DARI POTENSI SUMBER DAYA PERTANIAN MENUJU DAYA SAING DESTINASI BERKELANJUTAN: PENDEKATAN A'WOT UNTUK STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA DI SEMBALUN, LOMBOK TIMUR

FROM AGRICULTURAL RESOURCE POTENTIAL TO SUSTAINABLE DESTINATION COMPETITIVENESS: AN A'WOT APPROACH TO AGRITOURISM DEVELOPMENT STRATEGY IN SEMBALUN, EAST LOMBOK

Anas Zaini[1], Idiatul Fitri Danasari[1*], Halimatus Sadiyah[1], Shelly Sylvia Agustina[1], Fadli[1]

[1]Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia
Email penulis korespondensi: fitridanasari@unram.ac.id

Abstrak

Agrowisata di Kecamatan Sembalun memiliki basis sumber daya pertanian dataran tinggi dan lanskap yang kuat, tetapi pengembangannya belum diarahkan oleh prioritas strategis yang terukur. Penelitian ini bertujuan menentukan prioritas faktor strategis, posisi strategis, dan prioritas strategi pengembangan agrowisata berkelanjutan di Sembalun menggunakan pendekatan A'WOT, yaitu integrasi analisis SWOT dan *Analytic Hierarchy Process* (AHP). Faktor internal dan eksternal diidentifikasi melalui wawancara mendalam dengan lima pelaku agrowisata, kemudian dibobot melalui perbandingan berpasangan oleh delapan pakar dengan agregasi rerata geometrik, eigenvektor utama, dan uji rasio konsistensi. Peluang memiliki bobot tertinggi (0,4702), diikuti kekuatan (0,3197), kelemahan (0,1199), dan ancaman (0,0902). Tren pariwisata berkelanjutan merupakan faktor dengan bobot global tertinggi (0,1862), diikuti minat masyarakat (0,1123) dan akses permodalan (0,1012). Posisi strategis berada pada kuadran I (0,1998; 0,3801) sehingga strategi agresif paling sesuai. Prioritas utama adalah pemosisian Sembalun sebagai destinasi agro-geowisata berkelanjutan yang terintegrasi dengan Rinjani-Lombok UNESCO Global Geopark, diikuti pelatihan tenaga kerja melalui kemitraan pentahelix dan paket agrowisata tematik berbasis komoditas unggulan. Seluruh matriks konsisten (CR < 0,10), dan hasil utama stabil dalam analisis sensitivitas.

Kata-Kata Kunci: A'WOT, AHP, Agrowisata, Daya Saing Destinasi, Sembalun

Abstract

Sembalun District has a strong highland agricultural and landscape resource base for agritourism, yet its development lacks measurable strategic priorities. This study determines the priority of strategic factors, the strategic position, and the priority strategies for sustainable agritourism development in Sembalun using the A'WOT approach, which integrates SWOT analysis with the Analytic Hierarchy Process (AHP). Internal and external factors were identified through in-depth interviews with five agritourism operators and weighted through pairwise comparisons by eight experts, using geometric-mean aggregation, principal eigenvector extraction, and consistency ratio testing. Opportunities received the highest weight (0.4702), followed by strengths (0.3197), weaknesses (0.1199), and threats (0.0902). The sustainable tourism trend had the highest global weight (0.1862), followed by public interest (0.1123) and access to capital (0.1012). The strategic position lies in quadrant I (0.1998; 0.3801), indicating an aggressive strategy. The top priority is positioning Sembalun as a sustainable agro-geotourism destination integrated with the Rinjani-Lombok UNESCO Global Geopark, followed by pentahelix-based workforce training and thematic agritourism packages based on leading commodities. All matrices were consistent (CR < 0.10), and the main results were robust in sensitivity analysis.

Keywords: A'WOT, AHP, Agritourism, Destination Competitiveness, Sembalun

PENDAHULUAN

Agrowisata telah berkembang dari aktivitas sampingan di lahan pertanian menjadi strategi diversifikasi usaha tani yang dapat mempertemukan produksi pangan dengan pengalaman wisata, dan pembangunan pedesaan. Chase et al. (2018) memasukkan penjualan langsung, edukasi, hospitalitas, rekreasi luar ruang, dan hiburan ke dalam kategori inti agrowisata, sehingga nilai agrowisata juga ditentukan oleh cara komoditas dikemas menjadi pengalaman bagi pengunjung. Tinjauan sistematis menunjukkan kontribusi agrowisata pada ketiga dimensi keberlanjutan, mulai dari ekonomi rumah tangga tani sampai pelestarian lanskap dan kehidupan sosial-budaya perdesaan (Ammirato et al., 2020; Rauniyar et al., 2021).

Kecamatan Sembalun di Kabupaten Lombok Timur terletak di kaki Gunung Rinjani dan termasuk kawasan Rinjani-Lombok UNESCO Global Geopark, yang programnya diarahkan pada konservasi lingkungan, pengembangan komunitas, pelestarian budaya, dan pemberdayaan ekonomi (Karjaya et al., 2024). Di samping wisata pendakian, hortikultura dataran tinggi di kawasan ini telah berkembang menjadi atraksi agrowisata (Junaidi et al., 2024). Agrowisata menyumbang sekitar 29,88% pendapatan rumah tangga di Sembalun, dengan kepemilikan lahan dan akses modal sebagai determinan yang signifikan (Wahyudi et al., 2024). Pengalaman menghadapi gempa bumi Lombok 2018 dan pandemi COVID-19 kemudian mendorong pengelola destinasi beralih dari mengejar jumlah pengunjung ke pariwisata yang lebih berkualitas dan berkelanjutan (Octavianti et al., 2024).

Namun, potensi sumber daya tidak dengan sendirinya menjadi daya saing destinasi. Literatur daya saing destinasi membedakan keunggulan komparatif, yaitu sumber daya bawaan seperti iklim, lanskap, dan komoditas, dari keunggulan kompetitif, yaitu kemampuan mengelola sumber daya tersebut secara efektif (Ritchie & Crouch, 2003; Cronjé & du Plessis, 2020). Dari sudut pandang berbasis sumber daya (*resource-based view*), sumber daya baru menghasilkan keunggulan berkelanjutan jika bernilai, langka, sulit ditiru, dan sulit digantikan (Barney, 1991). Oleh karena itu, persoalan agrowisata Sembalun lebih terletak pada ketepatan prioritas strategi untuk mengubah sumber daya pertanian menjadi daya saing destinasi daripada pada ketersediaan sumber dayanya.

