

Strategi Bersaing Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah (*Psidium Guajava*) Di Desa Gumeng Kecamatan Jenawi Kabupaten Karanganyar

Imam Budi Diarto¹, Nugraheni Retnaningsih¹,
Agung Setyarini¹

¹Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis, Universitas Veteran Bangun Nusantara, Jl. Letjend S. Humardani No 1 Jombor Sukoharjo, E-mail: email: imam.b.ardi21@gmail.com

Info Artikel

Masuk: 30 April 2021

Diterima: 25 Mei 2021

Terbit: 30 Mei 2021

Kata kunci:

Agrowisata, Jambu Merah (*Psidium Guajava*) dan CPM (Competitive Profile Matrix)

Corresponding Author:

Imam Budi Diarto,

E-mail:

imam.b.ardi21@gmail.com

Abstract

The aim of this research is to determine the determining factors for success, determine the competitive position of Tanggul Asri Gumeng Gumeng Agrotourism compared to competing agrotourism, and formulate alternative competitive strategies that can be implemented by Tanggul Asri Gumeng Red Guava Agrotourism. The basic method in this research is descriptive analysis and uses case study techniques. The research location was chosen purposively. Based on the research results, it can be seen that the determining factors for the success of Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng Agrotourism include price affordability with a rating of 4 and weight (0.0984), price suitability with a rating of 3 and weight (0.1051), service with a rating of 2 and weight (0.1024), cleanliness with a rating of 3 and a weight of (0.0984), diversity of activities with a rating of 3 and a weight of (0.0984), attractiveness of activities with a rating of 2 and a weight of (0.1011), ease of access to transportation with a rating of 1 and a weight of (0.0985), security with a rating of 1 and weight (0.0997), facilities with a rating of 2 and weight (0.1025) and comfort with a rating of 4 and weight (0.0957). The results of the CPM analysis show that Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng Agrotourism (Agrotourism A) is in second place with a score of (2.4923), the first position is occupied by Kampoeng Karet Agrotourism (Agrotourism D) with a score of (3.0992), for the position the third and fourth are occupied by Ngargoyoso Red Guava Agrotourism (Agrotourism B) and PT Kemuning Tea Garden Agrotourism. Rumpun Sari (Agrotourism C) with scores of (2.2025) and (2.209). Alternative competitive strategies that can be formulated for Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng Agrotourism are making improvements to the quality of security, adding agrotourism facilities, making improvements to service quality factors and activity attractiveness.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor penentu keberhasilan, mengetahui posisi bersaing Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng dibandingkan agrowisata pesaing, dan merumuskan alternatif strategi bersaing yang dapat diterapkan Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng. Metode dasar dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis dan

menggunakan Teknik studi kasus. Tempat penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*). Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa faktor penentu keberhasilan Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng meliputi keterjangkauan harga dengan rating 4 dan bobot (0,0984), kesesuaian harga dengan rating 3 dan bobot (0,1051), pelayanan dengan rating 2 dan bobot (0,1024), kebersihan dengan rating 3 dan bobot (0,0984), keragaman kegiatan dengan rating 3 dan bobot (0,0984), kemenarikan kegiatan dengan rating 2 dan bobot (0,1011), kemudahan akses transportasi dengan rating 1 dan bobot (0,0985), keamanan dengan rating 1 dan bobot (0,0997), fasilitas dengan rating 2 dan bobot (0,1025) dan kenyamanan dengan rating 4 dan bobot (0,0957). Hasil dari analisis CPM menunjukkan bahwa Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng (Agrowisata A) menempati posisi kedua dengan perolehan skor (2,4923), posisi pertama ditempati oleh Agrowisata Kampoenng Karet (Agrowisata D) dengan perolehan skor (3,0992), untuk posisi ketiga dan keempat ditempati oleh Agrowisata Jambu Merah Ngargoyoso (Agrowisata B) dan Agrowisata Kebun Teh Kemuning PT. Rumpun Sari (Agrowisata C) dengan perolehan skor (2,2025) dan (2,209). Alternatif strategi bersaing yang dapat dirumuskan untuk Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng yaitu Melakukan perbaikan pada kualitas keamanan, menambah fasilitas agrowisata, melakukan perbaikan pada faktor kualitas pelayanan dan kemenarikan kegiatan

I. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara agraris yang menghasilkan berbagai macam komoditi pertanian, salah satunya adalah Agrowisata. Agrowisata merupakan aktivitas wisata yang melibatkan penggunaan lahan pertanian yang menjadi daya tarik wisatawan atau pengunjung. Agrowisata memiliki beragam variasi, seperti labirin jagung, wisata petik buah dan lain-lain. Di Indonesia sendiri pertanian dengan sistem Agrowisata sudah sangat banyak karena dapat menambah potensi atau pendapatan negara dalam sektor Pariwisata. Pariwisata merupakan sektor industri yang berpotensi untuk dikembangkan terhadap perekonomian suatu daerah. Berkembangnya sektor pariwisata disuatu daerah akan menarik sektor lain untuk berkembang pula karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata, seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat, peningkatan kesempatan kerja dan lain sebagainya (Irma dan Indah, 2004). Di Kabupaten Karanganyar sendiri terkenal akan adanya potensi pariwisata. Terdapat banyak sekali obyek wisata mulai dari agrowisata, pegunungan, wisata situs sejarah, dan juga terdapat berbagai macam agrowisata yang ada di Kabupaten Karanganyar seperti Agrowisata Amanah, Agrowisata Sondokoro dan Agrowisata Petik Buah yang salah satunya adalah Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah di Desa Gumeng. Lokasi Agrowisata ini tepatnya berada di Dukuh Kadipekso Rt 02 Rw 01, Desa Gumeng, Kecamatan Jenawi, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Agrowisata Jambu Merah Gumeng berdiri pada tahun 2018 dengan lahan seluas 1,5 Ha. Oleh karena itu, pada penelitian ini penulis akan menganalisis faktor penentu keberhasilan dan bagaimana posisi bersaing agrowisata tanggul asri jambu merah gumeng dibandingkan agrowisata pesaingnya dan merumuskan strategi bersaing yang tepat dan dapat dilakukan oleh Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng untuk dapat

memenangkan persaingan bisnis dengan obyek wisata lainnya dan mencapai tujuan yang diinginkan oleh Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. CPM (*Competitive Profile Matrix*)..

Metode analisis CPM (*Competitive Profile Matrix*) adalah sebuah alat manajemen strategi yang tepat dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing utama dalam hubungannya dengan posisi strategis produk yang ditawarkan. CPM (*Competitive Profile Matrix*) menunjukkan gambaran yang jelas tentang titik kuat dan titik lemah relatif produk atau jasa terhadap pesaing. Penilaian CPM (*Competitive Profile Matrix*) diukur berdasarkan faktor penentu keberhasilan yang diperhatikan konsumen, dimana setiap faktor penentu keberhasilan yang diukur digunakan skala pengukuran yang sama sehingga diperoleh komparasi diantara seluruh faktor penentu keberhasilan yang dinilai (Harisudin, 2011). Faktor-faktor yang dapat dijadikan sebagai penentu keberhasilan sangat dipengaruhi dari hasil investigasi atau penelusuran faktor yang memang secara riil diperhatikan oleh pengunjung dalam membuat keputusannya (Harisudin, 2011).

Perumusan Strategi Bersaing yang dilakukan dalam penelitian ini mengacu pada hasil CPM (*Competitive Profile Matrix*) yang nantinya akan diperoleh hasil gambaran posisi bersaing Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng dengan pesaingnya dan teridentifikasi faktor-faktor penting yang mempengaruhi daya saing Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng dengan pesaingnya.

