

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA
CAFE ATTAYA DI DESA PASLATEN KECAMATAN KAKAS KABUPATEN MINAHASA
PROVINSI SULAWESI UTARA**

*Cafe Attaya Agrotourism Development Strategy in Paslaten Village Kakas District Minahasa
Regency North Sulawesi Province*

**Ira Dita Stevani Manihuruk, Gene H. M. Kapantow, dan Jenny Baroleh
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi**

ABSTRACT

Tourism activities are not only an alternative for recreational activities, but these activities can increase income, if managed properly. For this reason, the right strategy is needed so that a business can develop properly. One of the businesses that is developing and utilizing agricultural areas is Cafe Attaya. This study aims to determine the development strategy for Cafe Attaya Agrotourism in Paslaten Village, Kakas District, Minahasa Regency, North Sulawesi Province. The sampling method in this study was taken using a combination of purposive sampling and accidental sampling techniques. Data was collected through interviews, observation, questionnaires, and literature studies. In analyzing the data using the SWOT analysis method. The results of the study show that Cafe Attaya's business position is in quadrant I (1.63; 0.87), which supports an aggressive strategy (growth). The strategy that Cafe Attaya can use is the SO strategy, including adding new photo objects to attract visitors, holding certain events or discounting prices on weekends.

Keywords: *marketing margin, clove*

ABSTRAK

Kegiatan wisata bukan hanya alternatif untuk kegiatan rekreasi, namun kegiatan ini dapat meningkatkan pendapatan, bila dikelola dengan baik. Untuk itu diperlukan strategi yang tepat agar suatu usaha dapat berkembang dengan baik. Salah satu usaha yang berkembang dan memanfaatkan kawasan pertanian yaitu Cafe Attaya. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pengembangan Agrowisata Cafe Attaya di Desa Paslaten Kecamatan Kakas Kabupaten Minahasa Provinsi Sulawesi Utara. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan kombinasi teknik purposive sampling dan accidental sampling. Data diambil melalui wawancara, observasi, kuesioner, serta studi kepustakaan. Dalam menganalisis data menggunakan metode analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi usaha Cafe Attaya berada pada kuadran I (1,63 ; 0,87) yaitu mendukung strategi agresif (growth). Strategi yang dapat digunakan Cafe Attaya yaitu strategi SO, antara lain dengan menambah objek foto baru untuk menggaet pengunjung, membuat event-event tertentu atau membuat potongan harga diakhir pekan.

Kata kunci: strategi pengembangan, agrowisata

PENDAHULUAN

Latar Belakang

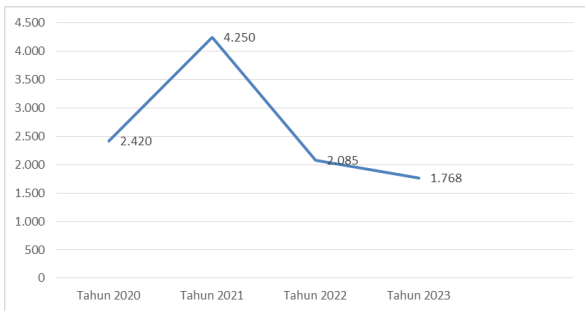
Pengembangan pariwisata sering dituding sebagai salah satu sumber (utama) kerusakan lingkungan, ketika pengembangan pariwisata lebih didominasi oleh nilai-nilai ekonomi dan estetika terkait dengan pengembangan industri, dibandingkan pengembangan nilai-nilai etika budaya, sosial dan kearifan lingkungan masyarakat lokal. Padahal perpaduan antara keindahan alam, kehidupan masyarakat pedesaan dan potensi pertanian, bilamana ditata secara baik dan ditangani secara serius dapat mengembangkan daya tarik wisata bagi satu daerah tujuan wisata. Agrowisata yang menghadirkan aneka tanaman dapat memberikan manfaat dalam perbaikan kualitas iklim mikro, menjaga siklus hidrologi, mengurangi erosi, melestarikan lingkungan, memberikan desain lingkungan yang estetis bila dikelola dan dirancang dengan baik. Dengan berkembangnya agrowisata di satu daerah tujuan wisata akan memberikan manfaat untuk peningkatan pendapatan masyarakat dan pemerintah. Dengan kata lain bahwa fungsi pariwisata dapat dilakukan dengan fungsi budidaya pertanian dan pemukiman pedesaan dan sekaligus fungsi konservasi.

