

Estimasi Nilai Ekonomi dan Strategi Pengelolaan Agro Eduwisata Organik Mulyaharja

Putri Intan Purnama, Ahyar Ismail

Department of Resource and Environmental Economics, Faculty of Economics and Management, IPB University, Indonesia

*Correspondence to: putriintan2901@gmail.com

Abstrak: Sektor pariwisata adalah sektor yang sangat potensial untuk meningkatkan perekonomian nasional. Aktivitas ekonomi dalam wisata sangat dipengaruhi oleh preferensi konsumen dalam memilih atraksi wisata. Aktivitas wisata terutama wisata alam menghasilkan layanan jasa lingkungan yang dapat diperhitungkan sebagai nilai ekonomi. Keterbatasan mekanisme pasar untuk mengukur nilai jasa wisata alam menyebabkan jasa wisata cenderung dinilai lebih rendah (*undervalue*). Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi pola permintaan wisatawan, mengestimasi nilai ekonomi, menganalisis daya dukung kawasan dan merumuskan strategi dalam mengelola kawasan wisata. Metode yang digunakan yaitu Analisis Deskriptif, *Travel Cost Method*, *Physical Carrying Capacity*, *Real Carrying Capacity* dan *Effective Carrying Capacity*, Analisis SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisatawan menilai Agro Eduwisata Organik dalam kondisi baik walaupun terdapat kekurangan pada aspek penilaian kualitas air, fasilitas wisata dan aksesibilitas. Tujuan wisatawan terhadap lokasi wisata yaitu wisatawan mengunjungi untuk menikmati pemandangan/*Landscape*. Nilai ekonomi wisata di kawasan yaitu sebesar Rp 256.250.000 per tahun. Secara umum daya dukung kawasan Agro Eduwisata Organik Mulyaharja mengalami *over carrying capacity* pada beberapa atraksi, tetapi pada atraksi lainnya masih *under carrying capacity*. Strategi yang menjadi prioritas utama yaitu mengevaluasi dan mengembangkan pembangunan objek wisata dengan berkerjasama dengan investor atau pemda.

Kata kunci: *Over carrying capacity*; pariwisata; pola permintaan; SWOT; *travel cost method*.

Abstract: *The tourism sector is a sector that has the potential to improve the national economy. Consumer preferences strongly influence economic activity in tourism in choosing tourist attractions. Tourism activities, especially nature tourism, produce environmental services that can be calculated as economic value. However, the limitations of market mechanisms to measure the value of natural tourism services cause tourism services to tend to be undervalued (undervalued). The purpose of this study is to identify patterns of tourist demand, estimate economic value, analyze the carrying capacity of the area, and formulate strategies for managing tourist areas. The methods used are Descriptive Analysis, Travel Cost Method, Physical Carrying Capacity, Real Carrying Capacity and Effective Carrying Capacity, SWOT Analysis, and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). The results showed that tourists rated Organic Agro Edutourism in good condition, although there were deficiencies in water quality assessment, tourist facilities, and accessibility. Tourists visit tourist sites to enjoy the scenery/landscape. The economic value in the area is IDR 256,250,000 per year. In general, the carrying capacity of the Mulyaharja Organic Agro-Edutourism area is experiencing over-carrying capacity at some attractions, but other attractions are still under-carrying capacity. The strategy that becomes the main priority is evaluating and developing the development of tourist objects in collaboration with investors or local governments.*

Keywords: demand patterns; *over carrying capacity*; SWOT; tourism; *travelcost method*.

Citation: Purnama, P.I. Ismail, A. (2023) Estimasi Nilai Ekonomi dan Strategi Pengelolaan Agro Eduwisata Organik Mulyaharja. *Indonesian Journal of Agricultural, Resource and Environmental Economics*, 3(1), 24-37.

DOI: <https://doi.org/10.29244/ijaree.v3i1.51243>

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang mempunyai kekayaan alam yang banyak serta beragam. Selain kekayaan alam, Indonesia juga memiliki kekayaan budaya dan adat istiadat. Hal ini menjadi keuntungan yang besar bagi negara Indonesia dalam berbagai sektor, seperti sektor industri, perdagangan, pertanian, dan pariwisata. Terdapat beberapa sektor yang bisa meningkatkan perekonomian Nasional seperti sektor pariwisata. Pada tahun 2020 sektor pariwisata berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebanyak 37,4%, di tahun 2021 angka ini meningkat menjadi 41,6% (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2022). Sektor pariwisata memberikan dampak positif pada perekonomian negara melalui kontribusinya terhadap PDB nasional, penerimaan devisa, kesempatan berusaha, penciptaan lapangan pekerjaan, dan pembangunan infrastruktur. Pertumbuhan dan perkembangan sektor pariwisata perlu diperhatikan agar manfaat yang diperoleh dari pengembangan sektor ini bisa berkelanjutan.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat potensial untuk dikembangkan. Hal ini ditunjukkan dengan tersebarnya pariwisata seperti, wisata alam, wisata pertanian, wisata sejarah, wisata pendidikan, wisata olahraga maupun wisata budaya (Islami, 2017). Indonesia memiliki lahan pertanian yang sangat luas. Agrowisata memanfaatkan usaha pertanian sebagai objek wisata yang menarik untuk dikunjungi. Serangkaian kegiatan pertanian mulai dari penanaman hingga pasca panen digunakan sebagai daya tarik tersendiri untuk kegiatan wisata. Agrowisata menggabungkan aktivitas pertanian dan pariwisata, banyak perkebunan besar di Indonesia yang berkembang menjadi obyek agrowisata. Daerah yang memiliki tanah subur dan pemandangan indah dapat dikembangkan dengan kegiatan agrowisata yang akan memiliki banyak manfaat (Pamulardi, 2006).

Pengembangan wisata pertanian atau agrowisata bisa memberikan manfaat yang besar. Selain mendapatkan pendapatan dari hasil jasa dan barang wisata lokasi wisata yang dikembangkan menjadi agrowisata juga bisa memperoleh pendapatan dari hasil penjualan budidaya tanaman (Bambang, 2006). Beberapa daerah di Jawa Barat sudah berkembang agrowisatanya dan banyak daerah lain yang berpotensi untuk mengembangkan agrowisata ini bagi kesejahteraan masyarakat dan kemajuan daerah, salah satunya yaitu Kota Bogor. Salah satu tempat wisata yang sedang berkembang di Kota Bogor adalah Agro Eduwisata Organik yang merupakan Kampung Tematik. Agro Eduwisata Organik Mulyaharja memiliki kawasan persawahan luas yang menjadi suatu daya tarik bagi para wisatawan. Objek wisata ini tepatnya berada di Kampung Ciharashas RT 05/RW 01 Kelurahan Mulyaharja, Kecamatan Bogor Selatan, Kota Bogor. Agro Eduwisata Organik Mulyaharja sendiri saat ini telah memiliki banyak atraksi wisata yang ditawarkan kepada wisatawan, antara lain: wisata edukasi yang terdiri atas paket edukasi cara menanam dan memanen padi organik serta wisata rekreasi menggunakan fasilitas penunjang untuk wisatawan yang ingin berswafoto bersama keluarga dan kerabat.