2. Metode Penelitian

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode deskriptif analisis. Teknik pelaksanaan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan studi kasus. Metode penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini yaitu Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah di Desa Gumeng Kecamatan Jenawi Kabupaten Karanganyar. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif dan juga kualitatif, dengan teknik pengumpulan data Metode Observasi, Metode Wawancara, Metode Pencatatan dan dianalisis dengan Metode analisis CPM (*Competitive Profile Matrix*) yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing utama dalam hubungannya dengan posisi strategis produk yang ditawarkan.

3. Hasil Dan Pembahasan

3.1 Posisi Bersaing Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng

Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng perlu adanya strategi yang terencana dan tersusun secara matang agar dapat tetap bersaing dengan pesaing lainnya. Adapun perumusan strategi bersaing dapat dilakukan dengan mempertimbangkan hasil analisis pada CPM (*Competitive Profile Matrix*). Analisis pada CPM (*Competitive Profile Matrix*) diawali dengan melakukan identifikasi faktor penentu keberhasilan Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng yang meliputi dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga, pelayanan, kebersihan, keragaman kegiatan, kemudahan akses transportasi, keamanan, fasilitas dan kenyamanan. Selanjutnya ditentukan bobot dan peringkat untuk masing-masing faktor tersebut.

Penentuan bobot faktor penentu keberhasilan dilakukan dengan metode *paired comparison* (Kinneer, 1995). Adapun bobot yang diperoleh, merupakan rata-rata dari penilaian ketiga *key informan*, yaitu pemilik agrowisata, ketua pengelola agrowisata dan staff pemasaran agrowisata. Bobot akhir faktor penentu keberhasilan Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng diperoleh dengan membagi jumlah bobot relatif dari ketiga *key informan* dengan jumlah bobot total dan hasilnya harus sama dengan satu.

Tabel 5. Pemberian Bobot pada Faktor-faktor Penentu Keberhasilan Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng oleh *key informan*

Faktor Penentu Keberhasilan	Key Informan 1	Key Informan 2	Key Informan 3	Jumlah	Bobot
Keterjangkauan harga	0,1032	0,0935	0,0984	0,2951	0,0984
kesesuaian harga	0,1071	0,1098	0,0984	0,3153	0,1051
Pelayanan	0,1032	0,1016	0,1024	0,3072	0,1024
Kebersihan	0,1032	0,0935	0,0984	0,2951	0,0984
Keragaman Kegiatan	0,0992	0,0935	0,1024	0,2951	0,0984
Kemenarikan Kegiatan	0,0992	0,1016	0,1024	0,3031	0,1011
Kemudahan akses	0,0873	0,1098	0,0984	0,2955	0,0985
Transportasi	0,1032	0,0935	0,1024	0,2990	0,0997
Keamanan	0,0992	0,1098	0,0984	0,3074	0,1025
Fasilitas	0,0952	0,0935	0,0984	0,2872	0,0957
TOTAL	1	1	1	3	1

Sumber : Analnsisi Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 5. Dapat diketahui bobot rata-rata dari ketiga *key informan* untuk masing-masing faktor penentu keberhasilan Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng. Faktor kesesuaian harga memperoleh bobot rata-rata tertinggi dan faktor kenyamanan memperoleh bobot rata-rata terendah, yaitu masing-masing sebesar (0,1051) dan (0,0957). Penentuan peringkat dilakukan oleh responden yang berjumlah 30 orang yang setidaknya dalam satu tahun terakhir sudah pernah mengunjungi keempat agrowisata tersebut. Dari ke 30 orang responden tersebut diperoleh peringkat untuk setiap faktor penentu keberhasilan pada Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng, Agrowisata Jambu Merah Ngargoyoso, Agrowisata Kebun Teh Kemuning PT. Rumpun Sari dan Agrowisata Kampoeng Karet. Peringkat dalam CPM (*Competitive Profil Matrix*) ditentukan berdasarkan nilai modus (nilai yang sering muncul) dari keseluruhan responden (David, 2010). Hasil pemberian peringkat oleh responden pada faktor penentu keberhasilan dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Pemberian Peringkat oleh Responden pada Faktor Penentu Keberhasilan