Agrowisata dikembangkan berdasarkan konsep pengembangan wilayah, melalui pemanfaatan potensi alam, pertanian, budaya, dan aktivitas masyarakat lokal dan mengacu pada prinsip-prinsip pembangunan pariwisata berkelanjutan (Gunawan, 2016).

Pengembangan agrowisata akan berdampak bagi lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Dengan adanya agrowisata pasti akan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pelestarian lingkungan hidup, meningkatkan pendapatan petani, serta menciptakan lapangan pekerjaan, sehingga tingkat urbanisasi dan pengangguran dapat berkurang secara drastis (Allifah, 2014).

Sulawesi Utara merupakan daerah yang memiliki potensi di bidang pariwisata dan telah dikunjungi oleh banyak wisatawan baik dalam negeri maupun luar negeri. Yang menjadi salah satu daya tariknya bagi wisatawan untuk berkunjung yaitu karena keindahan alamnya. Salah satu daerah yang memiliki keindahan alam di Sulawesi Utara adalah Kabupaten Minahasa, khususnya Kecamatan Kakas. Terdapat beberapa desa di Kecamatan Kakas yang dapat dijadikan lokasi pengembangan agrowisata karena memiliki keunggulan berupa panorama alam, tanaman hortikultura, dan dapat diakses dengan mudah, seperti Desa Paslaten dan Desa Waisan. Pengembangan agrowisata diharapkan sesuai dengan kapabilitas, tipologi, dan fungsi ekologis lahan sehingga akan berpengaruh langsung terhadap kelestarian sumber daya lahan dan pendapatan petani serta masyarakat sekitarnya. Kegiatan ini secara tidak langsung akan meningkatkan persepsi positif petani serta masyarakat sekitarnya akan arti pentingnya pelestarian sumber daya lahan pertanian.

Salah satu usaha yang berkembang dan memanfaatkan kawasan agrowisata yaitu Cafe Attaya. Cafe ini didirikan tanggal 8 September 2020 oleh Bapak Deimer Malonda, SH, MH bersama dengan istri dan anaknya. Dengan memanfaatkan lahan pertanian yang luas pengunjung dapat menikmati keindahan pesona alam pemandangan Gunung Soputan, Gunung Klabat, Gunung Dua Sodara, dan juga keindahan Danau Tondano dengan dikelilingi hamparan padi sawah yang ada di sekitarnya. Namun, saat ini Cafe Attaya mengalami penurunan kunjungan wisatawan yang dapat dilihat pada Gambar 1.1. Hal ini terjadi dikarenakan beberapa faktor, antara lain lokasi parkir yang cukup jauh, kurangnya fasilitas yang terawat dan memadai oleh pihak pengelola, persaingan dengan objek wisata yang serupa, kurang amannya pengunjung pada malam hari, serta adanya gangguan cuaca dan bencana alam.



Gambar 1. Grafik Kunjungan Wisatawan Cafe Attaya

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Sehingga, dibutuhkan strategi yang tepat agar suatu agrowisata dapat berkembang dengan baik. Penyusunan strategi harus melibatkan stakeholder yang meliputi pemerintah sebagai pembuat aturan, rakyat/petani sebagai subyek, dan wisatawan sebagai penggerak perekonomian. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Cafe Attaya yang bertujuan untuk merumuskan strategi yang sesuai untuk pengembangan Agrowisata Cafe Attaya.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah menentukan strategi pengembangan Agrowisata Cafe Attaya di Desa Paslaten Kecamatan Kakas Kabupaten Minahasa Provinsi Sulawesi Utara.

Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pembaca, penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat mengenai strategi pengembangan Agrowisata Cafe Attaya.
2. Bagi pemilik dan pengelola Cafe Attaya, untuk mendapatkan informasi/masukan tentang strategi terbaik dalam mengembangkan usahanya.
3. Bagi penulis, untuk menambah ilmu dan mengembangkan wawasan dalam strategi pengembangan.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan di Cafe Attaya Desa Paslaten Kecamatan Kakas Kabupaten Minahasa Provinsi Sulawesi Utara, selama bulan Juni 2023.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah data primer diperoleh langsung dari Pemilik Cafe, Pemerintah Desa dan Pengunjung Cafe, sedangkan data sekunder diperoleh melalui literatur atau referensi, pengusaha dan lain-lain yang terkait dengan penelitian yang dilakukan.

Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik Purposive Sampling, yaitu pemerintah Desa Paslaten dan pemilik Cafe Attaya, juga memilih pengunjung sebagai sampel dengan memperhatikan kriteria 3 kali kunjungan dengan menggunakan teknik Accidental Sampling.

Konsep Operasional dan Pengukuran

Konsep pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskripsi dari Analisis SWOT. Variabel tersebut diperoleh dari hasil wawancara peneliti dengan informan dan disesuaikan dengan keadaan di Café Attaya. Konsep pengukuran variabel tersebut yaitu:

1. Faktor internal yang diukur dalam penelitian ini, sebagai berikut:
 - a) Indikator-indikator kekuatan (*Strengths*).
 - b) Indikator-indikator kelemahan (*Weakness*).
2. Faktor eksternal yang diukur dalam penelitian ini, sebagai berikut:
 - a) Indikator-indikator peluang (*Opportunity*).
 - b) Indikator-indikator ancaman (*Threats*).

Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan yaitu analisis SWOT. Pengolahan data yang dilakukan dengan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal melalui matriks IFAS dan EFAS. Setelah itu menggunakan matriks SWOT untuk mendapatkan beberapa alternatif strategi melalui matriks SWOT maka dilakukan identifikasi faktor internal dan eksternal terhadap posisi Cafe Attaya dengan menggunakan kekuatan dan kelemahan (faktor internal), peluang dan ancaman peluang dan ancaman (faktor eksternal).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Agrowisata “Cafe Attaya”

Cafe Attaya didirikan pada tanggal 8 September 2020 oleh Bapak Deimer Malonda, SH, MH. Dengan dibantu oleh istrinya Ibu Lieke Sarmita dan putranya Christian Malonda yang berupaya mengelolah lahan pertanian di Desa Paslaten Kecamatan Kakas Kabupaten Minahasa yang dibangun menjadi lokasi pemandangan sederhana namun indah seperti halnya tempat wisata yang ada di Bali dan tempat lainnya di Indonesia. Awal mula ide membuat lahan sawah dijadikan cafe karena melihat dimasa pandemi Covid-19 pemerintah menganjurkan agar masyarakat melakukan segala aktivitas dari rumah (*Work From Home*). Sehingga muncul suatu ide dari pemilik untuk membangun Cafe Attaya sebagai tempat menikmati pemandangan alam sambil menikmati hidangan kuliner yang telah tersedia.

Fasilitas yang tersedia di agrowisata Cafe Attaya antara lain ada kamar mandi, pondok, tempat memancing, mushola, area bermain, area foto, ballroom, dan fasilitas sanitasi Covid-19 seperti keran cuci tangan, sabun serta hand sanitizer.