Agro Eduwisata Organik Mulyaharja merupakan tempat wisata yang memanfaatkan sumber daya alam yang merupakan barang pribadi (*private property*) sebagai modal utamanya. Jasa lingkungan berupa keindahan lanskap yang ditawarkan sebagian besar tidak memiliki nilai pasar, sehingga kawasan wisata tersebut belum menunjukkan nilai manfaat ekonomi yang sebenarnya dari jasa lingkungan yang diperoleh. Ketidakmampuan pasar untuk mengukur nilai wisata alam secara kuantitatif menyebabkan barang dan jasa lingkungan sering tidak dihargai atau sering dinilai dengan nilai yang lebih rendah dari seharusnya (*undervalue*). Hal ini membuat alokasi pemanfaatan sumberdaya berupa wisata alam menjadi kurang optimal. Oleh karena itu, diperlukan suatu pendekatan untuk mengestimasi nilai ekonomi dari jasa lingkungan yang ditawarkan dalam suatu kawasan wisata yang dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan kawasan lebih lanjut dan mendukung dalam mencapai alokasi sumber daya yang optimal.

Akses yang mudah dan terjangkau menuju Agro Eduwisata Organik Mulyaharja berpotensi meningkatkan kunjungan wisatawan yang berpotensi mengakibatkan *Over Carrying Capacity* atau berlebihnya kapasitas daya dukung kawasan wisata. Hal tersebut dapat mengakibatkan terjadinya kerusakan lingkungan pada kawasan wisata yang berpotensi mengganggu keberlanjutan atraksi wisata. Untuk mewujudkan wisata yang dapat memberikan manfaat optimal dan memperhatikan daya dukung, maka perlu disusun strategi pengelolaan wisata yang mempertimbangkan aspek-aspek keberlanjutan wisata seperti ekologi, ekonomi, sosial budaya, sarana prasarana dan kelembagaan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah; (1) mengidentifikasi pola permintaan wisatawan terhadap aktivitas wisata di Agro

Eduwisata Organik Mulyaharja; (2) mengestimasi nilai ekonomi Agro Eduwisata Organik Mulyaharja; (3) menganalisis daya dukung di kawasan Agro Eduwisata Organik Mulyaharja; (4) merumuskan strategi dalam mengelola kawasan Agro Eduwisata Organik Mulyaharja.

METODE

Penelitian dilaksanakan di Agro Eduwisata Organik Mulyaharja yang berlokasi di Jl. Mulyaharja RT 05 / RW 01 Kelurahan Mulyaharja, Kecamatan Bogor Selatan, Jawa Barat. Pemilihan lokasi dilakukan secara *purposive* (sengaja). Pengambilan data dilaksanakan pada bulan Februari-Maret 2022. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data observasi berdasarkan *cross-section* (ruang), berupa data primer dan data sekunder. Metode pengambilan sampel data primer untuk penelitian dilakukan secara *non-probability sampling* (non-acak) dengan metode *purposive sampling*. Responden dibagi menjadi 2 kelompok yaitu wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata dan *key person*. Responden wisatawan yang dipilih ialah wisatawan yang usianya minimal 20 tahun (diasumsikan mampu memberikan pandangan objektif, mewakili atau representatif dari populasi, baik keterwakilan demografi maupun cara kedatangan wisatawan dan sudah memiliki pendapatan sendiri). *Key person* yang dipilih dalam penelitian ini adalah pihak manajemen, pemasaran dan pengembangan.

Salah satu aspek terpenting yang berpengaruh pada permintaan wisata adalah preferensi konsumen. Oleh karena itu diperlukan informasi mengenai pola permintaan terhadap atraksi wisata, akomodasi, fasilitas pendukung, kesehatan dan kebersihan di Agro Eduwisata Organik Mulyaharja. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan melihat kapasitas potensi wisata dan jumlah wisatawan yang menginginkan serta wisatawan yang memanfaatkan. Selain itu juga wisatawan diminta menilai fasilitas wisata, kualitas air, kebersihan kawasan, keamanan dan pelayanan pengelola. Terdapat 3 indikator yang digunakan yaitu baik, sedang dan buruk pada penilaian. Untuk pola permintaan digunakan beberapa indikator seperti pada atraksi menggunakan indikator pemandangan, edukasi, dan *urban farming*. Pada kategori akomodasi indikatornya yaitu tersedia penginapan dan tidak tersedia penginapan. Pada fasilitas pendukung indikatornya pusat penjualan souvenir dan toilet yang bersih dan nyaman. Pada kategori kesehatan indikatornya sudah vaksin dan belum vaksin. Kategori kebersihan indikator nya sesuai protokol kesehatan dan belum sesuai protokol kesehatan.

Estimasi Nilai Ekonomi dengan *Travel Cost Method*

Nilai ekonomi manfaat Agro Eduwisata Organik Mulyaharja dihitung menggunakan *travel cost method* (biaya perjalanan). Nilai ekonomi objek wisata dapat diestimasi menggunakan fungsi permintaan *Individual Travel Cost Method* (ITCM). *Travel Cost Method* dilakukan dengan menggunakan informasi jumlah uang atau biaya yang dikeluarkan dan waktu yang dibutuhkan untuk sampai ke tempat rekreasi memperkirakan besarnya manfaat dari upaya perubahan kualitas lingkungan dari tempat rekreasi (Yakin, 1997). Biaya perjalanan (*travel cost*) menjadi salah satu alasan mengapa wisatawan memilih tujuan wisatanya. Wisatawan cenderung memperhatikan biaya sebelum bepergian karena tidak semua wisatawan memiliki dana yang besar (Ningrum and Septutyningasih 2017). Untuk penelitian ini akan digunakan jumlah kunjungan sebagai faktor dependen dan faktor independen nya yaitu total biaya perjalanan, persepsi terhadap lingkungan, waktu, dan pendidikan yang ditempuh. Adapun spesifikasi model permintaan wisata (*trip generation function*) sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e \quad (1)$$

Keterangan:

Y = Jumlah kunjungan 5 tahun terakhir (kali)

X₁ = Total biaya perjalanan yang dikeluarkan wisatawan (Rp)

X₂ = Persepsi terhadap lingkungan (*dummy*)

X₃ = Waktu (jam)

