

# PERUMUSAN STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA PEPAYA (*Carica papaya L*) DI DESA PALUR, MOJOLABAN KABUPATEN SUKOHARJO

Septian Agus Priyono<sup>1</sup>, Irma Wardani<sup>2</sup>, Umi Nur Solikah<sup>3</sup>, Tria Rosana Dewi<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Islam Batik Surakarta

Artikel Info	ABSTRAK
<b>Genesis Artikel:</b>	Indonesia merupakan negara yang mempunyai potensi untuk mengembangkan Tanaman hortikultura karena beriklim tropis yang baik dan secara tradisional mudah dibudidayakan oleh petani. Buah pepaya yang paling digemari oleh konsumen adalah jenis pepaya California dan pepaya jenis Californis mempunyai permintaan tinggi. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk : 1) mengetahui dan menganalisis faktor internal dan faktor eksternal pada budidaya pepaya, 2) mengetahui pilihan strategi yang tepat di Agrowisata Pepaya. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif. Tempat penelitian dilaksanakan di Agrowisata Pepaya, Desa Palur, Mojolaban, Sukoharjo. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, kuisioner dan wawancara. Pada penelitian strategi pengembangan agrowisata pepaya analisis yang digunakan yaitu menggunakan Matriks IFE, EFE, Analisis SWOT dan QSPM. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa analisis IFE meliputi 1) faktor kekuatan yaitu pembudidayaan mudah dan resiko kecil, bahan baku mudah didapat, memiliki kualitas buah yang baik, lahan luas, permodalan cukup memadai, 2) faktor kelemahan yaitu kemampuan manajemen masih terbatas, pemasaran hanya masih sekitar daerah, keterbatasan teknologi, SDM terbatas, pengelolaan keuangan masih sederhana. Sedangkan analisis EFE meliputi 1) faktor peluang yaitu segmen pasar luas, diversifikasi produk. Program pendampingan dari pemerintah, dapat dibudidayakan di semua daerah, kon di lingkungan yang mendukung, 2) ancaman yaitu persaingan petani pepaya dalam satu daerah, perkembangan hama dan penyakit, perubahan cuaca yang tidak menentu, persaingan harga, pengembangan varietas yang lebih unggul. Agrowisata pepaya di posisi kuadran 1. Pada posisi tersebut Agrowisata Pepaya mengadopsi Strategi Agresif yang meliputi pengembangan pasar, penetrasi pasar dan pengembangan produk. Alternatif strategi berdasarkan QSPM yang dipilih yaitu penetrasi pasar dengan skor 6,94. Pada pilihan strategi ini yang dapat dilakukan dalam pengembangan agrowisata pepaya dapat melalui teknologi penggunaan media internet untuk proses pemasaran juga perlu dioptimalkan dengan membuat promosi atau iklan-iklan pada sosial media.
<b>Diterima :</b> 20-07-2025	
<b>Direvisi :</b> 09-09-2025	
<b>Diterbitkan :</b> 31-10-2025	
<b>Kata Kunci :</b>	
Pepaya	
Agrowisata	
SWOT	

## ABSTRACT

**Keywords:**

Papaya

Agrotourism

SWOT

*Indonesia is a country that has potential to develop horticultural plants because it has a tropical climate and is traditionally easy for farmers to cultivate. The California papaya is currently in high demand among consumers. The research conducted is: 1) to identify and analyze internal and external factors in papaya cultivation, and 2) to find out strategic choices Papaya Agrotourism. The research method used was qualitative. The research location was at Agrowisata Pepaya, Palur Village, Mojolaban, Sukoharjo. Data begin with observation, questionnaires, and interviews. The research on the development strategy for Papaya Agrotourism, the analysis used was IFE Matrix, EFE Matrix, SWOT Analysis and QSPM. From the research results, it was found that the IFE analysis includes 1) strength factors, namely easy cultivation and low risk, raw materials are easy to obtain, have good fruit quality, large land area, sufficient capital, 2) weakness factors, namely limited management capabilities, marketing is still only around the area, limited technology, limited human resources, financial management is still simple. While the EFE analysis includes 1) opportunity factors, namely wide market segments, product diversification. Assistance programs from the government, can be cultivated in all regions, supportive environmental conditions, 2) threats, namely competition between papaya farmers in one area, the development of pests and diseases, unpredictable weather changes, price competition, development of superior varieties. Papaya agrotourism is in quadrant 1. In this position, Papaya Agrotourism adopted an Aggressive Strategy encompassing market development, market penetration, and product development. The chosen alternative strategy based on the QSPM was market penetration, with a score of 6.94. This strategy, which can be implemented in developing papaya agrotourism, includes utilizing technology, utilizing internet media for marketing, and optimizing promotions and advertisements on social media.*

This is an open access article under the CC BY-SA License.



