

LAPORAN TUGAS AKHIR

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN EDUWISATA
BIOFARMAKA ALOELAND
(STUDI KASUS PT MOUNT VERA SEJATI)

oleh:
Dominikus Tino
03.05.21.0181



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS HORTIKULTURA
JURUSAN PERTANIAN
POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN YOGYAKARTA MAGELANG
KEMENTERIAN PERTANIAN
2025

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN EDUWISATA
BIOFARMAKA ALOELAND
(STUDI KASUS PT MOUNT VERA SEJATI)

Oleh:
Dominikus Tino

Intisari

Eduwisata Biofarmaka Aloeland merupakan sebuah tempat edukasi belajar tentang budidaya tanaman lidah buaya, pengolahan produk lidah buaya, serta pemasaran produk olahan lidah buaya. Penelitian ini mengkaji kembali bagaimana strategi yang tepat untuk pengembangan Eduwisata Biofarmaka Aloeland dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi Eduwisata Biofarmaka Aloeland serta menentukan strategi prioritas yang akan diimplementasikan dalam pengembangan Eduwisata Biofarmaka Aloeland. Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mix methods*) yang mengabungkan dan mengkombinasikan dua metode sekaligus yaitu metode kualitatif dan kuantitatif. Objek Eduwisata Biofarmaka Aloeland dideskripsikan dengan metode kualitatif sedangkan perhitungan atau penjumlahan matriks IFAS, EFAS dan QSPM dideskripsikan dengan metode kuantitatif. Data yang digunakan berupa data primer dan sekunder data dikumpulkan melalui observasi, *focus group discussion* (FGD), dan penyebaran kuesioner kepada pengunjung Eduwisata Biofarmaka Aloeland. Hasil penelitian menunjukkan identifikasi faktor internal memiliki 8 kekuatan dan 4 kelemahan dengan total skor IFE sebesar 1,194. Sedangkan identifikasi faktor eksternal memiliki 4 peluang dan 3 ancaman dengan total skor EFE 1,388. Berdasarkan matriks IFE dan EFE posisi Eduwisata Biofarmaka Aloeland terletak pada titik (1,194 : 1,388) dan bernilai positif pada kuadran I dengan alternatif strategi S-O. Hasil perhitungan QSPM strategi prioritas yang diimplementasikan untuk pengembangan Eduwisata Biofarmaka Aloeland adalah memperluas kegiatan promosi dan menjalin lebih banyak kerjasama, baik dengan instansi pemerintah, pelajar sekolah, maupun mahasiswa dengan total TAS sebesar 13,9842.

Kata kunci : Analisis Strategi, Eduwisata Biofarmaka, IFAS & EFAS , Matriks SWOT, QSPM.

**STRATEGY ANALYSIS OF ALOELAND BIOPHARMAKA
EDUTOURISM DEVELOPMENT
(CASE STUDY OF PT MOUNT VERA SEJATI)**

By:
Dominikus Tino

Abstract

Aloeland Biofarmaka Edutourism is an educational place to learn about the cultivation of aloe vera plants , processing of aloe vera products (Aloe vera), and marketing of processed aloe vera products. This study re-examined the right strategy for the development of Aloeland Biofarmaka Edutourism with the aim of identifying internal and external factors that influence the development of Aloeland Biofarmaka Edutourism and determining priority strategies that will be implemented in the development of Aloeland Biofarmaka Edutourism. This study used a mixed method (Mix methods) that combines and combines two methods at once, namely qualitative and quantitative methods. The Aloeland Biofarmaka Eduwisata object was described using a qualitative method while the calculation or addition of the IFAS, EFAS and QSPM matrices were described using a quantitative method. The data used are primary and secondary data collected through observation, focus group discussions (FGD), and distributing questionnaires to visitors to the Aloeland Biofarmaka Eduwisata. The results of the study showed that the identification of internal factors had 8 strengths and 4 weaknesses with a total IFE score of 1.194. Identification of external factors had 4 opportunities and 3 threats with a total EFE score of 1.388. Based on the SWOT matrix, the position of Eduwisata Biofarmaka Aloeland is at point (1.194: 1.388) and had a positive value in quadrant I with an alternative strategy of S-O. The results of the QSPM calculation of the priority strategies implemented for the development of Aloeland Biofarmaka Edutourism are to expand promotional activities and establish more collaborations, both with government agencies, school students, and university students with a total TAS of 13.9842.