X₄ = Pendidikan yang ditempuh (tahun)

e = Error

Regresi yang digunakan yaitu regresi poisson karena distribusi data kunjungan wisata (variabel dependen) bersifat diskrit bukan data kontinyu. Salah satu syarat untuk pemenuhan uji regresi poisson yaitu Uji t (uji parsial) guna untuk mengetahui variabel-variabel yang berpengaruh signifikan secara parsial, dimana menggunakan taraf nyata sebesar 5%. Selanjutnya melakukan pengukuran biaya perjalanan wisatawan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$NE = SK \times TP \quad (2)$$

$$SK = \frac{N^2}{2b_1} \quad (3)$$

Keterangan :

NE = Nilai ekonomi kawasan wisata dalam setahun (Rp)

SK = Surplus konsumen (Rp)

N = Jumlah kedatangan yang dilakukan oleh individu i (kali kunjungan per tahun)

b_1 = Koefisien dari biaya perjalanan

TP = Total pengunjung dalam setahun (orang)

Dalam metode *Travel Cost Method (TCM)* ditekankan adanya surplus konsumen (SK). Surplus konsumen yakni perbedaan kesediaan mereka untuk membayar dengan jumlah yang dibayar wisatawan. Pendekatan SK digunakan untuk memperhitungkan Nilai Ekonomi Wisata dari kawasan Agro Eduwisata Organik Mulyaharja.

Analisis Daya dukung kawasan Agro Eduwisata Organik Mulyaharja

Daya dukung kawasan wisata dihitung dengan menggunakan konsep daya dukung kawasan. Daya dukung kawasan (DDK) adalah jumlah maksimum wisatawan yang secara fisik dapat ditampung di kawasan yang disediakan pada waktu tertentu tanpa menimbulkan gangguan pada alam dan manusia. Perhitungan daya dukung kawasan perlu dilakukan agar pengembangan wisata kedepannya tidak menurunkan kondisi fisik dan mutu lingkungannya. Daya Dukung Kawasan dimaksudkan untuk mencegah penggunaan terhadap tempat yang kelebihan dari kapasitas seharusnya. Hal ini sebagai upaya mencegah kerusakan ekosistem sejak dini (Helmi et al, 2013). Perhitungan daya dukung kawasan digunakan pendekatan untuk menghitung DDK (Cifuentes, 1992).

1. Daya Dukung Fisik/*Physical Carrying Capacity* (PCC) merupakan jumlah optimum pengunjung secara fisik tercukupi oleh ruang yang disediakan pada waktu tertentu, dengan rumus:

$$PCC = A \times B \times Rf \quad (4)$$

Keterangan :

A = luas area yang disediakan pengelola (m^2 /kegiatan)

B = rata-rata area yang dibutuhkan wisatawan untuk melakukan aktivitas dengan mencapai kepuasan (m^2)

Rf = faktor rotasi didapat dari membagi jumlah jam operasional dengan rata-rata lama waktu yang dihabiskan dalam satu kali kunjungan (menit).

2. Daya Dukung Riil/*Real Carrying Capacity* (RCC) merupakan jumlah optimum pengunjung yang diperkenankan datang ke lokasi wisata dengan faktor koreksi (C_f) yang diambil dari karakteristik objek yang diperlakukan dengan PCC. Faktor koreksi diperoleh dengan mempertimbangkan variabel biofisik, sosial, ekologi dan pengelolaan. RCC di hitung dengan rumus :

$$RCC = PCC \times (100 - C_{f1}/100) \times (100 - C_{f2}/100) \times (100 - C_{f3}/100) \quad (5)$$

Untuk perhitungan faktor koreksi (C_f): faktor koreksi dihitung dengan mempertimbangkan variabel yang di peroleh dari data lapangan yaitu iklim (curah hujan), kelerengan tanah, kepekaan terhadap erosi kemudian di hitung faktor koreksinya dengan rumus berikut:

$$C_f = Mn/Mt \times 100\% \quad (6)$$

Keterangan :

Mn = Batas besaran variabel.

Mt = Batas variabel total.

3. Daya Dukung Efektif/*Effective Carrying Capacity* (ECC) merupakan jumlah optimum kunjungan dimana lokasi wisata tetap lestari pada tingkat manajemen yang tersedia. Kapasitas manajemen adalah jumlah keseluruhan dari semua kondisi dalam kawasan lindung yang dapat difungsikan secara objektif dan sesuai dengan tujuan pengelolaan kawasan. Kapasitas manajemen dibatasi oleh kriteria sistem manajemen, jumlah staf pengelola dengan rumus:

$$ECC = RCC \times \text{faktor koreksi (MC)} \quad (7)$$

MC (*Management Capacity*) adalah jumlah petugas pengelola kawasan.

$$MC = R_n/R_t \times 100\% \quad (8)$$

R_n = Sumberdaya yang aktif di lokasi

R_t = Jumlah sumberdaya tetap pengelola

Analisis Strategi Pengelolaan Agro Eduwisata Organik Mulyaharja dengan Matriks SWOT dan QSPM

Tahap perumusan strategi dilakukan menggunakan analisis deskriptif dengan mengamati lokasi penelitian. Pada penelitian ini dilakukan juga analisis kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif didasarkan pada bobot, peringkat, dan skor, selanjutnya untuk analisis kualitatif yaitu penjelasan dari hasil kuantitatif. Tahap input dan tahap pencocokan dilakukan dengan menggunakan analisis yang terdiri dari matriks IFE, EFE, dan SWOT (David 2009), kemudian tahap ketiga disebut tahap keputusan, melibatkan strategi tunggal yaitu *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

1. *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE)

Selepas melakukan analisis lingkungan eksternal dan internal lalu hasilnya dimasukkan ke dalam matriks EFE dan IFE. Matriks *External Factor Evaluation* (EFE) yang ditujukan untuk merangkum dan menganalisis informasi mengenai peluang dan ancaman dari faktor eksternal. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) ditujukan untuk meringkas dan menganalisis kekuatan dan kelemahan utama dari analisis faktor internal dalam area fungsional bisnis (David, 2009).

2. Matriks Internal-Eksternal (IE)

Matriks IE adalah pemetaan total skor EFE dan total skor IFE yang memposisikan tempat wisata. Matriks IE didasarkan pada dua dimensi utama, yaitu total bobot skor total IFE pada sumbu *horizontal* (x) dan total bobot skor EFE pada sumbu *vertikal* (y).

3. Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (SWOT) dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

Analisis SWOT dilakukan untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal, dengan memaksimalkan kekuatan (S), meminimalkan kelemahan (W), memaksimalkan peluang (O), dan meminimalkan ancaman (T). SWOT menganalisis strategi SWOT antara faktor *eksternal* dan *internal*. Penggunaan analisis SWOT bertujuan untuk memilih dan mengidentifikasi strategi dan tujuan untuk menyelenggarakan program yang efektif dan efisien (Komara, 2016). Tidak semua strategi yang dikembangkan di matriks SWOT akan dipilih untuk diimplementasikan. Oleh karena itu, untuk menentukan strategi terbaik yang dapat diterapkan adalah pada tahap akhir, yaitu tahap keputusan. Alat analisis yang diterapkan pada tahap ini adalah *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Secara konseptual, QSPM menentukan daya tarik relatif dari berbagai strategi berdasarkan pada sejauh mana faktor kunci keberhasilan internal dan eksternal dimanfaatkan atau ditingkatkan (Susilowati et al, 2020). Matriks ini menggunakan input dari analisis tahap masukkan dan tahap pencocokan untuk menentukan secara objektif diantara alternatif strategi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Pola Permintaan Wisatawan terhadap Agro Eduwisata Organik Mulyaharja

Adanya ketidaksesuaian antara permintaan wisatawan dengan layanan yang disediakan Agro Eduwisata Organik Mulyaharja mengakibatkan tidak optimalnya pemanfaatan sumberdaya menjadi daya tarik wisata. Hasil identifikasi potensi wisata Agro Eduwisata Organik Mulyaharja dari segi permintaan wisatawan dapat digunakan sebagai rekomendasi bagi pengelola ketika melakukan pengembangan

wisata. Tidak hanya permintaan wisata yang dapat menjadi rekomendasi bagi pengelola, namun penilaian terhadap Agro Eduwisata Organik Mulyaharja juga sangat penting untuk diketahui agar pengelola dapat mengetahui aspek yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan. Wisatawan diminta menilai tentang aspek lingkungan seperti kualitas air, dan kebersihan lingkungan. Selain itu wisatawan memberikan penilaian mengenai atribut-atribut wisata yang meliputi kondisi fasilitas seperti mushola, toilet, dan tempat sampah. Wisatawan juga menilai mengenai keamanan, pelayanan pengelola objek wisata, dan aksesibilitas. Penilaian pola permintaan dan penilaian terhadap lokasi wisata dari 100 responden wisatawan dapat dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. Penilaian terhadap Agro Eduwisata Organik Mulyaharja

Kategori	Indikator (orang)		
	Baik	Sedang	Buruk
Kondisi Lingkungan			
Kualitas Air	67	31	2
Kebersihan Kawasan	85	15	-
Fasilitas wisata			
Mushola	51	44	5
Toilet	61	36	3
Tempat sampah	70	27	3
Keamanan	64	36	-
Pelayanan pengelola	83	17	-
Aksesibilitas	56	42	2

Berdasarkan Tabel 1 kualitas air di Agro Eduwisata Organik Mulyaharja dinilai masih buruk oleh 2 responden, hal tersebut dikarenakan air yang digunakan kotor, berwarna dan sedikit berbau saat terjadi hujan. Mushola juga masih dinilai buruk oleh responden karena mushola yang disediakan kondisi bangunannya kurang memadai, toilet juga masih ada yang dinilai buruk karena kebersihan toilet kurang bersih. Tempat sampah yang dinilai buruk karena tempat sampah yang tidak memadai dan terakhir yang masih dinilai buruk yaitu aksesibilitas menuju lokasi, karena aksesibilitas menuju Agro Eduwisata Organik Mulyaharja bebatuan, berlubang dan sempit sehingga mengganggu perjalanan menuju lokasi. Selanjut nya ada pola permintaan wisatawan terhadap Agro Eduwisata Organik Mulyaharja.

Tabel 2. Permintaan wisatawan terhadap Agro Eduwisata Organik Mulyaharja

Kategori	Jumlah (orang)/Ya	Tidak
Atraksi		
Pemandangan/Landscape	86	-
Edukasi	12	-
Urban Farming	2	-
Akomodasi		
Rencana menginap	85	15
Ingin ada penginapan di lokasi	80	20
Hotel	11	-
Homestay	78	-
Lainnya (Glamping)	11	-
Fasilitas pendukung		
Penjualan souvenir	19	-
Toilet yang bersih	32	-
Pusat kuliner	49	-

Berdasarkan Tabel 2 wisatawan yang berkunjung kebanyakan untuk menikmati pemandangan sawah yang ada. Wisatawan juga memiliki rencana menginap dengan jenis penginapan yang diinginkan yaitu *homestay*, sehingga wisatawan berharap pengelola wisata menyediakan penginapan *homestay*. Wisatawan juga berharap di Agro Eduwisata Organik Mulyaharja ini memiliki fasilitas pendukung seperti pusat kuliner

Nilai Ekonomi Wisata Agro Eduwisata Organik Mulyaharja

Individual Travel Cost Method (ITCM) digunakan untuk mengestimasi nilai ekonomi dari layanan wisata Agro Eduwisata Organik Mulyaharja. Menghitung nilai ekonomi dalam pendekatan TCM dibutuhkan data biaya perjalanan yang dibelanjakan untuk biaya perjalanan oleh responden. Data tersebut kemudian diolah untuk menghasilkan koefisien dari hasil model regresi *trip generation function* sebagai *proxy*/pendekatan untuk menghitung nilai surplus konsumen dari kunjungan wisatawan. Regresi yang dipakai di penelitian ini yaitu model regresi poisson dengan melakukan uji parsial dengan model regresi:

$$Y = 0.665 - 0.169 X_1 - 0.289 X_2 - 0.103 X_3 - 0.006 X_4$$

Keterangan:

- Y = Jumlah kunjungan 5 tahun terakhir (kali)
- X₁ = Total biaya perjalanan yang dikeluarkan wisatawan (Rp)
- X₂ = Presepsi terhadap lingkungan (dummy)
- X₃ = Waktu (jam)
- X₄ = Pendidikan yang ditempuh (tahun)

Hasil dari uji poisson ialah korelasi antara biaya dan variabel dependen adalah negatif, maka ketika biaya naik akan menyebabkan variabel dependen (jumlah kunjungan) turun dimana kondisi ini telah sesuai dengan teori permintaan (koefisien negatif). Hasil nilai signifikan pada regresi poisson juga lebih kecil dari taraf nyata 5%, sehingga berpengaruh secara signifikan. Koefisien biaya perjalanan sebesar (-0.00000289), dimana nilai tersebut negatif artinya semakin kecil biaya perjalanan ke kawasan maka akan semakin tinggi tingkat kunjungan, sebaliknya biaya perjalanan untuk mengunjungi suatu objek wisata meningkat, maka permintaan untuk mengunjungi objek wisata tersebut akan menurun (Wardhani, *et.al* 2023). Koefisien biaya perjalanan didapatkan dengan melakukan regresi poisson menggunakan variabel dependen yaitu jumlah kunjungan dan variabel independen nya yaitu total biaya perjalanan, persepsi terhadap lingkungan, waktu, dan pendidikan yang ditempuh.

