan petani di luar nilai kuantitas produksinya dan menciptakan lapangan pekerjaan.

2. Sistem Agribisnis

a. Pengertian Sistem

Kata sistem berasal dari bahasa latin (*systema*) dan bahasa Yunani (*systema*) yang diartikan sebagai suatu kesatuan yang terdiri komponen atau elemen yang dihubungkan bersama untuk memudahkan aliran informasi, materi atau energi untuk mencapai suatu tujuan (Budi, 2020).

Pengertian sistem secara umum adalah suatu kumpulan objek atau unsur-unsur atau bagian-bagian yang memiliki arti berbeda-beda yang saling memiliki hubungan, saling berkerjasama dan saling memengaruhi satu sama lain serta memiliki keterikatan pada rencana yang sama dalam mencapai suatu tujuan tertentu pada lingkungan yang kompleks.

Pengertian sistem adalah perangkat unsur yang secara teratur saling berkaitan sehingga membentuk suatu totalitas (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1997), sedangkan pengertian sistem menurut Davis (2001) merupakan gabungan dari berbagai elemen yang bekerja sama untuk mencapai suatu target.

b. Pengertian Agribisnis dan Gambar Sistem Agribisnis

Agribisnis diserap berasal dari Bahasa Inggris *Agribusiness*, Agri yang artinya pertanian dan *Business* artinya usaha atau kegiatan yang berorientasi keuntungan (*profit*). Menurut Soekartawi, agribisnis berasal dari kata agri dan bisnis. Agri asalnya dari bahasa Inggris (*agricultural*). Bisnis berarti usaha komersial dalam dunia perdagangan. Agribisnis adalah kesatuan kegiatan usaha yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan hasil dan pemasaran produk-produk yang ada hubungannya dengan pertanian dalam arti luas (Soekartawi, 2010). Pengertian Agribisnis menurut Downey dan Erickson adalah kegiatan yang berhubungan dengan penanganan komoditi pertanian dalam arti luas, yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan masukan dan keluaran produksi (agroindustri), pemasaran masukan-keluaran pertanian dan kelembagaan penunjang kegiatan (Downey dan Erickson, 1987 dalam Saragih, 1998).

Pengertian agribisnis menurut Sutawi (2002) terbagi menjadi tiga yaitu:

- 1) Agribisnis adalah suatu kesatuan kegiatan usaha yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan hasil, dan pemasaran yang ada hubungannya dengan pertanian dalam arti luas, yaitu kegiatan usaha yang menunjang kegiatan pertanian dan kegiatan usaha yang ditunjang oleh kegiatan-kegiatan pertanian.

2) Agribisnis adalah sebuah sistem kegiatan yang meliputi tiga komponen, *the farm input sector, the farming sector, dan the product marketing sector*

3) Agribisnis adalah keseluruhan dan kesatuan dari seluruh organisasi dan kegiatan mulai dari produksi dan distribusi sarana produksi, kegiatan produksi pertanian di lahan pertanian sampai dengan pengumpulan, penyimpanan, pengolahan dan turun sampai distribusi hasil akhir dari pengolahan tersebut ke konsumen.

Sistem agribisnis adalah suatu konsep yang menempatkan kegiatan pertanian sebagai suatu aktifitas yang utuh dan komprehensif sekaligus sebagai sebuah konsep yang bisa menelaah dan menjawab berbagai masalah dan tantangan. (Budi, 2020).

Fungsi-fungsi agribisnis terdiri atas kegiatan pengadaan dan penyaluran sarana produksi, kegiatan produksi primer (budidaya), pengolahan (agroindustri), dan pemasaran. Fungsi-fungsi tersebut kemudian disusun menjadi suatu sistem, di mana fungsi-fungsi di atas menjadi subsistem dari sistem agribisnis. Memandang agribisnis sebagai sebuah sistem yang terdiri atas beberapa subsistem. Sistem tersebut akan berfungsi baik apabila tidak ada gangguan pada salah satu subsistem. Jika akan mengembangkan salah satu subsistem di dalamnya maka subsistem lain juga harus dikembangkan karena tidak ada satu subsistem yang lebih penting dari subsistem lainnya.

Menurut Rachmina dalam Hirawan (2019), terdapat dua keterkaitan dalam sistem agribisnis sebagai berikut :

1) Keterkaitan ke depan (*Forward Linkage*)

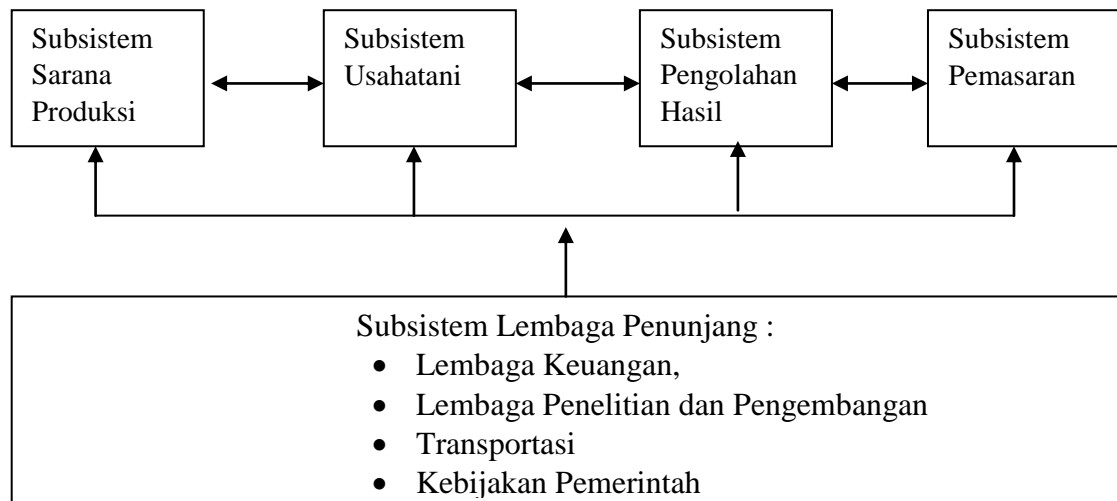
Kegiatan bisnis yang dijalankan memiliki keterkaitan dengan proses subsistem selanjutnya. Jika fokus diarahkan pada kegiatan usahatani jeruk maka terdapat hubungan dengan industri agrowisata.

2) Keterkaitan ke belakang (*Backward Linkage*)

Kegiatan bisnis yang dilakukan juga memiliki keterkaitan ke belakang, dengan proses subsistem sebelumnya yaitu pengadaan sarana produksi atau input, seperti benih, pupuk, tenaga kerja dan lain sebagainya.

Sistem agribisnis merupakan satu kesatuan yang dimulai dari subsistem sarana produksi, subsistem budidaya, subsistem pengolahan hasil, subsistem pemasaran dan subsistem jasa layanan penunjang. Agribisnis sebagai suatu sistem yang jika dikembangkan harus selaras dengan semua subsistem yang ada didalamnya.

Berikut merupakan gambar sistem agribisnis yang tersaji pada Gambar 1.



Gambar 1. Sistem Agribisnis

Sumber : Sukartawi (2010)

Berdasarkan Gambar 1 bahwa sistem agribisnis merupakan satu kesatuan dan saling berkaitan antara subsistem satu dengan lainnya dari subsistem sarana produksi, subsistem usahatani, subsistem pengolahan hasil, subsistem pemasaran sampai subsistem jasa penunjang.

c. Subsistem Sarana Produksi

Subsistem sarana produksi ini merupakan kegiatan yang berhubungan dengan pengadaan sarana produksi pertanian, yaitu memproduksi dan mendistribusikan alat dan bahan yang dibutuhkan untuk usahatani atau budidaya. Subsistem sarana

produksi mencakup kegiatan pabrik pupuk, usaha pengadaan bibit unggul dan sarana produksi pertanian lainnya (Saragih, 2010).

d. Subsistem Usahatani

1) Budidaya Jeruk

Tanaman jeruk berasal dari negara-negara tropis Asia. Tanaman jeruk yang ada di Indonesia merupakan peninggalan Belanda di era imperealisme. Banyak orang menyenangi buah jeruk, karena rasanya enak (manis bernuansa asam) dan segar. Jeruk adalah buah yang serbaguna dan bergizi tinggi. Yang tertinggi pada jeruk adalah kandungan vitamin C. Jeruk adalah buah yang sangat layak dibudidayakan karena mudah hidup dan punya nilai ekonomi yang cukup tinggi. Tanaman jeruk mudah hidup diberbagai tempat, baik dataran rendah maupun tinggi, juga ditempat rawa-rawa yang banyak airnya. Yang benar-benar diperhatikan adalah pola drainase, sistem pengairan harus baik dan lancar. Tanaman jeruk sangat menyukai sinar matahari, maka tidak memerlukan tanaman pelindung (Suhaeni, 2007).

Beberapa langkah yang harus dilakukan dalam menanam jeruk menurut Suhaeni (2007) adalah sebagai berikut

a) Lokasi dan pengolahan tanah

Pemilihan lokasi untuk budidaya tanaman jeruk berkaitan dengan kesuburan tanah dan kesesuaian tanah. Meskipun hampir seluruh wilayah Indonesia cocok ditanami pohon jeruk, tetapi untuk budidaya tanaman secara insentif harus dipilih tempat-tempat paling cocok agar dapat diperoleh hasil yang optimal, baik di dataran tinggi maupun di dataran rendah.

Yang perlu diperhatikan pada lokasi dataran tinggi adalah kemiringan tanah harus tidak lebih dari 30 derajat, kelebihan tanah atas masih cukup (25cm), jika permukaan air tanah dalam maka disekitarnya harus ada sumber mata air yang cukup. Untuk dataran rendah tanah yang cocok untuk tanaman jeruk adalah tanah yang mengandung laterit berwarna hitam agak kemerahan.

Areal tanam harus diolah sedemikian rupa sehingga bisa ditempati pohon jeruk dan bisa tumbuh dan berproduksi secara optimal. Pembukaan dan pengolahan tanah harus diperhatikan petani jeruk sesuai dengan tata aturan kerja budidaya jeruk

b) Jarak Tanam

Jika areal tanam subur, maka jarak tanam yang dipakai sebaiknya sedikit berjauhan agar pertumbuhan cabang dan mahkota daun tidak saling bersinggungan. Pengaturan jarak tanam bertujuan meningkatkan produksi persatuan areal, memudahkan pemeliharaan, memudahkan seleksi pohon terutama menentukan pohon yang produktif, memudahkan peremajaan pohon yang sudah tidak produktif, memudahkan pemberantasan hama dan penyakit, melancarkan dan meratakan air siraman dan pemupukan. Jarak tanam yang tidak sesuai anjuran akan merugikan petani, seperti hasil panen merosot, terserang penyakit, masa pembungaan terhambat dan sebagainya.

Jarak tanam biasanya menyesuaikan bentuknya, ada model segitiga sama sisi, bujur sangkar, empat persegi panjang dan lain-lain. Jarak tanam yang cocok untuk jeruk BW adalah 5x5, 6x6, 6x7, atau 7x7 meter.

c) Lubang Tanam

Pembuatan lubang tanam dapat dimulai, kira-kira 1,5-2 bulan sebelum penanaman. Ukurannya adalah 50x50x50 cm atau 50x50x40 cm atau 50x50x30 cm. Permukaan dinding dan dasar lubang harus dibuat rata agar perkembangan volume akar tunggang dan akar-akar ranting dapat seimbang. Batu-batu didalam lubang hendaknya dibuang sebab bisa mengganggu perakaran dan pertumbuhan tanaman jeruk. Pada saat menutup lubang tanah lapisan bawah, harus dicampur dengan pupuk super fosfat (TSP) terlebih dahulu, kira-kira sebanyak 1,5 kg untuk tanah yang subur dan 2 kg untuk tanah yang kurang subur. Pupuk fosfat juga bisa diganti dengan pupuk kandang, yaitu sekitar 2,5 kg untuk tanah yang masih subur dan 3 kg untuk tanah yang sudah dicampur dengan pupuk.

Penutupan lubang sebaiknya dilakukan pada akhir bulan November hingga pertengahan Desember. Setelah didiamkan selama 2-3 minggu, tanah akan padat dengan sendirinya dan permukaannya merata. Pada akhir bulan Desember atau awal Januari bibit dapat ditanam pada lubang tanam.

d) Pohon Pelindung

Tanaman jeruk yang baru saja ditanam di areal tanam biasanya belum siap sepenuhnya menghadapi gejala alam, seperti hujan lebat, angin kencang, temperatur udara dan lain-lain. Untuk itu, perlu dibuatkan tanaman pelindung yang sifatnya sementara seperti lamtoro. Tanaman pelindung hendaknya ditanam sebelum bibit jeruk ditanam, tepatnya bersamaan dengan pembuatan lubang tanam. Tinggi naungan sebaiknya 1,5-2 kali tinggi tanaman bibit.

e) Persiapan Benih

Cara pengembangbiakan tanaman jeruk bisa dilakukan dengan dua cara, yaitu secara generatif dan vegetatif (stek, mencangkok, okulasi)

f) Penanaman dan Pemupukan

Bibit jeruk yang akan ditanam harus dipilih yang benar benar berkualitas sehingga bisa memberikan hasil yang memuaskan. Ciri-ciri bibit yang baik letak perjabangan simetris, jumlah daun memenuhi syarat, belum pernah diokulasi atau disusukan sampai dua kali, pertumbuhan batang bawah dan atas seimbang.

Saat penanaman bibit jeruk adalah setelah hujan benar benar sudah turun (musim penghujan telah tiba). Humus sangat dibutuhkan tanaman, sebab disamping dapat mengatur kadar air dalam tanah dan menampungnya, humus juga menahan zat-zat organik lainnya yang tidak mudah larut dalam air.

Sebagai pedoman, dosis pupuk yang harus diberikan pada tanaman jeruk adalah pemupukan I, Urea $\frac{2}{3}$ bagian, TSP $\frac{1}{2}$ bagian dan KCL $\frac{1}{3}$ bagian, pemupukan II, Urea $\frac{1}{3}$ bagian, TSP $\frac{1}{2}$ bagian dan KCL $\frac{2}{3}$ bagian. Kapur dapat digunakan untuk mencegah meningkatnya kadar asam dalam tanah laterit. Pemupukan

dengan ZA dan Urea harus ditaburkan dibawah mahkota pohon dengan menggunakan solet atau cangkul dan dimasukkan ke tanah agak dalam. Pemupukan dengan pupuk buatan di tanah laterit tanpa diimbangi dengan pengapuran atau dengan pupuk organis akan merusak struktur tanah. Supaya jumlah pupuk yang diberikan dapat bermanfaat bagi pertumbuhan dan menghasilkan buah yang optimal, maka sebaiknya pemberian jumlah pupuk disesuaikan dengan umur tanam.

g) Penyiangan dan Penggemburan

Pendangiran tanaman jeruk harus diupayakan agar tidak terlalu banyak mematahkan perakaran, sebab akar yang terluka mudah sekali terinfeksi oleh bibit penyakit.

h) Penyiraman

Pada musim kemarau, tanaman jeruk membutuhkan air secara teratur, terutama saat tanaman menjelang berbunga. Penyiraman dilakukan pada pagi atau sore hari, tujuannya untuk mengimbangi penguapan akibat panasnya sinar matahari, sebab pada siang hari tanaman jeruk banyak menyerap air. Dengan perlakuan seperti itu, tanaman jeruk dapat bertahan hidup dan melakukan pemasakan sempurna.

i) Pemangkasan

Agar hasil optimal, perlu dilakukan pemangkasan yang bertujuan membentuk tajuk mahkota pohon, membersihkan tunas-tunas air dan cabang-cabang liar sehingga kebersihan tanaman jeruk terjamin.

j) Pemberantasan Penyakit dan Hama

Beberapa penyakit dan hama yang sering menyerang tanaman jeruk

(1) Penyakit Lapuk Hijau

Penyakit ini menyerang bagian buah jeruk, terutama pada buah yang sudah tua. Buah yang terserang akan busuk, basah dan rusak seluruhnya. Cara

mengatasi lakukan pemetikan buah saat tidak ada embun, jangan mencampur buah yang terkena infeksi dengan buah yang masih sehat, buah yang dicuci dan akan dimasukkan peti sebaiknya dikeringkan terlebih dahulu.

(2) Penyakit Busuk Kering

Benih penyakit ini berada didalam tanah sehingga buah jeruk yang diserang adalah yang berada dibawah, kira-kira 1 meter diatas tanah. Penyakit ini juga dapat menyerang bunga dan ranting. Cara mengatasi semprotkan pestisida Cupprovit OB 21, Antracol 70 WP (dosis penggunaan disesuaikan dengan petunjuk label), Untuk mencegah infeksi pada buah yang dipetik sebaiknya buah dicuci dulu dengan air trusi 0,03%.

(3) Penyakit Kanker Bakteri

Penyakit ini menyerang bagian bawah daun dan kulit buah. Pada gejala awalnya, permukaan bawah daun muncul bercak-bercak kecil berwarna kuning, bergaris tengah sekitar 1mm. Kalau kondisi udara cukup lembab, bagian pinggir bercak akan tampak berlendir. Lendir ini merupakan gejala khas serangan bakteri. Cara mengatasi daun dan buah yang terserang segera dipetik lalu dimusnahkan, semprotkan insektisida yang mempunyai bahan aktif Streptomisin sulfat, misalnya Agript 20 WP dengan konsentrasi 5-10 gram per 10 liter air.

(4) Penyakit Busuk Batang

Bagian tanaman yang diserang adalah leher akar atau batang. Penyakit ini sering terdapat di dataran tinggi, lebih dari 400 meter diatas permukaan laut. Terjadi infeksi ditandai dengan keluarnya getah dari kulit. Tanaman jeruk yang terserang penyakit ini akan menguning dan merana. Bunganya lebat tetapi buahnya jarang sekali yang jadi. Jika ada buah yang jadi, maka rasanya tidak enak.

Cara mengatasinya :

usahakan bagian bawah tanaman tidak terlalu lembab dengan cara melakukan pemangkasan tepat pada waktunya, sehingga tidak ada cabang atau ranting yang menghalangi masuknya sinar matahari dibagian bawah pohon, semprot

batang pohon dengan menggunakan teer hingga batas leher akar, hal itu juga berfungsi untuk melindungi kulit batang agar tidak terlalu kering karena sinar matahari. Jika sudah terinfeksi, bagian tanaman jeruk yang terserang harus dikupas.

(5) Penyakit Jamur Upas

Penyakit ini menyerang ranting dan dahan-dahan tanaman jeruk. Mula-mula keluar getah dari dahan yang terkena infeksi, kulitnya nampak seperti kering, keras dan bercelah-celah sepanjang dahan. Lambat laun keluarlah lapuk yang warnanya kuning oranye. Pertumbuhan lapuk ini dapat melingkari pohon, akibatnya daun menjadi layu dan seluruh dahan mati karena transportasi makanan terputus di tengah jalan. Cara mengatasi : Luka-luka bekas pemangkasan harus segera diobati, kondisi di bawah pohon harus bersih, jangan sampai tertutup oleh gulma atau cocor crop. Semprotkan pestisida Antrocol 70 WP dengan dosis 100-200 gram per liter air atau 1-1,5kg per hektar per aplikasi.

(6) Mineerder (*Phyllocnistis Citrella*)

Ulat dari hama ini berwarna hijau kuning, panjangnya 3 mm dan kupu-kupunya berwarna putih. Hama ini menyerang daun, baik yang muda atau yang tua. Cara mengatasi : jika serangan tidak terlalu besar dapat dilakukan pengendalian secara mekanik dengan cara memotong ranting yang diserang serta semprotkan Gisonthion 50 WP dan Supracide 40 EC. Penggunaan dosis sesuai petunjuk pada label.

k) Pemanenan Buah Jeruk

Pemetikan buah jeruk harus dilakukan dengan baik dan pada saat yang tepat. Setiap satu dompol buah jeruk tidak semuanya dapat dipetik sekaligus, sebab diantaranya pasti ada yang belum matang.