Kajian strategi agrowisata di Indonesia umumnya masih memakai analisis SWOT dengan matriks IFAS dan EFAS yang bobotnya ditentukan melalui penilaian langsung, termasuk kajian di Desa Sajang, Lombok Timur (Asasandi & Masani, 2025). SWOT memang tetap menjadi alat diagnosis strategis yang paling luas digunakan karena sederhana dan mudah dikomunikasikan (Puyt et al., 2023). Kelemahannya, SWOT konvensional tidak memiliki mekanisme untuk mengukur kepentingan relatif antarfaktor, sehingga faktor dalam satu kelompok cenderung diperlakukan setara dan prioritas strategi bergantung pada intuisi analis (Kurttila et al., 2000).

A'WOT dikembangkan untuk mengatasi keterbatasan itu dengan memasukkan *Analytic Hierarchy Process* (AHP) ke dalam kerangka SWOT (Kurttila et al., 2000). AHP menurunkan bobot prioritas dari perbandingan berpasangan dan menguji konsistensi penilaian di dalam struktur hierarki (Saaty, 1980, 2008), dan metode ini telah dipakai luas di berbagai bidang keputusan (Emrouznejad & Marra, 2017). Dalam manajemen pariwisata, A'WOT dipakai untuk merumuskan strategi pariwisata berkelanjutan tingkat provinsi (Kişi, 2019) dan strategi pariwisata perdesaan pascapandemi (Varolgüneş et al., 2022), serta untuk menentukan posisi strategis wisata kebugaran hutan di wilayah pegunungan (Liu et al., 2026). Penerapannya pada agrowisata hortikultura dataran tinggi di kawasan geopark di Indonesia masih terbatas.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini bertujuan (1) mengidentifikasi dan menentukan prioritas faktor internal dan eksternal pengembangan agrowisata di Sembalun, (2) menentukan posisi strategis pengembangan agrowisata berdasarkan bobot kelompok SWOT, dan (3) merumuskan serta menentukan prioritas strategi pengembangan agrowisata berkelanjutan. Hasilnya diharapkan menjadi dasar bagi pemerintah daerah, pengelola geopark, dan pelaku usaha dalam menyusun program agrowisata yang lebih terarah.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Sembalun, Kabupaten Lombok Timur, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Lokasi dipilih secara sengaja (*purposive*) karena Sembalun merupakan sentra hortikultura dataran tinggi sekaligus kawasan wisata utama di Lombok Timur dengan ragam agrowisata petik buah, kebun kopi, kebun jeruk, taman bunga, dan kuliner berbasis lahan pertanian. Penelitian memakai desain metode campuran sekuensial dengan pendekatan A'WOT (Kurttila et al., 2000).

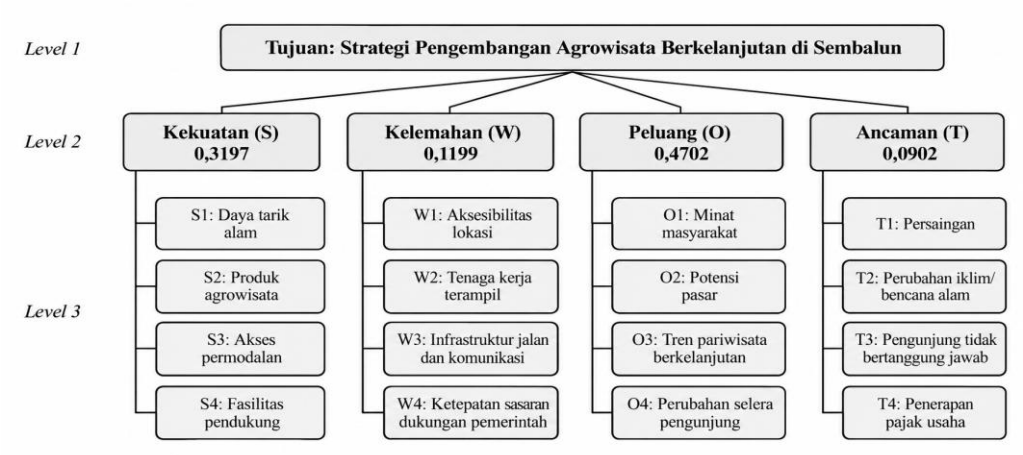
Tahap I: Identifikasi Faktor Strategis

Tahap pertama dilaksanakan pada 28 Juni 2025 (Gambar 1) melalui wawancara mendalam semiterstruktur dengan lima pelaku usaha agrowisata yang dipilih secara *purposive*, yaitu usaha petik buah, kopi, jeruk, bunga, dan kuliner. Jumlah tersebut mengikuti terbatasnya unit usaha yang memenuhi kriteria penelitian dan pertimbangan keterwakilan karakteristik usaha, sesuai logika penelitian kualitatif yang mengutamakan kasus kaya informasi dan keragaman kasus daripada jumlah informan (Patton, 2015). Wawancara menggali kondisi internal usaha, seperti daya tarik, produk, permodalan, tenaga kerja, dan akses, serta kondisi eksternal yang dihadapi pelaku, seperti pasar, kebijakan, persaingan, dan risiko bencana.



Gambar 1. Agrowisata Taman Bunga, Kebun Buah dan Kopi
Sumber: Data primer (2025)

Transkrip wawancara dianalisis secara tematik. Pernyataan informan dikodekan, dikelompokkan ke dalam empat kategori SWOT, lalu dikonsolidasikan menjadi faktor yang saling berbeda secara konseptual. Setiap kelompok dibatasi empat faktor agar perbandingan berpasangan tetap dapat dinilai secara konsisten oleh responden (Saaty, 1980; Kurttila et al., 2000). Ketepatan sasaran dukungan pemerintah (W4) diperlakukan sebagai kelemahan internal karena yang dinilai adalah ketidaksesuaian program dengan kebutuhan usaha yang dirasakan pelaku di tingkat destinasi. Tahap ini menghasilkan hierarki keputusan tiga level, yaitu tujuan, empat kelompok SWOT, dan enam belas faktor strategis (Gambar 2 dan Tabel 1).



