

5.1 Simpulan

Analisis karakteristik yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat ditarik suatu kesimpulan yaitu karakteristik pengunjung di dominasi oleh kelompok umur remaja dan dewasa (17-20 dan 36-40) yaitu 22,2%. Tingkat pendapatan pengunjung antara Rp. 0 - Rp. 1.000.000 yaitu 41,6%. Pelajar atau mahasiswa mengunjungi Agrowisata Edukasi Pertanian Besar dengan persentase 41,6%. Pengunjung yang mendapatkan informasi tentang Agrowisata Edukasi Pertanian Besar dari media elektronik memiliki persentase sebesar 69,4 %.

Pengunjung yang ingin berekreasi dengan persentase 75%. Moda transportasi sepeda motor sebanyak 61,1% dan juga frekuensi kunjungan pertama kali sebanyak 86,1%. Pengunjung yang mengunjungi objek wisata di pagi hari memiliki persentase terbanyak sebesar 66,6%

Analisis Faktor Internal dan Eksternal dalam Agrowisata Edukasi Pertanian Besar dipilih beberapa faktor yang paling mempengaruhi Agrowisata Edukasi Pertanian Besar sebagai berikut:

- (1). Faktor internal harga tiket murah menjadi nilai kekuatan yang paling besar diantara faktor internal yang lain, dengan nilai sebesar 0,329. Faktor kelemahan yang paling utama adalah tidak adanya produk olah pasca panen memiliki nilai sebesar 0,234

- (2). Faktor eksternal Agrowisata sebagai tempat belajar di luar kelas bagi pelajar menjadi nilai peluang yang paling besar diantara faktor eksternal yang lain, dengan nilai sebesar 0,551. Faktor ancaman utama di Agrowisata Edukasi Pertanian Besar yaitu perubahan musim yang mengakibatkan unsur estetika objek wisata berkurang dengan nilai sebesar 0,349 yang merupakan nilai terkecil dari faktor lainnya.

Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*). Strategi SO (*Strengths – Opportunities*) adalah strategi dilakukan dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Berdasarkan hal tersebut faktor strategi yang perlu dioptimalkan antara lain sebagai berikut :

- (1). Memaksimalkan wisata dengan konsep alam pedesaan dan edukasi.
- (2). Memanfaatkan harga tiket yang murah sebagai pariwisata alternatif
- (3). Mengoptimalkan pelayanan wisata dengan kelembagaan dan komunitas lokal
- (4). Memanfaatkan teknologi informasi untuk mempromosikan wisata edukasi sebagai tempat belajar diluar kelas.

5.2 Saran

- (1). Segmen pasar wisata utama saat ini adalah wisatawan kelompok usia 17-20 dan 36-40 tahun. Dengan pengembangan tersebut diharapkan dapat meningkatkan segmen sehingga bisa menarik wisatawan kelompok anak dan dewasa.
- (2). Perlunya pembenahan objek wisata khususnya dalam masalah administrasi keuangan maupun pemasaran/promosi yang telah dilakukan secara kontinyu, sehingga lebih memudahkan Agrowisata Edukasi Pertanian Besar ini dalam menentukan keputusan dalam sistem usahanya. Membuat produk olahan pasca panen untuk meningkatkan profit yang kemudian digunakan sebagai modal. Menentukan tanaman yang ditanam agar sesuai musimnya supaya tidak terjadi mengurangan unsur estetika.
- (3). Memperkuat hubungan antara instansi pemerintahan untuk mengembangkan dan mempromosikan agrowisata tersebut.
- (4). Bagi Agrowisata Edukasi Pertanian Besar sebaiknya menerapkan strategi yang sudah dirumuskan sehingga dapat meningkatkan perkembangan Agrowisata Edukasi Pertanian Besar.
- (5). Bagi Peneliti Selanjutnya disarankan untuk meneliti tentang komponen kepariwisataan dan membuat strategi agrowisata ketika musim pandemi *covid-19*.