**Penulis Korespondensi:**

Umi Nur Solikah

Agribisnis

Universitas Islam Batik Surakarta

Email: [umi\\_solikah@yahoo.co.id](mailto:umi_solikah@yahoo.co.id)

Handphone: 085647013605

## **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki kondisi iklim tropis, sehingga memungkinkan untuk sektor pertanian dapat mengembangkan berbagai jenis tanaman hortikultura. Selain itu peran sektor pertanian dapat meningkatkan kesejahteraan Masyarakat (Afifah et al., 2022). Percepatan pembangunan perekonomian di Indonesia dapat dilakukan dengan menghubungkan pedesaan yang memiliki potensi menjadi Agrowisata. Pemanfaatan sumber daya alam dari pedesaan secara maksimal mampu mengembangkan kawasan pedesaan yang berkelanjutan dan mendukung kesejahteraan masyarakat (Purnamadewi, 2019).

Ketersediaan lahan yang luas berpotensi untuk dapat dikembangkan berbagai usaha khususnya bidang pertanian sehingga akan meningkatkan perekonomian dengan menggabungkan kegiatan perekonomian dan pertanian. Penggabungan kedua sektor tersebut dapat dikembangkan menjadi agrowisata sebagai alternatif masyarakat dalam membangun dan membangkitkan pertanian yang ada di Indonesia (Kurniasanti, 2019).

Salah satu subsektor pertanian yang memiliki peran pendukung didalam pembangunan nasional yaitu sektor hortikultura. Tanaman hortikultura di Indonesia terbagi menjadi 4 jenis yaitu sayuran, buah, tanaman hias dan tanaman biofarmaka. Produk hortikultura yang berpotensi dikembangkan adalah buah-buahan (Sabila Ajeng Paundrianagari, 2019). Konsumsi buah di Indonesia rata-rata 81,14 gram/kapita/hari atau 54,09%, belum memenuhi standar kecukupan gizi WHO dan perlu ditingkatkan (Setiyani et al., 2024).

Pola konsumsi yang awalnya tinggi karbohidrat kini lebih seimbang dengan tambahan protein, vitamin, dan mineral. Perubahan ini meningkatkan konsumsi masyarakat untuk buah-buahan. Hal ini adanya peningkatan permintaannya yang semakin lama mengalami peningkatan (Nurdiana et al., 2020). Salah satu buah yang populer adalah pepaya California dan Thailand. Pepaya cocok dibudidayakan di Indonesia karena iklim tropis yang mendukung dan mudah ditanam oleh petani. Rasanya yang manis serta kandungan nutrisi dan vitaminnya membuat pepaya digemari (Pratiwi et al., 2023).

Indonesia beriklim tropis sehingga berpotensi untuk budidaya pepaya, yang dapat berbuah sepanjang tahun dan beradaptasi baik dengan lingkungan (Gian et al., 2020). Kabupaten Sukoharjo di eks Karesidenan Surakarta memiliki potensi pertanian yang menonjol. Masyarakat Kecamatan Mojolaban saat ini mengembangkan pepaya

varietas California dan Thailand dengan orientasi pada agrowisata. Salah satu objek agrowisata yang berkembang adalah Agrowisata Buah Pepaya di Desa Palur, Mojolaban.

Produksi pepaya di Kecamatan Mojolaban mencapai 2.462 kuintal pada 2023, menempati urutan kedua setelah Kecamatan Nguter. Hal ini karena tanah irigasi teknis di Mojolaban lebih cocok untuk padi, sehingga perencanaan pengembangan diperlukan untuk menjaga keberlangsungan agrowisata. Agrowisata berperan sebagai pendorong ekonomi Indonesia, akan tetapi memiliki tantangan struktural, kelembagaan, dan transfer teknologi (Kusuma et al., 2024). Desa Palur, Kecamatan Mojolaban saat ini tengah memanfaatkan lahan-lahan kosong untuk budidaya yang mengarah pada agrowisata.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Sukmadinata (2011), penelitian diskriptif kualitatif yaitu penelitian yang menganalisis peristiwa maupun aktivitas baik secara individual maupun kelompok. Penelitian ini tidak memberikan perlakuan, perubahan pada data, akan tetapi memberikan gambaran kondisi yang riil, dengan penelitian itu sendiri. Data dihimpun dengan pengamatan, observasi, pencatatan hasil, dan wawancara yang mendalam serta hasil dokumen. Metode penelitian yang digunakan yaitu Analisis IFE, Analisis EFE, Analisis SWOT, dan Matriks QSPM. Alat analisis ini akan menunjukkan hasil analisis data dan memberikan alternatif strategi.

Pemilihan lokasi penelitian dipilih secara *purposive sampling* yaitu di Agrowisata Pepaya Desa Palur, Kecamatan Nguter. Hal ini mempertimbangkan bahwa Desa Palur memiliki potensi pertanian khususnya buah pepaya untuk dikembangkan menjadi Agrowisata (petik buah). Permintaan buah pepaya yang cukup tinggi di Kabupaten Sukoharjo memberikan peluang untuk Agrowisata Pepaya. Menurut Badan Pusat Statistik (2023), Produksi di Kecamatan Mojoaban paling besar kedua setelah Kecamatan Nguter.

Penelitian ini dilaksanakan selama Bulan November-Februari. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* dengan responden Gapoktan (Gabungan Kelompok Tani) pepaya di Desa Palur, Kabupaten Sukoharjo. Penentuan *key informant* dipilih secara sengaja yaitu orang yang mengetahui dan memahami mengenai pengembangan buah pepaya di Desa Palur. Responden terdiri dari petani pepaya

berpengalaman 10 tahun, pengurus kelompok tani, konsumen, pesaing dan pemerintah dengan total informan yaitu 20 orang.