Gambar 2. Struktur Hierarki A'WOT Pengembangan Agrowisata di Sembalun

Tabel 1. Faktor Strategis dan Makna Operasional

Kode	Faktor	Makna Operasional
S1	Daya tarik alam	Lanskap, udara segar, dan pemandangan pertanian dataran tinggi
S2	Produk agrowisata	Produk dan jasa wisata berbasis usaha tani (restoran, taman bunga, petik buah dan sayur)
S3	Akses permodalan	Ketersediaan pembiayaan untuk mengembangkan produk, fasilitas, dan operasi usaha
S4	Fasilitas pendukung	Jalan utama, hotel, transportasi, sarana ibadah, toilet, dan tempat makan
W1	Aksesibilitas lokasi	Sebagian lokasi jauh dari jalan utama dan dicapai melalui persawahan dan permukiman
W2	Tenaga kerja terampil	Penggunaan tenaga kerja terampil pada usaha agrowisata masih kurang
W3	Infrastruktur jalan dan komunikasi	Infrastruktur jalan dan jaringan komunikasi belum optimal
W4	Ketepatan sasaran dukungan pemerintah	Dukungan program pemerintah bagi pelaku agrowisata kurang tepat sasaran
O1	Minat masyarakat	Meningkatnya minat terhadap wisata berbasis alam dan edukasi pertanian
O2	Potensi pasar	Pertumbuhan pengunjung domestik dan mancanegara (terutama dari Malaysia)
O3	Tren pariwisata berkelanjutan	Meningkatnya perhatian pasar dan kebijakan pada pariwisata yang bertanggung jawab
O4	Perubahan selera pengunjung	Pergeseran selera pengunjung ke arah penikmat dan pecinta alam
T1	Persaingan	Persaingan dari destinasi wisata alternatif
T2	Perubahan iklim/bencana alam	Potensi gangguan akibat variabilitas iklim dan bahaya alam
T3	Pengunjung tidak bertanggung jawab	Karakter pengunjung yang tidak bertanggung jawab
T4	Penerapan pajak usaha	Penerapan pajak bagi pelaku usaha agrowisata, khususnya restoran dan taman

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Tahap II: Pembobotan Faktor dengan AHP

Tahap kedua membobot hierarki faktor melalui kuesioner perbandingan berpasangan (*pairwise comparison*) yang diisi oleh delapan pakar. Pakar dipilih secara *purposive* dari kalangan akademisi, peneliti, praktisi, dan konsultan desa wisata yang berpengalaman dalam pengembangan desa wisata berkelanjutan, sebagaimana praktik panel pakar dalam kajian A'WOT pariwisata (Kişi, 2019; Varolgüneş et al., 2022). Panel berukuran kecil lazim dalam AHP karena kualitas hasil lebih ditentukan oleh kompetensi dan konsistensi penilai daripada oleh representativitas statistik (Saaty, 2008). Setiap pasangan elemen dinilai dengan skala fundamental Saaty 1 sampai 9 (Saaty, 1980). Kuesioner memuat lima matriks berukuran 4 × 4, yaitu satu matriks kelompok SWOT dan empat matriks faktor, dengan total 30 perbandingan berpasangan.

Penilaian individu diagregasi menggunakan rerata geometrik atas respons yang valid pada setiap pasangan, karena dapat mempertahankan sifat resiprokal matriks perbandingan (Aczél & Saaty, 1983; Forman & Peniwati, 1998):

$$a_{ij}^{\mathrm{G}} = \left(\prod_{k=1}^{m} a_{ij}^{(k)}\right)^{1/m} ;\; a_{ji}^{\mathrm{G}} = \frac{1}{a_{ij}^{\mathrm{G}}} \tag{1}$$

dengan $a_{ij}^{(k)}$ adalah penilaian responden ke-k terhadap elemen i dibandingkan elemen j, a_{ij}^{G} adalah penilaian teragregasi, a_{ji}^{G} adalah nilai resiprokalnya, serta m adalah jumlah respons valid pada pasangan tersebut. Vektor prioritas diperoleh dari eigenvektor utama matriks resiprokal teragregasi (Saaty, 1980, 2008):

$$Aw = \lambda_{\mathrm{maks}} w \tag{2}$$

Konsistensi diuji dengan indeks konsistensi (CI) dan rasio konsistensi (CR):

$$\mathrm{CI} = \frac{\lambda_{\mathrm{maks}} - n}{n-1} ;\; \mathrm{CR} = \frac{\mathrm{CI}}{\mathrm{RI}} \tag{3}$$

dengan n adalah ordo matriks ($n = 4$) dan RI adalah indeks acak yang bernilai 0,90 untuk $n = 4$. Matriks dinyatakan konsisten jika CR < 0,10 (Saaty, 1980). Konsistensi diuji pada setiap matriks pakar sebelum agregasi (8 × 5 = 40 matriks) dan pada kelima matriks teragregasi.

Selanjutnya, bobot global faktor dihitung dengan mengalikan bobot lokal dengan bobot kelompok SWOT induknya, sehingga semua faktor berada pada satu skala (Kurttila et al., 2000):

$$w_{dj}^{\mathrm{G}} = w_{d}^{\mathrm{D}} \times w_{dj}^{\mathrm{L}} \tag{4}$$

dengan w_{dj}^{G} adalah bobot global faktor ke-j pada kelompok d, w_{d}^{D} adalah bobot kelompok SWOT d, dan w_{dj}^{L} adalah bobot lokal faktor ke-j dalam kelompok tersebut.

Posisi Strategis, Formulasi Strategi, dan Analisis Sensitivitas

Posisi strategis ditentukan dengan memetakan selisih bobot kelompok internal (S − W) pada sumbu horizontal dan selisih bobot kelompok eksternal (O − T) pada sumbu vertikal, mengikuti praktik kajian SWOT-AHP pariwisata (Liu et al., 2026). Kuadran I menunjukkan strategi agresif (SO), kuadran II strategi *turn-around* (WO), kuadran III strategi defensif (WT), dan kuadran IV strategi diversifikasi (ST).

Alternatif strategi dirumuskan dengan matriks TOWS (Weihrich, 1982). Setiap strategi disusun dari dua faktor internal dan dua faktor eksternal yang paling relevan, dan skor prioritasnya dihitung sebagai jumlah bobot global keempat faktor tersebut. Ketahanan hasil diuji dengan analisis sensitivitas satu faktor pada satu waktu (*one-at-a-time*). Bobot setiap kelompok SWOT diubah ±10% dan ±30%, dan bobot tiga kelompok lainnya disesuaikan secara proporsional agar jumlahnya tetap satu. Pada setiap skenario, peringkat global faktor dibandingkan dengan peringkat dasar menggunakan korelasi

peringkat Spearman (ρ), lalu dicatat perubahan kuadran, urutan strategi, dan nilai ambang perubahan bobot yang menggeser faktor dan strategi peringkat pertama (pemindaian dengan interval 1%).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Agrowisata dan Faktor Strategis Sembalun

Hasil wawancara menunjukkan bahwa agrowisata Sembalun tumbuh dari usaha tani hortikultura milik masyarakat setempat. Atraksinya meliputi petik stroberi, kebun kopi, kebun jeruk, taman bunga, dan kedai kuliner di tengah persawahan hingga di sepanjang jalan wisata sembalun, dengan struktur usaha yang beragam. Sebagian besar pelaku adalah usaha kecil yang membuka lahannya untuk pengunjung tanpa perencanaan usaha formal, dan hanya satu pelaku yang sudah memiliki struktur usaha dan amenitas yang lebih lengkap sehingga mampu menarik lebih banyak pengunjung dari wilayah yang lebih jauh. Pola ini sejalan dengan spektrum agrowisata yang membentang dari aktivitas pertanian autentik hingga usaha hospitalitas yang dikelola secara profesional (Streifeneder, 2016; Streifeneder et al., 2023).

