

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kelurahan Kelapa Dua Wetan terletak di kecamatan Ciracas, kota Jakarta Timur, provinsi DKI Jakarta. Dengan luas (337 ha), kelurahan ini merupakan kelurahan terbesar ketiga di kecamatan Ciracas, hanya tertinggal di belakang kelurahan Cibubur (450 ha) dan Ciracas (393 ha). Kelapa Dua Wetan terletak pada $6^{\circ}20'53.0''S$ dan $106^{\circ}53'13.5''E$. Batas wilayah Kelapa Dua Wetan adalah :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kelurahan Ciracas
2. Sebelah Barat berbatasan dengan Kelurahan Ciracas dan Kelurahan Cibubur
3. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Cibubur
4. Sebelah Timur berbatasan dengan Kelurahan Ceger Kecamatan Cipayung

Kelurahan ini memiliki 12 Rukun Warga (RW) dan 134 Rukun Tetangga (RT). Berdasarkan Badan Pusat Statistik (2021) kelurahan Kelapa Dua Wetan memiliki penduduk sebanyak 52.994 jiwa dengan perbandingan laki laki 26.327 dan perempuan 26.667. Agriyaponik berlokasi di kelurahan Kelapa Dua Wetan, tepatnya di Jl. Malaka, Kelapa Dua Wetan, Ciracas, Jakarta Timur. Operasional Agriyaponik senin-minggu, jam 08.00-17.00 WIB.

Sejarah Agriyaponik

Latar belakang terbuatnya Agriyaponik karna banyaknya masyarakat yang tidak bisa makan dan menjadi pengangguran disaat covid-19. Bapak Paul Soetopo sebagai komisaris utama kemudian membuat Agriyaponik. Agriyaponik merupakan tempat inkubator bisnis UMKM yang bertujuan memberi kesempatan belajar pada anggota masyarakat yang ingin meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, yang diresmikan pada tanggal 25 Desember 2021.



Gambar 3. Pintu Masuk Agriyaponik

Visi Agriyaponik untuk merubah pola pikir generasi muda yang semulanya sebagai konsumen diubah menjadi produsen. Berdasarkan sarana pembelajaran di eduwisata Agriyaponik, masyarakat mampu mempelajari dan menghasilkan produk tani sehat, seperti sayuran hidroponik, microgreen, ikan nila dan lele, telur omega 3, tempe dan pengolahannya.

Agriyaponik memiliki beberapa program eduwisata, diantaranya eduwisata reguler, eduwisata plus, pendidikan seletif, dan magang. Eduwisata reguler merupakan program khusus wisatawan seperti TK, SD, SMP dan SMA. Untuk biaya dari paket eduwisata reguler ini dikenakan tarif sebesar Rp. 50.000/orang untuk anak TK dan SD, serta Rp. 100.000/orang untuk anak SMP dan SMA, akan mendapatkan praktek langsung untuk mengenal 6 sektor edukasi yang ada, sedangkan eduwisata plus merupakan program khusus dimana wisatawan akan mendapatkan pembelajaran secara teori dan juga praktik. Untuk paket eduwisata plus dikenakan biaya Rp. 250.000 – 300.000. Pendidikan selektif dan magang dikenakan biaya ± Rp. 2.000.000 wisatawan akan mendapatkan teori, praktek dan juga akan mendapatkan mentoring untuk menjadi pembisnis UMKM.

Karakteristik Responden

Pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 20 responden, Hasil ini didapatkan dengan memberikan kuesioner dan wawancara yang telah disiapkan oleh peneliti. Kuesioner yang disebarakan berisi pertanyaan tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Pada tabel ini berisikan karakteristik responden yang meliputi nama, alamat, usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan atau jabatan yang akan dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 3. Identitas Responden