Keywords: Strategy Analysis, Biopharmaceutical Edutourism, IFAS, EFAS, SWOT Matrix, (QSPM).

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
DAFTAR PUBLIKASI.....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
Intisari	ix
<i>Abstract</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Batasan Masalah.....	3
E. Manfaat Penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
A. Landasan Teori	4
B. Kerangka Berpikir	10
C. Definisi Operasional.....	11
BAB III METODE PENELITIAN	12
A. Waktu dan Tempat	12
B. Metode Kajian Penelitian.....	12
C. Teknik Pengambilan Sampel	12
D. Jenis Dan Sumber Data.....	13
E. Teknik Pengumpulan Data.....	13
F. Teknik Analisis Data	14
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
A. Gambaran umum perusahaan.....	19
B. Analisis Lingkungan Pemasaran.....	20
C. Identifikasi Faktor Internal	25
D. Identifikasi Faktor Eksternal.....	25
E. Penilaian Faktor Internal dan Eksternal	26
F. Penentuan Strategi Pengembangan	27
G. Penentuan Titik Matriks IFE dan EFE	32
H. Penentuan Strategi Prioritas.....	33
I. Implementasi	34
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	35
A. Kesimpulan.....	35
B. Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA.....	36
LAMPIRAN.....	40

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Matriks IFE	14
Tabel 3. 2 Matriks EFE	15
Tabel 3. 3 Matriks SWOT	16
Tabel 3. 4 Matriks QSPM.....	18
Tabel 3. 5 Urutan Nilai TAS	18
Tabel 4. 1 Identifikasi Faktor Internal	25
Tabel 4. 2 Identifikasi Faktor Eksternal	26
Tabel 4. 3 Penilaian Faktor Internal	26
Tabel 4. 4 Penilaian Faktor Eksternal.....	27
Tabel 4. 5 Matriks SWOT	28
Tabel 4. 6 Hasil Perhitungan QSPM	33
Tabel 4. 7 Waktu Pelaksanaan Implementasi	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	10
Gambar 3. 1 Matriks dan Kuadran SWOT	16
Gambar 4. 1 Matriks IFE dan EFE	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara Penelitian	41
Lampiran 2 Kuesioner Internal.....	43
Lampiran 3 Kuesioner Eksternal	44
Lampiran 4 Tabulasi Data Jawaban Responden.....	50
Lampiran 5 Perhitungan Bobot, Rating, dan Skor SWOT	62
Lampiran 6 Perhitungan Analisis QSPM.....	63