Menurut informan, pasar agrowisata Sembalun tidak lagi bersifat lokal karena pengunjung mancanegara sudah berdatangan, terutama dari Malaysia, disusul Australia, Jepang, Amerika Serikat, dan negara lain. Disisi lain, informan juga menyoroti keterbatasan tenaga kerja terampil, program pemerintah yang dinilai belum tepat sasaran, lokasi usaha yang jauh dari jalan utama, perilaku sebagian pengunjung yang tidak bertanggung jawab, serta pajak pada usaha restoran dan taman. Temuan ini dirumuskan menjadi enam belas faktor strategis (Tabel 1) yang kemudian dibobot pada tahap kedua.

Konsistensi Penilaian Pakar

Hasil uji konsistensi penilaian pakar pada kelima matriks perbandingan disajikan pada Tabel 2. Seluruh matriks teragregasi memiliki CR jauh di bawah ambang 0,10 (Saaty, 1980), dengan nilai antara 0,0019 dan 0,0142. Pada tingkat individu, seluruh 40 matriks pakar juga konsisten dengan CR tertinggi 0,0990. Meski demikian, CR teragregasi yang sangat rendah perlu dibaca hati-hati karena rerata geometrik cenderung menghaluskan penilaian pakar yang berbeda arah. Penilaian kekuatan terhadap peluang, misalnya, berkisar dari 1/7 sampai 4 antarpakar, sehingga bobot prioritas dalam penelitian ini lebih tepat dipahami sebagai kompromi atas penilaian yang beragam daripada sebagai konsensus pakar.

Tabel 2. Hasil Uji Konsistensi Matriks Perbandingan Berpasangan

Kode	Matriks	Level	*n*	λ_{maks}	CI	RI	CR	Status
M0	Kelompok SWOT	2	4	4,0076	0,0025	0,90	0,0028	Konsisten
M1	Kekuatan (S1–S4)	3	4	4,0274	0,0091	0,90	0,0102	Konsisten
M2	Kelemahan (W1–W4)	3	4	4,0053	0,0018	0,90	0,0019	Konsisten
M3	Peluang (O1–O4)	3	4	4,0382	0,0127	0,90	0,0142	Konsisten
M4	Ancaman (T1–T4)	3	4	4,0058	0,0019	0,90	0,0021	Konsisten

Keterangan: matriks dinyatakan konsisten apabila CR < 0,10; Sumber: Data primer diolah (2025)

Bobot Kelompok SWOT

Berdasarkan hasil pembobotan, peluang memperoleh bobot kelompok tertinggi (0,4702), diikuti kekuatan (0,3197), kelemahan (0,1199), dan ancaman (0,0902), seperti pada Gambar 2. Faktor eksternal (O + T = 0,5604) dinilai sedikit lebih menentukan daripada faktor internal (S + W = 0,4396), sehingga arah pengembangan agrowisata Sembalun saat ini lebih banyak dibentuk oleh dinamika eksternal, terutama tren

pariwisata berkelanjutan dan permintaan wisatawan. Bobot faktor positif (S + O = 0,7899) juga jauh melampaui faktor negatif (W + T = 0,2101), yang berarti pakar memandang Sembalun sebagai destinasi yang sedang tumbuh. Bobot kelemahan dan ancaman yang rendah hanya menunjukkan kepentingan relatif menurut pakar dan tidak menggambarkan besaran masalah di lapangan. Dominasi kelompok peluang dan kekuatan juga ditemukan pada kajian A'WOT pariwisata di wilayah dengan sumber daya alam yang kuat (Kişi, 2019; Liu et al., 2026).

Prioritas Faktor dalam Setiap Kelompok

Bobot lokal, bobot global, dan peringkat setiap faktor disajikan pada Tabel 3. Bobot lokal menunjukkan kepentingan relatif faktor dalam kelompoknya, sedangkan bobot global menunjukkan kepentingan faktor terhadap tujuan pengembangan agrowisata secara keseluruhan.

Tabel 3. Bobot Lokal, Bobot Global, dan Peringkat Faktor Strategis

Kelompok	Faktor	Bobot Lokal	Bobot Global	Peringkat dalam Kelompok	Peringkat Global
S	S3 Akses permodalan	0,3167	0,1012	1	3
	S1 Daya tarik alam	0,3081	0,0985	2	4
	S2 Produk agrowisata	0,2109	0,0674	3	7
	S4 Fasilitas pendukung	0,1643	0,0525	4	8
W	W2 Tenaga kerja terampil	0,3075	0,0369	1	9
	W4 Ketepatan sasaran dukungan pemerintah	0,2633	0,0316	2	10
	W1 Aksesibilitas lokasi	0,2489	0,0298	3	11
	W3 Infrastruktur jalan dan komunikasi	0,1802	0,0216	4	15
O	O3 Tren pariwisata berkelanjutan	0,3960	0,1862	1	1
	O1 Minat masyarakat	0,2388	0,1123	2	2
	O4 Perubahan selera pengunjung	0,1872	0,0880	3	5
	O2 Potensi pasar	0,1779	0,0837	4	6
T	T2 Perubahan iklim/bencana alam	0,3114	0,0281	1	12
	T3 Pengunjung tidak bertanggung jawab	0,3100	0,0280	2	13
	T4 Penerapan pajak usaha	0,2441	0,0220	3	14
	T1 Persaingan	0,1346	0,0121	4	16
	Jumlah bobot global		1,0000		

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

***Strength* (Kekuatan)**

Pada kelompok kekuatan, akses permodalan (S3; 0,3167) dan daya tarik alam (S1; 0,3081) memperoleh bobot tertinggi dengan selisih tipis, diikuti produk agrowisata (S2; 0,2109) dan fasilitas pendukung (S4; 0,1643). Pakar memandang pembiayaan sebagai syarat bagi pelaku untuk mengembangkan produk, fasilitas, dan operasi usaha, sejalan dengan temuan bahwa akses modal merupakan determinan signifikan pendapatan rumah tangga dari agrowisata di Sembalun (Wahyudi et al., 2024). Dari sudut pandang berbasis sumber daya, modal finansial tidak termasuk sumber daya yang langka atau sulit ditiru

(Barney, 1991), sehingga akses permodalan lebih tepat dimaknai sebagai prasyarat untuk mengaktifkan kekuatan lain daripada sebagai sumber daya tarik itu sendiri.

Bobot daya tarik alam (S1) menegaskan peran lanskap dan iklim dataran tinggi sebagai keunggulan komparatif Sembalun (Ritchie & Crouch, 2003). Produk agrowisata (S2) yang hanya berada di peringkat ketiga menandakan bahwa kemampuan mengemas komoditas dan aktivitas usaha tani menjadi produk wisata belum dianggap sebagai keunggulan yang mapan, padahal keunggulan kompetitif destinasi bergantung pada kemampuan mengelola sumber daya bawaan (Cronjé & du Plessis, 2020). Pengalaman wisata perdesaan yang melibatkan aktivitas, interaksi, dan pembelajaran terbukti membentuk memori dan kepuasan pengunjung (Kastenholz et al., 2018), sehingga produk berbasis pengalaman perlu diperkuat. Fasilitas pendukung (S4) berada di peringkat terakhir karena lebih berfungsi sebagai layanan dasar yang juga tersedia di destinasi lain.