Rata rata pengunjung Cafe Attaya itu berasal dari luar kota dikarenakan lokasi Cafe Attaya sangat strategis sehingga dapat dengan

mudah diakses oleh pengunjung, bebas dari kemacetan, terjangkau, dan tidak membutuhkan waktu lama. Agrowisata Cafe Attaya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat perkotaan yang membutuhkan rekreasi alam bernuansa pedesaan yang dapat mengurangi rasa jenuh karena kesibukan atau aktifitas keseharian. Cafe Attaya berada 46km dari Kota Manado dan menempuh waktu sekitar 1 jam 20 menit.

Analisis Lingkungan Agrowisata

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan pihak pemilik agrowisata, pemerintah desa, serta pengunjung, maka diperoleh delapan faktor internal Cafe Attaya dan enam faktor eksternal Cafe Attaya dapat dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. IFAS Cafe Attaya

No.	Faktor Internal
1.	Akses menuju objek wisata cukup memadai
2.	Panorama alam yang indah disekitar objek wisata
3.	Pelayanan karyawan yang baik
4.	Promosi dan pemasaran yang baik
5.	Cafe di area persawahan yang <i>instagramable</i>
6.	Lokasi parkir yang jauh
7.	Tidak adanya pagar pembatas disekitar danau buatan
8.	Fasilitas yang kurang terawat

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Tabel 1. EFAS Cafe Attaya

No.	Faktor Eksternal
1.	Meningkatnya jumlah pengunjung saat akhir pekan dan hari libur
2.	Selera konsumen <i>Back To Nature</i>

3.	Kondisi alam yang potensial untuk pengembangan agrowisata
4.	Persaingan dengan objek wisata lain
5.	Penerangan yang kurang disekitar objek wisata
6.	Gangguan cuaca dan bencana alam

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Identifikasi Faktor Lingkungan Internal yang Mempengaruhi Pengembangan Agrowisata “Cafe Attaya”

Identifikasi faktor internal dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dihadapi oleh agrowisata. Identifikasi kekuatan dan kelemahan dapat dilakukan berdasarkan informasi dari Agrowisata “Cafe Attaya” serta keadaan lingkungan yang ada.

Kekuatan (*Strengths*)

- a) Akses menuju objek wisata cukup memadai. Pengunjung Cafe Attaya sudah merasakan akses jalan yang mulus dan rata sehingga pengunjung dapat dengan mudah mengunjungi cafe tersebut. Selain itu pengunjung juga tidak akan tersesat lagi dikarenakan pihak cafe sudah menyediakan akses di google maps yang dapat diakses dengan mudah oleh pengunjung yang ingin mampir.
- b) Panorama alam yang indah disekitar objek wisata. Sebagian besar alasan pengunjung yang berasal dari luar kota untuk mengunjungi Cafe Attaya adalah untuk melihat panorama alam yang ada disekitar objek wisata, seperti pegunungan dan danau Tondano.
- c) Pelayanan karyawan yang baik. Karyawan di Cafe ini sangat sigap dan baik untuk menanggapi respon dari pengunjung yang datang.
- d) Promosi dan pemasaran yang baik. Iklan di internet yang dibuat oleh pihak Cafe Attaya sangat berpengaruh. Hal tersebut dikarenakan banyak dari pengunjung mengetahui

tempat ini melalui iklan yang dilihat melalui TribuneSulut dan melalui media sosial Instagram serta Facebook.

- e) Cafe di area persawahan yang *instagramable*. Karena memiliki keindahan alam tanaman padi disekeliling cafe, sehingga para pengunjung pun tertarik untuk bersua foto dan menguploadnya ke sosial media seperti Facebook, Instagram, dll.