Tahapan dalam penelitian ini yaitu melalui langkah 1) Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal, 2) Analisis SWOT dan 3) Matriks QSPM

### 1. Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari agrowisata pepaya di Desa Palur dilakukan dengan wawancara secara mendalam yang selanjutnya dilakukan analisis IFE dan EFE. Lingkungan internal meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dengan menggunakan analisis Matrik IFE. Sedangkan lingkungan eksternal meliputi faktor peluang dan ancaman dari luar yang mempengaruhi bisnis, untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi menggunakan analisis Matrik EFE. Pada analisis IFE dan EFE dilakukan pemeringkatan dan evaluasi informasi yang kemudian diberikan pembobotan.

Matriks IFE disusun untuk merumuskan beberapa faktor internal meliputi kekuatan dan kelamahan yang mempengaruhi pengembangan Agrowisata Pepaya. Langkah-langkah dalam membuat Matrik IFE yaitu :

1. Tentukan *key success factors* faktor internal untuk kelemahan dan kekuatan, selanjutnya melakukan pembobotan untuk faktor kekuatan dan kelemahan. Diimulai dari *score* terendah 0,0 (tidak penting) sampai dengan *score* tertinggi 1,0 (penting).
2. Berikan *rating* tiap faktor mulai dari peringkat 1 (di bawah rata-rata) sampai dengan 4 (diatas rata-rata) dan mengalikan masing-masing nilai dari bobot tiap faktor dengan *rating*-nya untuk memperoleh *score* untuk tiap matriks.
3. Jumlahkan semua *score* untuk mendapatkan nilai *total score*.

Tabel 1. Internal Factors Evaluation Matrix Evaluation

Factors Internal	Bobot (a)	Peringkat (b)	Skor (axb)
<i>Strength</i>			
1. .....			
2. .....			
<i>Weakness</i>			
1. .....			
2. .....			
	1,00		Jumlah

Setelah menganalisis matriks IFE, langkah yang sama juga dilakukan untuk matrik EFE. Penyusunan matriks EFE untuk merumuskan beberapa faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman yaitu sebagai berikut :

1. Menyusun *key success factors* Eksternal : faktor peluang dan ancaman selanjutnya memberi bobot pada dimulai dari *score* terendah 0,0 (tidak penting) sampai dengan *score* 1,0 (tidak penting).
2. Selanjutnya tentang *rating* atau peringkat pada peluang dan ancaman, dimulai dari 1 (respon dibawah rata-rata) sampai dengan 4 (respon sangat bagus) kemudian mengalikan nilai dari bobot dan *rating* yang ada pada masing-masing faktor eksternal untuk memperoleh nilai pada matriks
3. Menjumlahkan *score* bobot pada masing-masing variabel untuk memperoleh *score* bobot total industri.

Tabel 2. *External Factors Evaluation Matrix*

External Factors	Score (a)	Rating (b)	Scor (axb)
<i>Opportunities</i>			
1. ....			
2. ....			
<i>Threats</i>			
1. ....			
2. ....			
	1,00		Jumlah

Hasil penjumlahan dari *score* dari faktor internal dan faktor eksternal jika dibawah 2,5 maka mengindikasikan bahwa lemahnya lingkungan internal pada bisnis apabila skor diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal pada bisnis kuat

### Analisis Matrik SWOT

Analisis perumusan strategi pengembangan dapat menggunakan Matriks SWOT adalah mengidentifikasi dan menyatukan kedua faktor (internal dan eksternal) kedalam suatu matriks yang terdiri dari 9 sel yaitu sebagai berikut :

Tabel 3. Matriks SWOT

Faktor Internal	Strength (S)	Weakness (W)
Faktor Eksternal	Faktor kekuatan internal	Faktor kelemahan internal
Opportunity (O)	Strategi SO	Strategi WO
Faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
Faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan

		menghindari ancaman
<b>Matriks QSPM</b>		

Tahap Pada matriks QSPM tidak memiliki batasan jumlah strategi yang dievaluasi. Baris teratas QSPM berisi strategi-strategi alternatif yang diperoleh dari Analisis SWOT. Matriks QSPM digunakan untuk menentukan daya tarik relatif dari berbagai strategi yang dibentuk berdasarkan faktor keberhasilan dari internal dan eksternal. Sebanyak apapun rangkaian strategi alternatif yang dimasukkan ke dalam QSPM, dan sebanyak apapun strategi dapat dimasukkan dalam setiap rangkaian tersebut, tapi hanya strategi pada rangkaian tertentu yang dievaluasi satu terhadap yang lain (David, 2019),

Tahap-tahap yang diperlukan untuk mengembangkan QSPM yaitu :

1. Menyusun dan mengambil nilai dari tiap faktor internal dan eksternal yang diambil dari matrik IFE dan EFE
2. Menyusun hasil strategi dari analisis SWOT dari sel pencocokan dan diagram SWOT pada sel pencocokan untuk dipertimbangan
3. Berikan *attractive score* pada tiap faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Nilai *attractive score* dimulai dari 1 (tidak ada daya tarik), 2 (rendahnya daya tarik), 3 (tingkat daya tarik sedang) dan 4 (daya tarik tinggi). Apabila faktor tidak memiliki daya tarik pada strategi alternatif maka jangan diberi nilai pada *attractive score*.
4. Menghitung *total attractive score* dengan mengalikan *score* dengan *attractive score* pada setiap faktor yang terletak pada baris.
5. Menjumlahkan keseluruhan dari *total attractive score*, pada setiap kolom strategi yang ada pada QSPM.