Hal-hal yang harus diperhatikan saat panen adalah buah sudah tidak terasa keras lagi bila dipegang, buah bagian bawah sudah agak empuk dan jika dijentik sudah tidak berbunyi nyaring lagi, jangan terlalu lama membiarkan buah jeruk di pohon,

sebab buah jeruk mudah menjadi kering, terutama bagian bawah sehingga kualitas menjadi menurun.

Untuk memperoleh kualitas jeruk yang baik, ada beberapa hal yang perlu dihindari adalah jangan memetik buah sebelum embun pagi lenyap, tangkai buah yang terlalu panjang harus dipotong dengan gunting yang tajam dan disisakan sekitar 1-2 cm dari buah. Tangkai bunga yang terlalu panjang akan melukai buah jeruk yang lain sehingga mengakibatkan pembusukan, usahakan agar buah jeruk tidak jatuh supaya daging dan kulit buah tidak rusak.

2) Evaluasi Proyek

Proyek adalah elemen operasional yang terkecil yang dipersiapkan serta dilaksanakan sebagai suatu kesatuan dalam perencanaan nasional berhubungan dengan kegiatan investasi dimana biaya yang dikeluarkan untuk pengadaan sarana produksi dan investasi barang modal yang akan memproduksi manfaat pada kurun waktu tertentu, sehingga suatu proyek adalah kegiatan yang menggunakan alokasi sumber daya dan diterapkan nanti akan memperoleh manfaat di waktu yang akan datang (Pasaribu, 2012).

Tujuan dari perencanaan dan evaluasi proyek untuk menentukan pemilihan investasi yang tepat dan memperbaiki penilaian investasi. Menurut Pasaribu (2012), terdapat 7 aspek evaluasi proyek yaitu aspek teknis, aspek manajerial dan administratif, aspek organisai, aspek komersial, aspek finansial, aspek ekonomis dan aspek lingkungan hidup.

3) Analisis Finansial

Menurut Sanusi (2002), dalam melaksanakan suatu proyek biasanya dilakukan dengan dua macam analisis, yaitu analisis finansial dimana proyek dilihat dari sudut orang yang menanam modalnya dalam proyek dan analisis ekonomi memperhitungkan rangsangan bagi mereka yang ikut serta dalam menyukseskan pelaksanaan proyek.

Penelitian ini merupakan penelitian evaluasi dan perencanaan kelayakan finansial dari arus kas investasi usaha agrowisata jeruk yang telah memasuki tahun ke-10 dari umur ekonomis selama 15 tahun (AAK, 2011). Oleh karena itu digunakan metode *Compound factor* dan *Discount factor* menggunakan harga sekarang. Metode *Compounding* bertujuan untuk mengetahui berapa manfaat dan perolehan dari unit usaha jika dinilai dengan uang sekarang dari investasi yang ditanam. Metode *Discount* bertujuan untuk mengetahui berapa manfaat dan perolehan dari unit usaha jika dinilai dengan uang sekarang. Analisis tingkat diskonto yang digunakan adalah 6% mengacu pada tingkat suku bunga Kredit Usaha Rakyat Ritel BRI daerah penelitian (bri.co.id, 2019).

Beberapa kriteria investasi yang diperlukan dalam penilaian kelayakan suatu proyek secara finansial adalah *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Gross B/C Ratio*, *Net B/C Ratio* dan *Payback Period* (Nurmalina dkk, 2018).

a) *Net Present Value* (NPV)

Net Present Value (NPV) atau nilai kini manfaat bersih adalah selisih antara total *present value* manfaat dengan total *present value* biaya atau jumlah *present value* dari manfaat bersih tambahan selama umur bisnis. Nilai yang dihasilkan oleh perhitungan NPV adalah dalam satuan mata uang rupiah. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t} \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan :

- NPV = *Net Present Value*
- B_t = Manfaat pada tahun t
- C_t = *Cost* atau biaya pada tahun t
- i = Tingkat bunga bank berlaku
- t = Tahun (waktu ekonomis)

Kriteria penilaian *Net Present Value* (NPV) :

1. Jika NPV lebih besar dari nol pada saat suku bunga yang berlaku, maka usaha dinyatakan layak.
2. Jika NPV lebih kecil dari nol pada saat suku bunga yang berlaku, maka usaha dinyatakan tidak layak.
3. Jika NPV sama dengan nol pada saat suku bunga yang berlaku, maka usaha dinyatakan dalam posisi impas.

b) *Internal Rate of Return* (IRR)

Internal Rate of Return (IRR) menurut Nurmalina (2018) adalah rata-rata tingkat discount rate yang menghasilkan NPV sama dengan 0. Besaran yang dihasilkan dari perhitungan ini adalah dalam satuan persentase (%). Rumus dari IRR adalah sebagai berikut :

$$IRR = i' + NPV' / NPV' - NPV'' (i'' - i') \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan :

- IRR = *Internal Rate of Return*
 NPV' = *Net Present Value* positif
 NPV'' = *Net Present Value* negatif
 i' = Discount rate yang menghasilkan NPV'
 i'' = Discount rate yang menghasilkan NPV''

Kriteria penilaian *Internal Rate of Return* (IRR) :

1. Jika IRR lebih besar dari tingkat suku bunga yang berlaku, maka usaha dinyatakan layak.
2. Jika IRR lebih kecil dari tingkat suku bunga yang berlaku, maka usaha dinyatakan tidak layak.
3. Jika IRR sama dengan tingkat suku bunga yang berlaku, maka usaha dinyatakan dalam posisi impas.

c) *Net Benefit Cost Ratio (Net B/C)*

Net Benefit Cost Ratio (Net B/C) adalah rasio antara manfaat bersih yang bernilai positif dengan manfaat bersih yang bernilai negatif. Rumus dari *Net B/C* menurut Nurmalina (2018) adalah sebagai berikut :

$$\text{Net B/C Ratio} = \frac{\sum_{t=1}^n (\text{NPV})(+)}{\sum_{t=1}^n (\text{NPV})(-)} \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan :

Net B/C = *Net Benefit Cost Ratio*
NPV(+) = *NPV bernilai positif*
NPV (-) = *NPV bernilai negatif*

Kriteria penilaian dalam analisis ini adalah :

1. Jika *Net B/C* lebih besar dari satu maka usaha dinyatakan layak
2. Jika *Net B/C* lebih kecil dari satu maka usaha dinyatakan tidak layak
3. Jika *Net B/C* sama dengan satu maka usaha dinyatakan dalam posisi impas.

d) *Gross Benefit Cost Ratio(Gross B/C)*

Gross Benefit Cost Ratio(Gross B/C) serupa dengan *Net B/C Ratio*, hanya benefit maupun biaya diberikan secara kotor. *Gross B/C Ratio* merupakan perbandingan antara penerimaan atau manfaat dari suatu investasi dengan biaya yang telah dikeluarkan. Rumus dari *Gross Benefit Cost Ratio(Gross B/C)* menurut Nurmalina (2018) sebagai berikut :

$$\text{Gross B/C Ratio} = \frac{\sum_{t=1}^n (\text{Bt})(\text{CF atau DF})}{\sum_{t=1}^n (\text{Ct})(\text{CF atau DF})} \dots \dots \dots (4)$$

Keterangan :

Gross B/C Ratio = *Gross Benefit Cost Ratio*
Bt = *Benefit* atau penerimaan bersih tahun
Ct = *Cost* atau biaya pada tahun t
CF = *Compound factor*
DF = *Discount factor*

Kriteria penilaian dalam analisis ini adalah :

1. Jika *Gross B/C Ratio* lebih besar dari satu maka usaha dinyatakan layak.
2. Jika *Gross B/C Ratio* lebih kecil dari satu maka usaha dinyatakan tidak layak.
3. Jika *Gross B/C Ratio* sama dengan satu maka usaha dinyatakan dalam posisi impas.

e) *Payback Periode* (PP)

Payback Periode (PP) atau Masa Pengembalian Investasi (MPI) merupakan waktu yang diperlukan untuk pembayaran kembali seluruh investasi yang dikeluarkan. MPI terjadi pada saat nilai NPV berubah dari nilai negatif menjadi positif.

Rumus *Payback Periode* (PP) sebagai berikut :

$$PP = n + \frac{a-b}{c-b} \times 1 \text{ tahun} \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan :

- n = Tahun terakhir jumlah arus kas yang belum bisa menutupi investasi awal
- a = Investasi mula-mula
- b = Arus kas kumulatif tahun ke-n
- c = Arus kas kumulatif tahun ke n + 1

Kriteria penilaian *Payback Periode* :

1. Jika *Payback Periode* lebih pendek dari umur ekonomis proyek, maka usaha dinyatakan layak.
2. Jika *Payback Periode* lebih lama dari umur ekonomis proyek, maka usaha dinyatakan tidak layak.

e. Substistem Pengolahan (Industri Agrowisata)

Dalam sistem agribisnis, industri agrowisata berada didalam substistem pengolahan. Agrowisata adalah bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan usaha agribisnis sebagai objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, rekreasi, dan hubungan usaha di bidang pertanian (Nugraga, 2011).

Menurut Susanto (2000), industri pertanian merupakan satu sistem dimulai dari input proses dan output merupakan satu kesatuan sistem, proses *creation something value* dengan tujuan meningkatkan nilai tambah, melibatkan tenaga kerja (*labor*), orientasi *profit* atau keuntungan dan produk bisa berbentuk barang atau jasa.

Agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur adalah salah satu terobosan industri agrowisata sebagai salah satu sumber penghasilan bagi petani yang mengusahakan agrowisata tersebut dan masyarakat sekitar area agrowisata. Agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur berdiri pada Tahun 2015 yang diprakarsai oleh Bapak Sukendar warga asli Desa Margototo Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur. Masyarakat dapat menikmati suasana kebun jeruk, memetik buah jeruk, berfoto di area kebun jeruk pada bulan Juli dan Agustus setiap tahunnya.

Tahun 2020, masyarakat sudah dapat menikmati 7 area agrowisata jeruk yang dikelola oleh 7 petani dan tergabung dalam satu kelompok tani di Kabupaten Lampung Timur. Masyarakat cukup membayar tiket Rp10.000,00 dan dapat makan buah jeruk sepuasnya didalam area kebun jeruk, apabila pengunjung membawa kendaraan, kendaraan dapat diparkirkan ke tempat yang telah ditentukan oleh petugas parkir setempat dengan hanya membayar Rp3.000 untuk kendaraan bermotor dan Rp5.000 untuk mobil. Apabila pengunjung ingin membawa pulang buah jeruk, maka pengunjung dapat membeli dengan harga Rp15.000,00 per kilogram.

f. Subsistem Pemasaran

Perencanaan sangat diperlukan untuk mengikuti perkembangan dan menghadapi persaingan yang semakin ketat di masa yang akan datang (Kotler, 2008). Untuk memasarkan produk industri agrowisata diperlukan koordinasi dan kerjasama yang baik antara organisasi yang bertanggung jawab dalam pengembangan agrowisata dengan semua pihak yang terlibat dalam kegiatan agrowisata (Yoeti, 2002). Didalam meningkatkan usaha industri agrowisata, diperlukan strategi dasar yang dilakukan oleh pengurus dan orang-orang yang terlibat dalam usaha

ini. Salah satu strategi pemasaran adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Perencanaan pada masing-masing variabel tersebut harus dikoordinasikan dan ditangani dengan baik, sebab setiap variabel bauran pemasaran selalu saling berinteraksi dengan variabel lainnya (Kotler, 2008).

1). **Keputusan Mengenai Produk**

Jika suatu perusahaan agribisnis tidak mempunyai orientasi pemasaran yang kuat, keputusan mengenai produk yang akan dihasilkan mungkin hanya didasarkan pada tradisi, coba-coba dan perasaan. Ada 3 pola didalam keputusan mengenai produk menurut Firdaus, 2008 yaitu :

a) **Pola Penyerapan dan Penyebaran Produk**

Cara yang ditempuh oleh pelanggan dalam menyerap teknologi, produk atau jasa yang baru merupakan hal yang penting untuk strategi pemasaran perusahaan. Proses penyerapan memberi petunjuk tentang cara memperkenalkan produk baru kepasar. Tahap-tahap tersebut adalah tahap kesadaran, tahap menaruh minat, tahap penilaian, tahap percobaan dan tahap penerimaan dan pemakaian. Sedangkan pemaikai, berdasar kecepatannya menyerap atau menggunakan ide-ide baru dapat dibagi dalam lima kategori, yaitu Inovator, Pelopor (*early adopter*), Pengikut dini/mayoritas awal (*early majority*), pengikut akhir (*late majority*) dan kolot (*laggard*) (Kotler, 2008).

b) **Siklus Kehidupan Produk**

Siklus kehidupan produk berkaitan dengan penjualan dan laba suatu produk atau jasa sepanjang suatu periode. Fase dalam siklus kehidupan produk dimulai dari pengembangan dan pengenalan awal sampai menyingkirkan produk dari pasar

(1) Tahap Pengembangan

Tahap pengembangan adalah periode pelaksanaan analisis pasar. Pada fase ini strategi produk serta strategi pasar sama-sama dikembangkan. Tidak ada pendapatan yang dihasilkan, tetapi banyak pengeluaran untuk mengembangkan produk dan pasar.

(2) Tahap Perkenalan

Tahap perkenalan adalah periode peluncuran pertama produk baru di pasar. Produk sama sekali belum dikenal pasar sehingga diperlukan waktu untuk menyebarkan produk.

(3) Tahap Pertumbuhan

Tahap pertumbuhan adalah periode perkembangan/ekspansi secara cepat. Tahap ini ditandai dengan peningkatan yang cepat dalam penjualan. Pemakai awal menyukai produk tersebut dan konsumen mayoritas mulai membeli produk tersebut.

(4) Tahap Pematangan

Tahap pematangan ditandai pertumbuhan penjualan yang lambat atau agak menurun karena pasar mulai jenuh. Tahap ini lebih lama daripada tahap-tahap sebelumnya dan merupakan tantangan berat bagi manajemen. Banyak kegiatan pemasaran dirancang untuk memperpanjang tahap pematangan dengan mempertahankan volume penjualan dan jumlah laba. Persaingan ketat karena para pesaing memperebutkan pangsa pasar (*market share*), biasanya dengan menggunakan harga sebagai senjata. Perusahaan berusaha meningkatkan mutu produk dengan mengubah rancangan, menambah unsur-unsurnya, iklan baru, mengembangkan reklame dan insentif promosi.

(5) Tahap Penurunan

Tahap ini ditandai dengan penurunan penjualan, baik secara cepat atau lambat. Perusahaan yang menghadapi tahap ini disarankan untuk mengidentifikasi produk lemah dan menentukan strategi pemasaran. Menurut Harrigen (2008), ada 5 strategi mundur dalam studi strategi perusahaan di industri yang mengalami kemunduran yaitu, meningkatkan tingkat investasi perusahaan untuk mendominasi atau memperkuat posisi kompetitif, mempertahankan tingkat investasi perusahaan sampai ketidakpastian mengenai industri terpecahkan serta mengurangi tingkat investasi perusahaan secara selektif, memperkuat investasi perusahaan diceruk-ceruk yang menguntungkan.

c) Perubahan Produk Menjadi Komoditi

Pada mulanya produk atau jasa sering kelihatan unik di pasar dan tergolong barang istimewa (*specialty goods*), dengan persaingan harga yang kecil dan laba yang menggembirakan. Akan tetapi, setelah melewati suatu periode tertentu, para pesaing melihat peluang dan memasuki pasar dengan produk yang diobral, oleh karena itu produk tersebut menjadi komoditi. Manajer pemasaran agribisnis seharusnya berusaha membalikkan arah dengan harapan memperoleh kembali keuntungan dari keistimewaan suatu barang di pasar, yaitu dengan meningkatkan mutu produk, mengubah rancangan, menambah unsur, memperluas lini produk, dan pengemasan.

2). Keputusan Mengenai Harga

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayannya. Penentuan harga sangat menentukan jumlah keuntungan yang diperoleh perusahaan. Metode penetapan harga adalah komponen penting untuk menghasilkan laba. Metode penetapan harga antara lain sebagai berikut :

- a) Penetapan harga berdasar biaya (*cost plus pricing*), adalah cara penetapan harga dengan menambah margin tetap kepada biaya dasar masing-masing produk.
- b) Penetapan harga bersaing. Harga mengikuti harga rata-rata yang berlaku di pasar, atau mengikuti harga pesaing utama.
- c) Penetapan harga penetrasi, yaitu menetapkan harga yang rendah pada produk agar pasar terbuka luas dan penerimaan yang cepat atas produk bersangkutan.
- d) Penjenjangan pasar (*skimming the market*). Produk diperkenalkan dengan harga tinggi untuk kalangan atas. Kemudian setelah pasar tersebut jenuh, harga diturunkan agar kalangan menengah dapat menjadi pelanggan.
- e) Penetapan harga berdasarkan daya serap pasar. Berbagai harga ditawarkan untuk menentukan dan membebaskan harga maksimum yang dapat disanggupi oleh para pelanggan.

- f) Potongan harga, yaitu pemberian potongan harga (*discount*) dari harga semula.
- g) Penetapan harga psikologis. Penetapan harga ini menghasilkan harga yang kelihatannya lebih memuaskan karena seakan-akan cukup rendah.
- h) Penetapan harga bergengsi, yaitu harga barang. Ditetapkan tinggi untuk menarik segmen pasar atas.

3). Keputusan Mengenai Tempat

Setiap agribisnis harus menetapkan cara untuk memindahkan dan menyalurkan (distribusi) produknya kepada pelanggan. Saluran distribusi berkenaan dengan jejak penyaluran barang dari produsen kekonsumen akhir.

4). Keputusan Mengenai Promosi

Promosi adalah suatu upaya persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi merupakan salah satu variabel dalam marketing mix yang sangat penting. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara, yaitu periklanan, *personal selling*, publisitas dan promosi penjualan.

g. Subsistem Jasa Layanan Penunjang

Subsistem jasa layanan penunjang adalah segala jenis kegiatan yang berfungsi dan mendukung serta mengembangkan kegiatan keempat sub sistem agribisnis lainnya. Jasa Layanan penunjang dalam sistem agribisnis secara langsung atau tidak langsung memberikan dampak yang baik bagi usahatani. Jasa layanan penunjang dalam sistem agribisnis diantaranya adalah Pendidikan dan Penyuluhan, Lembaga Keuangan, Kebijakan Pemerintah, Perkreditan dan Asuransi serta Penelitian dan Pengembangan. Hal tersebut dikarenakan antara pelaku sistem agribisnis saling memberikan keuntungan dengan kualitas yang terjamin (Mahjali dalam Hirawan, 2019).

3. Manajemen Strategi

a. Definisi Manajemen Strategi

Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan dan juga penetapan berbagai tujuan itu sendiri yang diharapkan akan menjamin terpeliharanya keunggulan kompetitif perusahaan. Menurut Chandler dan Andrews (1985), definisi strategi adalah penentuan tujuan jangka panjang suatu perusahaan dan penerapan tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk melaksanakan tujuan tersebut.

Kenneth Andrews merumuskan strategi sebagai pola tujuan, kebijakan utama dan rencana untuk mencapai tujuan harus dinyatakan sedemikian rupa untuk menentukan bisnis apa yang harus dijalankan perusahaan.

Manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial (Wheelen dan Hunger) yang dihasilkan dari proses formulasi dan implementasi rencana (Pearce dan Robinson) dengan tujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Manajemen strategi dapat pula didefinisikan sebagai proses perencanaan, pengarahan (*directing*), pengorganisasian dan pengendalian berbagai keputusan dan tindakan strategis perusahaan dengan tujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif (Solihin, 2012).

Menurut Pearce dan Robinson, ada sembilan tugas penting dalam menerapkan proses manajemen strategi, yaitu :

- 1) Menyusun misi perusahaan, termasuk didalamnya pernyataan mengenai maksud pendirian perusahaan, filosofi perusahaan dan tujuan perusahaan.
- 2) Melakukan analisis untuk mengetahui kondisi internal dan kemampuan perusahaan.
- 3) Melakukan penilaian terhadap lingkungan eksternal perusahaan yang mencakup didalamnya penilaian terhadap situasi persaingan dan konteks usaha secara umum yang akan mempengaruhi efektivitas perusahaan dalam mencapai tujuan
- 4) Melakukan analisis terhadap alternatif pilihan strategi perusahaan dengan membandingkan kesesuaian antara sumber daya yang dimiliki perusahaan dengan lingkungan yang dihadapi perusahaan

- 5) Melakukan identifikasi terhadap alternatif pilihan strategi yang diinginkan melalui evaluasi masing-masing pilihan strategi disesuaikan dengan misi dan tujuan perusahaan.
- 6) Memilih sekumpulan tujuan jangka panjang berikut strategi utama (*grand strategy*) yang paling memungkinkan untuk mencapai tujuan perusahaan
- 7) Membuat tujuan tahunan (*annual objectives*) dan strategi jangka pendek yang mendukung pencapaian tujuan jangka panjang dan strategi utama.
- 8) Melakukan implementasi strategi terpilih melalui anggaran alokasi sumber daya yang dibutuhkan, di mana dalam alokasi sumber daya ini terdapat penekanan pentingnya keselarasan antara tugas, manusia, struktur organisasi, teknologi yang digunakan serta sistem imbalan yang diterapkan (*reward system*).
- 9) Melakukan evaluasi terhadap keberhasilan penerapan strategi sebagai input yang akan digunakan dalam pembuatan keputusan di masa mendatang (Solihin, 2012).

b. Formula Strategi

Salah satu formula strategi yang paling terkenal adalah strategi Model Wheelen dan Hunger. Menurut Wheelen dan Hunger formula strategi merupakan perencanaan jangka panjang yang berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Formulasi strategi dimulai dengan kegiatan analisis situasional (*situational analysis*) yaitu suatu proses untuk menemukan kecocokan strategis (*strategic fit*) antara peluang yang ada di lingkungan eksternal perusahaan dengan kekuatan internal yang dimiliki dan secara bersamaan memperhitungkan berbagai ancaman yang ada di lingkungan perusahaan dan kelemahan internal perusahaan (Solihin, 2012).

c. Analisis Lingkungan Internal Agrowisata Jeruk

Analisis terhadap lingkungan internal perusahaan bertujuan untuk mengidentifikasi sejumlah kekuatan dan kelemahan yang terdapat dalam sumber daya dan proses bisnis internal yang dimiliki perusahaan. Perusahaan terdiri dari sekumpulan sumber daya yang dikelola untuk mencapai tujuan tertentu (Solihin,

2012). Sumber daya mencakup modal, fasilitas fisik, manusia, teknologi dan berbagai pendukung organisasi perusahaan. Sumber daya organisasi dibagi menjadi dua kategori. Pertama, sumber daya berwujud (*tangible resources*) yang mencakup segala jenis sumber daya yang dapat dilihat berupa bentuk fisik, seperti tanah, bangunan, pabrik, peralatan, mesin, uang dan persediaan. Sumber daya yang tak berwujud (*intangible resources*) yaitu berbagai sumber daya non fisik yang diciptakan perusahaan dan para karyawan, seperti nama merek, reputasi perusahaan, pengetahuan dan pengalaman sumber daya manusia perusahaan, kekayaan intelektual perusahaan yang diwujudkan dalam bentuk paten, hak cipta dan merk dagang.

Analisis terhadap lingkungan internal perusahaan bertujuan untuk mengidentifikasi sejumlah kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada sumber daya yang dimiliki perusahaan (Solihin, 2012). Menurut Duncan (1998) ada empat tahap yang harus dilakukan perusahaan untuk memetakan berbagai kekuatan dari sumber daya yang dimiliki serta mengidentifikasi bagaimana kontribusi kekuatan sumber daya internal terhadap pencapaian keunggulan kompetitif perusahaan. Pada tahap survei atas berbagai potensi kekuatan dan kelemahan, perusahaan melakukan survei terhadap nilai perusahaan yang mencakup infrastruktur atau sarana prasarana perusahaan, sumber daya manusia, pengembangan teknologi, proses pengadaan barang, manajemen, aktifitas pemasaran dan penjualan, layanan perusahaan dan keuangan perusahaan. Tahap kedua yaitu mengelompokkan berbagai kekuatan dan kelemahan organisasi berdasarkan hasil survei. Tahap ketiga yaitu investigasi sumber keunggulan kompetitif, hal yang paling penting adalah menetapkan dengan tepat bagian aktivitas utama maupun aktivitas pendukung mana dalam rantai nilai porter yang memiliki potensi kekuatan dan yang mana menjadi suatu kelemahan perusahaan. Tahap keempat yaitu evaluasi keunggulan kompetitif, berdasarkan berbagai kekuatan dan kelemahan selanjutnya dibuat implikasi strategis dengan memperhatikan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.

Berdasarkan teori Duncan (1998) dan Solihin (2012), kekuatan dan kelemahan yang dimiliki agrowisata jeruk adalah :

1) Keuangan dan Permodalan

Kondisi keuangan agrowisata jeruk menjadi ukuran dalam melihat posisi agrowisata. Modal dan keuangan yang baik akan mendukung keberlangsungan petani dalam mengembangkan usaha agrowisata jeruk. Modal bisa dari modal sendiri atau modal dari luar.

2) Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber Daya Manusia mempunyai peranan penting dalam perkembangan agrowisata jeruk. Kemajuan usaha agrowisata jeruk didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas.

3) Manajemen

Manajemen merupakan faktor penting dalam pengelolaan agrowisata jeruk. Manajemen yang baik akan menjadikan agrowisata semakin maju dan berkembang. Faktor yang dapat menghambat usaha agrowisata adalah manajemen yang buruk.

4) Kelayakan Usaha Agrowisata Jeruk

Kelayakan usaha agrowisata jeruk dapat diukur dari modal yang diusahakan oleh petani jeruk dan penerimaan yang didapat oleh petani saat petani membuka agrowisata. Berberapa kriteria investasi yang diperlukan dalam penilaian kelayakan agrowisata secara finansial adalah *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, *Gross B/C Ratio*, *Net B/C Ratio*, *Payback Period* dan Analisis Sensitivitas.

5) Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana berupa peralatan yang dapat menunjang kegiatan operasional agrowisata, seperti lokasi agrowisata, akses jalan, lahan parkir, fasilitas mushola, toilet, saung, penyewaan tikar dan spot foto.

d. Analisis Lingkungan Eksternal Agrowisata Jeruk

Peluang (*opportunities*) merupakan tren positif yang berada di lingkungan eksternal perusahaan dan apabila peluang tersebut dieksploitasi oleh perusahaan maka peluang usaha berpotensi untuk menghasilkan laba bagi perusahaan secara berkelanjutan. Ancaman (*threats*) adalah berbagai tren negatif yang terdapat di lingkungan eksternal perusahaan dan apabila ancaman ini tidak diantisipasi dengan baik oleh perusahaan maka ancaman akan menimbulkan kerugian bagi perusahaan.

Barney dan Hesterly menyebutkan ada 2 jenis alat analisis yang dapat digunakan perusahaan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman, yaitu analisis struktur industri yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi berbagai peluang dan analisis *five forces* yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi ancaman perusahaan. Model *five forces* menurut Porter dapat digunakan untuk mengidentifikasi adanya ancaman dari luar yaitu pesaing perusahaan (Solihin, 2012). Selain itu, perusahaan juga dapat menggunakan analisis STEEPL. Analisis STEEPL lebih ditujukan untuk menganalisis lingkungan umum perusahaan, dimana perubahan umum perusahaan dapat menciptakan sejumlah peluang dan ancaman bagi perusahaan. Analisis STEEPL mencakup analisis terhadap lingkungan : Sosial (*Social/Demographic*), Technological (*Teknologi*), Ekonomi (*Economic*), Lingkungan (*Environmental*), Politik (*Political*), Hukum (*legal*), Etika (*Ethical*). Suatu perusahaan dapat menerapkan beberapa strategi untuk meminimalisir terjadinya ancaman eksternal serta mengambil peluang yang ada secara objektif sehingga perusahaan tersebut dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal (Rangkuti, 2008).

Berdasarkan teori diatas, maka peluang dan ancaman agrowisata jeruk meliputi :

1) Ekonomi

Semakin tinggi kebutuhan ekonomi seseorang, maka semakin tinggi pula pendapatan yang harus dimiliki oleh masyarakat tersebut. Hal ini mempelajari bagaimana masyarakat dapat memanfaatkan peluang untuk menambah pemasukan keluarga. Disisi lain, agrowisata yang masih dalam tahap pengembangan menuju lebih besar lagi menjadi tantangan bagi masyarakat untuk dapat menjalin kerjasama dengan lembaga keuangan agar ancaman dari faktor ekonomi dapat diatasi.

2) Teknologi

Teknologi merupakan salah satu peluang yang dapat membantu mengembangkan usaha agrowisata apabila pemilik agrowisata dapat memanfaatkan teknologi tersebut dengan tepat guna. Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi berkembang secara pesat dan semakin maju. Peralatan modern dapat mempermudah kegiatan operasional usaha agrowisata.

3) Kebijakan Pemerintah

Pengurus dan pemilik agrowisata harus menjalin kerjasama yang baik dengan pemerintah, karena dengan kebijakan pemerintah akan membantu perkembangan usaha agrowisata kedepannya. Kebijakan pemerintah dapat berupa Undang-undang, Peraturan Pemerintah, atau Keputusan Presiden untuk kebutuhan usaha agrowisata.

4) Pesaing

Pesaing merupakan lawan usaha yang bergerak dibidang usaha yang relatif sama atau sejenis. Keberadaan pesaing dapat mempengaruhi usah agrowisata jeruk sehingga perlu ada strategi untuk mengatasi pesaing yang ada.

5) Pasar

Wisata alam seperti agrowisata sedang digemari oleh seluruh lapisan masyarakat, selain dapat menghirup udara segar, ada sensasi tersendiri bagi masyarakat untuk

menikmati kebun jeruk dan memetik buah jeruk secara langsung. Ini menjadi peluang usaha agrowisata untuk meningkatkan peluang pasar.

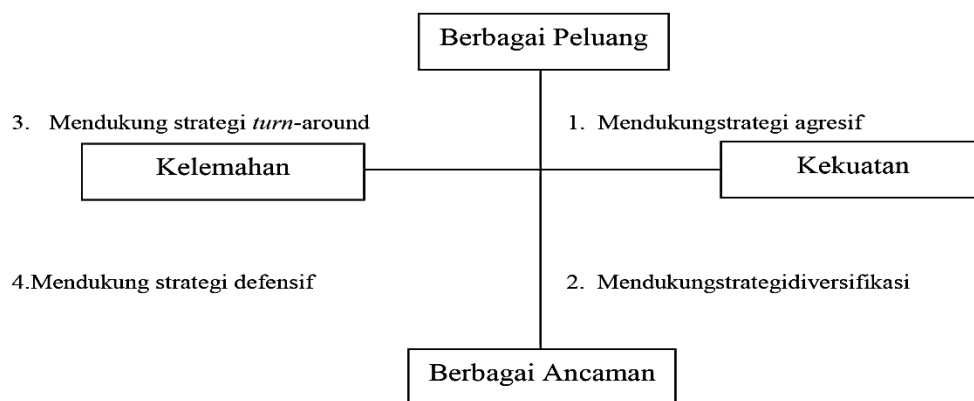
6) Iklim

Iklim merupakan salah satu proses alam yang membawa pengaruh terhadap pertumbuhan tanaman jeruk. Perubahan iklim yang ekstrim dapat mempengaruhi produksi buah jeruk.

e. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis atau suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam rangka untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*) serta secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Menurut Hamali (2016), analisis SWOT adalah analisis kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT merupakan identifikasi yang sistematis dari faktor kekuatan dan kelemahan perusahaan serta peluang dan ancaman dari luar perusahaan. Analisis SWOT juga merupakan alat analisis yang ditujukan untuk menggambarkan situasi dan kondisi yang sedang dihadapi atau yang mungkin akan dihadapi suatu perusahaan. Gambaran kondisi yang bersifat deskriptif, dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT
Sumber : Hamali, 2016

Berdasarkan Diagram Analisis SWOT di atas, terdapat 4 kuadran yang dapat menggambarkan situasi perusahaan. Penjelasan dari keempat kuadran tersebut adalah :

- (1) Kuadran I, merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).
- (2) Kuadran II, perusahaan masih memiliki kekuatan meskipun menghadapi berbagai ancaman. Strategi yang harus diterapkan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).
- (3) Kuadran III, perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak perusahaan menghadapi beberapa kelemahan . Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan kelemahan perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar.
- (4) Kuadran IV, perusahaan mengalami situasi yang sangat tidak menguntungkan, dimana perusahaan tersebut mengalami ancaman dan kelemahan internal.

Metode analisis SWOT adalah metode analisis yang paling mendasar untuk melihat suatu permasalahan dari 4 sisi yang berbeda. Hasil analisis adalah arahan atau rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan berdasarkan peluang yang ada, dengan mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman yang ada didalam perusahaan tersebut. Jika analisis digunakan dengan tepat maka analisis SWOT akan membantu untuk melihat sisi-sisi yang terlupakan. Analisis SWOT terbagi menjadi 4 komponen dasar, sebagai berikut :

- 1) *Strength* (S), kondisi kekuatan atau program yang dilakukan oleh perusahaan pada saat ini.
- 2) *Weakness* (W), kondisi kelemahan dari perusahaan saat ini.
- 3) *Opportunity* (O), kondisi peluang di luar perusahaan dan memberikan peluang berkembang bagi perusahaan di masa yang akan datang.

- 4) *Threats* (T), situasi ancaman bagi perusahaan yang datang dari luar perusahaan dan dapat mengancam keberlangsungan perusahaan di masa yang akan datang.

Matriks SWOT dapat digunakan untuk menggambarkan secara jelas faktor eksternal (Peluang dan Ancaman) yang dihadapi perusahaan dan disesuaikan dengan faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan) yang dimiliki perusahaan. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi yang ditunjukkan pada Gambar 3 berikut ini :

SWOT	<i>Strength</i> (S)	<i>Weakness</i> (W)
		Tentukan 5-10 faktor kekuatan
<i>Opportunities</i> (O)	Strategi SO	Strategi WO
Tentukan 5-10 faktor peluang	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Threats</i> (O)	Strategi ST	Strategi WT
Tentukan 5-10 faktor ancaman	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Gambar 3. Matriks SWOT
Sumber : Hamali, 2016

Penjelasan dari matriks SWOT diatas adalah sebagai berikut :

- 1) Strategi SO (*Strenght-Opportunities*), strategi ini di buat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang ada didalam perusahaan untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- 2) Strategi ST (*Strenght-Threats*), strategi ini dibuat dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman yang ada dari luar perusahaan.
- 3) Strategi WO (*Weakness-Opportunities*), strategi ini diterapkan berdasarkan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada didalam perusahaan.

- 4) Strategi WT (*Weakness-Threats*), strategi ini dibuat berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan

f. Analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

Menurut Umar (2008), terdapat satu teknik analisis mengenai suatu rancangan untuk menentukan kemenarikan relative (*relative attractiveness*) dari tindakan-tindakan strategi alternatif yang dapat dilaksanakan. Teknik yang dimaksud adalah *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM), yaitu penentuan teknik keputusan dari kerangka kerja analisis formulasi strategi. Teknik ini secara jelas menunjukkan strategi alternatif mana yang paling baik atau diprioritaskan untuk dipilih. QSPM menggunakan input dari hasil analisis (*EFE dan IFE*) dan pada pengolahan (matriks *IE dan SWOT*). *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) merupakan alat ukur yang akan digunakan untuk melakukan evaluasi pilihan strategi alternatif secara objektif, berdasarkan faktor-faktor eksternal dan faktor-faktor internal yang telah diidentifikasi sebelumnya. Secara konseptual, tujuan QSPM adalah untuk menetapkan tingkat daya tarik relatif dari variasi strategi-strategi yang telah dipilih untuk menentukan strategi mana yang dianggap paling baik untuk diimplementasikan. Alternatif strategi yang memiliki nilai total terbesar pada matriks QSP merupakan strategi yang paling baik untuk dapat diterapkan untuk strategi agrowisata jeruk.

Menurut David (2009), keunggulan metode QSPM adalah

- 1) Strategi dapat dievaluasi secara bertahap atau bersamaan
- 2) Tidak ada batas untuk jumlah strategi yang dapat dievaluasi atau diperiksa sekaligus.
- 3) Alat ini mengharuskan ahli strategi untuk memadukan faktor-faktor eksternal dan internal yang terkait kedalam proses keputusan
- 4) Mengembangkan QSPM dengan cara membuat faktor-faktor kunci lebih kecil kemungkinannya terabaikan.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai sistem agribisnis dan strategi pengembangan merupakan penelitian yang masih tergolong sedikit, namun penelitian mengenai sistem agribisnis saja atau strategi pengembangan agrowisata saja sudah tergolong banyak. Berdasarkan kajian penelitian terdahulu yang digunakan di dalam penelitian ini, maka dapat dilihat bahwa terdapat kesamaan dan perbedaan antara kajian penelitian terdahulu dengan penelitian yang berjudul *Agribisnis Jeruk dan Strategi Pengembangannya Sebagai Agrowisata Di Kabupaten Lampung Timur*. Seperti hasil penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Agrowisata Buah Stroberi di Desa Serang Kabupaten Purbalingga” oleh Rachmawati, Rusdarti, & Haryati (2019) dengan metode analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Hasil (1) Faktor internal : sebagian besar SDM dari Desa Serang adalah petani, peningkatan kualitas SDM dengan pelatihan, pembagian kerja sesuai dengan keahlian, panduan jalan, partisipasi pemerintah, ada fasilitas permainan, agrowisata yang memiliki komoditas stroberi unggul berada di Purbalingga, fasilitas gazebo tersedia di area istirahat dan promosi dilakukan melalui media sosial. (2) Faktor eksternal dalam pengembangan agrowisata strawberi yang memanfaatkan teknologi, menambah gazebo ke tempat istirahat, memfasilitasi jaringan komunikasi, membangun kerja sama dengan layanan transportasi, memperbaiki jalan yang rusak, memelihara agrowisata, pemerintah dapat mengimplementasikan program terkait dengan agrowisata, membangun fasilitas pendidikan, memanfaatkan potensi keindahan alam, meningkatkan kreativitas manajerial, memobilisasi semua masyarakat desa dalam mempromosikan dan memanfaatkan rumah kaca. (3) Strategi yang dilakukan untuk mengembangkan agrowisata strawberi adalah meningkatkan SDM, memperbaiki infrastruktur yang rusak, membangun Rumah Kaca. (4) strategi diterapkan untuk meningkatkan pendapatan petani dengan membuka taman bermain, meningkatkan kualitas produksi buah stroberi dan meningkatkan promosi.