Faktor Keberhasilan	Penentu	Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng	Agrowisata Jambu Merah Ngargoyoso	Agrowisata Kebun Teh Kemuning PT. Rumpun Sari	Agrowisata Kampoeng Karet
Keterjangkauan harga		4	2	3	1
Kesesuaian harga		3	4	2	1
Pelayanan		2	1	3	4
Kebersihan		3	2	1	4
Keragaman Kegiatan		3	2	1	4
Kemenarikan kegiatan		2	3	1	4
Kemudahan akses transportasi		1	2	3	4
Keamanan		1	2	4	3
Fasilitas		2	1	3	4
Kenyamanan		4	3	1	2

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 6, diketahui bahwa peringkat yang diberikan responden untuk Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng yaitu: Keterjangkauan Harga dengan rating 4, Kesesuaian Harga dengan rating 3, Pelayanan dengan rating 2, Kebersihan dengan rating 3, Keragaman kegiatan dengan rating 3, Kemenarikan kegiatan dengan rating 2, Kemudahan Akses Transportasi dengan rating 1, Keamanan dengan rating 1, Fasilitas dengan rating 2 dan Kenyamanan dengan rating 4. Analisis CPM (*Competitive Profile Matrix*) digunakan untuk membandingkan Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng dengan agrowisata lain yang menjadi pesaing utamanya, yaitu Agrowisata Jambu Merah Ngargoyoso, Agrowisata Kebun Teh Kemuning PT. Rumpun Sari dan Agrowisata Kampoeng Karet. Faktor penentu keberhasilan, bobot dan peringkat yang telah diketahui, selanjutnya dianalisis dalam CPM (*Competitive Profile Matrix*)

Tabel 7. Hasil Analisis CPM (*Competitive Profil Matrix*)

Faktor Keberhasilan	Penentu	BOBOT	AGROWISATA							
			A		B		C		D	
			Rating	Skor	Rating	Skor	Rating	Skor	Rating	Skor
Keterjangkauan harga		0,0984	4	0,3936	2	0,1968	3	0,2952	1	0,0984
Kesesuaian harga		0,1051	3	0,3153	4	0,4204	2	0,2102	1	0,1051
Pelayanan		0,1024	2	0,2048	1	0,1024	3	0,3072	4	0,4096
Kebersihan		0,0984	3	0,2952	2	0,1968	1	0,0984	4	0,3936
Keragaman kegiatan		0,0984	3	0,2952	2	0,1968	1	0,0984	4	0,3936
kemenarikan kegiatan		0,1011	2	0,2022	3	0,3033	1	0,1011	4	0,4044
kemudahan akses transportasi		0,0985	1	0,0985	2	0,197	3	0,2955	4	0,394
keamanan		0,0997	1	0,0997	2	0,1994	4	0,3988	3	0,2991
Fasilitas		0,1025	2	0,3075	1	0,1025	3	0,205	4	0,41
Kenyamanan		0,0957	4	0,3828	3	0,2871	1	0,0957	2	0,1914
TOTAL		1,0000		2,4923		2,2025		2,208		3,0992

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

Keterangan :

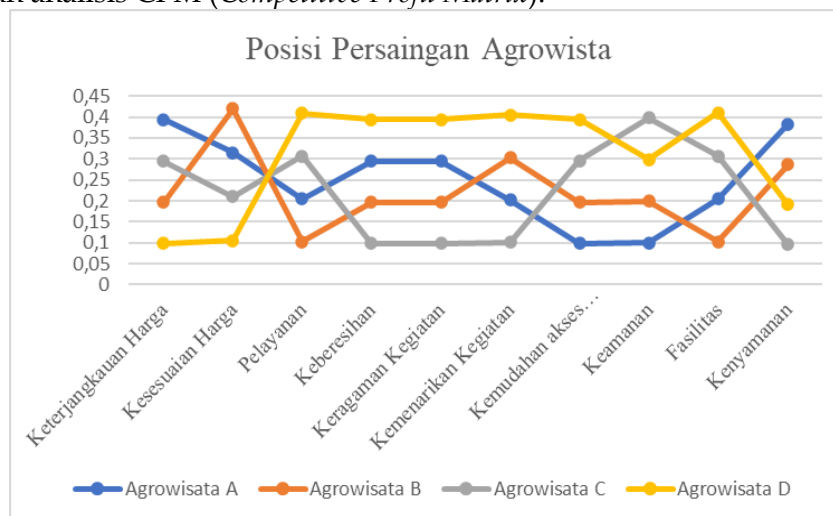
Agrowisata A : Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng

Agrowisata B : Agrowisata Jambu Merah Ngargoyoso

Agrowisata C : Agrowisata Kebun Teh Kemuning PT. Rumpun Sari

Agrowisata D : Agrowisata Kampoeng Karet

Berdasarkan tabel 7. Dapat diketahui bahwa Agrowisata A yakni Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah secara keseluruhan menempati posisi kedua dibandingkan dengan pesaing agrowisata lainnya yaitu Agrowisata B, Agrowisata C dan Agrowisata D. posisi pertama ditempati oleh Agrowisata D dengan perolehan total skor sebesar 3,0992. Posisi selanjutnya ditempati oleh Agrowisata A dengan perolehan total skor 2,4923. Posisi selanjutnya ditempati oleh Agrowisata C dengan perolehan total skor 2,208 dan Agrowisata B di posisi terakhir dengan perolehan total skor 2,2025. Dilihat dari selisih total skor antara Agrowisata A, Agrowisata B, Agrowisata C dan Agrowisata D yang tidak jauh berbeda, hal tersebut menunjukkan bahwa terjadi persaingan ketat antara agrowisata satu dengan yang lainnya. Berdasarkan Tabel 7, dapat diketahui penilaian yang diberikan responden terhadap agrowisata menghasilkan skor yang berbeda-beda pada setiap faktor penentu keberhasilan. Berikut ini adalah gambaran posisi persaingan Agrowisata A, Agrowisata B, Agrowisata C dan Agrowisata D. pada masing-masing faktor penentu keberhasilan berdasarkan analisis CPM (*Competitive Profil Matrix*).



Gambar 1. Posisi Persaingan Agrowisata

Berdasarkan Gambar 1, posisi persaingan agrowisata menggambarkan posisi relatif dari keempat agrowisata pada masing-masing faktor penentu keberhasilan. Kondisi persaingan terlihat pada masing-masing faktor penentu keberhasilan agrowisata. Posisi Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng dengan agrowisata pesaing lainnya adalah sebagai berikut :

a. Keterjangkauan Harga

Harga paket wisata yang paling terjangkau menurut responden yaitu harga Agrowisata A dengan perolehan skor (0,3936), posisi kedua ditempati Agrowisata C dengan perolehan skor (0,2952), posisi ketiga ditempati oleh Agrowisata B dengan perolehan skor (0,1968) dan untuk posisi keempat ditempati oleh Agrowisata D dengan perolehan skor (0,0984).