Tabel 4. Matriks QSPM

Faktor strategis internal dan eksternal	Score		Pilihan strategi 1 AS TAS	Pilihan strategi 2 AS TAS	Pilihan strategi 3 AS TAS
	AS	TAS			
1. Faktor Kekuatan :					
	a. ....				
	b. ....				
2. Faktor Kelemahan :					
	a. ....				
	b. ....				
3. Faktor Peluang :					
	a. ....				
	b. ....				
4. Faktor Ancaman :					
	a. ....				
	b. ....				
Jumlah TAS					

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### ***Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Agrowisata Pepaya (Carica Papaya L)***

#### ***Di Desa Palur, Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo***

##### **1) Analisis Lingkungan Internal**

###### **a. Manajemen**

Saat ini manajemen usaha yang dilakukan belum terlaksana dengan baik.

Jumlah produksi papaya pada setiap daerah belum mampu mencukupi permintaan masyarakat sehingga diperlukan sistem pembudidayaan yang baik mengingat lahan di Desa Palur merupakan lahan kering. Kegiatan mencakup perencanaan, pengelolaan bahan baku, pengendalian mutu, pencatatan analisis usaha, dan pembagian tugas yang jelas. Namun, dalam pengembangan Agrowisata Pepaya mengalami kendala yang dihadapi yaitu mengelola budidaya dalam skala besar dan pengendalian hama karena keterbatasan pengetahuan. Diperlukan pelatihan manajemen usaha dan integrasi sistem manajemen digital untuk inventory, laporan keuangan, dan jadwal pemeliharaan. Jumlah tenaga kerja adalah 65 petani. Lahan yang digunakan adalah lahan desa luasan sekitar 1.000 m dengan produksi 765 kw.

###### **b. Pemasaran**

Pemasaran merupakan elemen penting dalam usaha karena berhubungan langsung dengan konsumen dan menentukan keberhasilan penjualan. Di Kabupaten Sukoharjo, pepaya dikembangkan menjadi agrowisata, termasuk di Desa Palur yang mengandalkan rasa manis sebagai keunggulan kompetitif. Namun, pemasaran pepaya menghadapi kendala seperti harga yang tidak stabil dan keterbatasan modal usaha karena petani mengandalkan keuntungan penjualan. Banyak petani enggan meminjam ke lembaga kredit, meski harga pepaya California sekitar Rp. 5.000,- sampai dengan Rp. 7.000,- per kg dengan lahan 1.000 m<sup>2</sup> untuk budidaya.

Pasar pepaya sebagian besar masih lokal dan tradisional, dengan harga yang bervariasi sehingga memengaruhi daya saing. Persaingan dengan desa lain dan kurangnya dukungan pemerintah dalam pemasaran juga menjadi tantangan. Selain dijual segar, pepaya memiliki potensi diolah menjadi produk bernilai jual tinggi seperti manisan, yang juga diminati pasar luar negeri.

Pengolahan skala rumah tangga bisa menjadi peluang ekonomi bagi masyarakat (Indra Wicaksono, 2017).

c. Keuangan

Permodalan dalam budidaya pepaya diandalkan dari modal mandiri untuk pengembangan infrastruktur, namun belum memiliki laporan keuangan yang baik. Modal yang ada hanya mencukupi kebutuhan internal dan belum cukup untuk ekspansi pasar.

Pengelolaan modal mencakup biaya operasional, pengembangan buah, dan pemasaran, namun butuh tambahan modal untuk memperluas pasar. Dukungan dari program pemerintah dan lembaga keuangan, seperti modal usaha atau pelatihan bisnis, dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan skala produksi dan omzet.

d. Pembudidayaan

Perluasan lahan budidaya pepaya di Desa Palur meningkatkan volume hasil dan memenuhi permintaan pasar, meski pengendalian mutu di setiap tahap budidaya dan produksi masih terbatas. Varietas yang dikembangkan adalah pepaya California, yang dikenal dengan rasa manisnya sehingga diminati konsumen (Nurdiana et al., 2020). Rasa manis ini menjadi keunggulan dibandingkan varietas pepaya lainnya. Luas lahan sangat memengaruhi produktivitas petani, di mana semakin luas lahan yang dimiliki, semakin tinggi produktivitas dan motivasi petani dalam budidaya pepaya (Pratiwi et al., 2023).