Hasil penelitian Oni, Bahari, & Rosmawaty (2019) hanya meneliti mengenai sistem agribisnis jeruk saja, yang berjudul “Kajian Sistem Agribisnis Jeruk Manis (*Citrus Sinensis*) Dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Petani di Desa Konda

Satu Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan” dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif untuk mengetahui gambaran sistem agribisnis jeruk dari pengadaan input produksi, usahatani jeruk, pengolahan, pemasaran dan jasa layanan penunjang serta menggunakan analisis pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gambaran sistem agribisnis masih bersifat parsial.

Sedangkan pendapatan petani dari usahatani jeruk manis adalah Rp 162.365.061/musim panen dengan pendapatan rata-rata per petani Rp 4.488.245,56/musim panen dan rata-rata hektar adalah Rp 5.071.355,23/musim panen dengan pendapatan rata-rata per harga jual Rp 6.279,2/kg. Berikut beberapa penelitian terdahulu terkait dengan penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian dan Peneliti	Metode Analisis	Hasil
1	Strategi Pengembangan Agrowisata Buah Stroberi Di Desa Serang, Kabupaten Purbalingga. (Rachmawati, Rusdarti, & Haryati, 2019).	1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis SWOT	(1) Faktor internal : sebagian besar SDM dari Desa Serang adalah petani, peningkatan kualitas SDM dengan pelatihan, pembagian kerja sesuai dengan keahlian, panduan jalan, partisipasi pemerintah, ada fasilitas permainan, agrowisata yang memiliki komoditas stroberi unggul berada di Purbalingga, fasilitas gazebo tersedia di area istirahat dan promosi dilakukan melalui media sosial. (2) Faktor eksternal dalam pengembangan agrowisata strawberi yang memanfaatkan teknologi, menambah gazebo ke tempat istirahat, memfasilitasi jaringan komunikasi, membangun kerja sama dengan layanan transportasi, memperbaiki jalan yang rusak, memelihara agrowisata, pemerintah dapat mengimplementasikan program terkait dengan agrowisata, membangun fasilitas pendidikan, memanfaatkan potensi keindahan alam, meningkatkan kreativitas manajerial, memobilisasi semua masyarakat desa dalam mempromosikan dan memanfaatkan rumah kaca. (3) Strategi yang dilakukan untuk mengembangkan agrowisata strawberi adalah meningkatkan SDM, memperbaiki infrastruktur yang rusak, membangun Rumah Kaca. (4) strategi diterapkan untuk meningkatkan pendapatan petani dengan membuka taman bermain, meningkatkan kualitas produksi buah stroberi dan meningkatkan promosi
2	Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan. (Palit, Talumingan, & Rumagit, 2017).	1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis SWOT	Strategi yang dapat diimplementasikan yaitu : (1) memanfaatkan beberapa objek wisata yang sudah ada untuk menarik investor sehingga dapat menjadi sektor pariwisata yang semakin berkembang dan diminati di Kota Tomohon (2) memanfaatkan agrowisata yang terkenal dengan ciri khasnya untuk menjadi daerah pengembangan budaya, khususnya di Kota Tomohon. (3) memanfaatkan tingkat kesuburan tanah yang baik di kawasan Rurukan untuk ditanami buah-buahan seperti strawberi yang merupakan tanaman buah

3	Pengembangan Agrowisata di Kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember. (Saputra, Muksin, & Puspita, 2018).	Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu Interpretative Struktur Modeling (ISM).	dataran tinggi untuk dinikmati oleh wisatawan. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan kawasan agrowisata Rurukan adalah Strategi Pertumbuhan Cepat (Rapid growth strategy) Hasil brainstorming dengan tiga pakar menghasilkan empat elemen kunci 1) Elemen tujuan program, 2) Elemen kebutuhan, 3) Elemen lembaga yang terlibat dan 4) Elemen masyarakat yang terpengaruhi pada masing-masing elemen utama terdapat sub-elemen dengan jumlah yang bervariasi. Dari hasil penelitian sub-elemen yang memiliki kekuatan sebagai pendorong yaitu pembentukan kelompok sadar wisata (POKDARWIS). Pembentukan kelompok sadar wisata dilakukan dengan memberikan langkah-langkah seperti 1) memberikan akses informasi yang seluas-luasnya akan potensi wisata, 2) memberikan kegiatan pelatihan dan 3) memberikan dukungan financial yang di inisiasi oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Jember.
4	Penentuan Kriteria Pengembangan Agrowisata di Kecamatan Sukapura Kabupaten Probolinggo. (Muchlis & Santoso, 2017).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis konten menggunakan input data berupa transkrip wawancara 2. Analisis Order menggunakan input berupa hasil kuisioner skala guttman 	Hasil akhir dari penelitian ini yaitu kriteria pengembangan agrowisata yang terdiri dari variabel atraksi dan jenis komoditas pertanian, objek wisata lain, fasilitas, infrastruktur, kerjasama, transportasi, ketahanan bencana, sikap dan keramahan masyarakat, dan produk agrowisata.
5	Pengembangan Agrowisata Di Desa Wisata Tulungrejo Kota Batu, Jawa Timur. (Aridiansari, Nurlaelih, & Wicaksono, 2015).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis Deskriptif Kualitatif 2. Analisis SWOT 	Potensi pertanian agrowisata Desa Tulungrejo terdiri dari budidaya apel, jamur tiram, sayur dan bunga krisan. Atraksi yang dapat dijadikan sebagai atraksi utama adalah atraksi jamur tiram dan atraksi lainnya sebagai atraksi penunjang. Sebesar 74,51% pengunjung mengharapkan adanya perbaikan akses menuju lokasi agrowisata. Upaya pengembangan yang dapat dilakukan adalah pembuatan jadwal kunjungan, pembuatan brosur, perbaikan

6	Pengembangan Kampung Sayur Organik Di Ngemplak Sutan, Mojosongo, Jebres, Surakarta. (Rahman,Sutarto, &Wibowo, 2017).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis SWOT 3. Analisis QSPM 	<p>akses/jalan menuju lokasi agrowisata, penambahan keragaman atraksi, perbaikan kualitas fasilitas, dan penambahan jumlah fasilitas.</p> <p>Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) memiliki tujuh kekuatan dan delapan kelemahan.Matrik External Factor Evaluation (EFE) memiliki enam peluang dan empat ancaman. Analisis SWOT menghasilkan delapan alternatif strategi yang dapat diterapkan. Analisis QSPM menghasilkan prioritas strategi yang paling baik untuk diterapkan yaitu memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada untuk melakukan promosi dan pemasaran.</p>
7	Analisis Sistem Agribisnis dan Kemitraan Usaha Penggemukan Sapi Potong Di Koperasi Gunung Madu. (Satiti, R., 2017).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif 2. Analisis sarana produksi, analisis pendapatan TR-TC, analisis pemasaran dan jasa layanan penunjang 	<p>Pengadaan sarana produksi usaha penggemukan sapi potong KGM sudah memenuhi enam tepat. Usaha ini layak untuk diusahakan karena memiliki R/C Ratio >1. Saluran pemasaran sudah tepat karena telah melibatkan pihak luar yaitu lembaga perantara dalam menyalurkan produk kepada konsumen. Seluruh jasa layanan penunjang yang dimanfaatkan KGM yaitu lembaga penyuluhan, sarana transportasi, sistem informasi dan komunikasi dan kebijakan pemerintah telah memberikan peran yang positif.</p>
8	Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata (Studi Kasus Kampung Petani Buah Jeruk Siam di Kecamatan Bangorejo - Banyuwangi) .	Analisis SWOT dan AHP (Analilytical Hierarchy Process).	<p>Hasil penelitian yang didapat yaitu diperoleh 10 faktor internal dan 9 faktor eksternal yang menghasilkan 9 alternatif strategi dalam pengembangan agrowisata kampung petani buah jeruk siam. Prioritas strategi yang diperoleh menghasilkan 2 prioritas strategi yaitu meningkatkan keterampilan SDM melalui pendampingan, pemanduan, dan pelatihan bagi petani serta kelompok tani, dan strategi menciptakan diversifikasi produk turunan buah jeruk siam menjadi pulpy orange siam maupun selai siam. Rekomendasi</p>

	(Kurniasanti, S.A., 2019).		strategi yang bisa dilakukan yaitu membuat program pengembangan SDM melalui rekrutmen tenaga kerja yang ahli, melakukan uji kompetensi karyawan secara rutin, serta melakukan koordinasi dan kerja sama multisektoral.
9	Strategi Pengelolaan Agrowisata Kebun Kopi Di Desa Purworejo Timur, Kabupaten Bolaang Mongondow Timur.(Papatungan, Tamod,& Pioh, 2017).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis SWOT 3. Analisis QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) 	<p>(1) Masyarakat dalam kawasan Desa Purworejo Timur adalah masyarakat dengan hubungan kemasyarakatan yang baik, untuk menjadi modal bagi pengembangan kawasan agrowisata. Kegiatan ekonomi masyarakat didominasi oleh kegiatan pertanian yang memegang peran penting dalam sistem perekonomian desa. Ekosistem sekitar kawasan Desa beragam meliputi danau, gunung aktif, kebun dan hutan.</p> <p>(2) Nilai persepsi dari tanggapan responden terhadap desain pengembangan agrowisata di kawasan Purworejo Timur, sesuai rentang skala berada pada rata-rata 4,67 untuk masyarakat dan para stakeholder sebesar 4,70, sehingga para responden mempunyai persepsi positif terhadap pengembangan agrowisata Kebun Kopi.</p> <p>(3) Strategi kebijakan melalui analisis SWOT untuk mendesain pengembangan agrowisata di kawasan Purworejo Timur, yaitu faktor internal diperoleh selisih total skor kekuatan dengan total skor kelemahan sebesar 27, sedangkan faktor eksternal diperoleh selisih total skor peluang dengan total skor ancaman sebesar 18</p>
10	Pengaruh Daya Tarik, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Agrowisata Petik Jeruk	Analisis data menggunakan Uji Validitas, Uji Realibilitas, Uji Multikolenieritas, Uji	Daya tarik wisata, harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Daya tarik, harga dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen agrowisata petik jeruk . Lokasi memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen agrowisata petik jeruk sumbersono.

Sumbersono). (Farisa, I., Mulyati, & Marutha, 2018).	Regresi Berganda, Uji Korelasi, Uji Parsial (t), Uji Simultan (F), dan Uji Koefisien Determinasi (R ²)	
11 Kajian Sistem Agribisnis Jeruk Manis (<i>Citrus Sinensis</i>) Dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Petani Di Desa Konda Satu Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan. (Oni, Bahari, & Rosmawaty, 2019).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kualitatif untuk mengetahui gambaran sistem agribisnis jeruk manis meliputi sistem pengadaan input, usahatani, agroindustri, pemasaran dan lembaga penunjang 2. Analisis pendapatan untuk mengetahui besarnya pendapatan petani dari usahatani jeruk manis 	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa gambaran subsistem agribisnis jeruk manis yang meliputi subsistem penyediaan dan pengadaan sarana produksi atau suprotan, subsistem usahatani, dan subsistem pemasaran hasil pertanian masih bersifat parsial. Sedangkan pendapatan petani dari usahatani jeruk manis adalah Rp. 162.365.061 / musim panen dengan pendapatan rata-rata per petani Rp. 4.488.245,56 / musim panen dan rata-rata hektar adalah Rp. 5.071.355,23 / musim panen dengan pendapatan rata-rata per harga jual Rp. 6.279,2 / kg.</p>

12	Analisis Kelayakan Finansial Usahatani Jeruk Pamelon di Kelurahan Attangsalo Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep. (Marhawati, 2019).	Analisis deskriptif kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa usahatani jeruk pamelon layak untuk diusahakan, dibuktikan dengan nilai Net Present Value (NPV) yang diperoleh adalah positif, IRR bernilai lebih besar dari tingkat suku bunga yang berlaku pada saat usahatani tersebut diusahakan dan Net B/C Ratio memiliki nilai lebih besar dari satu.
13	Strategi Pengembangan Agrowisata Potensial Di Agropolitan Area Sendang, Provinsi Jawa Timur Tulungagung Indonesia. (Rokani, & Erya, 2018).	1. Analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif 2. Analisis SWOT	Hasilnya menunjukkan ada dua desa yang memiliki potensi lebih dari desa lain, keduanya Desa Geger dan Desa Sendang. Potensi yang ditemukan di Desa Geger adalah pertanian, peternakan, perkebunan, budidaya bunga hias, wisata alam, sejarah dan budaya pariwisata. Sedangkan potensi yang ada di Desa Sendang adalah sektor peternakan, sektor pariwisata, kerajinan dan seni. Arah strategi pengembangan agrowisata di Wilayah Agropolitan Sendang berada di kuadran I. Strategi agresif menggunakan strategi peluang kekuatan (SO) dipilih sebagai strategi terbaik untuk Sendang. Strategi yang akan dikembangkan adalah mengumpulkan data tentang potensi wisata dan daya tarik wisata, memperbaiki manajemen dengan melibatkan masyarakat, memperkuat sinergi antara pemerintah daerah, sektor swasta, dan masyarakat sekitar. Aktif melakukan promosi dan sosialisasi.
14	Prospek Pengembangan Agribisnis Jeruk Siam (<i>Citrus Nobilis Lour Var. Microcarpa Hassk</i>) Di Nagari Kamang Hilir Kecamatan Kamang Magek Kabupaten Agam. (Hokaryah, S.,	1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis SWOT	Kegiatan agribisnis yang telah terlaksana pada subsistem hulu, on farm, dan subsistem jasa penunjang, penyuluhan belum terlaksana dengan baik. Subsistem hilir belum terdapat produk olahan jeruk siam kamang. Hasil analisis matriks IFE dan EFE menunjukkan bahwa pengembangan agribisnis jeruk siam memiliki prospek untuk dikembangkan. Maka, disarankan petani untuk membuat produk olahan dari jeruk siam kamang dan kepada penyuluh agar memberikan penyuluhan secara rutin tentang budidaya jeruk siam agar sistem agribisnis jeruk siam dapat terlaksana dengan baik.

2019).

- | | | | |
|-----------|---|--|---|
| 15 | Analisis Jeruk Manis (<i>Citrus sp</i>) di Kabupaten Merek, Kecamatan Merek Kabupaten Karo. (Saragih, Lubis, & Rahayu, 2020). | Analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif | Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan input jeruk manis yang terdiri dari bibit, pupuk, pestisida bersifat <i>available</i> , hanya saja bibit terkadang susah didapat. Pendapatan usahatani tergolong tinggi. Biaya benih, bibit, pupuk, pestisida, tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usahatani jeruk manis. Terdapat perbedaan margin pemasaran, price spread, share margin tiap saluran pemasaran jeruk manis di daerah penelitian. Lembaga pendukung agribisnis jeruk manis di Desa Merek terdiri atas pemerintah dan lembaga penyuluh pertanian. |
|-----------|---|--|---|
-

C. Kerangka Pemikiran

Agrowisata adalah salah satu bentuk kegiatan wisata yang dilakukan dikawasan pertanian yang menyajikan suguhan pemandangan alam kawasan pertanian (*farmland view*) dan aktivitas di dalamnya, seperti persiapan lahan, penanaman, pemeliharaan, pemanenan, pengolahan hasil panen, sampai dalam bentuk siap dipasarkan dan bahkan wisatawan dapat membeli produk pertanian sebagai oleh-oleh (Arifin, 1992). Apabila agrowisata berkembang di suatu daerah maka akan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat di sekitar desa yang mengembangkan agrowisata tersebut. Kabupaten Lampung Timur memiliki potensi untuk mengembangkan agrowisata jeruk.

Untuk mengembangkan usaha agrowisata jeruk harus didukung oleh sistem agribisnis yang baik. Sistem agribisnis jeruk di Kabupaten Lampung Timur adalah kesatuan kegiatan usaha yang meliputi pengadaan sarana produksi, usahatani, pengolahan hasil dan pemasaran jeruk serta didukung oleh jasa layanan penunjang. Hal yang perlu diperhatikan pada buah jeruk ialah ukuran buah, rasa manis, dan tampilan jeruk yang bagus agar menarik pengunjung. Oleh karena itu diperlukan bibit yang berkualitas, penggunaan pupuk dan pestisida yang tepat, alat pertanian dan tenaga kerja yang menunjang kegiatan usahatani jeruk.

Selain itu, usaha agrowisata jeruk membutuhkan modal untuk membeli bibit jeruk, pupuk, pestisida, peralatan, dan membayar tenaga kerja sehingga perlu dianalisis kelayakan finansialnya agar dapat diketahui apakah usaha agrowisata jeruk layak dan menguntungkan untuk diusahakan.

Hal yang paling penting dalam pengelolaan agrowisata adalah manajemen. Dengan manajemen yang baik meliputi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*), maka berdampak pada keberlanjutan usaha agrowisata jeruk ke depannya.

Bauran pemasaran merupakan faktor penting sebagai pondasi pemasaran usaha agrowisata jeruk. Tujuan utama dari pemasaran adalah membuat pengunjung menyadari akan usaha yang dijalankan dan selalu ingin datang dan membeli

produk yang ditawarkan. Bauran pemasaran terdiri dari *product, price, place dan promotion*. Selanjutnya, dengan adanya dukungan pemerintah, lembaga penelitian, teknologi informasi dan sebagainya dapat lebih meningkatkan usaha agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur.

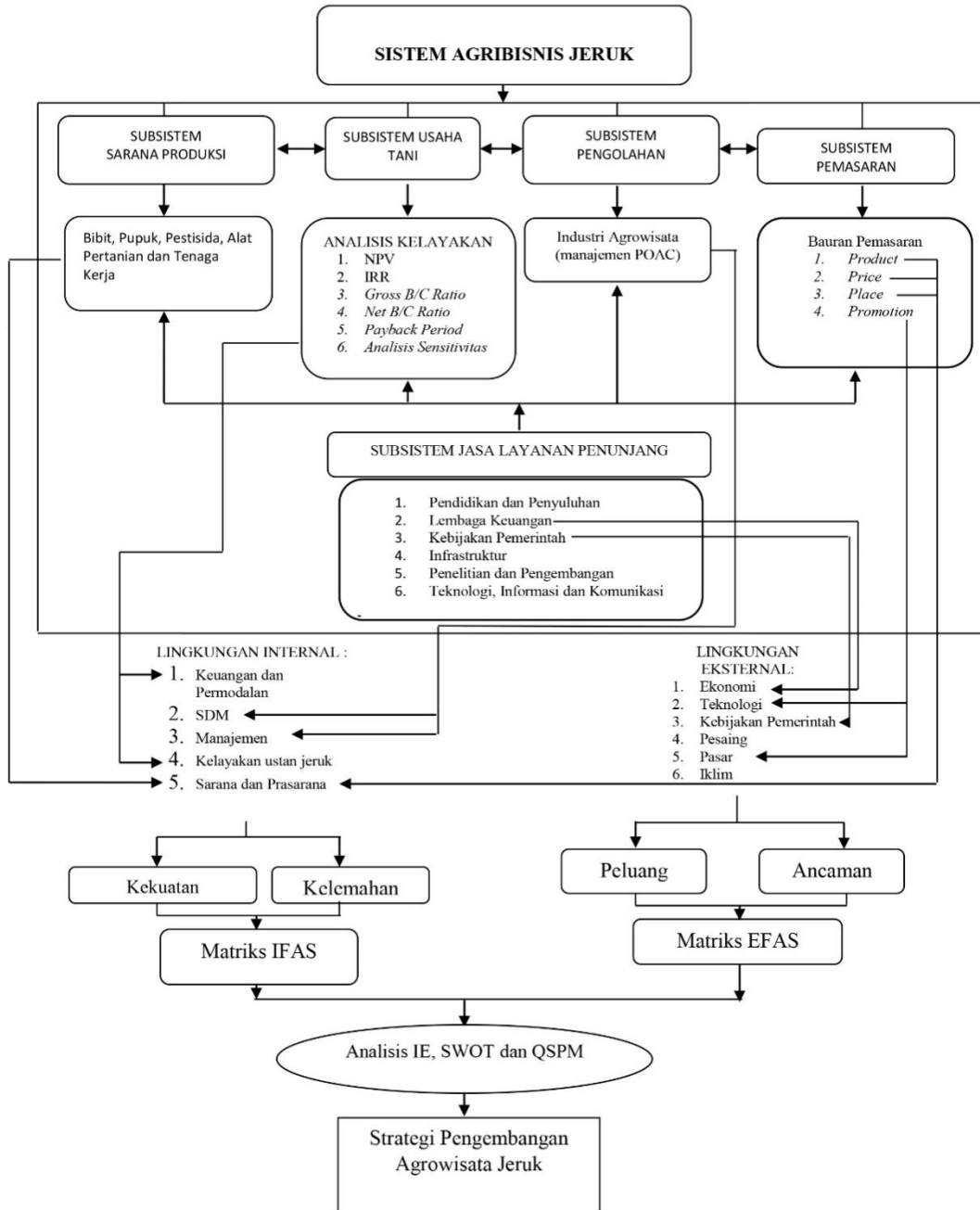
Dalam menetapkan strategi pengembangan agrowisata jeruk, diperlukan analisis lingkungan internal dan eksternal yang tepat agar dapat meningkatkan usaha agrowisata jeruk. Analisis lingkungan internal agrowisata jeruk bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, meliputi keuangan dan permodalan, sumberdaya manusia, manajemen, kelayakan usahatani jeruk, serta sarana dan prasarana yang didapat dari analisis pengadaan sarana produksi, analisis kelayakan, pengelolaan manajemen agrowisata, dan bauran pemasaran (*product, price, place*).