Kelemahan (*Weakness*)

- a) Lokasi parkir yang jauh. Karena Lokasi parkir yang cukup jauh dari pintu masuk, sehingga banyak dari pengunjung memarkirkan kendaraannya dipinggir jalan. Hal itu membuat aktivitas pengguna jalan lainnya menjadi terganggu.
- b) Tidak adanya pagar pembatas disekitar danau buatan. Hal ini membuat kurang amannya bagi anak-anak di bawah umur untuk bermain di pinggiran danau buatan.
- c) Fasilitas yang kurang terawat. Adanya pondok yang sudah hancur dan tidak ada perawatan lebih lanjut dari pengelola untuk segera memperbaiki menjadikan pondok itu menjadi tidak terpakai dan merusak pemandangan para pengunjung.

Identifikasi Faktor Lingkungan Eksternal yang Mempengaruhi Pengembangan Agrowisata “Cafe Attaya”

Identifikasi faktor eksternal dilakukan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi agrowisata “Cafe Attaya”. Identifikasi peluang dan ancaman dapat dilihat dari kondisi yang berada di luar agrowisata yang mempengaruhi operasi usaha agrowisata ini.

Peluang (*Opportunity*)

- a) Meningkatnya jumlah pengunjung saat akhir pekan. Akhir pekan merupakan waktu yang sangat strategis untuk berkunjung ke lokasi wisata, dikarenakan pada waktu ini minat pengunjung untuk berlibur meningkat. Pada saat akhir pekan, jumlah kunjungan ke Cafe

Attaya meningkat dibandingkan dengan hari kerja.

- b) Selera konsumen *Back To Nature*. Selera konsumen beberapa tahun belakangan menunjukkan bahwa pengunjung cenderung untuk memilih lokasi wisata back to nature yang menawarkan panorama dan keindahan alam. Hal ini dapat menjadi peluang bagi wisata yang bertema alam salah satunya Agrowisata Cafe Attaya.
- c) Kondisi alam yang potensial untuk pengembangan agrowisata. Kondisi alam yang sejuk serta berdekatan langsung dengan Danau Tondano dan pegunungan lainnya membuat tempat ini sangat potensial untuk pengembangan agrowisata.

Ancaman (Threats)

- a) Persaingan dengan objek wisata lain. Munculnya objek wisata lain dapat menjadi pesaing bagi Agrowisata Cafe Attaya yang mana akan memperbanyak pilihan bagi pengunjung dan menjadi ancaman bagi agrowisata Cafe Attaya karena pengunjung tidak menjadikan agrowisata ini menjadi pilihan utama saat memutuskan untuk berkunjung.
- b) Penerangan yang kurang disekitar objek wisata. Kurangnya pihak pengelola terhadap lampu yang redup dan mati di beberapa area membuat pandangan yang kurang bagus dan pengunjung tidak berani ketempat itu karena gelap.
- c) Gangguan cuaca dan bencana alam. Melihat situasi pad objek wisata, ketika hujan lebat dan angin kencang membuat kurasaan pada fasilitas diantaranya jembatan buatan menuju pondok menjadi ambruk dan pengunjung kesulitan untuk berteduh dari hujan.

Matriks IFAS dan EFAS Agrowisata “Cafe Attaya”

Nilai-nilai yang terdapat pada Tabel IFAS dan EFAS merupakan hasil data yang di-

peroleh pada analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunity, Threats) dengan faktor-faktor yang sudah ditentukan sebelumnya. Pemberian bobot pada masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting). Berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis agrowisata Cafe Attaya (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,0). Bobot dan nilai ditentukan berdasarkan analisis data yang diperoleh dari responden, kemudian menganalisis faktor internal dan eksternal yang disusun dalam matriks IFAS dan EFAS.