## 2) Analisis Lingkungan Eksternal

a. Ekonomi

Di Sukoharjo hasil jumlah Tanaman Buah meningkat, salah satunya yaitu Buah Pepaya. Permintaan semakin meningkat sehingga petani tidak mampu untuk memenuhi permintaan. Jenis papaya California saat ini sangat diminati Masyarakat, sehingga dengan mengembangkan agrowisata Pepaya mampu mendorong pengembangannya. Harga papaya yang tidak terlalu mahal menjadikan buah ini sering dicari Masyarakat. Prospek pengembangan komoditas hortikultura ini sangat menjanjikan (Aminullah, 2015).

b. Sosial, budaya, dan lingkungan

Perubahan lingkungan yang terjadi seperti otonomi daerah, perubahan perilaku konsumen serta kelestarian lingkungan mempengaruhi pengembangan agrowisata. Seperti yang terjadi di Desa Palur, dengan tinggi minat konsumen

maka dengan adanya agrowisata dapat mempengaruhi perilaku konsumen yaitu dengan menarik konsumen lebih banyak.

c. Persaingan

Harga pepaya berfluktuasi tergantung musim, jumlah produksi, dan permintaan pasar. Saat produksi melimpah, harga cenderung turun. Daya beli masyarakat juga memengaruhi permintaan pepaya. Di Desa Palur petani umumnya menggunakan sistem penjualan sederhana seperti tebas dan atau langsung menjual ke tengkulak. Harga jual papaya di Desa Palur tidak terlalu tinggi dan saat ini hanya dipasarkan di sekitar daerah Desa Mojolaban.

Untuk memasuki segmen pasar yang tepat, pepaya perlu disortir berdasarkan standar kualitas menjadi kelas super, kelas A, dan kelas B, sesuai dengan ciri varietas dan tingkat kerusakan buah (Indra Wicaksono, 2017).

d. Pemerintah

Pemerintah seperti Dinas Pertanian Kabupaten Sukoharjo mendampingi program agrowisata papaya ini. Program yang telah dilaksanakan melalui pelatihan, akses permodalan seperti KUR dengan bunga rendah, dan kemitraan. Pelatihan diberikan untuk meningkatkan teknik budidaya, pengelolaan usaha, dan pemasaran. Selain itu, diadakan pameran pertanian dan UMKM untuk memperluas pasar pepaya serta mempermudah kerja sama dengan perusahaan pengolahan makanan, restoran, dan supermarket.

e. Teknologi

Perkembangan teknologi mempunyai dampak yang cukup signifikan terhadap pengembangan suatu agrowisata. Saat ini agrowista papaya belum memanfaatkan teknologi sosial media untuk mempromosikan agrowisata dapat menjadi pertimbangan. Saat ini teknologi yang dimanfaatkan masih sederhana karena terbatasnya pengetahuan sumber daya manusia.

### ***Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal***

Analisis *Internal Factors Evaluation* (IFE) dan Matriks *Eksternal Factors Evaluation* (EFE) merupakan alat untuk menganalisis dan mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi pengembangan agrowisata papaya Californis Desa Palur, Kecamatan Mojolaban, Kabupaten Sukoharjo.

#### **1) Matrik IFE (*Internal Factors Evaluation*)**

Hasil identifikasi dari *Internal Factors Evaluation* yang terdiri diri kekuatan dan kelemahan, selanjutnya dapat dilakukan pemberian bobot, rating, dan nilai terboboti pada faktor internal. Pemberian bobot dan rating pada Matrik IFE digunakan untuk

mengetahui seberapa kuat masing-masing komponen pada analisis pengembangan budidaya pepaya.

Tabel 5. IFE (*Internal Factors Evaluation*) Pengembangan Agrowista Pepaya

Faktor Internal Strategis	Bobot	Rating	Nilai terboboti
<b>Kekuatan</b>			
1. Pembudidayaan mudah dan resiko kecil	0,106	3	0,32
2. Bahan baku mudah didapat	0,102	3	0,31
3. Memiliki kualitas buah yang baik	0,102	4	0,41
4. Potensi lahan untuk agrowisata	0,093	4	0,37
5. Permodalan cukup memadai	0,106	2	0,21
<b>Sub total</b>			<b>1,61</b>
<b>Kelemahan</b>			
1. Kemampuan manajemen masih terbatas	0,110	3	0,33
2. Pemasaran hanya masih sekitar daerah	0,097	3	0,29
3. Keterbatasan teknologi dalam budidaya pepaya	0,093	3	0,28
4. SDM yang terbatas	0,097	4	0,39
5. Pengelolaan keuangan masih sederhana	0,093	3	0,28
<b>Sub total</b>			<b>1,57</b>
<b>Jumlah</b>			<b>3,19</b>

Sumber : data primer yang diolah, 2025

Dari Tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai terboboti tertinggi ada pada faktor bibit yang berkualitas baik, tersedianya bibit unggul serta permintaan pasar yang tinggi menjadikan budidaya pepaya menjadi berkembang (Simanjuntak & Wijayanti, 2023). Untuk meningkatkan nilai jual buah papaya maka dapat diolah menjadi olahan produk dari papaya untuk menarik konsumen dan membuka peluang pemasaran serta menggunakan teknologi pengolahan yang baik (Indreswari et al., 2024). Sedangkan dari faktor kelemahan yang paling tinggi yaitu keterbatasan SDM yang dimiliki.

## 2) Matrik EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Matrik *Eksternal Factors Evaluation* yaitu matriks yang mengidentifikasi faktor yang berasal dari luar lingkungan agrowisata papaya yang mempengaruhi pengembangan agrowisata. Faktor tersebut terdiri dari peluang dan ancaman kemudian diberi bobot, rating dan nilai terboboti.