Analisis lingkungan eksternal agrowisata jeruk bertujuan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi agrowisata jeruk, terdiri dari ekonomi, teknologi, kebijakan pemerintah, pesaing, pasar dan iklim yang didapat dari analisis jasa layanan penunjang dan bauran pemasaran (*promotion*).

Tahap selanjutnya dilakukan identifikasi faktor internal dan eksternal. Identifikasi faktor internal agrowisata jeruk dengan menggunakan matriks IFAS dan untuk faktor eksternal dengan matriks EFAS. Matriks IFAS bertujuan untuk mengetahui apakah kekuatan yang dimiliki agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur lebih besar dari kelemahan atau sebaliknya. Matriks EFAS bertujuan untuk mengetahui apakah agrowisata jeruk mampu memanfaatkan peluang untuk menghadapi ancaman yang ada.

Setelah dilakukan identifikasi faktor internal dan eksternal, tahap berikutnya adalah pemaduan data menggunakan matriks IE, matriks SWOT dan akan diprioritaskan menggunakan matriks QSPM. Matriks QSPM digunakan dalam tahap pengambilan keputusan untuk menentukan strategi yang paling tepat bagi agrowisata jeruk sehingga menghasilkan alternatif strategi yang benar-benar diperlukan oleh agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur. Kerangka

pemikiran dari agribisnis jeruk dan strategi pengembangannya di Kabupaten Lampung Timur disajikan pada Gambar 4.



III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, karena penelitian ini hanya melibatkan satu kelompok agrowisata di Kabupaten Lampung Timur. Penelitian ini dilakukan guna melihat sistem agribisnis jeruk dan merumuskan strategi pengembangan yang dapat diterapkan bagi agrowisata ini. Menurut Fitrah dan Lutfiyah (2017), studi kasus adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menggali penjelasan suatu kasus, atau sebab dan akibat yang terkandung didalam objek yang sedang diteliti dan bertujuan untuk mengungkapkan karakteristik yang terdapat di dalam kasus yang sedang diteliti.

B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional mencakup pengertian yang akan digunakan untuk mendapatkan sebuah data dan melakukan analisis sehubungan dengan tujuan penelitian. Konsep dasar dan definisi operasional pada penelitian ini adalah :

Sistem agribisnis jeruk adalah suatu rangkaian kegiatan yang meliputi penyediaan sarana produksi (bibit, pupuk, pestisida, alat-alat pertanian dan tenaga kerja), pelaksanaan budidaya jeruk jenis BW, pengelolaan agrowisata yang dilakukan oleh pengurus dan petani pemilik agrowisata jeruk meliputi *planning, organizing, actuating dan controlling*, pemasaran agrowisata jeruk meliputi *product, price, place, promotion*. Pemasaran dilakukan oleh pengurus dan petani pemilik agrowisata jeruk yang dibantu oleh jasa layanan penunjang untuk mendorong dan meningkatkan usaha agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur.

Agrowisata kebun jeruk adalah wisata pertanian yang menghasilkan produk secara keseluruhan, baik berupa buah jeruk yang dipetik secara langsung serta fasilitas keindahan, kenyamanan dan keamanan yang ditawarkan.

Usahatani jeruk adalah kegiatan mengoperasikan dan mengkombinasikan faktor-faktor produksi yang terdapat di daerah penelitian seperti modal, tenaga kerja, luas lahan, dan sarana produksi.

Produksi jeruk adalah komoditas yang dihasilkan saat pengunjung datang ke agrowisata untuk memetik buah jeruk secara langsung dan dapat dinikmati sepuasnya didalam area kebun jeruk, ditambah dengan pengunjung membeli buah jeruk untuk dibawa pulang sebagai oleh-oleh serta buah selang yang langsung dijual yang diukur dalam satuan kilogram (kg).

Pemilik agrowisata jeruk adalah semua petani yang melakukan usaha agrowisata jeruk dan tergabung dalam kelompok tani agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur.

Penyediaan sarana produksi adalah suatu kegiatan menyediakan input produksi yang dibutuhkan untuk budidaya usaha jeruk.

Sarana produksi adalah input yang dibutuhkan untuk kegiatan usahatani jeruk yaitu bibit, pupuk, pestisida, peralatan pertanian dan tenaga kerja.

Luas lahan adalah areal atau tempat yang digunakan pemilik agrowisata jeruk untuk melakukan usahatani jeruk diatas sebidang tanah, diukur dalam satuan hektar (Ha).

Alat-alat pertanian adalah alat-alat yang digunakan oleh pemilik agrowisata jeruk dalam kegiatan usaha agrowisata jeruk, seperti cangkul, golok, arit, sprayer, gunting buah, timbangan dan lain-lain.

Jumlah pupuk adalah banyaknya pupuk yang digunakan oleh pemilik agrowisata pada proses produksi dalam 1 tahun. Jumlah pupuk diukur dalam satuan kilogram (kg).

Jumlah pestisida (obat-obat pertanian) adalah banyaknya bahan kimia yang digunakan untuk memberantas hama dan penyakit tanaman jeruk dalam 1 tahun. Jumlah pestisida diukur dalam satuan bungkus.

Jumlah tenaga kerja adalah banyaknya tenaga kerja yang digunakan dalam proses produksi selama satu tahun. Penggunaan tenaga kerja diukur dalam satuan hari orang kerja (HOK).

Analisis finansial adalah suatu perhitungan yang didasarkan pada perbandingan manfaat dan biaya yang akan dikeluarkan selama usaha tersebut.

Proyek adalah kegiatan investasi atau sumber daya dimana biaya dikeluarkan untuk pengadaan sarana dan investasi barang modal yang akan memproduksi manfaat pada kurun waktu tertentu.

Harga output adalah harga jeruk yang diterima pemilik agrowisata jeruk dari hasil penjualan jeruk yang diukur dalam satuan Rp/Kg.

Harga input adalah jumlah uang yang dikeluarkan pemilik agrowisata untuk membeli sarana produksi dalam usaha agrowisata jeruk yang diukur dalam satuan Rp.

Biaya tanaman jeruk belum menghasilkan (TBM) adalah biaya yang dikeluarkan sebelum tanaman jeruk menghasilkan (TBM) meliputi biaya bibit, peralatan, pupuk, pestisida dan tenaga kerja yang diukur dalam satuan Rp.

Biaya tanaman menghasilkan (TM) adalah biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan usaha agrowisata jeruk saat tanaman menghasilkan (TM) meliputi pupuk, pestisida dan tenaga kerja yang diukur dalam satuan Rp.

Biaya peralatan adalah jumlah uang yang dikeluarkan pemilik agrowisata untuk membeli peralatan pertanian guna menunjang kegiatan usaha agrowisata jeruk yang diukur dalam satuan Rp.

Biaya bibit adalah jumlah uang yang dikeluarkan petani untuk membeli bibit jeruk per batang yang diukur dalam satuan Rp/batang.

Biaya pestisida jumlah uang yang dikeluarkan petani untuk membeli pestisida untuk memberantas organisme pengganggu tanaman yang diukur dalam satuan Rp.

Biaya pupuk adalah jumlah uang yang dikeluarkan petani untuk membeli pupuk guna keperluan usaha agrowisata jeruk yang diukur dalam satuan Rp/kg.

Tenaga kerja adalah banyaknya tenaga kerja yang digunakan dalam kegiatan usaha agrowisata jeruk yang diukur dalam HOK.

Biaya Tenaga Kerja adalah biaya tenaga kerja yang dicurahkan baik dari dalam maupun dari luar keluarga selama kegiatan usaha agrowisata jeruk yang diukur dalam satuan Rp.

Pajak adalah jumlah uang yang dikeluarkan pemilik agrowisata tiap tahunnya untuk membayar pajak tahunan yang diukur dalam satuan Rp.

Biaya Total adalah keseluruhan biaya operasional dan biaya investasi yang dikeluarkan untuk menghasilkan sejumlah output dalam suatu periode yang diukur dalam satuan Rp.

Penerimaan (*benefit*) adalah jumlah uang yang diterima pemilik agrowisata dari hasil usaha agrowisata jeruk. Penerimaan agrowisata diperoleh dari produksi jeruk dan jumlah tiket masuk pengunjung. Penerimaan diukur dengan satuan Rupiah (Rp).

Jumlah tiket masuk pengunjung adalah jumlah tiket atau karcis yang dibayarkan oleh pengunjung sebagai syarat untuk masuk ke kawasan agrowisata kebun jeruk yang diukur dalam satuan orang.

Harga jual jeruk adalah jumlah uang yang diterima petani pemilik agrowisata dari penjualan setiap kilogram hasil panennya. Harga jeruk dihitung dalam satuan Rupiah per kilogram (Rp/kg).

Harga tiket masuk adalah jumlah uang yang harus dikeluarkan pengunjung agrowisata kebun jeruk, untuk memasuki kawasan agrowisata, diukur dalam satuan Rupiah (Rp/orang).

Umur ekonomis disesuaikan dengan umur ekonomis tanaman jeruk yaitu 15 tahun.

Tahun investasi adalah tahun ke-1, ke-2, ke-3 sebagai tahun investasi saat tanaman belum menghasilkan.

Tingkat suku bunga adalah tingkat suku bunga Bank Rakyat Indonesia (BRI) terbaru yaitu 6 persen untuk KUR retail.

Discount factor adalah suatu bilangan yang dapat dipakai untuk mengalikan suatu jumlah di waktu yang akan datang supaya menjadi nilai sekarang yang diukur dalam satuan %.

Compounding factor adalah suatu bilangan yang dapat digunakan untuk mengalikan atau menambahkan suatu nilai di waktu yang telah lampau sehingga dapat diketahui nilainya saat ini yang diukur dalam satuan %.

Net Present Value adalah selisih nilai sekarang dari besarnya penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan dari suatu proyek yang dihitung pada tingkat suku bunga tertentu yang diukur dalam satuan Rp.

Gross Benefit Cost Ratio adalah perbandingan antara besarnya manfaat yang diterima dalam suatu proyek berdasarkan besar biaya yang telah dikeluarkan.

Net Benefit Cost Ratio adalah perbandingan antara NPV positif dan NPV negatif yang dapat menunjukkan besarnya manfaat yang diperoleh dari penggunaan biaya dan investasi.

Internal Rate of Return adalah alat ukur kemampuan proyek dalam pengembalian bunga pinjaman dari lembaga internal proyek yang diukur dalam satuan %.

Payback Period adalah kemampuan proyek dalam pengembalian atas modal investasi dari keuntungan proyek dalam satuan Tahun.

Analisis sensitivitas adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui apa yang terjadi dengan hasil analisis kelayakan pada agrowisata jika terdapat suatu perubahan seperti penurunan produksi, penurunan jumlah pengunjung, dan kenaikan biaya produksi.

Industri agrowisata adalah usaha pertanian yang dikelola oleh petani sebagai cara potensial untuk mengembangkan desa dengan adanya pengunjung yang langsung datang, melihat, memetik dan membeli langsung ke tempat usaha agrowisata jeruk.

Manajemen merupakan pengelolaan dari agrowisata jeruk yang dimiliki beberapa pemilik agrowisata jeruk yang tergabung dalam kelompok tani jeruk untuk mencapai tujuan bersama.

Fungsi manajemen mencakup perencanaan (*planning*), mengorganisir atau mengelola sumber daya (*organizing*), menggerakkan dan memotivasi seluruh sumber daya yang dimiliki (*actuating*) dan mengawasi semua proses kegiatan untuk mencapai tujuan agrowisata (*controlling*).

Bauran pemasaran adalah serangkaian dari variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh kelompok tani agrowisata jeruk dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran agrowisata.

Unsur-unsur bauran pemasaran terdiri dari 4 P yaitu *Product, Price, Promotion, Place*.

Product adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi, dalam hal ini *product* yang ditawarkan adalah produk secara keseluruhan, baik buah jeruk, pelayanan, fasilitas yang diberikan (mushola, toilet, tempat parkir, saung, tempat foto) dan lain sebagainya.

Price (Harga) adalah komponen yang berpengaruh langsung terhadap keuntungan petani agrowisata jeruk. Oleh karena itu, petani jeruk di Desa Margototo harus menetapkan harga produknya dengan baik dan tepat sehingga pengunjung tertarik untuk membeli.

Promotion (Promosi) adalah usaha petani untuk mempengaruhi pengunjung untuk datang ke agrowisata jeruk, menyebarkan informasi dan mengingatkan pengunjung dalam rangka memajukan usaha agrowisata jeruk di Desa Margototo.

Place (Tempat) adalah letak atau lokasi agrowisata jeruk.

Jasa layanan penunjang adalah lembaga-lembaga dan seluruh kegiatan yang menunjang agrowisata jeruk di Desa Margototo. Jasa layanan penunjang antara lain lembaga pendidikan dan penyuluhan, lembaga keuangan, kebijakan pemerintah, infra struktur, lembaga penelitian dan pengembangan, serta teknologi, informasi dan komunikasi.

Strategi pengembangan merupakan suatu rencana yang akan menentukan tindakan-tindakan pada masa yang akan datang dengan maksud untuk memajukan dan meningkatkan usaha agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur.

Kekuatan merupakan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh agrowisata jeruk untuk mengembangkan usahanya. Dinilai dengan skor yang menggambarkan bahwa semakin besar skor kekuatan, maka kekuatan yang dimiliki agrowisata jeruk semakin berpengaruh bagi pengembangannya.

Komponen kekuatan agrowisata terdiri keuangan dan permodalan, SDM, manajemen, kelayakan usahatani jeruk, sarana dan prasarana.

Kelemahan merupakan keterbatasan yang dimiliki oleh agrowisata jeruk yang dapat menghambat keberlangsungan usaha agrowisata. Dinilai dengan skor, yang menggambarkan bahwa semakin besar skor kelemahan maka kelemahan tersebut semakin melemahkan usaha agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur.

Keuangan dan permodalan, SDM, manajemen, kelayakan usahatani jeruk, sarana dan prasarana dapat menjadi sumber kelemahan dari agrowisata.

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan agrowisata. Dinilai dengan skor, semakin besar skor peluang, maka peluang dapat dimanfaatkan untuk menambah keuntungan dan meningkatkan usaha agrowisata jeruk. Kondisi ekonomi, perkembangan teknologi, kebijakan pemerintah, pesaing, pasar dan iklim dapat menjadi peluang yang menguntungkan bagi agrowisata jeruk.

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan usaha agrowisata. Dinilai dengan skor, semakin besar skor ancaman, maka berpotensi menimbulkan kerugian bagi usaha agrowisata jeruk. Munculnya pesaing baru, kondisi ekonomi, perubahan teknologi, kebijakan pemerintah, pasar dan iklim dapat menjadi ancaman bagi keberlangsungan usaha agrowisata jeruk.

Matriks IFE adalah suatu matriks yang menggambarkan susunan daftar faktor-faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan agrowisata.

Matriks EFE adalah suatu matriks yang menggambarkan susunan daftar faktor-faktor eksternal berupa peluang dan ancaman agrowisata.

Analisis SWOT merupakan analisis yang digunakan untuk membandingkan antara faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan faktor eksternal (peluang dan ancaman).

QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) adalah alat analisis dalam penyusunan strategi untuk mengevaluasi alternatif strategi prioritas secara objektif berdasarkan faktor keberhasilan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang telah diidentifikasi sebelumnya.

C. Lokasi, Responden, dan Waktu Pengambilan Data

Penelitian ini dilakukan di Desa Margototo Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur. Pemilihan lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*)

dengan pertimbangan bahwa Desa Margototo ini merupakan satu-satunya desa yang telah mengembangkan agrowisata jeruk dan sudah dikenal oleh pengunjung baik yang berada di Provinsi Lampung maupun luar Lampung sebagai agrowisata jeruk yang patut dikunjungi di Kabupaten Lampung Timur.

Responden dipilih dengan menggunakan metode *non probability sampling*, yaitu pengambilan sampel non acak (disengaja) dengan cara *purposive sampling*. Metode ini digunakan karena dapat memilih orang-orang yang dinilai paling tepat dan mengetahui aktivitas yang dijalankan agrowisata. Responden dalam penelitian ini terdiri dari praktisi (petani pemilik agrowisata jeruk, pengurus agrowisata, karyawan agrowisata dan pengunjung agrowisata), pakar, dan lembaga regulator yang berkompeten (Kepala Desa, Camat, Koordinator Penyuluh, perwakilan Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura dan Perkebunan serta perwakilan Dinas pariwisata Kabupaten Lampung Timur). Berikut daftar responden disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Daftar Responden Agrowisata Jeruk

No	Kriteria Responden	Jenis Responden	Jumlah
1	Praktisi	Pengurus Agrowisata	4 orang
		Pemilik Agrowisata	17 orang
		Karyawan Agrowisata	15 orang
		Pengunjung Agrowisata	35 orang
2	Pakar	Dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Unila	1 orang
3	Lembaga Regulator	Kepala Desa Margototo	1 orang
		Camat Metro Kibang	1 orang
		Koordinator Penyuluh	1 orang
		Dinas TPH Lampung Timur	1 orang
		Dinas Pariwisata Lampung Timur	1 orang

Berdasarkan Tabel 2. responden yang dibutuhkan untuk menjangking informasi mengenai tujuan penelitian pengadaan sarana produksi adalah sejumlah 17 orang. Responden yang dibutuhkan untuk menjawab tujuan penelitian mengenai kelayakan agrowisata jeruk adalah 17 orang petani sekaligus pemilik agrowisata dan 4 orang pengurus agrowisata. Responden yang dibutuhkan untuk menjawab tujuan penelitian mengenai industri agrowisata adalah 4 pengurus agrowisata, karyawan agrowisata, Kepala Desa, Camat, Koordinator Penyuluh Pertanian, Dinas TPH dan Dinas Pariwisata. Responden yang dibutuhkan untuk menjawab tujuan penelitian pemasaran agrowisata adalah 35 pengunjung agrowisata, 7 orang petani pemilik agrowisata dan 4 orang pengurus agrowisata. Responden yang dibutuhkan untuk menjawab tujuan penelitian mengenai jasa layanan penunjang adalah petani pemilik agrowisata, pengurus agrowisata, Kepala Desa, Camat, Koordinator Penyuluh Pertanian, Dinas TPH dan Dinas Pariwisata. Responden yang dibutuhkan untuk menjangking informasi mengenai strategi pengembangan adalah pengurus agrowisata, Kepala Desa, Camat, Koordinator Penyuluh Pertanian, Dinas TPH Lampung Timur dan Dinas Pariwisata Lampung Timur. Responden yang dibutuhkan untuk penyusunan strategi untuk mengevaluasi alternatif strategi prioritas secara objektif adalah Dosen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.