***Weakness* (Kelemahan)**

Tenaga kerja terampil (W2; 0,3075) merupakan kelemahan dengan bobot tertinggi, diikuti ketepatan sasaran dukungan pemerintah (W4; 0,2633), aksesibilitas lokasi (W1; 0,2489), serta infrastruktur jalan dan komunikasi (W3; 0,1802). Artinya, kendala utama menurut pakar ada pada sumber daya manusia. Diversifikasi usaha tani ke agrowisata menuntut kapabilitas di luar keterampilan budi daya, seperti pemanduan, pelayanan, pengolahan hasil, dan pengelolaan usaha (Fitz-Koch et al., 2018). Tanpa tenaga kerja terampil, pengalaman wisata yang menjadi inti nilai agrowisata sulit dihadirkan secara konsisten (Kastenholz et al., 2018).

Kelemahan W4 berkaitan dengan program pemerintah yang dirasakan pelaku belum sesuai dengan kebutuhan usaha, padahal Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan mewajibkan pemerintah dan pemerintah daerah menciptakan iklim yang kondusif bagi usaha pariwisata. Persoalannya terletak pada desain dan penyaluran program yang belum berbasis kebutuhan pelaku. Kelemahan W1 tampak pada lokasi populer seperti Kedai Sawah, Kebun Kopi, dan Taman Bunga yang berada cukup jauh dari jalan utama dan harus dicapai melalui persawahan dan permukiman warga, sehingga pengaturan arus pengunjung menjadi penting dalam pengelolaan destinasi Sembalun (Octavianti et al., 2024). W1 dan W3 sama-sama berkaitan dengan akses fisik, dan jika dijumlahkan, bobot lokal keduanya (0,4291) melampaui W2, sehingga pemisahan keduanya membuat isu akses tampak kurang penting.

***Opportunity* (Peluang)**

Tren pariwisata berkelanjutan (O3; 0,3960) mendominasi kelompok peluang dengan bobot sekitar dua kali lipat potensi pasar dan perubahan selera pengunjung. Pergeseran wacana pariwisata dari pertumbuhan menuju keberlanjutan (Higgins-Desbiolles, 2018) menguntungkan agrowisata, yang sejak awal terkait dengan pelestarian lanskap dan penghidupan perdesaan (Ammirato et al., 2020). Bobot O3 yang tinggi tetap perlu dibaca dengan mempertimbangkan latar panel, yang seluruhnya berpengalaman dalam pengembangan desa wisata berkelanjutan dan karena itu mungkin memberi penilaian lebih tinggi pada faktor ini.

Minat masyarakat (O1; 0,2388) berada pada peringkat kedua, diikuti perubahan selera pengunjung (O4; 0,1872) dan potensi pasar (O2; 0,1779), yang ketiganya berasal dari sisi permintaan. Minat terhadap wisata berbasis alam dan edukasi pertanian terus meningkat (Rauniyar et al., 2021) dan pergeseran selera pengunjung ke arah wisata alam dapat dipahami dalam konteks pascapandemi, yaitu ketika pola perjalanan dan ekspektasi wisatawan berubah cepat (Gössling et al., 2021). Bobot potensi pasar yang lebih rendah daripada minat masyarakat mengisyaratkan bahwa pakar lebih menekankan kesesuaian segmen pengunjung daripada pertumbuhan jumlah kunjungan.

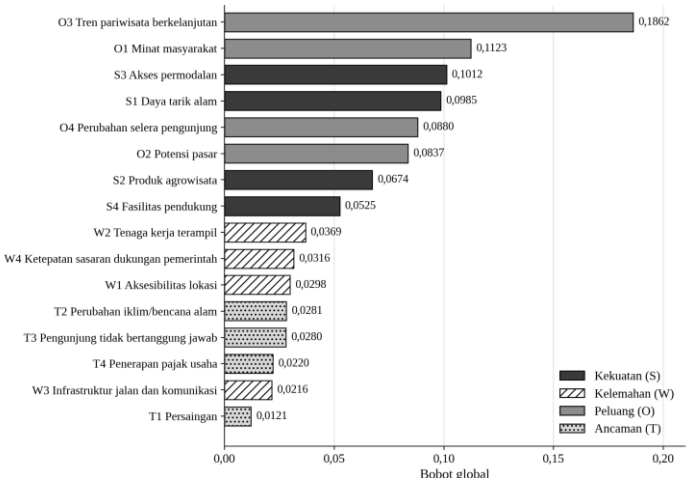
***Threat* (Ancaman)**

Pada kelompok ancaman, perubahan iklim/bencana alam (T2; 0,3114) dan pengunjung yang tidak bertanggung jawab (T3; 0,3100) memiliki bobot tertinggi yang hampir setara, diikuti penerapan pajak usaha (T4; 0,2441) dan persaingan (T1; 0,1346). Agrowisata bergantung langsung pada kondisi budi daya dan lanskap yang rentan terhadap variabilitas iklim, dan gempa bumi Lombok 2018 telah mengubah cara destinasi Sembalun dikelola (Octavianti et al., 2024). Bencana alam juga terbukti menurunkan kunjungan wisata internasional secara signifikan (Rosselló et al., 2020). Ancaman T3 relevan karena atraksi berada di lahan budi daya yang aktif, sehingga perilaku pengunjung dapat merusak tanaman dan lingkungan jika tidak diatur melalui tata tertib dan pemanduan.

Pajak usaha (T4) dipandang mengancam karena menambah beban usaha kecil, khususnya restoran dan taman. Pajak daerah atas makanan dan/atau minuman serta jasa kesenian dan hiburan kini diatur sebagai Pajak Barang dan Jasa Tertentu dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022, sehingga kemampuan pelaku memenuhi kewajiban pajak menjadi bagian dari tata kelola usaha. Bobot persaingan yang paling rendah menunjukkan bahwa destinasi agrowisata di sekitarnya, seperti Desa Sajang (Asasandi & Masani, 2025) belum dianggap ancaman utama.