Tabel 6. EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) Pengembangan Agrowista Pepaya

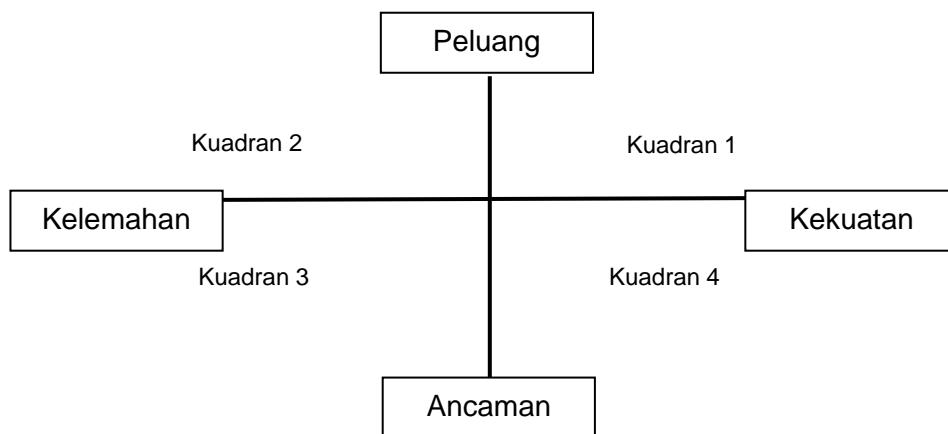
Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai terboboti
<b>Peluang</b>			
1. Segmen pasar luas	0,111	4	0,44
2. Diversifikasi produk	0,098	4	0,39

3. program pendampingan dari pemerintah	0,094	4	0,37
4. Dapat dibudidayakan di semua daerah	0,106	3	0,32
5. Kondisi lingkungan yang mendukung	0,072	4	0,29
<b>Subtotal</b>			<b>1,82</b>
<b>Ancaman</b>			
1. Persaingan petani pepaya dalam satu daerah	0,102	4	0,41
2. Perkembangan hama dan penyakit	0,094	3	0,28
3. Perubahan cuaca yang tidak menentu	0,102	3	0,31
4. Persaingan harga pesaing	0,119	3	0,36
5. Pengembangan varietas yang lebih unggul	0,102	3	0,31
<b>Subtotal</b>			<b>1,66</b>
<b>Jumlah</b>	<b>1,00</b>		<b>2,53</b>

Sumber : data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data Tabel 2, hasil perhitungan Matriks EFE, faktor eksternal tertinggi adalah segmen pasar yang luas. Kelompok tani perlu memanfaatkan peluang ini dengan menjaga kontinuitas produksi melalui perencanaan terintegrasi secara tepat waktu, jumlah dan kualitas permintaan dapat terpenuhi (Rahmaniah et al., 2022).

Dalam analisis SWOT terdapat empat sektor yang memiliki strategi pada masing-masing sektor. Gambaran sektor analisis SWOT dapat dilihat pada gambar berikut

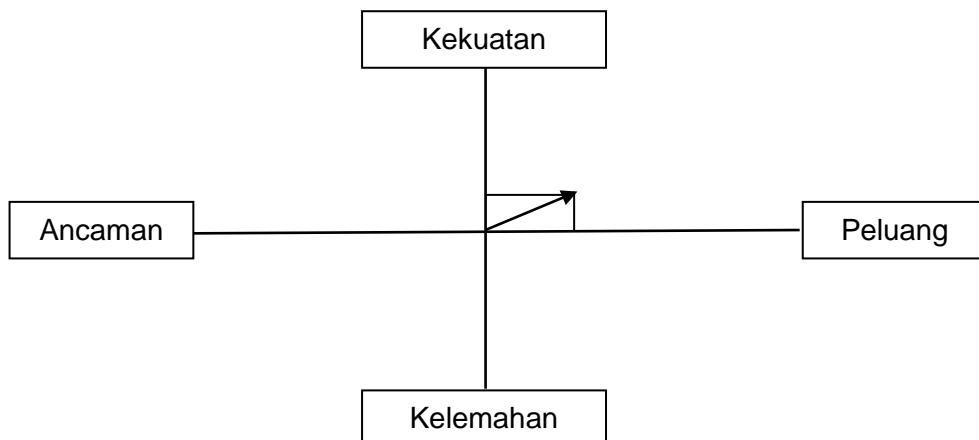


Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Kuadran 1 merupakan kondisi yang menguntungkan yaitu perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Pada kuadran ini strategi yang dapat digunakan adalah strategi agresif. Kuadran 2 yaitu posisi perusahaan menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari internal. Strategi yang dapat diterapkan yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang dalam jangka panjang. Kuadran 3 yaitu perusahaan menghadapi peluang yang besar tetapi juga menghadapi kelemahan pada internal perusahaan. Sehingga fokus strategi pada posisi ini yaitu meminimalkan masalah

internal untuk mencapai peluang pasar. Kuadran 4 yaitu pada situasi ini sangat tidak menguntungkan perusahaan dalam menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan yang ada pada perusahaan

Dari hasil matrik IFE dan matriks EFE dimasukkan ke dalam diagram SWOT yang ditentukan dari selisih koordinat sumbu X terdiri dari kekuatan dan kelemahan sedangkan koordinat sumbu Y yang terdiri dari peluang dan ancaman. Pada Tabel 5, skor IFE untuk faktor kekuatan yaitu 1,61 sedangkan faktor kelemahan nilainya 1,57. Pada EFE hasil analisis faktor peluang 1,82 dan faktor ancaman 1,66.