Waktu pengambilan Data, dilakukan pada Bulan Desember 2020 sampai Maret 2021.

D. Jenis Data dan Metode Pengambilan Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari data yang berupa hasil pengamatan dan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang mengetahui informasi dan terlibat dalam kegiatan agrowisata kebun jeruk, dengan bantuan kuesioner yang telah dipersiapkan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi yang terkait yaitu Badan Pusat Statistik, Dinas Pertanian Kabupaten Lampung Timur. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan guna mendapatkan data-data yang diperlukan.

2. Observasi

Pengamatan langsung yang dilakukan oleh penulis di tempat penelitian yaitu di Desa Margototo, Kecamatan Metro Kibang, Kabupaten Lampung Timur.

3. Kuesioner

Dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner dan data yang diperoleh dapat diolah sebagai informasi untuk keperluan penelitian.

E. Metode Analisis Data

1. Metode Analisis Tujuan Pertama

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian yang pertama, yaitu dalam pengadaan sarana produksi adalah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Peneliti mendeskripsikan input sarana produksi yang digunakan oleh petani agrowisata jeruk meliputi bibit, pupuk, pestisida, peralatan dan tenaga kerja.

2. Metode Analisis Tujuan Kedua

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian yang kedua adalah dengan menggunakan metode analisis kuantitatif yaitu menganalisis kelayakan finansial usahatani jeruk.

Umur ekonomis tanaman jeruk yaitu 15 tahun (AAK, 2011) yang dihitung dengan menggunakan *compound factor* pada tingkat bunga 6 persen (bri.co.id, 2019), mulai tahun ke-1 hingga tahun ke-9 (usahatani jeruk dimulai dari tahun 2010), sedangkan tahun ke-10 *dipresent value*-kan dan pada tahun ke-11 sampai ke 15 menggunakan *discount factor* dengan tingkat bunga 6 persen (bri.co.id, 2019).

Tahun ke-1, 2 dan 3 dijadikan sebagai tahun investasi karena tanaman jeruk belum menghasilkan (TBM). Produksi yang digunakan adalah produksi rata-rata saat tanaman menghasilkan yaitu tahun ke-4 sampai dengan tahun ke -10. Benefit yang dihitung selain produksi adalah tiket masuk agrowisata jeruk.

Beberapa kriteria investasi yang diperlukan dalam penilaian kelayakan suatu proyek secara finansial adalah *Net Present Value*(NPV), *Internal Rate of Return*(IRR), *Gross B/C Ratio*, *Net B/C Ratio* dan *Payback Period* (Nurmalina, 2018).

a . *Net Present Value* (NPV)

Net Present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang dari suatu proyek merupakan nilai sekarang dari selisih antara benefit dengan cost pada discount rate tertentu. Untuk memperoleh nilai NPV menggunakan rumus sebagai berikut (Nurmalina, 2018) :

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t} \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan :

- NPV = *Net Present Value*
- B_t = *Benefit* atau penerimaan bersih tahun t
- C_t = *Cost* atau biaya pada tahun t
- i = Tingkat bunga bank berlaku
- t = Tahun (waktu ekonomis)

Kriteria penilaian *Net Present Value* (NPV) :

1. Jika NPV lebih besar dari nol pada saat suku bunga yang berlaku, maka usaha dinyatakan layak.
2. Jika NPV lebih kecil dari nol pada saat suku bunga yang berlaku, maka usaha dinyatakan tidak layak.
3. Jika NPV sama dengan nol pada saat suku bunga yang berlaku, maka usaha dinyatakan dalam posisi impas.

b. *Internal Rate of Return* (IRR)

Internal Rate of Return (IRR) adalah rata-rata tingkat keuntungan internal tahunan bagi perusahaan yang melakukan investasi dan dinyatakan dalam satuan persen. Penggunaan investasi suatu proyek dinyatakan layak apabila IRR yang presentasinya lebih besar dari tingkat suku bunga yang sedang berlaku karena dengan demikian NPV dari perusahaan itu akan bernilai positif. Rumus dari IRR adalah sebagai berikut (Nurmalina, 2018) :

$$IRR = i' + NPV' / (NPV' - NPV'') (i'' - i') \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan :

- IRR = *Internal Rate of Return*
 NPV' = *Net Present Value* positif
 NPV'' = *Net Present Value* negatif
 i' = Discount rate yang menghasilkan NPV'
 i'' = Discount rate yang menghasilkan NPV''

Kriteria penilaian *Internal Rate of Return*(IRR) :

1. Jika IRR lebih besar dari tingkat suku bunga yang berlaku, maka usaha dinyatakan layak.
2. Jika IRR lebih kecil dari tingkat suku bunga yang berlaku, maka usaha dinyatakan tidak layak.
3. Jika IRR sama dengan tingkat suku bunga yang berlaku, maka usaha dinyatakan dalam posisi impas.

c. *Net Benefit Cost Ratio* (Net B/C)

Net Benefit Cost Ratio(Net B/C) adalah perbandingan antara nilai kini total dimana *benefit* atau keuntungan bersih bersifat positif dan nilai kini bersih (NPV) bersifat negatif. Dalam analisa kelayakan kriteria ini digunakan untuk mengetahui apakah suatu kegiatan perlu dilakukan atau tidak. Rumus dari Net B/C adalah sebagai berikut (Nurmalina, 2018) :

$$\text{Net B/C Ratio} = \frac{\sum_{t=1}^{t=n}(\text{NPV})(+)}{\sum_{t=1}^{t=n}(\text{NPV})(-)} \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan :

Net B/C = *Net Benefit Cost Ratio*
NPV(+) = *NPV bernilai positif*
NPV (-) = *NPV bernilai negative*

Kriteria penilaian dalam analisis ini adalah :

1. Jika *Net B/C* lebih besar dari satu maka usaha dinyatakan layak
2. Jika *Net B/C* lebih kecil dari satu maka usaha dinyatakan tidak layak
3. Jika *Net B/C* sama dengan satu maka usaha dinyatakan dalam posisi impas.

d. *Gross Benefit Cost Ratio*(*Gross B/C*)

Gross Benefit Cost Ratio(*Gross B/C*) serupa dengan *Net B/C Ratio*, hanya benefit maupun biaya diberikan secara kotor. *Gross B/C Ratio* merupakan perbandingan antara penerimaan atau manfaat dari suatu investasi dengan biaya yang telah dikeluarkan. Rumus dari *Gross Benefit Cost Ratio*(*Gross B/C*) sebagai berikut :

$$\text{Gross B/C Ratio} = \frac{\sum_{t=1}^{t=n}(\text{Bt})(\text{CF atau DF})}{\sum_{t=1}^{t=n}(\text{Ct})(\text{CF atau DF})} \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan :

Gross B/C Ratio = *Gross Benefit Cost Ratio*
Bt = *Benefit* atau penerimaan bersih tahun
Ct = *Cost* atau biaya pada tahun t
CF = *Compound factor*
DF = *Discount factor*

Kriteria penilaian dalam analisis ini adalah :

1. Jika *Gross B/C Ratio* lebih besar dari satu maka usaha dinyatakan layak.
2. Jika *Gross B/C Ratio* lebih kecil dari satu maka usaha dinyatakan tidak layak.
3. Jika *Gross B/C Ratio* sama dengan satu maka usaha dinyatakan dalam posisi impas.

e. *Payback Periode (PP)*

Payback Periode (PP) atau Masa Pengembalian Investasi (MPI) merupakan waktu yang diperlukan untuk pembayaran kembali seluruh investasi yang dikeluarkan.

MPI terjadi pada saat nilai NPV berubah dari nilai negatif menjadi positif. Rumus *Payback Periode(PP)* sebagai berikut (Nurmalina, 2018) :

$$PP = n + \frac{a-b}{c-b} \times 1 \text{ tahun} \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan :

- n = Tahun terakhir jumlah arus kas yang belum bisa menutupi investasi awal
- a = Investasi mula-mula
- b = Arus kas kumulatif tahun ke-n
- c = Arus kas kumulatif tahun ke n + 1

Kriteria penilaian *Payback Periode* :

1. Jika *Payback Periode* lebih pendek dari umur ekonomis proyek, maka usaha dinyatakan layak.
2. Jika *Payback Periode* lebih lama dari umur ekonomis proyek, maka usaha dinyatakan tidak layak.

f. Analisis Sensitivitas Pengembangan Agrowisata

Analisis sensitivitas dimaksudkan untuk mengkaji perubahan parameter-parameter dalam aspek finansial berpengaruh terhadap keputusan yang dipilih. Peka atau tidaknya keputusan yang diambil terhadap parameter-parameter tertentu berubah dengan variasi relatif besar tetapi tidak berakibat terhadap keputusan, maka dapat

dikatakan keputusan tersebut tidak peka terhadap parameter yang dimaksud.

Parameter yang diuji pada perubahan agrowisata jeruk antara lain :

- 1) Penurunan jumlah produksi. Penurunan produksi biasanya disebabkan oleh adanya serangan penyakit pada buah jeruk, kondisi cuaca dan iklim yang tidak menentu dan faktor umur tanaman yang semakin tua, dengan rata-rata penurunan produksi 25%.
- 2) Penurunan jumlah pengunjung. Penurunan jumlah pengunjung disebabkan oleh adanya pandemi covid-19, dengan rata-rata penurunan jumlah pengunjung 30%.
- 3) Kenaikan biaya produksi. Kenaikan biaya produksi disebabkan oleh adanya inflasi, pada 3 tahun terakhir (2018-2020) berfluktuatif pada kisaran 1 – 4%. Oleh karena itu, digunakan rata-rata kenaikan biaya sebesar 3%.

Perhitungan analisis laju kepekaan menurut Nurmalina (2018) dapat dihitung menggunakan rumus berikut.

$$\text{Laju Kepekaan} = \frac{\left| \frac{X_1 - X_2}{\bar{X}} \right| \times 100\%}{\left| \frac{Y_1 - Y_2}{\bar{Y}} \right| \times 100\%} \dots\dots\dots(6)$$

Keterangan :

- X_1 = NPV/IRR/Net B/C setelah terjadi perubahan
 X_2 = NPV/IRR/Net B/C sebelum terjadi perubahan
 \bar{X} = Rata-rata perubahan NPV/IRR/Net B/C
 Y_1 = Biaya produksi/produksi/jumlah pengunjung setelah terjadi perubahan
 Y_2 = Biaya produksi/produksi/jumlah pengunjung sebelum terjadi perubahan
 \bar{Y} = Rata-rata perubahan biaya produksi/produksi/jumlah pengunjung.

3. Metode Analisis Tujuan Ketiga

Metode analisis untuk menjawab tujuan ketiga adalah dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, peneliti akan mendeskripsikan proses pengelolaan agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur dengan pendekatan manajemen POAC (*Planning, Organizing, Actuating dan Controlling*) (Terry, 2011).

4. Metode Analisis Tujuan Keempat

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian keempat adalah menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Peneliti mendapatkan informasi *Product, Price, Place, Promotion* dari hasil wawancara dengan petani pemilik agrowisata, pengurus agrowisata dan tanggapan pengunjung mengenai :

Product (Produk), dalam hal ini produk secara keseluruhan baik mengenai kualitas buah, pelayanan karyawan, kebersihan, kenyamanan dan keindahan yang ditawarkan sudah memenuhi standar mutu, kualitas dan dapat diterima dengan baik oleh pengunjung.

Price (Harga) adalah komponen yang berpengaruh langsung terhadap keuntungan petani agrowisata jeruk. Oleh karena itu, petani jeruk harus menetapkan harga buah jeruk dengan baik dan tepat sehingga pengunjung tertarik untuk membeli.

Place (Tempat) adalah letak atau lokasi agrowisata jeruk, apakah sudah strategis, aman dan nyaman untuk pengunjung.

Promotion (Promosi) yang dilakukan petani jeruk untuk menyebarkan informasi mengenai agrowisata jeruk melalui media apa saja untuk menarik pelanggan datang ke agrowisata kebun jeruk.

5. Metode Analisis Tujuan Kelima

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian kelima adalah deskriptif kualitatif, analisis ini digunakan untuk mengetahui lembaga apa saja yang ikut serta dalam memperlancar usaha agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur.

6. Metode Analisis Tujuan Keenam

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian yang keenam adalah dengan menggunakan analisis SWOT dilanjutkan dengan analisis QSPM. Analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity* dan *Threat*) adalah analisis yang mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk membentuk strategi berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan Kekuatan (*Strenght*) dan Peluang (*Opportunity*) tetapi secara bersamaan dapat meminimalkan Kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*) (Rangkuti, 2006).

Faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman didapatkan dari analisis tujuan pertama sampai tujuan kelima, peneliti mengidentifikasi sebagai berikut

Tujuan penelitian pertama (subsistem sarana produksi) teridentifikasi kedalam faktor internal yaitu sarana dan prasarana, mulai dari penyediaan bibit, pupuk, pestisida, alat pertanian dan tenaga kerja.

Tujuan penelitian kedua (subsistem usahatani jeruk) teridentifikasi kedalam faktor internal yaitu keuangan dan permodalan serta kelayakan usahatani jeruk. Tujuan penelitian ketiga (industri agrowisata) teridentifikasi kedalam faktor internal yaitu variabel sumber daya manusia dan manajemen.

Tujuan penelitian keempat (subsistem pemasaran) melalui pendekatan bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place* dan *Promotion*), teridentifikasi kedalam faktor internal dan eksternal. Untuk *Product, Price* dan *Place* teridentifikasi kedalam faktor internal yaitu variabel sarana dan prasarana sedangkan *Promotion* teridentifikasi kedalam faktor eksternal yaitu teknologi karena promosi dilakukan pengurus agrowisata melalui sosial media.

Tujuan penelitian kelima (subsistem jasa layanan penunjang) teridentifikasi kedalam faktor eksternal yaitu variabel teknologi dan kebijakan pemerintah.

Identifikasi faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal agrowisata jeruk menggunakan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*). Kemudian tahap selanjutnya, digunakan metode analisis data untuk menjawab tujuan keenam dengan menggunakan analisis matriks IE dan analisis SWOT serta analisis QSPM.

a. Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal untuk memperoleh faktor kekuatan yang dapat dimanfaatkan dan faktor kelemahan yang harus diatasi. Faktor tersebut dievaluasi dengan menggunakan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*). Faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan agrowisata jeruk meliputi keuangan dan permodalan, sumber daya manusia (SDM), manajemen, kelayakan agrowisata jeruk serta sarana dan prasarana.

Menurut David (2009), tahap-tahap menentukan faktor-faktor lingkungan dalam analisis matriks IFE sebagai berikut :

- 1) Menentukan faktor kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weakness*)
- 2) Menentukan derajat kepentingan relatif setiap faktor internal (bobot) dengan menggunakan metode perbandingan berpasangan (*Paired Comparison*).

Penentuan bobot faktor internal dilakukan dengan memberikan penilaian atau pembobotan angka pada masing-masing faktor. Penilaian skala atau angka pembobotan sebagai berikut :

- | | |
|---|---|
| 0 | = jika faktor vertikal kurang penting dari faktor horizontal |
| 1 | = jika faktor vertikal sama pentingnya dengan faktor horizontal |
| 2 | = jika faktor vertikal lebih penting dari faktor horizontal |

Evaluasi pembobotan faktor internal dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Evaluasi pembobotan faktor internal

	A	B	C	D	E	Skor	Bobot
A							
B							
C							
D							
E							
Jumlah							

Keterangan :

A = Keuangan dan Permodalan

B = Sumber Daya Manusia (SDM)

C = Manajemen

D = Kelayakan agrowisata jeruk

E = Sarana dan Prasarana

- 3) Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh tersebut terhadap keadaan agrowisata. Pemberian nilai rating untuk faktor kekuatan bersifat positif mulai dari 1 sampai dengan 4 (sangat baik) dan faktor kelemahan bersifat kebalikannya.
- 4) Mengalikan bobot dengan rating, untuk memperoleh faktor pembobotan hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 sampai 1,0.
- 5) Menjumlahkan skor pembobotan, untuk memperoleh total skor pembobotan bagi agrowisata yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana agrowisata bereaksi terhadap faktor-faktor internalnya. Total nilai yang dibobot tertinggi untuk suatu organisasi adalah 4,0 dan yang terendah adalah 1,0. Rata-rata nilai yang dibobot adalah 2,5. Total rata-rata di bawah 2,5 menggambarkan agrowisata lemah secara internal, sementara total nilai di atas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat (David, 2009). Adapun matriks strategi analisis faktor internal disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (BXR)	Rangking
Kekuatan					
	A				
	B				
	C				
	D				
Kelemahan					
	E				
	F				
	G				
	H				
Total Nilai IFE					

Sumber : Rangkuti, 2008

Keterangan pemberian rating kekuatan :

- 4 = Kekuatan yang dimiliki Agrowisata Jeruk sangat kuat
- 3 = Kekuatan yang dimiliki Agrowisata Jeruk kuat
- 2 = Kekuatan yang dimiliki Agrowisata Jeruk rendah
- 1 = Kekuatan yang dimiliki Agrowisata Jeruk sangat rendah

Keterangan pemberian rating kelemahan:

- 4 = Kelemahan yang dimiliki Agrowisata Jeruk sangat mudah dipecahkan
- 3 = Kelemahan yang dimiliki Agrowisata Jeruk mudah dipecahkan
- 2 = Kelemahan yang dimiliki Agrowisata Jeruk sulit dipecahkan
- 1 = Kelemahan yang dimiliki Agrowisata Jeruk sangat sulit dipecahkan

b. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis eksternal dilakukan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang mempengaruhi Agrowisata Jeruk. Analisis eksternal ini menggunakan matriks EFE (*External Factor Evaluation*). Adapun faktor-faktor eksternal yang mampu menjadi peluang dan ancaman bagi Agrowisata Jeruk meliputi ekonomi, teknologi, kebijakan pemerintah, pesaing, pasar dan iklim.