- b. Kesesuaian Harga
Untuk atribut kesesuaian harga yang menempati posisi pertama dengan perolehan skor tertinggi yaitu Agrowisata B dengan perolehan skor (0,4204), untuk posisi kedua ditempati oleh Agrowisata A dengan perolehan skor (0,3153), sedangkan posisi ketiga ditempati oleh Agrowisata C dengan perolehan skor (0,2102) dan untuk posisi terakhir ditempati oleh Agrowisata D dengan perolehan skor (0,1051).
- c. Pelayanan
Faktor pelayanan di Agrowisata A dengan skor (0,2048) menempati posisi ketiga setelah Agrowisata D dengan skor (0,4096) dan Agrowisata C dengan skor (0,3072). Sedangkan Agrowisata B menempati posisi terakhir dengan skor (0,2048)
- d. Kebersihan
Pada faktor kebersihan Agrowisata A yakni Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng dengan mendapat skor (0,2952) dimana menempati posisi kedua, untuk posisi pertama ditempati oleh Agrowisata D dengan mendapatkan skor (0,3936). Penilaian untuk posisi ketiga dan keempat ditempati oleh Agrowisata B dengan skor (0,1968) dan Agrowisata C dengan skor (0,0984)
- e. Keragaman Kegiatan
Pada keragaman kegiatan Agrowisata D menempati posisi pertama dengan perolehan skor (0,3936), untuk Agrowisata A menempati posisi ke dua dengan perolehan skor (0,2952). Untuk Agrowisata B menempati posisi ketiga dengan perolehan skor (0,1968), sedangkan untuk Agrowisata C menempati posisi keempat dengan perolehan skor (0,0984).
- f. Kemenarikan Kegiatan
Kemenarikan kegiatan merupakan faktor penting agar pengunjung merasa senang serta puas dan ingin datang kembali ke agrowisata tersebut jika kegiatan yang diberikan terasa menarik. Agrowisata A menempati posisi ketiga dibanding pesaing lainnya dengan skor (0,2022). Sedangkan posisi pertama ditempati oleh Agrowisata D dengan perolehan skor (0,4044). Untuk posisi kedua ditempati Agrowisata B dengan skor (0,3033) dan untuk posisi terakhir ditempati oleh Agrowisata C dengan perolehan skor (0,1011).
- g. Kemudahan Akses Transportasi
Atribut kemudahan akses transportasi untuk posisi pertama ditempati oleh Agrowisata D dengan perolehan skor (0,394). Untuk posisi kedua ditempati oleh Agrowisata C dengan perolehan skor (0,2955). Untuk Agrowisata B menempati posisi ketiga dengan perolehan skor (0,197). Sedangkan untuk Agrowisata A menempati posisi terakhir dengan perolehan skor (0,0985).
- h. Keamanan
Atribut keamanan Agrowisata C menempati posisi pertama dengan skor (0,3988). Untuk Agrowisata A menempati posisi keempat dengan skor (0,0997). Untuk Agrowisata D dan Agrowisata B menempati posisi kedua dan ketiga dengan perolehan skor (0,291) dan (0,1994).
- i. Fasilitas
Faktor fasilitas yang ada pada Agrowisata A menempati posisi ketiga dengan skor (0,205). Untuk posisi pertama ditempati oleh Agrowisata D dengan skor (0,41). Untuk posisi kedua ditempati Agrowisata C dengan skor (0,3075). Dan Agrowisata B dengan skor (0,1025) yang menempati posisi terakhir.

j. Kenyamanan

Kenyamanan menjadi salah satu hal yang penting dalam berwisata. Faktor kenyamanan Agrowisata A yang menempati posisi pertama dengan skor (0,3828). Disusul Agrowisata B dengan skor (0,2871) menempati posisi kedua. Untuk posisi ketiga dan keempat ditempati Agrowisata D dengan skor (0,1914) dan Agrowisata C dengan skor (0,0957).

3.2 Perumusan Alternatif Strategi Bersaing Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng

Perumusan Alternatif Strategi Bersaing yang dilakukan dalam penelitian ini mengacu pada hasil CPM (*Competitive Profil Matrix*) yang nantinya akan diperoleh hasil gambaran posisi bersaing Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng dengan pesaingnya. Strategi bersaing yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