No	Nama Responden	Alamat	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan / Jabatan
1	Paul Soetopo Tjokronegoro	Jakarta Timur	84	Pria	S3	Komisaris Utama
2	Imaniati	Tangerang	58	Wanita	S2	Koordinator Program
3	Ahmad Ghufon	Jakarta Timur	34	Pria	SMA	Koordinator Cafe
4	Jimmy	Jakarta Timur	38	Pria	S1	Manajemen Keuangan
5	Toto	Jakarta Timur	53	Pria	S1	IT/Space Planning
6	Suritno	Bekasi	45	Pria	SD	Hidroponik
7	Arie Karyadi	Jakarta Timur	39	Pria	SMA	Hidroponik/ Microgreen
8	Netral Berkat Mendrofa	Jakarta Timur	25	Pria	SMA	Ayam telur omega 3
9	Yarman Bate'e	Jakarta Timur	43	Pria	SMP	Karyawan Kebersihan
10	Rivaldo Bate'e	Jakarta Timur	18	Pria	SMA	Hidroponik
11	Irfan Saputra	Bekasi	22	Pria	SMA	Waiters
12	Obi Nat Sages Hulu	Jakarta Timur	22	Pria	SMA	Ikan Lele
13	Wardin Eka Kristian Zebu	Jakarta Timur	18	Pria	SMK	Microgreens
14	Tri Wibowo	Jakarta Timur	42	Pria	SLTA	Chef
15	Charles Iase	Jakarta Timur	18	Pria	SMK	Tempe
16	Tarso	Jakarta Timur	49	Pria	SMA	Tempe
17	Suparti	Jakarta Timur	30	Wanita	S1	Pengunjung
18	Suminah	Jakarta Timur	56	Wanita	S1	Pengunjung
19	Theresia	Jakarta Timur	21	Wanita	SMK	Pengunjung
20	Ishma	Jakarta Timur	45	Wanita	SMA	Pengunjung

Dari hasil Tabel 3 di atas diperoleh usia responden antara 18-84 tahun. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa karyawan yang bekerja di Agriyaponik memiliki usia antara 18-58 tahun, ini merupakan usia yang produktif untuk bekerja. Hal ini sesuai dengan pendapat Hasanah & Widowati (2011) mengemukakan adanya pengaruh usia tenaga kerja terhadap produktivitas tenaga kerja. Usia muda memiliki fisik yang kuat sehingga dapat berpengaruh kepada kemampuan tenaga kerja. Usia tenaga kerja yang berada dalam usia produktif (15-60 tahun) memiliki hubungan yang positif dengan produktivitas tenaga kerja.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan pengurus yang berjenis kelamin pria 15 orang dan jenis kelamin wanita 1 orang. Hal ini menunjukkan bahwa tenaga pria lebih sering dibutuhkan. Serta didapatkan pengunjung wanita 4 orang yang berarti wanita cenderung lebih banyak berwisata dengan anak-anaknya untuk bermain serta berlibur (Hudiono, 2022).

Berdasarkan alamat responden didapatkan semua pengunjung berada di daerah Jakarta Timur, hal ini menunjukkan bahwa pada suatu objek wisata, lokasi yang strategis dapat menjadi nilai tambah dan sangat penting agar wisatawan tertarik untuk berkunjung (Abdulhaji & Ibnu, 2016).

Analisis SWOT

Pada hasil wawancara dan observasi didapatkan data mengenai kondisi Agriyaponik kemudian data tersebut dianalisis menggunakan SWOT. Analisis SWOT adalah bagian dari penilaian hasil identifikasi situasi untuk menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, atau ancaman suatu kondisi (Istiqomah & Andriyanto, 2017).

Tabel 4. Analisis SWOT

Kekuatan	Kelemahan
1. Memiliki berbagai point edukasi	1. Memiliki biaya edukasi wisata yang cukup mahal
2. Memiliki fasilitas pendukung yang sudah memadai	2. Kurang adanya program yang menarik
3. Memiliki tempat jual beli bibit dan hasil panen	3. Kurang luasnya lahan Agriyaponik
4. Memiliki pemandu yang memahami segala point	4. Kurang berjalannya promosi melalui media sosial ataupun tatap muka
5. Memiliki hasil panen yang organik	5. Kurangnya plang dan papan nama

Peluang	Ancaman
1. Permintaan eduwisata kedepannya akan meningkat	1. Akan adanya pesaing baru
2. Akan banyak kunjungan dari sekolah	2. Rendahnya minat masyarakat terhadap pentingnya pendidikan
3. Memiliki lokasi yang strategis	3. Perubahan kebijakan pendidikan
4. Memiliki akses yang mudah dijangkau	4. Perubahan tren atau perilaku masyarakat
5. Pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang	5. Cuaca ditempat wisata yang terlalu panas

Setelah didapatkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Eduwisata Agriyaponik seperti tabel diatas, selanjutnya dilakukan pembobotan.