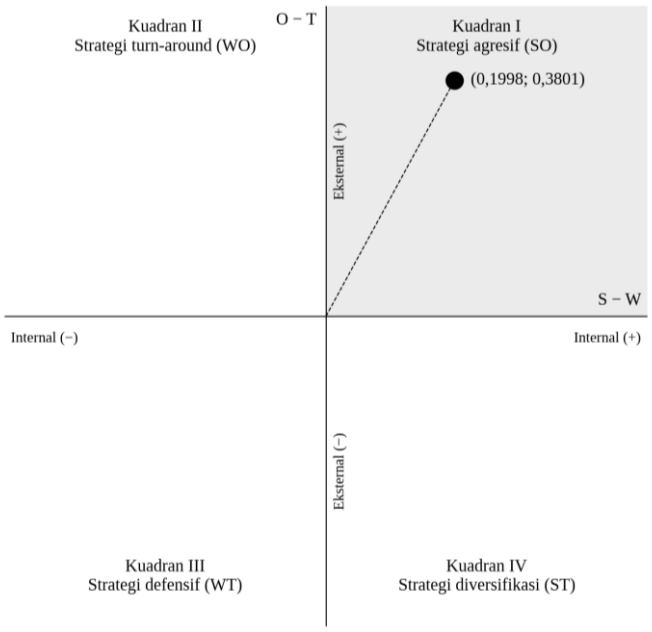
Bobot Global dan Posisi Strategis

Distribusi bobot global pada Gambar 3 memperlihatkan bahwa enam faktor teratas seluruhnya berasal dari kelompok peluang dan kekuatan, dengan akumulasi bobot 0,6700. Tren pariwisata berkelanjutan (O3) menjadi faktor paling menentukan dengan bobot global 0,1862, hampir seperlima dari total kepentingan seluruh faktor, diikuti minat masyarakat (O1; 0,1123), akses permodalan (S3; 0,1012), dan daya tarik alam (S1; 0,0985). Daya saing agrowisata Sembalun dengan demikian bertumpu pada lanskap sebagai keunggulan komparatif, permintaan wisata alam yang berorientasi keberlanjutan, dan pembiayaan untuk mengolah keduanya menjadi produk. Seluruh faktor kelemahan dan ancaman berada pada peringkat 9 sampai 16 dengan bobot global di bawah 0,04.



Gambar 3. Bobot Global Faktor Strategis Pengembangan Agrowisata Sembalun

Selisih bobot internal (S − W) sebesar 0,1998 dan selisih bobot eksternal (O − T) sebesar 0,3801 menempatkan agrowisata Sembalun pada kuadran I (Gambar 4). Kekuatan internal destinasi dinilai cukup untuk memanfaatkan peluang eksternal yang besar, sehingga strategi agresif (SO) paling sesuai. Nilai sumbu eksternal yang hampir dua kali sumbu internal (rasio 1,90) juga menunjukkan bahwa ruang pertumbuhan lebih ditentukan oleh kemampuan memanfaatkan peluang daripada oleh perbaikan kelemahan.



Gambar 4. Posisi Strategis Agrowisata Sembalun

Formulasi dan Prioritas Strategi

Matriks TOWS menghasilkan delapan alternatif strategi, dua untuk setiap kombinasi SO, WO, ST, dan WT, dengan skor dan peringkat seperti pada Tabel 4.

Tabel 4. Alternatif Strategi Hasil Matriks TOWS dan Prioritasnya

Kode	Strategi	Faktor Pembentuk	Skor	Peringkat
SO1	Mengembangkan paket agrowisata tematik berbasis komoditas unggulan (stroberi, kopi, jeruk, bunga) yang memadukan wisata alam dan edukasi pertanian	S1, S2, O1, O4	0,3663	3
SO2	Memosisikan Sembalun sebagai destinasi agro-geowisata berkelanjutan yang terintegrasi dengan Rinjani-Lombok UNESCO Global Geopark untuk pasar domestik dan mancanegara	S1, S2, O2, O3	0,4358	1
WO1	Pelatihan dan sertifikasi tenaga kerja agrowisata (pemandu, layanan, pengolahan hasil) melalui kemitraan pentahelix agar program pemerintah tepat sasaran	W2, W4, O1, O3	0,3670	2
WO2	Investasi publik dan swasta untuk perbaikan jalan akses, penunjuk arah, area parkir, dan jaringan komunikasi	W1, W3, O1, O2	0,2474	4
ST1	Diferensiasi produk berbasis pengalaman disertai tata tertib dan pemanduan kunjungan	S1, S2, T1, T3	0,2060	5
ST2	Investasi adaptif iklim (budi daya terlindung, diversifikasi komoditas) dan penataan administrasi pajak usaha	S3, S4, T2, T4	0,2039	6
WT1	Sistem informasi destinasi satu pintu tentang jalur akses, usaha, ketentuan kunjungan, dan peringatan cuaca/bencana	W1, W3, T2, T3	0,1075	7
WT2	Penguatan kelembagaan pelaku untuk peningkatan keterampilan, advokasi program dan pajak, serta standar layanan minimum	W2, W4, T1, T4	0,1026	8

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Strategi SO2 menempati prioritas tertinggi (0,4358) karena mempertemukan daya tarik alam dan produk agrowisata dengan tren pariwisata berkelanjutan dan potensi pasar. Strategi ini memosisikan Sembalun sebagai destinasi agro-geowisata berkelanjutan yang terintegrasi dengan jalur dan narasi Rinjani-Lombok UNESCO Global Geopark. Manfaat agrowisata bagi keberlanjutan perdesaan akan optimal jika aktivitas wisata tetap berakar pada praktik pertanian yang autentik (Streifeneder, 2016; Ammirato et al., 2020). Karena itu, pemerintah daerah dan pengelola geopark disarankan memasukkan lokasi agrowisata ke dalam jalur interpretasi geopark, disertai standar praktik berkelanjutan yang dapat dikomunikasikan kepada pasar domestik dan mancanegara. Keunggulan skor SO2 sebagian besar bersumber dari O3, yang menyumbang 0,1862 atau sekitar 43% skornya, dan dua strategi teratas sama-sama memuat O3. Peringkat strategi dengan demikian sangat dipengaruhi oleh keputusan memasangkan faktor ini pada suatu strategi.

WO1 (0,3670) dan SO1 (0,3663) memiliki skor yang hampir identik dengan selisih 0,0007, sehingga keduanya lebih tepat diperlakukan sebagai prioritas setara pada lapis kedua. WO1 menyasar dua kelemahan berbobot tertinggi, yaitu keterbatasan tenaga kerja terampil dan dukungan pemerintah yang kurang tepat sasaran, melalui pelatihan dan sertifikasi berstandar pariwisata berkelanjutan dalam kemitraan pentahelix. Untuk itu, dukungan pemerintah disarankan beralih dari bantuan yang bersifat insidental ke program peningkatan kompetensi pemandu, layanan, dan pengolahan hasil yang disusun berdasarkan kebutuhan pelaku, melalui forum koordinasi yang melibatkan dinas terkait, pengelola geopark, perguruan tinggi, pelaku usaha, dan mitra swasta.