Menurut David (2009), tahap-tahap menentukan faktor-faktor lingkungan dalam analisis matriks EFE sebagai berikut:

- 1) Menentukan faktor-faktor yang menjadi peluang serta ancaman bagi agrowisata jeruk.
- 2) Menentukan derajat kepentingan relatif setiap faktor eksternal (bobot) dengan menggunakan metode perbandingan berpasangan (*Paired Comparison*). Penentuan bobot faktor eksternal dilakukan dengan memberikan penilaian atau pembobotan angka pada masing-masing faktor. Penilaian skala atau angka pembobotan sebagai berikut :
 - 0 = jika faktor vertikal kurang penting dari faktor horizontal
 - 1 = jika faktor vertikal sama pentingnya dengan faktor horizontal
 - 2 = jika faktor vertikal lebih penting dari faktor horizontal

Evaluasi pembobotan faktor eksternal dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Evaluasi Pembobotan Faktor Eksternal

	A	B	C	D	E	F	Skor	Bobot
A								
B								
C								
D								
E								
F								
Jumlah								

Keterangan :

- | | |
|--------------------------|-------------|
| A = Ekonomi | D = Pesaing |
| B = Teknologi | E = Pasar |
| C = Kebijakan Pemerintah | F = Iklim |

- 3) Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh tersebut terhadap keadaan agrowisata. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif mulai dari 1 sampai dengan 4 (sangat baik) dan faktor ancaman bersifat kebalikannya.
- 4) Mengalikan bobot dengan rating, untuk memperoleh faktor pembobotan hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 sampai 1,0.
- 5) Menjumlahkan skor pembobotan, untuk memperoleh total skor pembobotan bagi agrowisata yang bersangkutan. Nilai total ini

menunjukkan bagaimana agrowisata bereaksi terhadap faktor-faktor eksternalnya. Total nilai yang dibobot tertinggi untuk suatu organisasi adalah 4,0 dan yang terendah adalah 1,0. Rata-rata nilai yang dibobot adalah 2,5. Total rata-rata di bawah 2,5 menggambarkan agrowisata lemah secara eksternal, sementara total nilai di atas 2,5 mengindikasikan posisi eksternal yang kuat (David, 2009). Adapun matriks strategi analisis faktor eksternal disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (BXR)	Rangking
Peluang					
A					
B					
C					
D					
Ancaman					
E					
F					
G					
H					
Total Nilai EFE					

Sumber : Rangkuti, 2008

Keterangan pemberian rating peluang :

4 = Peluang yang dimiliki Agrowisata Jeruk sangat mudah diraih

3 = Peluang yang dimiliki Agrowisata Jeruk mudah diraih

2 = Peluang yang dimiliki Agrowisata Jeruk sulit diraih

1 = Peluang yang dimiliki Agrowisata Jeruk sangat sulit diraih

Keterangan pemberian rating ancaman :

4 = Ancaman yang dimiliki Agrowisata Jeruk sangat mudah diatasi

3 = Ancaman yang dimiliki Agrowisata Jeruk mudah diatasi

2 = Ancaman yang dimiliki Agrowisata Jeruk sulit diatasi

1 = Ancaman yang dimiliki Agrowisata Jeruk sangat sulit diatasi

c. Analisis Matriks IE

Matriks IE menggunakan parameter kekuatan internal dan pengaruh eksternal perusahaan yang masing-masing diidentifikasi dalam elemen eksternal dan internal melalui matriks IFE dan EFE. Tujuan penggunaan matriks IE adalah untuk memperoleh strategi bisnis ditingkat perusahaan yang lebih detail. Matriks

IE dapat mengidentifikasi sembilan sel strategi perusahaan, tetapi padaprinsipnya kesembilan sel itu dapat dikelompokkan menjadi tiga strategi utama, yaitu :

- 1) Sel I, II, atau IV disebut tumbuh dan bangun (*growth and build*). Strategi *intensif* (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau *integratif* (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal)
- 2) Sel III, V, atau VII terbaik dapat dikelola dengan strategi mempertahankan dan memelihara (*hold and maintain*)
- 3) Sel VI, VIII, atau IX adalah mengambil hasil atau melepaskan (*harvest and divest*), yaitu usaha memperkecil atau mengurangi usaha (David, 2009).

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

Gambar 5. Matriks IE
Sumber : Rangkuti, 2008

Berdasarkan Matriks IE pada Gambar 5, terlihat bahwa di dalam matriks IE, terdapat total skor bobot IFE pada sumbu x dan total skor bobot EFE pada sumbu y. Pada sumbu x dari matriks IE, total skor bobot IFE dikelompokkan ke dalam kuat (3,0-4,0), sedang (2,0-2,99) dan lemah (1,00-1,99). Begitu pula dengan sumbu y, total skor bobot EFE dikelompokkan dalam tinggi (3,0-4,0), sedang (2,0-2,99) dan rendah (1,0-1,99).

d. Analisis Matriks SWOT

Analisis SWOT merupakan alat pencocokan (*matching tool*) yang digunakan untuk merumuskan strategi agrowisata jeruk dengan mengidentifikasi lingkungan internal dan lingkungan eksternal secara sistematis. Matriks ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi agrowisata jeruk dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Sehingga agrowisata dapat lebih terarah dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Langkah-langkah dalam membuat matriks SWOT adalah:

- 1) Identifikasi peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan yang ada di lingkungan internal dan eksternal agrowisata.
- 2) Cocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan catat hasil strategi SO dalam sel yang ditentukan.
- 3) Cocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan catat hasil strategi WO dalam sel yang ditentukan.
- 4) Cocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan catat hasil strategi ST dalam sel yang ditentukan.
- 5) Cocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat hasil strategi WT dalam sel yang ditentukan.

Pembuatan alternatif strategi tersebut harus disesuaikan dengan kondisi agrowisata yang sedang diteliti. Agar strategi yang terbentuk benar-benar diterapkan oleh agrowisata. Berdasarkan penjelasan tersebut, model matriks SWOT dapat dilihat pada Gambar 6.

SWOT	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
		Tentukan 5-10 faktor kekuatan
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO	Strategi WO
Tentukan 5-10 faktor peluang	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Threats (O)</i>	Strategi ST	Strategi WT
Tentukan 5-10 faktor ancaman	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Gambar 6. Matriks SWOT

Sumber : Hamali, 2016

e. Analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

Selanjutnya dilakukan Analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Analisis QSPM merupakan tahap terakhir dari analisis formulasi strategi, pada tahapan ini alternatif strategi yang ditawarkan didasarkan pada analisis SWOT yang sudah dilakukan diatas. Proses pemilihan prioritas strategi dilakukan kepada partisipan yang memiliki kedudukan masing-masing pada usaha agrowisata jeruk. Setiap partisipan memberikan nilai daya tarik terhadap alternatif strategi yang diberikan, selanjutnya hasil dari partisipan dirata-rata untuk memperoleh urutan prioritas strategi yang dapat diterapkan. Nilai TAS (*Total Attractive Score*) yang dihasilkan lalu diurutkan berdasarkan besar nilainya. Urutan nilai TAS menggambarkan urutan prioritas strategi yang dapat dilaksanakan oleh pemilik agrowisata jeruk. Strategi dengan nilai tertinggi adalah strategi yang paling diprioritaskan untuk mengembangkan usaha agrowisata. Ilustrasi QSPM dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. *Quantitative Strategic Planning Matrix*

Faktor Faktor	Bobot	Alternatif Strategi							
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi		Strategi 9	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan									
Kelemahan									
Peluang									
Ancaman									
Total Bobot									
Jumlah total nilai daya tarik									

Sumber : David, 2009

Keterangan :

AS : Nilai Daya Tarik

1 = tidak menarik 3 = cukup menarik

2 = agak menarik 4 = amat menarik.

TAS : Total Nilai Daya Tarik

TAS merupakan hasil perkalian antara bobot dengan nilai daya tarik dalam setiap baris. Jumlah Total Nilai Daya Tarik merupakan penjumlahan Total Nilai Daya Tarik dalam setiap kolom strategi QSPM.

IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

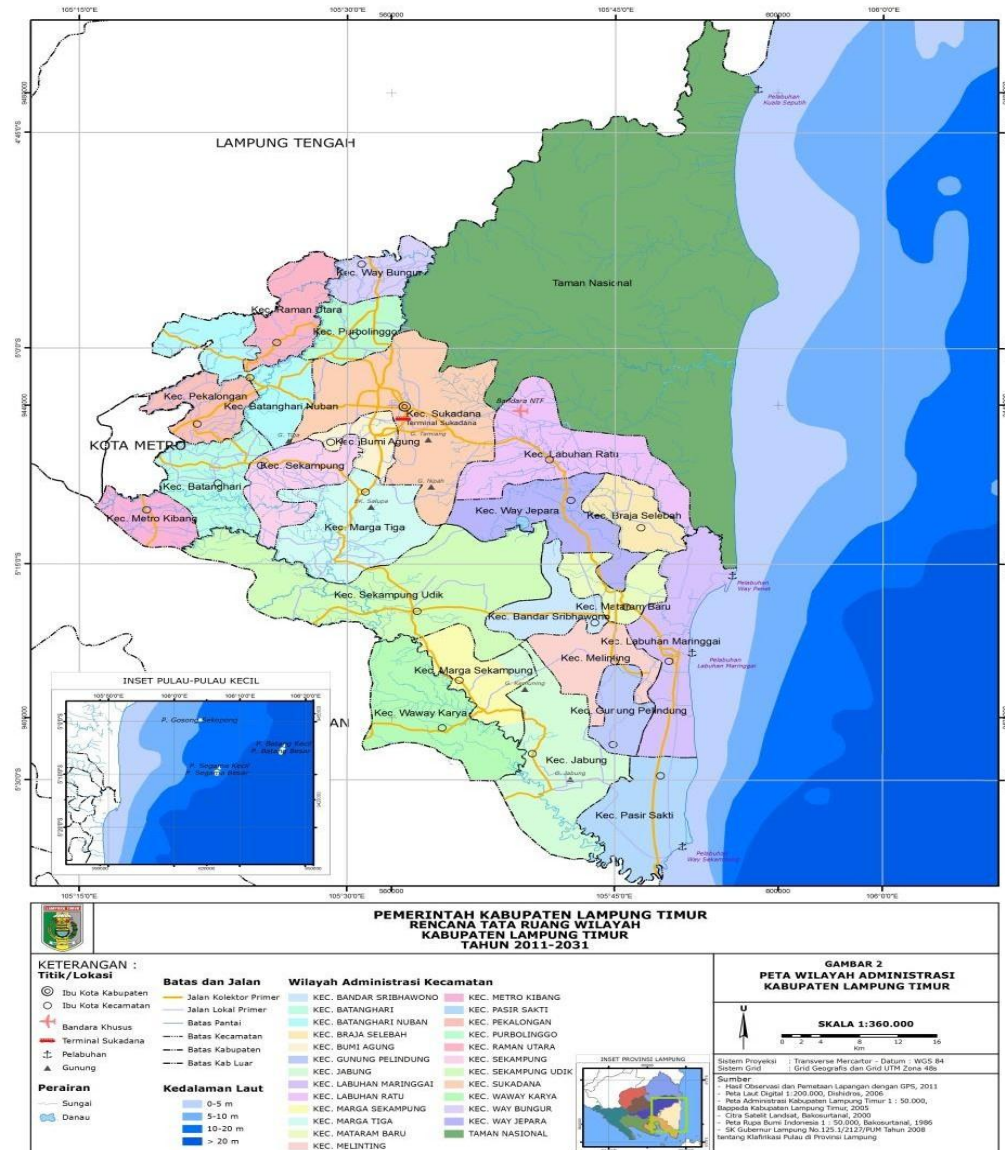
A. Keadaan Umum Kabupaten Lampung Timur

1. Keadaan Geografis

Secara astronomis Kabupaten Lampung Timur terletak pada posisi $105^{\circ}15'$ - $106^{\circ}20'$ Bujur Timur dan antara $4^{\circ}37'$ Lintang Selatan. Kabupaten Lampung Timur adalah salah satu kabupaten di Provinsi Lampung yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Lampung Tengah dan Kabupaten Tulang Bawang di sebelah utara, Kabupaten Lampung Selatan di sebelah selatan, Laut Jawa di sebelah timur dan Kota Metro di sebelah barat.

Jumlah Kecamatan di Kabupaten Lampung Timur terdiri dari 24 Kecamatan yaitu Metro Kibang, Batanghari, Sekampung, Margatiga, Sekampung Udik, Jabung, Pasir Sakti, Waway Karya, Marga Sekampung, Labuhan Maringgai, Mataram Baru, Bandar Sribhawono, Melinting, Gunung Pelindung, Way Jepara, Braja Selebih, Labuhan Ratu, Sukadana, Bumi Agung, Batanghari Nuban, Pekalongan, Raman Utara, Purbolinggo dan Way Bungur.

Luas wilayah Lampung Timur adalah 5.325,03 km². Dengan Kecamatan terluas yaitu Kecamatan Sukadana 756,76 km². Wilayah Kabupaten Lampung Timur, terdapat lima buah pulau, yaitu Segama Besar, Segama Kecil, Batang Besar, Batang Kecil dan Gosong Sekopong. Adapula enam buah gunung di Kabupaten Lampung Timur dengan kisaran tinggi antara 25,4-250 meter. Terdapat pula dua buah sungai utama, yaitu sungai Way Sekampung dan Way Seputih (Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Timur, 2021). Secara rinci peta Kabupaten Lampung Timur disajikan pada Gambar 7



Gambar 7. Peta Kabupaten Lampung Timur
Sumber : Lampung Timur Dalam Angka, 2021

2. Keadaan Iklim

Kabupaten Lampung Timur merupakan daerah tropis, dengan curah hujan tertinggi terjadi di bulan Januari 2020 yaitu mencapai rata-rata 893 mm dengan hari hujan sebanyak 18 hari. Suhu udara rata-rata berkisar 26,4°C-27,6°C, rata-rata kelembaban udara berkisar 81-87%, kecepatan angin rata-rata 0,8-1,1 m/detik, tekanan udara rata-rata 1000,4-1002,4 mb dan penyinaran matahari rata-rata 0,3-0,6%. Kabupaten Lampung Timur merupakan dataran rendah dengan ketinggian rata-rata 50 meter di atas permukaan laut (Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Timur, 2021).

3. Keadaan Demografis

Penduduk Kabupaten Lampung Timur berdasarkan Sensus Penduduk tahun 2020 sebanyak 1.110.340 jiwa yang terdiri atas 565.743 jiwa penduduk laki-laki dan 544.597 jiwa penduduk perempuan. Kepadatan penduduk di Kabupaten Lampung Timur tahun 2020 mencapai 208-209 jiwa/km². Kepadatan penduduk tertinggi terletak di Kecamatan Pekalongan dengan kepadatan sebesar 529 jiwa/km² dan terendah di Kecamatan Way Bungur sebesar 70 jiwa/km² (Badan Pusat Statistik, 2021).

4. Pariwisata

Pada tahun 2020, hotel dan akomodasi lainnya di Kabupaten Lampung Timur ada 13 unit dengan 192 kamar dan 236 tempat tidur. Akomodasi ini tersebar di 8 kecamatan dari 24 kecamatan yang ada di Kabupaten Lampung Timur.

Perkembangan jumlah wisatawan di Kabupaten Lampung Timur mengalami penurunan. Jumlah wisatawan mancanegara tercatat hanya sebanyak 134 pengunjung, untuk jumlah wisatawan domestik berjumlah 787.000 pengunjung mengalami penurunan 71.000 pengunjung atau 8,3% dibanding tahun 2019.

Objek wisata yang ada di Kabupaten Lampung Timur, diantaranya adalah Taman Nasional Way Kambas, Museum Purbakala Pugung Raharjo, Balai Benih Induk (BBI) Hortikultura Pekalongan, Danau Beringin Indah Sukadana, Dam Swadaya Pekalongan, Museum Budaya Sukadana Darat, Pantai Kerang Mas Labuhan Maringgai, Agrowisata Kelompok Tani Lebah dan lain sebagainya (Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Timur, 2021).

5. Sarana dan Prasarana

Sarana dan Prasarana memiliki peran yang sangat penting bagi masyarakat di Kabupaten Lampung Timur untuk menunjang dan menjalani aktifitas sehari-hari. Akses jalan, transportasi, telekomunikasi, keberadaan pasar dan Bank dapat menunjang pertumbuhan perekonomian di daerah Kabupaten Lampung Timur. Mobilitas utama masyarakat Lampung Timur ditunjang dengan sarana perhubungan darat. Sarana perhubungan darat pada tahun 2018, terdiri dari 140,81 km jalan negara, 134,93 km jalan provinsi, dan 1.884,17 km jalan

kabupaten. Dilihat dari kondisi jalan, 28,74% dari jalan kabupaten di Lampung Timur dalam kondisi baik, 25,69% dalam kondisi sedang, 7,92% dalam kondisi rusak dan 37,65% dalam kondisi rusak berat.

Base Tranceiver Station (BTS) di Kabupaten Lampung Timur pada tahun 2020 berjumlah 280 unit yang dimiliki oleh 15 penyedia layanan. Jumlah ini meningkat 1 unit atau 0,35% dibanding tahun 2019. Jumlah BTS terbanyak dimiliki oleh penyedia layanan Telkomsel (PT Telkom Indonesia), yaitu sebanyak 57 unit yang tersebar di seluruh kecamatan yang ada di Kabupaten Lampung Timur.

Jumlah kendaraan bermotor dan jenis kendaraan di Kabupaten Lampung Timur adalah Mobil penumpang berjumlah 1590 unit, Bus berjumlah 110 unit, Mini Bus berjumlah 14.307 unit, Truk berjumlah 5312 unit, Pick Up 6.787 unit, *Blind Van* atau *Delivery Van* berjumlah 26 unit dan Sepeda Motor berjumlah 352.016 unit (Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Timur, 2021).

6. Potensi Pertanian

Luas panen padi (sawah dan ladang) pada tahun 2020 sebesar 120,1 ribu hektar, mengalami penurunan sebanyak 9 ribu hektar atau 7,47% dibandingkan tahun 2019. Produksi padi 2020 sebesar 633,1 ribu ton juga mengalami penurunan 36,2 ribu ton atau 5,41%. Produksi tanaman palawija tahun 2020 yang terbesar adalah produksi jagung yang mencapai 899,8 ribu ton. Produksi jagung mengalami penurunan 42,7 ribu ton atau 0,47% dibandingkan tahun 2019. Sedangkan produksi ubi kayu sebesar 578,3 ribu ton mengalami penurunan 151,8 ribu ton atau 20,8%.

Tahun 2020, tiga komoditas sayuran semusim dengan produksi terbesar secara berurutan adalah cabai besar, terung dan kacang panjang. Produksi cabai besar mencapai 24.000 kuintal, terung 13.400 kuintal, dan kacang panjang 9,8 ribu kuintal. Dibandingkan tahun 2019, produksi cabai besar mengalami peningkatan 1.300 kuintal atau 5,9%. Sedangkan produksi terung dan kacang panjang

mengalami penurunan masing-masing 773 kuintal (5,4%) dan 3.500 kuintal (26,6%).

Produksi buah-buahan di Kabupaten Lampung Timur pada tahun 2020 adalah buah mangga 13.209 kuintal, durian 10.364 kuintal, jeruk siam atau keprok 21.851 kuintal, jeruk besar (*pomelo*) 504 kuintal, jeruk *orange* (*tangerine pomelo*) 22.355 kuintal, pisang 552.737 kuintal, pepaya 350.307 kuintal, salak 12.588 kuintal, nangka 22.766 kuintal dan sawo 19.450 kuintal.

B. Keadaan Umum Kecamatan Metro Kibang

1. Keadaan Geografis

Kecamatan Metro Kibang merupakan dataran dengan ketinggian rata-rata 62 meter di atas permukaan laut. Luas wilayah Kecamatan Metro Kibang adalah 76,95 km². Secara astronomis Kecamatan Metro Kibang terletak pada posisi 105°19' Bujur Timur dan antara 5°11' Lintang Selatan. Kecamatan Metro Kibang adalah salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Lampung Timur yang berbatasan langsung dengan Kecamatan Batanghari dan Kota Metro di sebelah utara, Kabupaten Lampung Selatan di sebelah selatan, Kecamatan Batanghari dan Sekampung di sebelah timur, dan Kabupaten Lampung Selatan di sebelah barat. Akhir tahun 2019, wilayah administrasi Kecamatan Metro Kibang terdiri dari 7 desa, yaitu Desa Margo Toto (18,76 km²), Sumber Agung (6,64 km²), Purbo Sembodo (3,75 km²), Kibang (18,16 km²), Margo Jaya (9,52 km²), Margo Sari (13,09 km²) dan Jaya Asri (7,03 km²). Persentase luas wilayah menurut desa di Kecamatan Metro Kibang yang paling luas adalah Desa Margo Toto dengan luas 18,76 km². Kecamatan Metro Kibang memiliki satu buah sungai utama, yaitu sungai Way Sekampung (Badan Pusat Statistik Kecamatan Metro Kibang, 2020).