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016). Pengaruh Karakteristik Individu Dan Karakteristik Pekerjaan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Karisma Rancangan Pratama Samarinda Kalimantan Timur. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10 (11), 779-790 DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.12881762>
- Alfiana, Y., Veronica, A., Yanti, D., & Winarsih, W. (2024). Sistem Pembayaran Tunai Dan Non Tunai Pada PT. Kedamaian. *Jurnal Media Akuntansi(Mediasi)*, 6(2),189–201. <https://doi.org/10.31851/jmediasi.v6i2.15009>
- Atikah, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Swot Dan Qspm (Studi Kasus: Restoran Ramen Aboy). *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 6(1), 88–99. <https://doi.org/10.33005/mebis.v6i1.208>
- Charismana, D. S., Retnawati, H., & Dhewantoro, H. N. S. (2022). Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ppkn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan PPKN*, 9(2), 99–113. <https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.18333>
- Chasanah, S. I. U., Futhona, A. K., & Kurniawati, D. O. (2023). Pengembangan Konsep Eduwisata di Kebun Buah Bendosari. *Jurnal Mandala Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 297-301. <https://doi.org/10.35311/jmpm.v4i1.151>
- Christian, T. J., & Yoestini, Y. (2023). Pengaruh Orientasi Pelanggan, Orientasi Kewirausahaan, dan Lingkungan Industri Terhadap Kinerja Pemasaran Syariah Melalui Keunggulan Bersaing Pada UMKM Olahan Pangan Seafood di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4316. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11410>
- Dewi, R., Musdawina, M., Musdawina, M., Ahmady, Z., HR, M., & Sakir, S. (2024). Strategi Manajemen Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan: Suatu Kajian Literatur. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(03), 111–121. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i03.169>
- Dwijayanto, A., & Widodo, A. (2020). Pengaruh Bauran 8p terhadap Keputusan Pembelian Coffee Shop Kopi Kenangan Bandung. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 6192–6203. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/13984/13724>
- Facilities, T. (2022). Pengaruh Tourist Facilities dan Destination Image terhadap Revisit Intention melalui Electronic Word Of Mouth (E-Wom) (Studi Pada Wisata Air Umbul Ponggok). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/43717/32936>. 5(1), 125-130.
- Habib, F., Oktaviani, D., & Lubis, N. A. (2024). Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran Inovatif Dalam Pengembangan Usaha Kewirausahaan. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(1), 115–122.
- Hardiyanto, A., Soejanto, M. T., & Berlianty, (2018) Analisis Strategi Pembangunan Desa Wisata di Sentra Pengrajin Keris. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 11 (1), 1 – 13. <https://doi.org/10.31315/opsi.v11i1.2193>.
- Hendrawan, H. (2021). Analisa SWOT dan STP (Segmentasi, Tertarget, Posisi)

- terhadap Strategi Pemasaran Digital pada Usaha Mikro-Bunda Culinary. *Jkbm (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 127–138. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v7i2.4505>
- Indriarti, R., & Rachmawati Chaidir, N. (2021). Penerapan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Untuk Merumuskan Strategi Bisnis. *Jurnal MANAJERIAL*, 20(1), 159–170. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v20i1.41179>.
- Intanghina. (2019). Potensi Lidah Buaya (Aloe vera) sebagai Antimikroba. *Jurnal kedokteran dan kesehatan*, <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/JKK/article/viewFile/11705/7309>
- Kurniasari, F. Y. (2022). Strategi Pemasaran Guna Menaikkan Penjualan. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 4(4), 236–245.
- Manggu, B., & Beni, S. (2021). Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (Stp) Dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan Umkm Kota Bengkayang. *Sebatik*, 25(1), 27–34. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1146>
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS(Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>.
- Marhaeni, L. S. (2020). Potensi lidah buaya (Aloe vera Linn) sebagai obat dan sumber pangan. *AGRISIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 13(1), 32–39.
- Missy, J. (2020). Analisis strategi pemasaran digital. *Journal MISSY (Management and Bu siness Strategy)*. 1(2), 20–28. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/3138>.
- N. Atik. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Marketing Mix. *AmaNu: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 4(2), 192–202.
- Oktaviana, D., & Clark, B. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks Swot, Matriks Ife, Matriks Efe, Dan Matriks Ie (Studi Kasus Pada BisnisBanjjagim.Id) 114(June), e00146. <https://doi.org/10.1016/j.sciaf.2019.e00146>.
- Parjaman, T., & Akhmad, D. (2019). Pendekatan Penelitian Kombinasi: Sebagai Jalan Tengah Atas Dikotomi Kuantitatif-Kualitatif. *jurnal ilmiah ilmu pemerintahan*, 5(4), 530–548.
- Pertanian, F., Soedirman, U. J., Bulapulang, K., & Jamu W. (2022). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kesehatan Jamu Di Kecamatan Balapulang Kabupaten Tegal , 6, (1) 63– 69. *Jurnal Moderat*, 5(4), 530–548. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/mode>.
- Puteri, R., & Hadita, H. (2024). Penerapan Analisis Swot Terhadap Penentuan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Gerai Mixue Golden City. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(12), 465–471. <https://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id/index.php/MAJIM/article/view/1550%0Ahttps://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id/index.php/MAJIM/article/viewFile/1550/1591>.
- Qanita, A. (2020). Analisis Strategi Dengan Metode Swot Dan Qspm (Quantitative Strategic Planning Matrix): Studi Kasus Pada D'Gruz Caffé Di Kecamatan Bluto Sumenep. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*,