SO1 mengembangkan paket agrowisata tematik berbasis komoditas unggulan, seperti jalur stroberi, kopi, jeruk, dan bunga, yang menghubungkan usaha-usaha yang tersebar menjadi satu pengalaman destinasi. Pelaku yang sudah memiliki struktur usaha dan amenitas yang baik dapat menjadi usaha jangkar (*anchor business*) bagi usaha kecil di sekitarnya melalui paket bersama dan standar layanan, sedangkan akses permodalan sebaiknya diarahkan pada investasi yang memperkuat produk dan ketahanan usaha terhadap risiko iklim. Paket tematik membutuhkan pemandu yang kompeten dan pelatihan akan lebih bermakna jika diarahkan pada produk yang jelas, sehingga WO1 dan SO1 perlu berjalan bersamaan. Strategi WO2 (0,2474) melengkapinya melalui perbaikan jalan akses, penunjuk arah, area parkir, dan jaringan komunikasi, sedangkan strategi ST (0,2039 dan 0,2060) dan WT (0,1026 dan 0,1075) berfungsi sebagai pendukung untuk menjaga ketahanan destinasi.

Analisis Sensitivitas

Seluruh 16 skenario perubahan bobot kelompok sebesar ±10% dan ±30% tetap menempatkan destinasi pada kuadran I, dengan O3 sebagai faktor berbobot global tertinggi dan SO2 sebagai prioritas pertama (Tabel 5). Korelasi peringkat Spearman berkisar antara 0,935 dan 0,997. Nilai terendah (bobot kelemahan −30%) hanya menggeser urutan faktor berbobot kecil.

Tabel 5. Hasil Analisis Sensitivitas terhadap Perubahan Bobot Kelompok SWOT

Kelompok yang Diubah	Perubahan	Tiga Faktor Teratas	ρ Spearman	Posisi (S−W; O−T)	Dua Strategi Teratas
S	−30%	O3, O1, O4	0,974	(0,0870; 0,4336)	SO2, WO1
	−10%	O3, O1, O4	0,991	(0,1622; 0,3979)	SO2, WO1
	+10%	O3, S3, S1	0,991	(0,2374; 0,3622)	SO2, SO1
	+30%	O3, S3, S1	0,982	(0,3126; 0,3265)	SO2, SO1
W	−30%	O3, O1, S3	0,935	(0,2488; 0,3956)	SO2, SO1

Kelompok yang Diubah	Perubahan	Tiga Faktor Teratas	ρ Spearman	Posisi (S−W; O−T)	Dua Strategi Teratas
	−10%	O3, O1, S3	0,985	(0,2161; 0,3852)	SO2, SO1
	+10%	O3, O1, S3	0,997	(0,1835; 0,3749)	SO2, WO1
	+30%	O3, O1, S3	0,982	(0,1508; 0,3645)	SO2, WO1
O	−30%	O3, S3, S1	0,953	(0,2530; 0,2150)	SO2, SO1
	−10%	O3, S3, S1	0,991	(0,2175; 0,3250)	SO2, SO1
	+10%	O3, O1, O4	0,985	(0,1821; 0,4351)	SO2, WO1
	+30%	O3, O1, O4	0,976	(0,1466; 0,5452)	SO2, WO1
T	−30%	O3, O1, S3	0,982	(0,2057; 0,4211)	SO2, WO1
	−10%	O3, O1, S3	0,997	(0,2018; 0,3937)	SO2, WO1
	+10%	O3, O1, S3	0,991	(0,1978; 0,3664)	SO2, WO1
	+30%	O3, O1, S3	0,956	(0,1939; 0,3390)	SO2, WO1

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Peringkat pertama O3 baru bergeser ke akses permodalan (S3) jika bobot peluang turun lebih dari 30% (di bawah 0,324) atau bobot kekuatan naik lebih dari 45% (di atas 0,467). SO2 baru tergeser oleh WO1 jika bobot kekuatan turun lebih dari 32% (di bawah 0,214), bobot kelemahan naik lebih dari 79% (di atas 0,216), atau bobot peluang naik lebih dari 59% (di atas 0,752). Urutan yang paling mudah berubah adalah peringkat kedua dan ketiga, karena WO1 naik ke peringkat kedua ketika bobot kekuatan turun, bobot kelemahan atau peluang naik, serta pada semua skenario ancaman, sedangkan SO1 naik ketika bobot kekuatan naik atau bobot kelemahan dan peluang turun. Hasil ini memperkuat saran agar penguatan tenaga kerja dan pengembangan paket tematik dijalankan bersamaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengembangan agrowisata di Sembalun lebih banyak ditentukan oleh faktor positif daripada faktor negatif, dengan peluang sebagai kelompok faktor terpenting. Tren pariwisata berkelanjutan merupakan faktor paling menentukan, diikuti minat masyarakat, akses permodalan, dan daya tarik alam. Kelemahan yang paling perlu ditangani adalah keterbatasan tenaga kerja terampil dan dukungan pemerintah yang kurang tepat sasaran, sedangkan ancaman utamanya adalah perubahan iklim/bencana alam dan pengunjung yang tidak bertanggung jawab. Agrowisata Sembalun berada pada kuadran I sehingga strategi agresif paling sesuai. Strategi prioritasnya adalah pemosisian Sembalun sebagai destinasi agro-geowisata berkelanjutan yang terintegrasi dengan Rinjani-Lombok UNESCO Global Geopark, didukung pelatihan dan sertifikasi tenaga kerja melalui kemitraan pentahelix serta paket agrowisata tematik berbasis komoditas unggulan. Penilaian pakar konsisten pada seluruh matriks (CR < 0,10), dan prioritas utama tidak berubah pada analisis sensitivitas.

Pemerintah Kabupaten Lombok Timur disarankan membentuk forum kemitraan agrowisata yang terintegrasi dengan program geopark, dengan prioritas pada integrasi agrowisata ke dalam jalur geowisata, pelatihan dan sertifikasi tenaga kerja, paket tematik, serta perbaikan akses. Pelaku usaha disarankan mengembangkan produk berbasis pengalaman dan membangun kelembagaan bersama. Keterbatasan penelitian ini terletak pada panel delapan pakar berlatar pengembangan desa wisata berkelanjutan, yang dapat memengaruhi bobot faktor keberlanjutan, serta pada skor strategi yang dihitung secara

aditif dari faktor yang dipasangkan peneliti. Selain itu, sebagian faktor bertumpang tindih secara konseptual, seperti aksesibilitas lokasi serta infrastruktur jalan dan komunikasi. Penelitian selanjutnya dapat membandingkan alternatif strategi secara langsung melalui perbandingan berpasangan, memakai AHP fuzzy, menguji independensi antarfaktor, atau memasukkan perspektif wisatawan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini didanai oleh Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) Universitas Mataram melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Mataram dengan nomor kontrak 3742/UN18.L1/PP/2025. Penulis menyampaikan terima kasih kepada LPPM Universitas Mataram atas dukungan pendanaan tersebut, kepada para pelaku agrowisata di Kecamatan Sembalun yang telah bersedia menjadi informan, serta kepada para pakar yang telah meluangkan waktu untuk memberikan penilaian.