Gambar 2. Kuadran Analisis SWOT pada Agrowisata Pepaya

Berdasarkan hasil diatas, agrowisata pepaya berada pada kuadran I berada pada kuadran I yaitu strategi Agresif. Ini berarti organisasi akan menggunakan kekuatannya untuk mengejar peluang yang ada (Rangkuti, 2016). Hal ini berarti agrowisata pepaya ada pada situasi menguntungkan dengan mengkombinasikan peluang dan kekuatan internal agar dapat mengembangkan usaha. Pada kuadran ini memerlukan taktik strategi yang fokus pada kebijakan untuk mencapai pertumbuhan yang agresif.

Agrowisata pepaya saat ini berada pada kuadran 1 yaitu strategi agresif dimana situasi ini akan menguntungkan karena memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada untuk pengembangan agrowisata pepaya. Fokus strategi agresif yaitu membuat kebijakan dan taktik untuk pertumbuhan yang agresif.

### **Matrik SWOT**

Untuk menentukan strategi yang dapat digunakan pada agrowisata papaya digunakan matrik SWOT.

#### 1) Strategi SO

- Menjaga kualitas hasil produksi dengan memperluas lahan budidaya pepaya California
- Mengoptimalkan modal yang tersedia dari kelompok tani untuk dikelola bersama

2) Strategi WO

- Meningkatkan kualitas untuk mempertahankan kontinuitas produk agar dapat menghasilkan hasil yang maksimal.
- Menjaga kontinuitas atau keberlanjutan produksi yang dengan melakukan perencanaan yang terintegrasi dengan tujuan

3) Strategi ST

- Memperbaiki kemampuan kelompok tani dengan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan manajemen produksi agar dapat memenuhi permintaan konsumen

4) Strategi WT

- Mengolah produk baru dengan bahan dasar pepaya, misal manisan pepaya
- Mengoptimalkan pemeliharaan tanaman pepaya

**Matrik QSPM**

Matrik QSPM pada Agrowisata Pepaya yaitu strategi prioritas dalam pengembangan pepaya adalah memperluas pemasaran untuk lebih memperkenalkan pepaya kepada masyarakat. Selama ini, usahatani hortikultura di Indonesia masih dianggap usaha sampingan dengan menggunakan teknologi yang sederhana baik dalam pembudidayaan maupun pasca panen. Untuk memenuhi minat konsumen dalam pasar lokal dan ekspor yang membutuhkan mutu tinggi dan pasokan berkelanjutan, pemerintah mendorong pembangunan hortikultura dan strategi pemasaran yang lebih baik (Siswati, 2018).

Menurut Siswati (2018), pemasaran adalah sebagai syarat mutlak pada subsektor pertanian. Banyak produk-produk dari hasil pertanian yang terkendala pada pemasaran. Biaya produksi yang tinggi menurunkan efisiensi dan produk yang mampu kompetitif di pasar domestik dan internasional. Selama ini, petani fokus pada produksi, sementara pasca panen dan pemasaran ditangani oleh lembaga pemasaran sehingga akan menambah panjang rantai pemasaran.

Strategi yang dapat dilakukan strategi ini bertujuan agar kegiatan pemasaran diperluas yang juga berpotensi untuk meningkatkan penjualan dan agar mudah dijangkau oleh konsumen luar. Pemanfaatan internat sebagai media pemasaran melalui iklan atau promosi dengan media sosial (Rahmaniah et al., 2022)

## KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian Pengembangan Agrowisata Pepaya menghasilkan sebagai berikut :

1. Analisis IFE meliputi 1) faktor kekuatan yaitu pembudidayaan mudah dan resiko kecil, bahan baku mudah didapat, memiliki kualitas buah yang baik, lahan luas, permodalan cukup memadai, 2) faktor kelemahan yaitu kemampuan manajemen masih terbatas, pemasaran hanya masih sekitar daerah, keterbatasan teknologi, SDM terbatas, pengelolaan keuangan masih sederhana. Sedangkan analisis EFE meliputi 1) faktor peluang yaitu segmen pasar luas, diversifikasi produk. Program pendampingan dari pemerintah, dapat dibudidayakan di semua daerah, kon di lingkungan yang mendukung, 2) ancaman yaitu persaingan petani pepaya dalam satu daerah, perkembangan hama dan penyakit, perubahan cuaca yang tidak menentu, persaingan harga, pengembangan varietas yang lebih unggul
2. Agrowisata pepaya di posisi kuadran 1. Pada posisi tersebut Agrowisata Pepaya mengadopsi Strategi Agresif yang meliputi pengembangan pasar, penetrasi pasar dan pengembangan produk
3. Strategi memperluas pasar diperlukan dalam pengembangan agrowisata dapat melalui teknologi penggunaan media internet untuk pemasaran juga perlu dioptimalkan dengan membuat promosi atau iklan- iklan pada sosial media.