Analisis IFAS dan EFAS

Analisis lingkungan internal (IFAS) merupakan kegiatan yang sangat penting dalam merumuskan strategi yang mengarah pada kekuatan dan kelemahan yang terdapat dalam suatu perusahaan. Analisis ini berkaitan dengan produksi, pemasaran, keuangan dan sistem informasi manajemen. Dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5. Matriks Internal (IFAS)

Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
Memiliki berbagai point edukasi	0.12	5	0.60
Memiliki fasilitas pendukung yang sudah memadai	0.08	4	0.32
Memiliki tempat jual beli bibit dan hasil panen	0.12	4	0.48
Memiliki pemandu yang memahami segala point	0.12	5	0.60
Memiliki hasil panen yang organik	0.12	5	0.60
sub total	0.56		2.60
Kelemahan			
Memiliki biaya edukasi wisata yang cukup mahal	0.08	2	0.16
Kurang adanya program yang menarik	0.08	2	0.16
Kurang luasnya lahan Agriyaponik	0.08	2	0.16
Kurang berjalannya promosi melalui media sosial ataupun tatap muka	0.08	2	0.16
Kurangnya plang dan papan nama	0.12	1	0.12
sub total	0.44		0.76
Total	1		3.36

Pada tabel ini merupakan hasil pembobotan dan rating dari setiap faktor internal yang ada di Agriyaponik. Nilai yang didapat dari pembobotan dan rating ini adalah hasil dari wawancara dan kuesioner responden dan di gabungkan oleh

penilaian peneliti. Hasil skor dari analisis ini pada sub total kekuatan yaitu 2.60, sedangkan pada sub total kelemahan mendapatkan 0.76. Kemudian untuk mendapatkan titik koordinat sumbu X maka diperlukan hitungan sub total skor kekuatan dikurangi sub total skor kelemahan dan mendapatkan hasil yaitu 1.84.

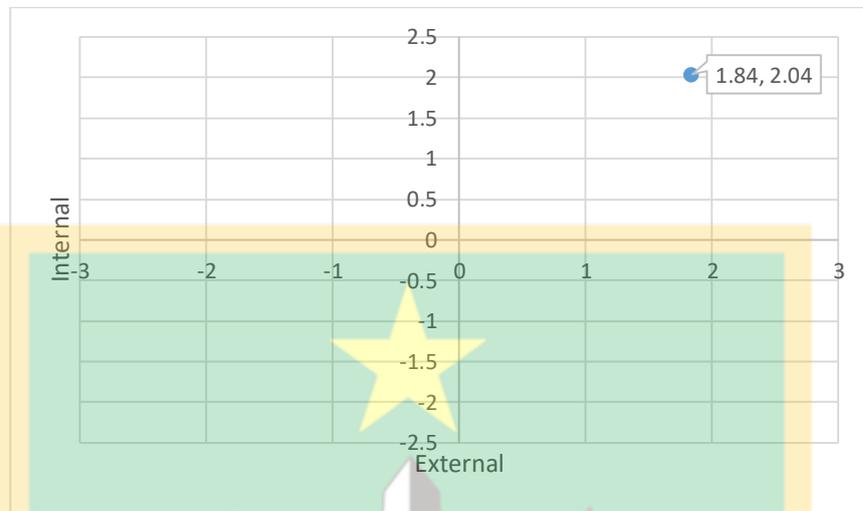
Analisis lingkungan eksternal (EFAS) merupakan kegiatan yang sangat penting dalam merumuskan strategi yang mengarah pada peluang dan ancaman yang terdapat dalam suatu perusahaan. Analisis ini berkaitan dengan persaingan, teknologi, regulasi pemerintah, budaya dan kondisi sosial. Dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Matriks Eksternal (EFAS)

Peluang			
Permintaan eduwisata kedepannya akan meningkat	0.13	4	0.50
Akan banyak kunjungan dari sekolah	0.13	4	0.50
Memiliki lokasi yang strategis	0.08	5	0.42
Memiliki akses yang mudah dijangkau	0.13	5	0.63
Pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang	0.13	5	0.63
sub total	0.58		2.67
Ancaman			
Akan adanya pesaing baru	0.08	2	0.17
Rendahnya minat masyarakat terhadap pentingnya pendidikan	0.08	1	0.08
Perubahan kebijakan pendidikan	0.04	2.5	0.10
Perubahan tren atau perilaku masyarakat	0.13	1.5	0.19
Cuaca di tempat wisata terlalu panas	0.08	1	0.08
sub total	0.42		0.63
Total	1		3.29

Pada tabel ini merupakan hasil pembobotan dan rating dari setiap faktor eksternal yang ada di Agriyaponik. Nilai yang didapat dari pembobotan dan rating ini adalah hasil dari wawancara dan kuesioner responden dan di gabungkan oleh penilaian peneliti. Hasil skor dari analisis ini pada sub total peluang yaitu 2.67, sedangkan pada sub total ancaman mendapatkan 0.63. Kemudian untuk mendapatkan titik koordinat sumbu Y maka diperlukan hitungan sub total skor peluang dikurangi sub total skor ancaman dan mendapatkan hasil yaitu 2.04.