- a. Dalam faktor kemudahan akses transportasi yang menuju ke lokasi Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng perlu adanya tambahan penunjuk jalan dari arah tempat wisata kebun teh bukit teletabis menuju ke Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng. Karena dengan adanya penunjuk jalan sangat membantu pengunjung untuk mempermudah menemukan lokasi Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng yang terletak di pedesaan dan jarang dilewati kendaraan angkutan umum.
- b. Dalam memberikan rasa aman terhadap pengunjung Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng perlu adanya melakukan perbaikan pada kualitas keamanan dapat dilakukan dengan proses pemilihan dan penempatan SDM (Sumber Daya Manusia), yaitu dengan cara menyusun kebijakan serta aturan yang jelas mengenai semua persyaratan bagi posisi-posisi pekerjaan yang akan diisi, serta menerapkan sistem yang baku sebagai pedoman kegiatan dan menambahkan petugas parkir untuk menjaga kendaraan pengunjung agar lebih aman.
- c. Melakukan perbaikan kualitas pelayanan, kemenarikan kegiatan dan menambah fasilitas pada agrowisata demi terciptanya kenyamanan pengunjung sehingga dapat menimbulkan kesan yang baik pada Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng terhadap pengunjung yang berkunjung ke agrowisata

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diperoleh kesimpulan bahwa Faktor penentu keberhasilan pada pengembangan Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng adalah keterjangkauan harga dengan rating 4 dan bobot (0,0984), kesesuaian harga dengan rating 3 dan bobot (0,1051), pelayanan dengan rating 2 dan bobot (0,1024), kebersihan dengan rating 3 dan bobot (0,0984), keragaman kegiatan dengan rating 3 dan bobot (0,0984), kemenarikan kegiatan dengan rating 2 dan bobot (0,1011), kemudahan akses transportasi dengan rating 1 dan bobot (0,0985), keamanan dengan rating 1 dan bobot (0,0997), fasilitas dengan rating 2 dan bobot (0,1025) dan kenyamanan dengan rating 4 dan bobot (0,0957). Berdasarkan hasil analisis CPM (*Competitive Profile Matrix*), Pada Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng (Agrowisata A) menempati posisi kedua dengan perolehan total skor (2,4923), posisi pertama di tempati oleh Agrowisata Kampoeng Karet (Agrowisata D) dengan perolehan total skor (3,0992), untuk Agrowisata Jambu Merah Ngargoyoso (Agrowisata B) menempati posisi ketiga dengan perolehan total skor (2,2025) dan

untuk posisi keempat ditempati oleh Agrowisata Kebun Teh Kemuning PT. Rumpun Sari (Agrowisata C) dengan perolehan total skor (2,208). Alternatif strategi bersaing yang dapat dirumuskan untuk Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng adalah Memberikan papan petunjuk jalan dari arah tempat wisata kebun teh bukit teletabis menuju ke Agrowisata Tanggul Asri Jambu Merah Gumeng. Melakukan perbaikan pada kualitas keamanan serta menambah petugas parkir untuk menjaga kendaraan pengunjung agar lebih aman. Melakukan perbaikan kualitas pelayanan, kemenarikan kegiatan dan menambah fasilitas pada agrowisata demi terciptanya kenyamanan pengunjung.

Ucapan terima Kasih (*Acknowledgments*)

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Rektor, dan Program Studi Agribisnis Universitas Veteran Bantara yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.

Daftar Pustaka / Daftar Referensi

- David F R. 2009. *Manajemen Strategis*. Salemba Empat. Jakarta
- David F R. 2012. *Manajemen Strategis Konsep: Edisi Kedua Belas*. Salemba Empat. Jakarta
- Harisudin, M. 2011. Competitive Profil Matrix sebagai Alat Analisis Strategi Pemasaran Produk atau Jasa. *JURNAL SEPA Vol 7 No 2 Hal 80-84*
- Irma Afia Salma dan Indah Susilowati. 2004. Analisis Permintaan Obyek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal Dengan Pendekatan Travel Cost. *JURNAL DINAMIKA PEMBANGUNAN Vol I No 2 Hal 153-165*
- Kinnear, TC. Taylor JR. Lamarto, Y. 1995. *Riset Pemasaran Pendekatan Terpadu*. Erlangga. Jakarta
- Purhanta, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Sahaja, Irwan. 2013. Bauran Pemasaran Jasa. <https://irwansahaja.blogspot.com/2013/05/bauran-pemasaran-jasa.html>. Diakses Tanggal 15 April 2021
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabet. Bandung