Tabel 3. Nilai ekonomi kawasan wisata Agro Eduwisata Organik Mulyaharja

Keterangan	Nilai
Jumlah responden (orang) (a)	100
Jumlah Kunjungan responden (kali/tahun) (b)	166
Jumlah Kunjungan wisatawan tahun 2021 (kali) (c)	50.000
Koefisien biaya perjalanan (d)	-0.0000028900
Total surplus konsumen (Rp) (e)	84.775.087
Surplus Konsumen/individu (Rp) (f) = e/a	847.751
Surplus konsumen/individu/kunjungan (Rp) (g)=f/b	5.107
Nilai Ekonomi wisata (Rp) (h)= g x c	256.250.000

Mengacu kepada Tabel 3, total kunjungan wisatawan Agro Eduwisata Organik Mulyaharja selama satu tahun sebesar 166 kali kunjungan dari total 100 responden. Jumlah tersebut relatif rendah karena sebagian responden hanya berkunjung satu kali ke Agro Eduwisata Organik Mulyaharja selama satu tahun terakhir. Surplus konsumen wisatawan terhadap Agro Eduwisata Organik Mulyaharja sebesar Rp 5.107 perorang/kunjungan, sehingga didapatkan nilai ekonomi sebesar Rp 256.250.000 pertahun. Nilai ekonomi Agro Eduwisata Organik Mulyaharja tersebut merupakan hasil dari mengalikan surplus konsumen perkunjungan individu dengan jumlah kunjungan wisatawan yang datang Agro Eduwisata Organik Mulyaharja pada satu tahun terakhir. Pengembangan wisata dapat memperhatikan jumlah anggota keluarga, pengetahuan mengenai objek wisata, dan kebersihan lingkungan wisatanya (Choirunisa, 2022)

Daya Dukung Kawasan Agro Eduwisata Organik Mulyaharja

Daya dukung kawasan wisata Agro Eduwisata Organik Mulyaharja merupakan jumlah maksimum wisatawan yang dapat ditampung oleh kawasan wisata berdasarkan aktivitas wisata yang dilakukan.

1. Hasil Perhitungan Daya Dukung Fisik/*Physical Carrying Capacity* (PCC)

Perhitungan daya dukung kawasan per aktivitas memerlukan data luas dan waktu yang disediakan oleh pengelola untuk aktivitas tersebut, serta luas dan waktu yang diperlukan wisatawan berdasarkan preferensi dominan. Tabel 4 menunjukkan kawasan Agro Eduwisata Organik Mulyaharja dapat menampung sebanyak 1.028 wisatawan per hari untuk keseluruhan atraksi yang tersedia.

Tabel 4. Nilai daya dukung fisik (PCC) Agro Eduwisata Organik Mulyaharja

No	Kegiatan wisata	Luas	Kebutuhan ruang gerak	Faktor rotasi (Rf)	Nilai PCC
		area	<i>/full capacity</i>		
		a	b	C	d=((a/b)*c)
		(m ²)	(m ² /orang/unit)		(orang/unit/hari)
1	Makan di Gazebo	8	1,88	11,53	49
2	Foto Spot 1	8	1,37	85,71	501
3	Foto Spot 2	150	150,00	110,00	110
4	Foto Spot 3	2	1,14	94,29	165
5	Berkebun	20	1,41	11,15	158
6	Memberi makan kambing	10	10,00*	6,60	7
7	Memberi makan sapi	50	8,00*	2,64	17
8	Tempat parkir				
	Motor	5	3,28	7,83	12
	Mobil	10	6,80	6,79	10
Nilai PCC Agro Eduwisata Organik Mulyaharja					1.028

Keterangan : *Khusus memberi makan sapi dan kambing pendekatan *full capacity* menggunakan data jumlah sapi dan kambing yang tersedia

2. Hasil Perhitungan Daya Dukung Riil/*Real Carrying Capacity* (RCC)

Nilai PCC digunakan sebagai nilai dasar dalam menghitung nilai RCC dengan penyesuaian parameter biofisik di lokasi wisata, sehingga nilai RCC akan lebih kecil dari nilai PCC. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan studi literatur maka diperoleh faktor-faktor kondisi biofisik yang menjadi faktor koreksi/pembatas di Agro Eduwisata Organik Mulyaharja, yaitu (1) faktor curah hujan/iklim, (2) faktor kelerengan tanah, dan (3) faktor kepekaan terhadap erosi. Berikut adalah penghitungan daya dukung riil.

Tabel 5. Nilai daya dukung riil (RCC) Agro Eduwisata Organik Mulyaharja

No	Atraksi	Nilai Faktor Koreksi			Nilai PCC	Nilai RCC
		(Cf1)	(Cf2)	(Cf3)	(pengunjung/hari)	(pengunjung/hari)
		a	b	c	d	e = a x b x c x d
1	Makan di Gazebo	0.96	0.8	0.2	49	8
2	Foto Spot 1	0.96	0.8	0.2	501	77
3	Foto Spot 2	0.96	0.8	0.2	110	17
4	Foto Spot 3	0.96	0.8	0.2	165	26
5	Berkebun	0.96	0.8	0.2	158	24
6	Memberi makan kambing	0.96	0.8	0.2	7	1
7	Memberi makan sapi	0.96	0.8	0.2	7	3
8	Tempat Parkir					
	Motor	0.96	0.8	0.2	12	2
	Mobil	0.96	0.8	0.2	10	2
Jumlah Nilai RCC						159

3. Hasil perhitungan Daya Dukung Efektif/Effective Carrying Capacity (ECC)

Atraksi foto-foto dan memberi makan kambing belum dapat di hitung daya dukung efektifnya karena tidak ada alokasi khusus petugas pengelola untuk atraksi tersebut. Hasil perhitungan jumlah pengunjung yang dapat ditampung pada atraksi foto-foto dan memberi makan kambing hanya sebatas perhitungan dari daya dukung fisik (PCC) dan daya dukung riil (RCC). Selanjutnya untuk menghitung nilai daya dukung efektif (ECC) dengan mengalikan faktor koreksi kapasitas manajemen dengan nilai RCC yang terdapat pada Tabel 6.

Tabel 6. Nilai daya dukung efektif (ECC) Agro Eduwisata Organik Mulyaharja

No	Atraksi	Nilai RCC	Rn	MC	Nilai	Nilai ECC
		(pengunjung/hari)		Rt		d = (b/c) x 100%
		a	b	c		e = a x d
1	Makan di Gazebo	8	9	14	64.29%	5
2	Berkebun	24	9	14	64.29%	16
3	Memberi makan sapi	3	9	14	64.29%	2
4	Tempat Parkir					
	Motor	2	18	28	64.29%	1
	Mobil	2	18	28	64.29%	1
Jumlah Nilai ECC						25

Keterangan : Rn = sumberdaya yang aktif di lokasi, Rt = jumlah sumberdaya tetap pengelola

Selanjutnya melakukan perbandingan antara daya dukung pada setiap tingkatan PCC, RCC dan ECC dengan jumlah rata-rata pengunjung pada saat *low-season* dan *peak-season*. Berdasarkan hasil perhitungan sebagian atraksi di Agro Eduwisata Organik Mulyaharja mengalami *Over Carrying Capacity* (OCC) atau melebihi kapasitas daya dukung kawasan. Perbandingan dapat dilihat pada penyajian Tabel 7.