Diagram SWOT



Gambar 4. Diagram Analisis SWOT

Dari diagram tersebut diketahui bahwa letak titik koordinat sumbu X dan sumbu Y berada di kuadran I, ini adalah keadaan yang sangat menguntungkan. Perusahaan memiliki kekuatan dan peluang untuk memanfaatkan peluang yang ada. Pada situasi seperti ini, kebijakan yang ditujukan untuk pertumbuhan harus didukung secara agresif (Rangkuti, 2018).

Selanjutnya membuat matriks SWOT yang merupakan alat yang dapat digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis dalam suatu perusahaan. Matriks SWOT sangat diperlukan dalam mengembangkan empat strategi dasar SWOT, yaitu :

- (1) Strategi SO (*Strength-Opportunities*) merupakan strategi untuk menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal,
- (2) Strategi WO (*Weakness-Opportunities*) yaitu strategi untuk mengurangi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal,
- (3) Strategi ST (*Strength-Threats*) yaitu strategi dalam menggunakan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal,
- (4) Strategi WT (*Weaknesses-Threats*) yaitu strategi yang digunakan untuk mengatasi kelemahan dan ancaman usaha.

Analisis matriks SWOT didapatkan 10 alternatif strategi yaitu, memberikan bingkisan hasil panen dan e-sertifikat untuk pengunjung, menambahkan pemandu yang profesional, mempromosikan hasil panen yang organik dengan memanfaatkan teknologi dan akses lokasi yang strategis, mengedukasikan pengunjung tentang nilai dan manfaat dari destinasi wisata, sehingga mereka lebih mendukung finansialnya, membuat promosi program yang menarik untuk memenuhi kebutuhan kunjungan, membuat papan nama, banner dan spanduk yang mempromosikan Agriyaponik di sepanjang jalan, melakukan penelitian dan pengembangan dengan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengatur waktu kunjungan untuk meminimalisir cuaca yang terlalu panas saat melakukan eduwisata, membuat program kerjasama dengan pemerintah untuk mendukung dan melestarikan lingkungan tempat pariwisata dalam pameran atau acara pariwisata nasional, memperluas lahan agriyaponik dan menyiapkan spot foto yang instagramable.

Matriks QSPM

QSPM menentukan daya tarik relatif dari berbagai strategi berdasarkan seberapa jauh faktor keberhasilan kunci internal dan eksternal dimanfaatkan atau diperbaiki. Jumlah set alternatif strategi yang dimasukkan dalam QSPM dapat bervariasi, tetapi jumlah strategi dalam satu set juga dapat bervariasi. Nilai AS menunjukkan daya tarik relatif dari masing-masing strategi dalam set alternatif tertentu.

Nilai AS dihitung dengan menilai masing-masing faktor internal atau eksternal penting, dan “apakah faktor ini memengaruhi pilihan strategi yang dibuat?” Untuk menunjukkan seberapa menarik satu strategi dibandingkan dengan yang lain, nilai daya tarik harus diberikan untuk masing-masing strategi. Nilai daya tarik mulai dari 1 hingga 4 menunjukkan tidak menarik, agak menarik, cukup menarik, dan sangat menarik (David, 2017).