- 1(2), 11–24. <https://doi.org/10.15575/jim.v1i2.10309>.
- Ramadhan, Ahmad dan Fivi Rahmatus Sofiyah. (2013). “Analisis SWOT Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi McDonald’s Ring Road)”. *Media Infromasi Manajemen* 1 (4).
- Rizky, S., Jaludallasa, H., & Guruh, T. (2023). Analisis SWOT dan QSPM untuk Menentukan Strategi Terbaik (Studi Pada Coffee and Social Space Ideologis). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 2283–2296.
- Riyanto, D. Y., & Fianto, A. Y. A. (2022). Strategi Analisis Swot Sebagai Pengembangan Wisata Ekowisata Clungup Mangrove Conservation Malang. *Jurnal Ilmiah Scroll: Jendela Teknologi Informasi*, 9(2), 103–110. <https://doi.org/10.30640/ejournalscroll.v9i2.242>
- Setiawan, E. B., & Pahlevi, R. W. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Angkringan Herbal Dewuyung dengan Menggunakan Analisis SWOT. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 11–22. <http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>
- Sholihin, U., & Kunci, K. (2025). *Marketing Mix 9P dan CIPP : Kerangka Evaluasi Komprehensif untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran*. 8(1), 498–512.
- Siregar, M. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Swot dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) (Studi Kasus: Toko Cahaya Fajar). *Jurnal Ekonomi* Volume 18, Nomor 1 Maret201, 2(1), 41–49.
- Sri Aderafika Sani, & Nuri Aslami. (2022). Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Dan Positioning) Pada Produk Kecantikan House Of Beauty Cabang Kota Pematangsiantar. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(1), 18–26. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i1.5>
- Sulaiman, A., & Asmawi, A. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Dan Profitabilitas Pada Rich’S Coffe. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 19. <https://doi.org/10.35906/equili.v11i1.969>.
- Telaumbanua, B., Dewi, C. K., Rao, R. H., & . S. (2024). Masalah Dalam Perencanaan Organisasi Dan Kontrol Operasi Pemasaran Global. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis(JEMB)*,3(1),9–13. <https://doi.org/10.47233/jemb.v3i1.1477>
- Ulinnuha, M., Fatmawati, W., & Marlyana, N. (2023). Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan SWOT , Strengths , Weaknesses , Opportunities , Threats (Studi Kasus Pada Walet Kofie). *Jurnal Ilmiah Sultan Agung*, 2(2),75–91. <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/JIMU/article/view/33547>
- Ulinnuha, M., Fatmawati, W., & Marlyana, N. (2023). Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan SWOT , Strengths , Weaknesses , Opportunities , Threats (Studi Kasus Pada Walet Kofie). *Jurnal Ilmiah Sultan Agung*, 2(2),75–91. <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/JIMU/article/view/33547>.

- Undang-undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan 2009. Jakarta: Kementrian Hukum dan HAM RI.
- Wijaya, C., Kembau, A. S., Tarigan, A., & Vincent, Y. (2024). " *Signifikansi Bauran Pemasaran 8P dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Pada Viralitas Mixue Ice Cream & Tea* ". Digismantech, 4(1) 1-17. <https://journal ubm.ac.id/index.php/digismantech>
- Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. A. A., & Tamba, I. M. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)*.
- Yohana Sianturi, C. (2019). Manfaat Lidah Buaya Sebagai Anti Penuaan Melalui Aktivitas Antioksidan. *Essence of Scientific Medical Journal*, 17(1), 34–38.
- Zain, H. S. (2020). Perancangan Destination Branding Desa Kureksari Sebagai Kampung Toga Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Budidaya Toga. *Destination Marketing*, 4(1)189–214.