Tabel 3. Matriks IFAS Cafe Attaya

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (BxR)
	Kekuatan			
1.	Akses menuju objek wisata cukup memadai	0,13	4,2	0,55
2.	Panorama alam yang indah disekitar objek wisata	0,14	4,47	0,60
3.	Pelayanan karyawan yang baik	0,13	3,53	0,45
4.	Promosi dan pemasaran yang baik	0,14	3,60	0,50
5.	Cafe di area persawahan yang <i>instagramable</i>	0,12	4,33	0,51
	Jumlah Faktor Kekuatan			2,61
	Kelemahan			
1.	Lokasi parkir yang jauh	0,12	2,20	0,26
2.	Tidak adanya pagar pembatas	0,11	3,13	0,35

	disekitar danau buatan			
3.	Fasilitas yang kurang terawat	0,12	3,07	0,38
	Jumlah Faktor Kelemahan			0,98
	Selisih IFAS	1		1,63

Sumber: Hasil Analisis dan Observasi, 2023

Hasil skoring dan rating matriks IFAS pada Tabel 3 untuk potensi pengembangan Cafe Attaya menghasilkan nilai skoring pada faktor kekuatan dan kelemahan adalah 1,349 dimana IFAS (S-W) (2,475-1,125). Total skor tersebut menunjukkan bahwa potensi Cafe Attaya berada pada jumlah potensi yang sangat baik dan dapat dikembangkan.

Tabel 4. Matriks EFAS Cafe Attaya

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (BxR)
	Peluang			
1.	Meningkatnya jumlah pengunjung saat akhir pekan	0,17	4,13	0,72
2.	Selera konsumen <i>Back To Nature</i>	0,17	4,13	0,71
3.	Kondisi alam yang potensial untuk pengembangan agrowisata	0,19	4,40	0,81
	Jumlah Faktor Peluang			2,24
	Ancaman			
1.	Persaingan dengan objek wisata lain	0,17	2	0,34
2.	Penerangan yang kurang disekitar objek wisata	0,16	3,53	0,55

3.	Gangguan cuaca atau bencana alam	0,14	3,33	0,47
	Jumlah Faktor Ancaman			1,37
	Selisih EFAS	1		0,87

Sumber: Hasil Analisis dan Observasi, 2023

Berdasarkan Tabel 4.4 matriks EFAS, pada potensi Cafe Attaya menunjukkan hasil total untuk faktor peluang dan ancaman dengan nilai 0,87 sesuai dengan hasil skoring pada matriks EFAS terhadap potensi Cafe Attaya yang menunjukkan faktor peluang dengan nilai skor 2,24 dan faktor ancaman 1,37 maka potensi Cafe Attaya layak untuk terus dikembangkan.

Pemetaan Posisi Strategi Pengembangan Agrowisata “Cafe Attaya”

Berdasarkan hasil analisis matriks IFAS dan matriks EFAS pada Agrowisata “Cafe Attaya” diperoleh hasil untuk masing-masing faktor adalah sebagai berikut:

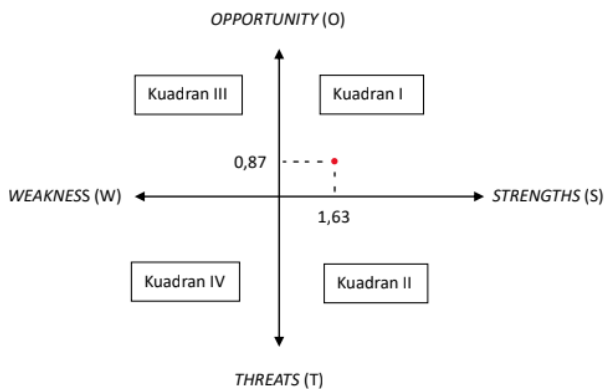
Koordinat Faktor Internal

Kekuatan - Kelemahan = $2,61 - 0,98 = 1,63$

Koordinat Faktor Eksternal

Peluang - Ancaman = $2,24 - 1,37 = 0,87$

Dari analisis faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan diagram dengan analisis SWOT sebagai berikut:



Gambar 2. Posisi Pemetaan Strategi Pengembangan Cafe Attaya

Dari Gambar 2 dapat disimpulkan bahwa agrowisata Cafe Attaya berada pada titik (1,63 ; 0,87) kuadran I, yang menandakan bahwa posisi tersebut ialah posisi yang tepat dan

menguntungkan. Dengan terus melakukan strategi pengembangan yang agresif dengan meminimalisir ancaman serta kelemahan yang ada. Agrowisata Cafe Attaya harus melakukan strategi SO (Strengths-Opportunity) yang berarti strategi ini menggunakan kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan matriks SWOT, didapatkan beberapa opsi alternative strategi yang sesuai untuk pengembangan agrowisata Cafe Attaya. Alternatif strategi tersebut berupa strategi SO (Strengths-Opportunity), strategi ST (Strengths-Threats), strategi WO (Weakness-Opportunity) dan strategi WT (Weakness-Threats) yang dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Matriks SWOT Untuk Pengembangan Cafe Attaya

IFAS EFAS	STRENGTHS (S) 1. Akses menuju objek wisata cukup memadai 2. Panorama alam yang indah disekitar objek wisata 3. Pelayanan karyawan yang baik 4. Promosi dan pemasaran yang baik 5. Cafe di area persawahan yang <i>instagramable</i>	WEAKNESS (W) 1. Lokasi parkir yang jauh 2. Tidak adanya pagar pembatas disekitar danau buatan 3. Fasilitas yang kurang terawat
	OPPORTUNITY (O) 1. Meningkatnya jumlah pengunjung saat akhir pekan 2. Selera konsumen <i>Back To Nature</i> 3. Kondisi alam yang potensial untuk pengembangan agrowisata	STRATEGI (SO) 1. Menghadirkan event event tertentu atau potongan harga diakhir pekan untuk menggaet para pengunjung untuk menghabiskan akhir pekannya di objek wisata ini (S4+O1) 2. Menambah objek foto baru bagi wisatawan yang menyukai alam dan menguploadnya di media sosial (S5+S2+O2+O3) 3. Mengajukan kepada pemerintah setempat untuk memberikan akses berupa angkutan umum ketempat wisata untuk menggaet pengunjung

	<p>diakhir pekan (S1+O1) 4.Melakukan penambahan karyawan untuk memberikan pelayanan maksimal kepada pengunjung yang ramai diakhir pekan (S4+O1)</p>	<p>dipakai oleh pengunjung yang ramai di akhir pekan untuk menikmati pemandangan alam yang potensial demi pengembangan agrowisata ini (W3+O1+O3)</p>
<p>THREATS (T) 1.Persaingan dengan objek wisata lain 2.Penerangan yang kurang disekitar objek wisata 3.Gangguan cuaca atau bencana alam</p>	<p>STRATEGI (ST) 1.Akses yang cukup memadai membuat pihak pengelola melakukan kerjasama dengan pemerintah agar membuat penerangan berupa lampu jalan disekitar agrowisata (S1+T2) 2.Membuat konsep promosi yang unik dan up to date (S4+T1) 3.Membuat tanah tempat penanaman padi menjadi terasering untuk meminimalkan kerusakan akibat hujan lebat dan angin yang kencang (S2+T3) 4.Membuat sekitar objek wisata lebih hidup dan estetik dan berbeda dari objek wisata saingan (S5+T1)</p>	<p>STRATEGI (WT) 1.Membuat lampu penerangan di parkiran objek wisata agar pengunjung yang datang di malam hari tidak kewalahan. (W1+T2) 2.Membuat pondok di objek wisata lebih menarik dan yang belum pernah dibuat oleh objek wisata saingan (W3+T1) 3.Dengan menambah pagar pembatas dan membuat terasering disekitar objek wisata, itu akan sangat berpengaruh untuk menahan gangguan cuaca yang datang (W2+T3)</p>

Strategi SO

1. Memperluas promosi dengan memanfaatkan teknologi informasi di media sosial dan surat kabar online oleh pengelola agrowisata dan memberikan promosi atau potongan harga disaat akhir pekan.
2. Dengan menambah objek foto baru akan mudah menggaet wisatawan baru yang suka update di media sosial.
3. Melakukan kerjasama kepada pemerintah untuk menambah fasilitas angkutan umum akan memberikan dampak lebih mudah kepada pengunjung untuk datang dan membuat objek wisata semakin ramai.
4. Untuk menghindari kelalaian atau keterlambatan pemesanan terhadap pengunjung, maka perlu adanya penambahan karyawan yang berkualitas.