	Bobot	Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4		Strategi 5		Strategi 6		Strategi 7		Strategi 8		Strategi 9		Strategi 10		
		AS	TAS	AS	TAS																	
Kekuatan																						
Memiliki berbagai point edukasi	0.12	1	0.12	4	0.48	1	0.12	3	0.36	4	0.48	4	0.48	3	0.36	4	0.48	4	0.48	4	0.48	
Memiliki fasilitas pendukung yang sudah memadai	0.08	1	0.08	2	0.16	3	0.24	3	0.24	4	0.32	3	0.24	4	0.32	3	0.24	3	0.24	3	0.24	
Memiliki tempat jual beli bibit dan hasil panen	0.12	2	0.24	2	0.24	3	0.36	2	0.24	3	0.36	3	0.36	3	0.36	1	0.12	2	0.24	2	0.24	
Memiliki pemandu yang memahami segala point	0.12	1	0.12	4	0.48	1	0.12	3	0.36	4	0.48	2	0.24	2	0.24	3	0.36	1	0.12	2	0.24	
Memiliki hasil panen yang organik	0.12	4	0.48	1	0.12	4	0.48	4	0.48	4	0.48	4	0.48	3	0.36	2	0.24	4	0.48	1	0.12	
Kelemahan																						
Memiliki biaya edukasi wisata yang cukup mahal	0.08	4	0.32	4	0.32	1	0.08	4	0.32	4	0.32	1	0.08	3	0.24	1	0.08	2	0.16	3	0.24	
Kurang adanya program yang menarik	0.08	1	0.08	2	0.16	1	0.08	3	0.24	4	0.32	3	0.24	3	0.24	1	0.08	2	0.16	1	0.08	
Kurang luasnya lahan Agriyaponik	0.08	1	0.08	1	0.08	2	0.16	1	0.08	2	0.16	1	0.08	1	0.08	1	0.08	2	0.16	4	0.32	
Kurang berjalannya promosi melalui media sosial ataupun tatap muka	0.08	3	0.24	2	0.16	3	0.24	2	0.16	2	0.16	4	0.32	3	0.24	1	0.08	4	0.32	4	0.32	
Kurangnya plang dan papan nama	0.12	2	0.24	1	0.12	2	0.24	1	0.12	1	0.12	4	0.48	2	0.24	1	0.12	3	0.36	2	0.24	
Peluang																						
Permintaan eduwisata kedepannya akan meningkat	0.13	4	0.52	4	0.52	2	0.26	3	0.39	4	0.52	3	0.39	3	0.39	3	0.39	3	0.39	3	0.39	
Akan banyak kunjungan dari sekolah	0.13	3	0.39	3	0.39	3	0.39	2	0.26	4	0.52	2	0.26	2	0.26	4	0.52	2	0.26	3	0.39	
Memiliki lokasi yang strategis	0.08	1	0.08	1	0.08	4	0.32	1	0.08	2	0.16	3	0.24	1	0.08	2	0.16	1	0.08	1	0.08	
Memiliki akses yang mudah dijangkau	0.13	1	0.13	1	0.13	4	0.52	1	0.13	2	0.26	3	0.39	1	0.13	2	0.26	1	0.13	1	0.13	
Pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang	0.13	4	0.52	3	0.39	4	0.52	3	0.39	3	0.39	2	0.26	4	0.52	2	0.26	3	0.39	4	0.52	
Ancaman																						
Akan adanya pesaing baru	0.08	2	0.16	3	0.24	2	0.16	1	0.08	2	0.16	3	0.24	2	0.16	1	0.08	3	0.24	3	0.24	
Pendahnya minat masyarakat terhadap pentingnya pendidikan	0.08	3	0.24	3	0.24	1	0.08	2	0.16	3	0.24	1	0.08	1	0.08	1	0.08	3	0.24	1	0.08	
Perubahan kebijakan pendidikan	0.04	2	0.08	1	0.04	1	0.04	3	0.12	1	0.04	1	0.04	1	0.04	1	0.04	2	0.08	1	0.04	
Perubahan tren atau perilaku masyarakat	0.13	2	0.26	3	0.39	2	0.26	2	0.26	2	0.26	2	0.26	3	0.39	3	0.39	3	0.39	4	0.52	
Cuaca di tempat wisata terlalu panas	0.08	1	0.08	1	0.08	1	0.08	1	0.08	1	0.08	1	0.08	1	0.08	4	0.32	1	0.08	1	0.08	
			4.46		4.82		4.75		4.55		5.83		5.24		4.81		4.38		5		4.99	

Gambar 5. Hasil Perhitungan QSPM

Berdasarkan hasil matriks QSPM didapatkan strategi alternatif yang sebagai berikut :

Tabel 8. Hasil QSPM

No.	Strategi Alternatif	TAS
1	Membuatkan promosi program yang menarik untuk memenuhi kebutuhan kunjungan	5.83
2	Membuat papan nama, banner dan spanduk yang mempromosikan Agriyaponik di sepanjang jalan	5.24
3	Membuat program kerjasama dengan pemerintah untuk mendukung dan melestarikan lingkungan tempat pariwisata dalam pameran atau acara pariwisata nasional	5
4	Memperluas lahan agriyaponik dan menyiapkan spot foto yang instagramable	4.99
5	Menambahkan pemandu yang professional	4.82
6	Melakukan penelitian dan pengembangan dengan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional	4.81
7	Mempromosikan hasil panen yang organik dengan memanfaatkan teknologi dan akses lokasi yang strategis	4.75
8	Mengedukasikan pengunjung tentang nilai dan manfaat dari destinasi wisata, sehingga mereka lebih mendukung finansialnya	4.55
9	Memberikan bingkisan hasil panen dan e-sertifikat untuk pengunjung	4.46
10	Mengatur waktu kunjungan untuk meminimalisir cuaca yang terlalu panas saat melakukan eduwisata	4.38