Tabel 7. Perbandingan nilai PCC, RCC, dan ECC dengan jumlah rata-rata kunjungan di Agro Eduwisata Organik Mulyahrja

No	Atraksi	Tingkat Daya Dukung	Low-Season			Peak-season	
			Daya Dukung (orang/hari)	Rata-rata pengunjung (orang/hari)	Ket	Rata-rata pengunjung (orang/hari)	Ket
1	Makan di gazebo	PCC	49	50	OCC	100	OCC
		RCC	8	50	OCC	100	OCC
		ECC	5	50	OCC	100	OCC
2	Foto Spot 1	PCC	501	100	UCC	250	UCC
		RCC	77	100	OCC	250	OCC
		ECC	-	-	-	-	-
3	Foto Spot 2	PCC	110	100	UCC	250	OCC
		RCC	17	100	OCC	250	OCC
		ECC	-	-	-	-	-
4	Foto Spot 3	PCC	165	100	UCC	250	OCC
		RCC	26	100	OCC	250	OCC
		ECC	-	-	-	-	-
5	Berkebun	PCC	158	50	UCC	100	UCC
		RCC	24	50	OCC	100	OCC
		ECC	16	50	OCC	100	OCC
6	Memberi	PCC	7	100	OCC	250	OCC

No	Atraksi	Tingkat Daya Dukung	Low-Season			Peak-season	
			Daya Dukung (orang/hari)	Rata-rata pengunjung (orang/hari)	Ket	Rata-rata pengunjung (orang/hari)	Ket
	makan kambing	RCC	1	100	OCC	250	OCC
		ECC	-	-	-	-	-
7	Memberi Makan sapi	PCC	17	50	OCC	100	OCC
		RCC	3	50	OCC	100	OCC
		ECC	2	50	OCC	100	OCC
8	Tempat parkir						
	Motor	PCC	12	100	OCC	250	OCC
		RCC	2	100	OCC	250	OCC
		ECC	1	100	OCC	250	OCC
	Mobil	PCC	10	100	OCC	250	OCC
		RCC	2	100	OCC	250	OCC
		ECC	1	100	OCC	250	OCC

Keterangan: UCC = *under carrying capacity*, OCC = *over carrying capacity*

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 7, sebagian atraksi di Agro Eduwisata Organik Mulyaharja mengalami *Over Carrying Capacity* (OCC) atau melebihi kapasitas daya dukung kawasan. Atraksi wisata yang mengalami *Under Carrying Capacity* (UCC) pada saat *low-season* maupun *peak-season* adalah foto spot 1 dan berkebun pada tingkat PCC. Perhitungan pada Tabel 7 adalah asumsi kunjungan berdasarkan persepsi dari pihak pengelola, dimana hanya memperhitungkan kebutuhan wisatawan dan tidak memperhitungkan waktu selama menikmati atraksi tersebut.

Analisis Strategi Pengelolaan Agro Eduwisata Organik Mulyaharja

Analisis *Strength Weakness Opportunity and Threat* (SWOT) digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman pada pengelolaan objek wisata. Pihak pengelola Agro Eduwisata Organik Mulyaharja dapat menjadikan hasil dan data analisis SWOT yang dilakukan sebagai alternatif strategi dan dasar perumusan rekomendasi untuk pengembangan objek wisata pada Agro Eduwisata Organik Mulyaharja. Responden *key person* untuk pengisian kuesioner SWOT berjumlah tiga orang. Perancangan strategi ini terdiri atas tiga tahapan, yaitu tahap masukan (*Input Stage*), tahap pencocokan, dan yang terakhir tahap keputusan (*Decision Stage*) yang merupakan tahap penentuan strategi alternatif dari matriks QSPM.

1. Tahap masukan (*Input stage*)

Tahap *Input Stage* mengklasifikasikan faktor-faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan ke dalam matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) serta faktor-faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman ke dalam matriks EFE (*External Factor Evaluation*).

a. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Pembobotan merupakan bagian dari *Input Stage* dengan perhitungan nilai rata-rata dari responden yang membandingkan masing-masing faktor internal yang dianggap mempengaruhi objek kawasan wisata Agro Eduwisata Organik Mulyaharja. Faktor internal yang merupakan kekuatan utama pada Agro Eduwisata Organik Mulyaharja ialah memiliki pemandangan sawah yang luas. Faktor internal yang merupakan kelemahan utama pada Agro Eduwisata Organik Mulyaharja ialah masih terdapat fasilitas yang belum baik. Hasil matriks IFE dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Matriks IFE

No	Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
Kekuatan				
1	Memiliki pemandangan sawah organik yang luas	0,22	4,0	0,89
2	Hubungan komunikasi yang baik antar pengelola	0,18	3,7	0,65
3	Adanya promosi dan pemasaran objek wisata	0,22	4,0	0,87
Kelemahan				
1	Masih terdapat fasilitas yang belum baik	0,15	2,7	0,40
2	Sulitnya aksesibilitas menuju objek wisata	0,12	2,7	0,31
3	Kurangnya kebersihan kawasan wisata	0,12	3,3	0,39
Total				3,51

b. Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Matriks EFE menggambarkan pengaruh faktor-faktor eksternal terhadap Agro Eduwisata Organik Mulyaharja. Berdasarkan Tabel 9 diketahui peluang bagi Agro Eduwisata Organik Mulyaharja yaitu dukungan pemerintah daerah (pemda). Ancaman bagi Agro Eduwisata Organik Mulyaharja yaitu menumpuknya aktivitas wisatawan di suatu area, hal tersebut dapat merusak Agro Eduwisata Organik Mulyaharja menjadi wisata tidak berkelanjutan.