2. Keadaan Demografis

Penduduk Kecamatan Metro Kibang berdasarkan proyeksi tahun 2019 sebanyak 24.158 jiwa yang terdiri atas 12.276 jiwa penduduk laki-laki dan 11.882 jiwa penduduk perempuan. Penduduk Kecamatan Metro Kibang mengalami pertumbuhan sebesar 1,46%.

Kepadatan penduduk di Kecamatan Metro Kibang tahun 2019 mencapai 314 jiwa/km². Kepadatan penduduk di 7 desa cukup beragam dengan kepadatan penduduk tertinggi di Desa Pubo Sembodo dengan kepadatan sebesar 590 jiwa/km² dan terendah di Desa Margo Sari sebesar 167 jiwa/km² (Badan Pusat Statistik Kecamatan Metro Kibang, 2020).

3. Sarana dan Prasarana Sosial

Salah satu faktor utama keberhasilan pembangunan di suatu negara adalah tersedia cukup sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas. Peningkatan SDM sekarang ini lebih difokuskan seluas-luasnya kepada penduduk untuk mengejar pendidikan, terutama penduduk kelompok usia sekolah yaitu dari umur 7-24 tahun. Ketersediaan fasilitas pendidikan baik sarana maupun prasarana akan sangat menunjang mutu pendidikan. Secara umum, Kecamatan Metro Kibang memiliki fasilitas pendidikan yang memadai, yaitu 21 tingkat dasar (SD dan MI), 6 tingkat menengah pertama (SMP dan MTs), dan 3 tingkat menengah atas (SMA, SMK dan MA).

Pembangunan bidang kesehatan meliputi seluruh siklus kehidupan manusia. Bila pembangunan kesehatan berhasil maka akan secara langsung dan tidak langsung terjadi peningkatan kesejahteraan rakyat. Fasilitas kesehatan di Kecamatan Metro Kibang terdiri dari 1 puskesmas dan 1 apotik.

Mobilitas utama masyarakat Kecamatan Metro Kibang ditunjang dengan sarana perhubungan darat. Sedikitnya keberadaan angkutan umum di kecamatan Metro Kibang mengakibatkan mobilitas penduduk lebih mengandalkan angkutan milik pribadi. Pada Tahun 2019, hanya tersedia angkutan umum ojek sepeda motor, minibus dan bus yang memiliki trayek ke ibukota provinsi.

Menara Telepon Seluler (BTS) di Kecamatan Metro Kibang berjumlah 5 buah yang tersebar di Desa Kibang, Margo Jaya, Margo Toto, Margo Sari dan Jaya Asri (Badan Pusat Statistik Kecamatan Metro Kibang, 2020).

4. Potensi Pertanian

Luas lahan pertanian di Kecamatan Metro Kibang mencapai 494 hektar lahan pertanian sawah dan 3.640 hektar lahan pertanian nonsawah. Luas lahan sawah didominasi keseluruhan oleh sawah non irigasi. Sedangkan luas lahan pertanian nonsawah yang paling besar adalah lahan perkebunan. Luas lahan perkebunan yang paling luas adalah lahan Desa Margototo 973 hektar dan lahan yang paling sempit adalah lahan perkebunan Desa Jaya Asri dengan luas 156 hektar.

Potensi luas tanam, luas panen dan produksi tanaman buah-buahan pada tahun 2019 menurut jenisnya di Kecamatan Metro kibang yang tertinggi adalah buah jeruk dengan luas tanam dan luas panen 10 hektar dan menghasilkan 2.640 kuintal.

Jumlah kelompok tani di kecamatan Metro Kibang berjumlah 17 kelompok tani. Kelompok tani yang paling banyak berada di Desa Margototo yaitu ada 4 kelompok tani, Desa Kibang ada 3 kelompok tani dan desa lainnya masing-masing 2 kelompok tani.

5. Industri Agrowisata

Objek wisata adalah tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan (SK Departemen Pariwisata, 2019). Salah satu industri agrowisata yang telah dikembangkan di Kecamatan Metro Kibang adalah agrowisata jeruk yang berada di Desa Margototo. Desa Margototo menjadi pusat perekonomian di Kecamatan Metro Kibang (Badan Pusat Statistik, 2020).

Industri Agrowisata Jeruk di Desa Margototo Kecamatan Metro kibang pertama kali diperkenalkan pada tahun 2015 menggunakan bibit yang dibawa oleh Bapak Sukendar dari teman beliau yang bekerja di PT Bumi Waras (BW). Pak Sukendar memberanikan diri untuk menanam jeruk dengan lahan 1 hektar milik pribadi pada tahun 2011, sedangkan penduduk sekitar sebagian besar menanam sayuran, singkong dan jagung.

Pada tahun 2014, Bapak Sukendar merasakan panen jeruk yang pertama, beliau menjual ke pedagang besar, namun beliau merasa rugi karena panen jeruk serentak membuat harga jual rendah dan pedagang memilih hanya jeruk yang besar saja. Pada akhirnya, Bapak Sukendar mulai berfikir bagaimana menyiasati anjloknya harga buah jeruk yang panen serentak setiap tahun. Melihat peluang letak desa yang sangat strategis (terletak diantara Kota Metro dan Bandar Lampung) dan keamanan desa, maka timbul inisiatif dari Bapak Sukendar untuk mendirikan Agrowisata Jeruk.

Pada tahun 2015 Agrowisata Jeruk mulai dibuka untuk pengunjung, dengan promosi melalui sosial media maka Bapak Sukendar dapat menikmati hasil dari Agrowisata Jeruk ini berlipat-lipat dibandingkan dengan langsung dijual ke pedagang besar. Pengunjung dapat menikmati sensasi kebun jeruk dan makan buah jeruk sepuasnya dengan hanya membayar tiket Rp10.000,00 dan membayar Rp15.000,00/kg jika pengunjung ingin membawa buah jeruk sebagai oleh-oleh.

Untuk merasakan keuntungan dari membuka Agrowisata Jeruk ini, Bapak Sukendar memotivasi petani di Desa Margototo untuk menanam jeruk dan membuka agrowisata, karena selain dapat meningkatkan pendapatan petani juga dapat meningkatkan kesejahteraan penduduk sekitar. Pemuda desa dapat mengelola parkir dengan baik, penduduk sekitar juga bisa berjualan didepan lokasi agrowisata.

Tahun 2018 secara mandiri, Bapak Sukendar dan 17 petani membentuk kelompok jeruk sebagai wadah untuk berbagi, bekerjasama dan berupaya untuk terus mengembangkan Agrowisata Jeruk di daerah tersebut.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Sarana produksi mudah didapat dan terjangkau oleh petani pemilik agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur.
2. Usaha agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur layak dan menguntungkan untuk diusahakan, dengan nilai NPV Rp 2.168.056.705 , *Net B/C* 11,56 , *Gross B/C* 3,91, *Payback Periode* tahun, dan IRR 56%.
3. Pengelolaan agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur belum dijalankan dengan baik oleh pengurus dan pemilik agrowisata.
4. Pemasaran agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur menurut bauran pemasaran 4P belum sepenuhnya memenuhi harapan pengurus, pemilik, dan pengunjung agrowisata, dari segi *product* yang belum memenuhi syarat dan *promotion* yang belum menyeluruh.
5. Jasa layanan penunjang yang ada di agrowisata jeruk Kabupaten Lampung Timur belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh pengurus dan pemilik agrowisata.
6. Berdasarkan matriks IE, usaha agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur berada pada sel I yaitu posisi tumbuh dan bangun (*growth and build*). Berdasarkan matriks SWOT ada 10 alternatif strategi (AS) yang dirumuskan untuk menghasilkan nilai TAS (*Total Attractive Score*) di dalam analisis QSPM. Lima strategi prioritas yang paling tinggi adalah memanfaatkan jiwa militan untuk meningkatkan usaha agrowisata menjadi lebih moderen (bekerjasama dengan bank atau koperasi), mengajak penduduk sekitar yang

mempunyai lahan untuk menanam jeruk agar dapat meningkatkan ekonomi keluarga, pemanfaatan teknologi sosial media sebagai alat promosi untuk memperluas pasar, bekerjasama dengan perusahaan atau pemerintah untuk mengadakan pelatihan untuk meningkatkan nilai tambah usaha agrowisata jeruk, membentuk Pokdarwis dan bekerjasama dengan pemerintah untuk memperbaiki akses jalan menuju lokasi dan membangun wisata edukasi.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka saran yang diberikan adalah :

1. Bagi pengurus dan pemilik agrowisata, strategi yang telah dirumuskan diharapkan dapat menjadi pertimbangan untuk dijalankan.
2. Bagi Pemerintah, diharapkan dapat memberikan pendampingan, bukan saja pendampingan didalam kegiatan usahatani, namun pendampingan didalam usaha agrowisata jeruk di Kabupaten Lampung Timur.
3. Bagi peneliti lain, diharapkan dapat membantu menyusun strategi pengembangan agrowisata lainnya karena bisa saja setiap agrowisata mempunyai kondisi internal dan eksternal yang berbeda-beda.

DAFTAR PUSTAKA

- AAK. 2011. *Budidaya Tanaman Jeruk*. Kanisius. Yogyakarta
- Agrowisata di Indonesia – sukh.* (n.d.).
- Andrews & Kenneth, R. 1985. *Konsep Strategi Perusahaan*. Erlangga, Surabaya.
- Aridiansari, R., Nurlaelih E.E., & Wicaksono, K.P. 2015. Pengembangan Agrowisata di Desa Wisata Tulungrejo Kota Batu Jawa Timur. *Jurnal Produksi Tanaman*. Universitas Brawijaya.
- Arifin, H.S. 1992. *Beberapa Pemikiran Pengembangan Agrowisata Pada Kawasan Cagar Budaya Betawi di Conde, Jakarta Timur*. Makalah Seminar Wisata Agro. IPB. Bogor
- Badan Pusat Statistik. 2020. *Kecamatan Metro Kibang Dalam Angka*. Lampung Timur. Provinsi Lampung.
- Badan Pusat Statistik. 2021. *Lampung Timur Dalam Angka*. Lampung Timur. Provinsi Lampung
- Budi, A. 2020. *Pengertian, Sistem dan Manajemen Agribisnis*. <https://kumpulanilmu.com/ilmu-pendidikan/pengertian-sistem-dan-manajemen-agribisnis/>
- Budiasa, I. W. 2011. *Konsep dan Potensi Pengembangan Agrowisata di Bali*. *DwijenAgro*, 2(1).
- David, F. R. 2009. *Manajemen Strategis: Konsep*. Buku Satu. Edisi ke-12. Terjemahan Ichsan, Setyo Budi. PT Salemba Empat, Jakarta.
- Davis, G.B. 2001. *Management Information Systems: Conceptual Foundation and Development*. PT Prenhalindo:Jakarta
- Djojodihardjo, H. 1984. *Pengantar Sistem Komputer*. Erlangga Bandung
- Downey, W. D., & Erickson, S. P. 1987. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Duncan, T. & Moriarty, S. E. 1998. *A Communication-Based Model for Managing Relationship*. *Journal of Marketing*.

- Farisa, I., Mulyati, A., & Marutha, A. 2018. Pengaruh Daya Tarik, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Agrowisata Petik Jeruk Sumbersono). Universitas 17 Agustus 1945:Surabaya.
- Fitrah & Luthfiah. 2017. Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus. CV Jejak. Bandung.
- Grigg, N. 1998. Teori Pertumbuhan Ekonomi. Edisi 1. Jakarta.
- Hamali, A.Y. 2016. *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. PT Kharisma Putra Utama. Jakarta
- Harrigen. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Hirawan, P. 2019. Analisis Sistem Agribisnis Usaha Ternak Kambing Saburai Pada Koperasi Produsen Peternak (KPP) Saburai Mandiri Di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus. Skripsi. Universitas Lampung:Bandar Lampung.
- Hokaryah, S. 2019. Prospek Pengembangan Agribisnis Jeruk Siam (*Citrus Nobilis Lour Var.Microcarpa Hassk*) di Nagari Kamang Hilir Kecamatan Kamang Magek Kabupaten Agam. Universitas Andalas:Padang.
- Hunger, J. D., & Wheelen, T.L. 1996. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta : Penerbit ANDI Yogyakarta
- Imaculata, F. 2017. Pengembangan agrowisata padi sawah berbasis pertanian berkelanjutan di Kecamatan Maurole. *Agrica*, 10(2), 62–74.
- Kadariah. 2001. *Evaluasi Proyek Analisis Ekonomi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 1997. Tim Penyusun Kamus Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. Balai Pustaka, Jakarta.
- Kementerian Pertanian. 2010. Rencana Strategis Pembangunan Pertanian. 2010-2014. Kementan, Jakarta.
- Kotler, P., & Amstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. 2009. Manajemen Pemasaran. Indeks, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. 2012. Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kurniasanti, S.A. 2019. Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata (Studi Kasus Kampung Petani Buah Jeruk Siam di Kecamatan Bangorejo Banyuwangi). Universitas Jember.

- Marhawati. 2019. Analisis Kelayakan Finansial Usahatani Jeruk Pamelon di Kelurahan Attangsalo Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep. Universitas Negeri Makasar.
- Mubarok, M. 2019. Analisis Kinerja dan Strategi Pengembangan Koperasi Pertanian Seandanan Kabupaten Pesawaran. Skripsi. Universitas Lampung : Bandar Lampung
- Muchlis, S., & Santoso, E.B. 2017. Penentuan Kriteria Pengembangan Agrowisata di Kecamatan Sukapura Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Institut Teknologi Surabaya*.
- Nugraga, 2011. Menikmati Keindahan Alam Agrowisata Pagilaran (Batang). Penerbit CV Sahala:Jakarta.
- Nurisjah, S. 2001. Pengembangan Kawasan Wisata Agro (Agrotourism). *Buletin Taman dan Lanskap Indonesia 2001*.
- Nurmalina, R., Sarianti, T., & Karyadi, A. 2018. Studi Kelayakan Bisnis. Percetakan IPB:Bogor.
- Oni, W., Bahari, B., & Rosmawaty, R. 2019. Kajian Sistem Agribisnis Jeruk Manis (*Citrus Sinensis*) Dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Petani di Desa Konda Satu Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan. Universitas Halu Oleo:Kendari.
- Palit, I. G., Talumingan, C. ., & Rumagit, G. A. J. 2017. STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN AGROWISATA RURUKAN. *AGRI-SOSIOEKONOMI*. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.13.2a.2017.16558>
- Paputungan, H.F., Tamod, Z.E., & Pioh, D.D. 2017. Strategi Pengelolaan Agrowisata Kebon Kopi di Desa Purworejo Timur Kabupaten Bolaang Mongondow Timur. *Jurnal Agro Sosisekonomi*. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.13.3.2017.17956>.
- Pasaribu, A.M. 2012. *Perencanaan dan Evaluasi Proyek Agribisnis-Konsep dan Aplikasi*. Penerbit ANDI : Yogyakarta.
- Pratiwi, E. 2019. Analisis Finansial dan Risiko Usahatani Jeruk Di Desa Ibul Jaya Kecamatan Hulu Sungkai Kabupaten Lampung Utara. Skripsi. Universitas Lampung : Bandar Lampung
- Perda Lamtim. 2016. *Peraturan Daerah Lampung Timur Nomor 03 tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Lampung Timur*. Sekretariat Daerah. Lampung Timur
- Rachmawati, D., & Haryati, Y. T. 2019. *Strategy Development of Stroberial Fruit Agrotourism on Serang Village Farmers Income , Purbalingga District*. 8(37), 57–66.
- Rahman, T.A., Sutarto, S., & Wibowo, A. 2017. Pengembangan Kampung Sayur Organik di Ngemplak Sutan Mojosongo Jebres Surakarta. Universitas Sebelas Maret:Surakarta.

- Rangkuti, F. 2008. *The Power Of Brands*. Penerbit Gramedia: Jakarta.
- Rangkuti, F. 2013. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Retnoningsih, E. 2015. Dampak Pengelolaan Wisata Agro Terhadap Kehidupan Sosial Dan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus: Kebun Teh Kaligua Desa Pandansari Kab Brebes Jawa Tengah). *Khasanah Ilmu*, 4(1), 11–20.
- Rokani, R., & Erya, L. 2018. Strategi Pengembangan Agrowisata Potensial di Agropolitan Area Sendang Provinsi Jawa Timur Tulung Agung Indonesia. Universitas Brawijaya.
- Saputra, G.B., Muksin, M., & Puspita, M. 2018. Pengembangan Agrowisa Kecamatan Ledokombo Kabupaten Jember. Politeknik Negeri Jember
- Saragih, B. 1998. *Agribisnis, Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian (Kumpulan Pemikiran)*. Bogor: Yayasan Persada Mulia Indonesia.
- Sanusi, B. 2002. *Pengantar Evaluasi Proyek*. Lembaga Penerbit FE-UI. Jakarta
- Saragih, B. 2010. *Agribisnis : Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian*. Bogor : Penerbit PT IPB Press.
- Saragih, W., Lubis, A.E., & Rahayu, M. 2020. Analisis Jeruk Manis (*Citrus sp*) di Kabupaten Merek Kecamatan Merek Kabupaten Karo. Universitas Simalungun:Medan.
- Sastrayuda. 2010. *Concept Resort and Leisure, Strategi Pengembangan dan Pengelolaan Resort and Leisure*.
- Satiti, R. 2017. Analisis Sistem Agribisnis dan Kemitraan Usaha Penggemukan Sapi Potong di Koperasi Gunung Madu. Universitas Lampung:Bandar Lampung.
- Soekartawi. 2010. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. Raja Grafindo Persada:Jakarta.
- Solihin, I. 2012. *Manajemen Strategik*. Bandung : PT Gelora Aksara Pratama
- Sormin, C. 2019. Kinerja dan Strategi Pengembangan Koperasi Produksi Ternak (KPT) Maju Sejahtera Kecamatan Tanjung Sari Kabupaten Lampung Selatan. Universitas Lampung : Bandar Lampung
- Sudiasa. 2005. Definisi Agrowisata. <http://blogtopsites.com>.
- Suhaeni, N. 2007. *Petunjuk Praktis Menanam Jeruk*. Bandung : Penerbit Jembar

- Sumarwoto, J. 1990. Pengembangan Agrowisata: Potensi dan Prospek. Seminar Nasional : Pembangunan Pertanian & Pedesaan Pertanian. Berastagi, 5-8 Maret.
- Susanto, S. 2000. Pengantar Agroindustri. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sutawi. 2002. *Manajemen Agribisnis*. Bayu Media. Malang
- Tirtawinata dan Fachrudin. 1999. Daya Tarik dan Pengelolaan Agrowisata. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Republik Indonesia. 2009. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*. Sekretariat Negara. Jakarta
- Wahyudi, A.S. 1996. *Manajemen Strategik : Pengantar Proses Berpikir Strategik*. Binarupa Aksara.
- Winarno, B. 2011. Potensi Agrowisata di Lanskap Pertanian Padi Daerah Aliran Sungai Cianjur Kabupaten Cianjur, Jawa Barat. Bogor : Institut Pertanian Bogor.
- Yoeti. 2000. *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Pertaja