Saran dari penelitian ini adalah

1. Memperbaiki kemampuan kelompok tani dengan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan manajemen produksi agar dapat memenuhi permintaan konsumen
2. Pelatihan pasca panen yaitu dengan mengolah menjadi manisan papaya, cocktail ketika harga papaya mengalami penurunan sehingga petani tidak rugi.

## DAFTAR PUSTAKA

Afifah, N., Harinta, Y. W., & Dewati, R. (2022). *Strategi Pengembangan Agribisnis Komoditi Bawang Merah di Kecamatan Selogiri Kabupaten Wonogiri*. JASE (Journal of Agribusiness, Social, and Economic), 1(2), 58-70.

Anam, A. K., & Setyawan, M. (2019). *Strategi Pengembangan Produk Unggulan Daerah Berbasis Klaster Pada Sentra Kawasan Industri Rotan Di Kabupaten Jepara*. MANDAR (Management Development and Applied Research Journal), 1(2), 1-8.

Ansahri, A. I., & Mikhratunnisa, M. (2023). *Strategi Pengembangan Agroindustri Minyak Sumbawa di Desa Kelungkung Kecamatan Batulan teh Menggunakan Analisis SWOT*. Jurnal Teknologi <https://journal.widyakarya.ac.id/index.php/jtpip> Pangan ..., 1(2).

[widyakarya/article/view/744%0Ahttps://jurnal.widyakarya.ac.id/index.php/jtip-widyakarya/article/download/744/1040](https://widyakarya/article/view/744%0Ahttps://jurnal.widyakarya.ac.id/index.php/jtip-widyakarya/article/download/744/1040)

Gian, M., Pratama, G., Elgasari, B., Istiaji, B., Hidayat, Y., & Bayuardi, W. (2020). *Pengembangan Kemitraan dan Pemberdayaan Masyarakat melalui Pembibitan Pepaya (Carica papaya L.) di Desa Bojong Partnership Development and Community Empowerment through Papaya (Carica papaya L.) Nurseries in Bojong Village*. Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat, 2(3), 524–529.

Indreswari, R., Paryanto, E., Adi, R. K., & Dewanti, R. P. (2024). *Strategi Pengembangan Agroindustri Pepaya di Kabupaten Boyolali*. 13(2), 84–93.

Kusuma, C., Nurdiana, D. W., Fajri, H. Al, Aji, I. A. S., Linggi, N. S., & Antriyandarti, E. (2024). *Model pembangunan pertanian desa palur. Social Agriculture, Food System, and Environmental Sustainability*, 1(1), 34–44. <https://doi.org/10.61511/safses.v1i1.2024.611>

Nurdiana, K., Suyudi, S., & Nuryaman, H. (2020). *Preferensi Konsumen Terhadap Buah Pepaya California Di Pasar Banjar*. Jurnal Agristan, 2(1). <https://doi.org/10.37058/ia.v2i1.2347>

Pratiwi, R. I., Suminah, S., & Widiyanti, E. (2023). *Motivasi Petani dalam Budidaya Tanaman Pepaya (Carica papaya L.) di Kecamatan Mojosongo Kabupaten Boyolali*. AGRITEXTS: Journal of Agricultural Extension, 46(2), 108. <https://doi.org/10.20961/agritexts.v46i2.67123>

Rahmaniah, Arhim, M., Kaimuddin, & Halik, R. A. F. (2022). *Strategi Pengembangan Usaha (Pepaya California)*. Jurnal Ilmu Pertanian, 2(1), 11–20.

Rahmaniah, Arhim, M., Kaimuddin, & Halik, R. A. F. (2022). *Strategi Pengembangan Usaha (Pepaya California)*. Jurnal Ilmu Pertanian, 2(1), 11–20.

Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Rosyanta, P. M. C., Satriawan, I. K., & Sedana Yoga, I. W. G. (2018). *Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Kopi Luwak Pada Satria Agrowisata Di Kabupaten Gianyar*. Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri, 6(4), 269. <https://doi.org/10.24843/jrma.2018.v06.i04.p01>

Sembiring, Y. Y. R. B., Sunarso, S., & Roessali, W. (2020). *Analisis Kepuasan Konsumen Dan Strategi Pengembangan Agrowisata Kebun Buah Cepoko Di Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang*. Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, 4(1), <https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v4i1.5378> 1–13.

Setiyani, R., Waluyo, S. E., & Putra, R. A. (2024). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Buah* 26(2), 148–156.

Simanjuntak, M. R., & Wijayanti, T. (2023). *Analisis Strategi Pengembangan Usahatani Semangka (Citrullus lanatus) Di Desa Sidomulya Kecamatan Anggana Kabupaten Kutai Kartanegara* 21 (1).

Siswati, E. (2018). *Strategi Pengembangan Pasar Produk Unggulan Hortikultura Kabupaten Tuban*. Jurnal Ilmiah Sosio Agribis, 18(1), 15–32. <https://doi.org/10.30742/jisa1812018444>

Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta. Sukmadinata, Syaodih. 2011. *Penelitian Pendidikan*. Bandung : Remaja