Tabel 9. Matriks EFE

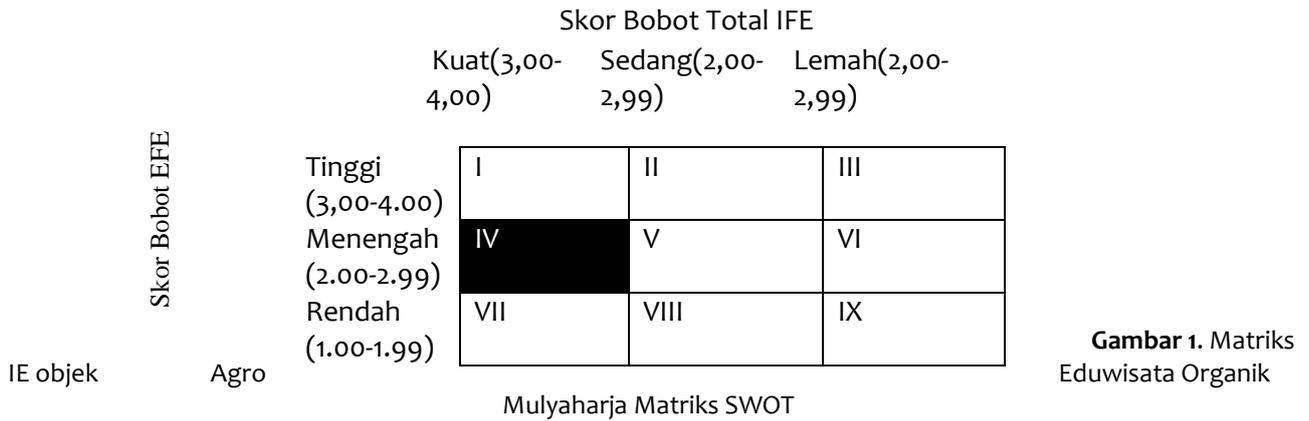
No	Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor Bobot
Peluang				
1	Dukungan pemerintah daerah	0,15	4,0	0,62
2	Peluang investasi	0,13	3,3	0,44
3	Bogor menjadi daerah tujuan wisata di Jawa Barat	0,17	3,7	0,61
4	Partisipasi dan kesadaran masyarakat dalam pengelolaan kawasan wisata	0,15	3,3	0,50
Ancaman				
1	Menumpuknya aktivitas wisatawan di suatu area yang mengancam kelestarian lingkungan kawasan wisata	0,10	2,0	0,20
2	Sampah dan Vandalisme	0,09	1,0	0,09
3	Kondisi lalu lintas menuju objek wisata yang senantiasa macet	0,11	1,3	0,15
4	Kedadaan cuaca ekstrem atau debit air hujan meningkat	0,10	1,7	0,16
Total				2,77

2. Tahap pencocokan

Tahap pencocokan merupakan tahapan untuk memformulasikan strategi berdasarkan hasil analisis pada faktor-faktor strategi internal dan eksternal.

a. Matriks Internal-Eksternal (IE)

Matriks IE didasarkan pada dua dimensi kunci yaitu skor bobot IFE total pada sumbu X dan skor bobot EFE total pada sumbu Y. Faktor-faktor strategis internal pada objek wisata Agro Eduwisata Organik Mulyaharja didapatkan hasil skor bobot IFE sebesar 3,51, sedangkan skor bobot EFE sebesar 2,77. Pemetaan matriks IE menunjukkan bahwa nilai skor bobot perpaduan antara IFE dan EFE Agro Eduwisata Organik Mulyaharja berada pada sel IV. Menurut David (2009), apabila pemetaan matriks IE terdapat pada sel I, II, atau IV maka berimplikasi pada strategi tumbuh dan membangun (*grow and build*). Strategi yang dapat dilakukan antara lain strategi yang intensif seperti penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.



Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap keberlangsungan wisata, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut ke dalam model SWOT. Analisis strategi adalah alat untuk mencocokkan empat strategi utama yaitu strategi SO (*Strengths-Opportunities*), strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), strategi ST (*Strengths-Threats*), dan strategi WT (*Weaknesses-Threats*). Analisis Matriks SWOT dilakukan dengan cara menyesuaikan faktor internal dan faktor eksternal dari hasil analisis matriks IFE dan EFE. Alternatif tersebut dapat dijelaskan dengan matriks SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Formulasi strategi pada Agro Eduwisata Organik Mulyaharja

Faktor Internal	<p>Kekuatan (<i>Strenghts</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> Memiliki pandangan sawah organik yang luas. Hubungan komunikasi yang baik antar pengelola. Adanya promosi dan pemasaran objek wisata. 	<p>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> Masih terdapat fasilitas yang belum baik. Sulitnya aksesibilitas menuju objek wisata. Kurangnya kebersihan kawasan wisata.
Faktor Eksternal		
<p>Peluang (<i>Opportunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> Dukungan pemerintah daerah. Peluang investasi. Bogor menjadi daerah tujuan wisata di Jawa Barat. Partisipasi dan kesadaran masyarakat dalam pengelolaan kawasan wisata. 	<p>Strategi SO</p> <p>Mengevaluasi dan mengembangkan pembangunan objek wisata dengan bekerjasama dengan investor atau pemda. (S2, S3, O1, O2, O3, O4)</p>	<p>Strategi WO</p> <p>Meningkatkan sarana dan prasarana yang ada di kawasan. (W1, W3, O4)</p>
<p>Ancaman (<i>Threats</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> Menumpuknya aktivitas wisatawan di suatu area yang mengancam kelestarian lingkungan kawasan wisata. Sampah dan Vandalisme. Kondisi lalu lintas menuju objek wisata yang senantiasa macet. Keadaan cuaca ekstrem atau debit air hujan meningkat. 	<p>Strategi ST</p> <p>Pengembangan atraksi wisata dan perawatan kawasan wisata untuk meminimalisir terjadinya kerusakan lingkungan secara terus menerus (S1,T1, T2, T4)</p>	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> Memperbaiki aksesibilitas jalan yang ada. (W2, T3) Menambah tempat sampah pada titik tertentu di objek wisata. (W3, T2)

3. Tahap keputusan (*Decision Stage*)

Tahap keputusan yaitu tahap terakhir dalam analisis strategi pengembangan dengan menentukan alternatif strategi. Untuk menentukan prioritas strategi, digunakan alat analisis *Quantitative Starategi Planning Matrix (QSPM)*. Hasil dari analisis matriks SWOT menghasilkan 4 alternatif strategi. Diperoleh

strategi terbaik dengan QSPM adalah strategi SO, yaitu mengevaluasi dan mengembangkan pembangunan objek wisata dengan berkerjasama dengan investor atau pemda memiliki TAS (*Total Atractive Score*) tertinggi yaitu sebesar 6,52. Strategi yang menempati prioritas kedua adalah meningkatkan sarana dan prasarana yang ada di kawasan dengan nilai TAS sebesar 6,07. Strategi yang menempati posisi ketiga adalah pengembangan atraksi wisata dan perawatan kawasan wisata untuk meminimalisir terjadinya kerusakan lingkungan secara terus menerus dengan nilai TAS sebesar 6,03. Strategi yang menempati kelima adalah memperbaiki aksesibilitas jalan yang ada dengan nilai TAS sebesar 5,67 dan strategi yang terakhir adalah menambah tempat sampah pada titik tertentu di objek wisata dengan nilai TAS sebesar 5,54.