Strategi ST

1. Perlunya meningkatkan sinergitas antara pemerintah dan pihak yang lain dalam pembuatan penerangan disekitar objek wisata agar pengunjung yang datang dan pergi di malam hari merasa aman dan nyaman.
2. Promosi yang up to date dan terbaru membuat sebagian orang akan tertarik untuk berkunjung ketempat objek wisata.
3. Dengan terasering, akan mengurangi kerusakan yang disebabkan oleh bencana alam maupun hujan yang lebat.
4. Karena semakin banyak objek wisata yang serupa, maka cara untuk menanganinya adalah dengan cara membuat wisata berbeda dan lebih hidup sehingga membuat pengunjung tidak bosan untuk datang ke tempat wisata ini.

Strategi WO

1. Dengan cara membeli lahan untuk memperluas parkir dapat mempermudah pengunjung yang ramai terutama diakhir pekan agar tidak kewalahan karena parkir yang jauh.
2. Membuat pondok peristirahatan menjadi lebih unik dan terawat agar tidak kalah dengan objek wisata yang serupa.
3. Memperbaharui dan merawat fasilitas yang sudah hancur agar tidak merusak pemandangan pengunjung dan menambah mobilitas pengunjung yang datang.

Strategi WT

1. Membuat lampu di sekitaran parkir dan disekitar objek wisata akan membuat pengunjung merasa aman dan nyaman untuk datang kembali ke tempat wisata.
2. Membuat wisatawan tidak bosan berkunjung dan tidak memilih objek wisata lain karena penampakan pondok lebih indah dari yang lain.
3. Memberikan keamanan dan kenyamanan kepada anak dibawah umur untuk tetap bisa bermain dipinggir danau buatan dengan cara membuat pagar pembatas di pinggir danau buatan tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Strategi Pengembangan Agrowisata “Cafe Attaya” di Desa Paslaten Kecamatan Kakas Kabupaten Minahasa dengan menggunakan metode analisis SWOT maka dapat disimpulkan kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang dalam Cafe Attaya tersebut memiliki nilai yang positif dimana kuadran SWOT berada pada kuadran 1 (1,63 ; 0,87), artinya posisi usaha tersebut berada pada situasi yang sangat menguntungkan. Agrowisata “Cafe Attaya” dapat menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal dengan cara

mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (growth orientted strategy), seperti menambah objek foto baru, dan membuat event-event tertentu atau membuat potongan harga diakhir pekan.

Saran

Penelitian ini menghasilkan beberapa strategi yang dapat dijadikan sebagai acuan agar kedepannya Agrowisata “Cafe Attaya” dapat semakin berhasil. Saran yang dapat dilakukan dalam penelitian ini antara lain:

1. Menambah objek foto baru disekitar sawah atau danau buatan yang lebih inovatif agar dapat menggaet pengunjung.
2. Membuat event menarik seperti mengundang artis terkenal dalam live music, giveaway, atau membuat diskon dengan syarat dan ketentuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Allifah, A. N. 2014. Dampak Agrowisata terhadap Pendapatan para Pedagang di Agrowisata Gunung Mas PTPN VIII. *Agri Science Journal*, Vol 1 No. 4 hal : 91-99.
- Gunawan, I. M. 2016. Pengembangan Agrowisata Untuk Kemandirian Ekonomi Dan Pelestarian Budaya Di Desa Kerta, Panyangan Gianyar. *Jurnal Jumpa*, 3(1), 156–174.