DAFTAR PUSTAKA

Aczél, J., & Saaty, T. L. (1983). Procedures for synthesizing ratio judgements. *Journal of Mathematical Psychology, 27*(1), 93–102. https://doi.org/10.1016/0022-2496(83)90028-7

Ammirato, S., Felicetti, A. M., Raso, C., Pansera, B. A., & Violi, A. (2020). Agritourism and sustainability: What we can learn from a systematic literature review. *Sustainability, 12*(22), 9575. https://doi.org/10.3390/su12229575

Asasandi, I. G. N. A., & Masani, S. (2025). Strategi pengembangan agrowisata "Sajang Retreat" di Desa Sajang Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agrokomplek, 4*(3), 1029–1036. https://doi.org/10.29303/tjgycm57

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management, 17*(1), 99–120. https://doi.org/10.1177/014920639101700108

Chase, L. C., Stewart, M., Schilling, B., Smith, B., & Walk, M. (2018). Agritourism: Toward a conceptual framework for industry analysis. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development, 8*(1), 13–19. https://doi.org/10.5304/jafscd.2018.081.016

Cronjé, D. F., & du Plessis, E. (2020). A review on tourism destination competitiveness. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 45*, 256–265. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.012

Emrouznejad, A., & Marra, M. (2017). The state of the art development of AHP (1979–2017): A literature review with a social network analysis. *International Journal of Production Research, 55*(22), 6653–6675. https://doi.org/10.1080/00207543.2017.1334976

Fitz-Koch, S., Nordqvist, M., Carter, S., & Hunter, E. (2018). Entrepreneurship in the agricultural sector: A literature review and future research opportunities. *Entrepreneurship Theory and Practice, 42*(1), 129–166. https://doi.org/10.1177/1042258717732958

Forman, E., & Peniwati, K. (1998). Aggregating individual judgments and priorities with the analytic hierarchy process. *European Journal of Operational Research, 108*(1), 165–169. https://doi.org/10.1016/S0377-2217(97)00244-0

Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism, 29*(1), 1–20. https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708

Higgins-Desbiolles, F. (2018). Sustainable tourism: Sustaining tourism or something more? *Tourism Management Perspectives, 25*, 157–160. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.017

Junaidi, M. A., Amir, A. F., Rochmi, E., Amrullah, A., Solihin, R., & Sugandi, Y. B. W. (2024). Analyzing Sembalun Village's potential as an agrotourism attraction. *JMET: Journal of Management Entrepreneurship and Tourism, 2*(2), 238–244. https://doi.org/10.61277/jmet.v2i2.114

Karjaya, L. P., Sabilla, K. R., Husni, V., & Bustami, S. Y. (2024). The implementation of Rinjani Lombok UNESCO Global Geopark's (RL-UGGp) working programs based on sustainable development goals in Sembalun tourism area. Dalam *Proceedings of the Southeast Asian Conference on Migration and Development (SEACMD 2023)* (hlm. 233–250). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-362-7_18

Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Marques, C. P., & Loureiro, S. M. C. (2018). The dimensions of rural tourism experience: Impacts on arousal, memory, and satisfaction. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 35*(2), 189–201. https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1350617

Kişi, N. (2019). A strategic approach to sustainable tourism development using the A'WOT hybrid method: A case study of Zonguldak, Turkey. *Sustainability, 11*(4), 964. https://doi.org/10.3390/su11040964

Kurttila, M., Pesonen, M., Kangas, J., & Kajanus, M. (2000). Utilizing the analytic hierarchy process (AHP) in SWOT analysis — A hybrid method and its application to a forest-certification case. *Forest Policy and Economics, 1*(1), 41–52. https://doi.org/10.1016/S1389-9341(99)00004-0

Liu, L., Zhou, E., & Heydari, M. (2026). An integrated SWOT-AHP strategic positioning framework for assessing sustainable forest wellness tourism development in mountain regions. *Scientific Reports, 16*, 24319. https://doi.org/10.1038/s41598-026-60242-1

Octavianti, M., Suryana, A., Bajari, A., & Ismail, N. (2024). Transforming tourism destination management: Response to natural disasters and the COVID-19 pandemic — A case study of Sembalun Geosite in Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning, 19*(1), 259–266. https://doi.org/10.18280/ijsdp.190124

Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice* (4th ed.). SAGE Publications.

Puyt, R. W., Lie, F. B., & Wilderom, C. P. M. (2023). The origins of SWOT analysis. *Long Range Planning, 56*(3), 102304. https://doi.org/10.1016/j.lrp.2023.102304

Rauniyar, S., Awasthi, M. K., Kapoor, S., & Mishra, A. K. (2021). Agritourism: Structured literature review and bibliometric analysis. *Tourism Recreation Research, 46*(1), 52–70. https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1753913

Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. CABI Publishing.

Rosselló, J., Becken, S., & Santana-Gallego, M. (2020). The effects of natural disasters on international tourism: A global analysis. *Tourism Management, 79*, 104080. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104080

Saaty, T. L. (1980). *The analytic hierarchy process: Planning, priority setting, resource allocation*. McGraw-Hill.

Saaty, T. L. (2008). Decision making with the analytic hierarchy process. *International Journal of Services Sciences, 1*(1), 83–98. https://doi.org/10.1504/IJSSCI.2008.017590

Streifeneder, T. (2016). Agriculture first: Assessing European policies and scientific typologies to define authentic agritourism and differentiate it from countryside tourism. *Tourism Management Perspectives, 20*, 251–264. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.10.003

Streifeneder, T., Hoffmann, C., & Corradini, P. (2023). The future of agritourism? A review of current trends of touristic commercialisation in rural areas. *The Annals of Regional Science, 71*, 93–119. https://doi.org/10.1007/s00168-022-01126-w

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah. (2022). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 4.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. (2009). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11.

Varolgüneş, F. K., Çelik, F., Del Río-Rama, M. de la C., & Álvarez-García, J. (2022). Reassessment of sustainable rural tourism strategies after COVID-19. *Frontiers in Psychology, 13*, 944412. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.944412

Wahyudi, E., Siddik, M., & Suparmin. (2024). Contribution of the existence of agrotourism to income and welfare of local communities on Lombok Island (Case study of the Sembalun tourism area, East Lombok Regency). *International Journal of Research and Scientific Innovation, 11*(7), 1198–1206. https://doi.org/10.51244/IJRSI.2024.1107094

Weihrich, H. (1982). The TOWS matrix — A tool for situational analysis. *Long Range Planning, 15*(2), 54–66. https://doi.org/10.1016/0024-6301(82)90120-0