Tabel 11. Matriks perencanaan strategi kuantitatif (QSPM)

No	Alternatif Strategi	Jumlahtotal nilai daya tarik STAS	Peringkat
1	Mengevaluasi dan mengembangkan pembangunan objek wisata dengan bekerjasama dengan investor atau pemda.	6,52	1
2	Meningkatkan sarana dan prasarana yang ada di kawasan.	6,07	2
3	Pengembangan atraksi wisata dan perawatan kawasan wisata untuk meminimalisir terjadinya kerusakan lingkungan secara terus menerus.	6,03	3
4	Memperbaiki aksesibilitas jalan yang ada.	5,67	4
5	Menambah tempat sampah pada titik tertentu di objek wisata.	5,54	5

SIMPULAN

Agro Eduwisata Organik Mulyaharja adalah tempat wisata dengan memanfaatkan sumber daya alam yang merupakan barang pribadi (*private property*) sebagai modal utamanya. Penilaian wisatawan tentang aktivitas di Agro Eduwisata Organik Mulyaharja saat ini dalam kondisi baik namun masih terdapat hal yang kurang dan perlu diperbaiki, yaitu kualitas air, mushola, toilet, tempat sampah, dan aksesibilitas. Tujuan utama responden untuk berkunjung adalah untuk menikmati pemandangan. Selain itu responden juga mempunyai rencana untuk menginap dengan preferensi bentuk penginapan *homestay*. Responden juga mengharapkan fasilitas pendukung seperti pusat kuliner. Nilai ekonomi di Agro Eduwisata Organik Mulyaharja yaitu sebesar Rp 256.250.000 per tahun. Nilai ekonomi tersebut menunjukkan bahwa Agro Eduwisata Organik Mulyaharja mempunyai fungsi penyediaan jasa lingkungan dari aktivitas wisata.

Pada aspek daya dukung (*carrying capacity*), secara umum pada kawasan Agro Eduwisata Organik Mulyaharja banyak atraksi yang melebihi kapasitas daya dukung kawasan atau *over carrying capacity* (OCC), namun masih ada yang dibawah kapasitas daya dukung atau *under carrying capacity* (UCC) pada saat *low-season* maupun *peak-season* seperti foto spot 1 dan berkebum. Berdasarkan pemetaan IFE dan EFE, kawasan Agro Eduwisata Organik Mulyaharja ada disel IV yang mengindikasikan pada kondisi tumbuh dan membangun (*grow and build*). Berdasarkan analisis QSPM, strategi yang menjadi prioritas utama dari beberapa strategi yang dirumuskan yakni mengevaluasi dan mengembangkan pembangunan objek wisata dengan berkerjasama dengan investor atau pemda.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda BF, Sanjaya VF, Susilowati A, Wahyuni A, Yusuf A. (2020). Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Dengan Pendekatan Analisis Swot dan Metode QSPM (Studi Kasus Murbay Konveksi). Jurnal Syntax Admiration. Vol 1 No. 3 Juli 2020. p-ISSN : 2722-7782 e-ISSN : 2722-5356.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. (2019). *Neraca Satelit Pariwisata Nasional (Nesparnas) 2017*. Jakarta : Badan Pusat Statistik
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2020. *Laporan Perekonomian Indonesia 2020*. Jakarta: Badan Pusat Statistik

- Choirunisa, I., & Tampubolon, B. I. (2022). Estimasi Nilai Ekonomi dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisata Tandon Ciater Kota Tangerang Selatan Provinsi Banten. *Indonesian Journal of Agriculture Resource and Environmental Economics*, 1(2), 82-95.
- Cifuentes M. (1992). Determination de Capacidad de Carga Truistica en Areas Protegidas. Publication Patrocinada Por el Fondo Mundial para La Naturaeza WWF. Serie Tecnica Informe Tecnico No.194. Centro Agrnomico Tropical de Investigacion Y Ensenza CATIE, Program de Manejo Intergrado de
- David Fred, R., & Forest, D. (2016). *Manajemen Strategik: Suatu pendekatan Keunggulan Bersaing–Konsep*. Jakarta Selatan. Salemba Empat.
- David Fred. (2009). *Strategic Management*. Jakarta : Salemba Empat.
- Nugraha, H. P., Indarjo, A., & Helmi, M. (2013). Studi kesesuaian dan daya dukung kawasan untuk rekreasi pantai di Pantai Panjang Kota Bengkulu. *Journal of Marine Research*, 2(2), 130-139.
- Islami, A. F. (2017). Dampak Ekonomi dan Strategi Pengelolaan Wana Wisata Curug Putri Kencana Kabupaten Bogor.[Skripsi]. Institut Pertanian Bogor.
- Nugroho, I. F., Pramudita, D., & Ekayani, M. (2022). Dampak Ekonomi dan Pengembangan Wisata Telaga Ngebel, Kecamatan Ngebel, Kabupaten Ponorogo. *Indonesian Journal of Agriculture Resource and Environmental Economics*, 1(1), 11-24.
- Komara, S. (2016). Pengelolaan Pondok Pesantren Berbasis Kewirausahaan di Pondok Pesantren Nurul Barokah Kabupaten Majalengka. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 1(1), 68–79.
- Libosada C. 1998. *Ecotourism In The Philippines*. Makaty City (PH): Bookmark.
- Ningrum CM, Septutyningasih E. (2017). Estimasi Nilai Ekonomi Objek Wisata Pantai Goa Cemara Kabupaten Bantul: Pendekatan Travel Cost Method. *Balance Vol. XIV No. 2*.
- Pamulardi B. 2006. Pengembangan Agrowisata Berwawasan Lingkungan (Studi Kasus Desa Wisata Tingkir, Salatiga) [Tesis]. Semarang(ID): Universitas Diponegoro.
- Priambodo O, Suhartini. 2016. Valuasi Ekonomi Kusuma Agrowisata Kota Batu, Jawa Timur "Economic Valuati on of Kusuma Agrowisata Batu City, East Java". *Jurnal habitat Volume. 27, Nomor . 3, Halaman . 122-132*, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya.
- Puspitasari LN, penerjemah; Mandasari D, editor. Jakarta (ID): Penerbit Salemba Empat. Terjemahan dari: *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Case*. Edke-15.
- Rangkuti, F. (2005). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk menghadapi Abad 21. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta (ID).
- Rangkuti, F. (2008). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta (ID): PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta (ID): PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wardhani, E.A.K. Handayani, H.Zahra A.S. Hasan, M.J. Arlina E.O(2023). Nilai Ekonomi Objek Taman Wisata Sungai Mudal Menggunakan Metode *Individual Travel Cost Method*. *Indonesian Journal of Agricultural, Resource and Environmental Economics*, 2(2), 78-87.
- Yakin, A. (1997). Ekonomi sumberdaya dan lingkungan. *Teori dan Kebijakan Pembangunan Berkelanjutan*. Jakarta: Akademika Presindo.