

**ANALISIS STRATEGI PERTUMBUHAN
AGROWISATA SALAK PONDOH, SLEMAN, YOGYAKARTA**

SKRIPSI



ditulis oleh:

Nama : Amalia Noviana
Nomor Mahasiswa : 00311074
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2004**

**ANALISIS STRATEGI PERTUMBUHAN
AGROWISATA SALAK PONDOH, SLEMAN, YOGYAKARTA**

SKRIPSI



ditulis oleh:

Nama : Amalia Noviana
Nomor Mahasiswa : 00311074
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2004**

**ANALISIS STRATEGI PERTUMBUHAN
AGROWISATA SALAK PONDOH, SLEMAN, YOGYAKARTA**

SKRIPSI

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir
guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



ditulis oleh:

Nama : Amalia Noviana
Nomor Mahasiswa : 00311074
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2004**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, Januari 2004

Penulis,

Amalia Noviana

ABSTRAK

Industri pariwisata merupakan arena bisnis yang sangat potensial dan menjadi andalan untuk dikembangkan di Indonesia khususnya Yogyakarta. Objek wisata sebagai motor penggerak utama industri pariwisata harus memperoleh perhatian besar. Agrowisata Salak Pondoh yang merupakan objek wisata berbasis alam yang berkaitan dengan pendidikan dan pemahaman alam sudah selayaknya menjadi prioritas perhatian seiring bergesernya minat wisatawan dari bentuk wisata rekreasional ke bentuk wisata minat khusus dan spesifik.

Agrowisata Salak Pondoh harus dapat menangkap peluang tersebut dengan menumbuhkembangkan program-program usahanya agar dapat mencapai tujuan. Oleh karena itu diperlukan adanya pemahaman terhadap misi dan tujuan, nilai inti dan budaya, lingkungan internal berupa faktor strategis sebagai kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) serta lingkungan eksternal berupa faktor strategis yang terdiri dari peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yang digunakan menentukan posisi bisnis perusahaan, untuk selanjutnya menciptakan suatu strategi pertumbuhan yang memungkinkan perusahaan dalam mencapai keunggulan kompetitif yang langka dan berkelanjutan sehingga menghasilkan laba.

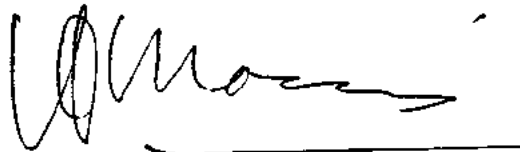
Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara, pengamatan, kuesioner dan studi pustaka. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan Matrik 9 Sel sebagai penentu posisi bisnis serta menggunakan Matrik SWOT untuk melakukan analisis terhadap faktor strategis perusahaan yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sehingga dapat dirumuskan strategi alternatif yang lebih detail dan jelas yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Data dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif yang dalam proses selanjutnya akan saling berhubungan dan dapat berlaku sebaliknya.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa posisi bisnis Agrowisata Salak Pondoh berada pada sel pertumbuhan yang memberikan alternatif strategi dengan berkonsentrasi pada industri yang sekarang melalui integrasi horizontal. Perusahaan berada dalam industri yang cukup menarik tetapi posisi kompetitifnya hanya rata-rata. Sekalipun tidak menjanjikan perkembangan yang luar biasa, Agrowisata Salak Pondoh memiliki peluang untuk berkembang, khususnya apabila dilihat dari kemungkinan peningkatan kekuatan yang dimiliki. Perusahaan dalam posisi ini dapat memperkokoh dan memperkuat kehadirannya di dalam industri yang ada dengan menopang kelemahan-kelemahannya.

**ANALISIS STRATEGI PERTUMBUHAN
AGROWISATA SALAK PONDOH, SLEMAN, YOGYAKARTA**

Nama : Amalia Noviana
Nomor Mahasiswa : 00311074
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, Januari 2004
Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,



Drs. Al Hasin, MBA

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

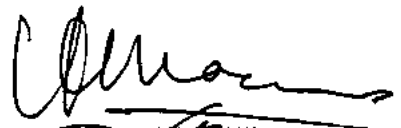
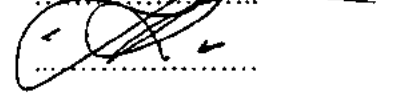
**ANALISIS STRATEGI PERTUMBUHAN AGROWISATA SALAK PONDOH,
SLEMAN YOGYAKARTA**

**Di susun Oleh: RR. AMALIA NOVIANA
Nomor mahasiswa: 00311074**


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 14 Pebruari 2004

Penguji/Pemb. Skripsi : DRS. AL HASIN, MBA

Penguji : DRA. SITI NURUL NGAINI, MM

Mengetahui
Dekan
Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia


Suwarsono, MA

*“dalam kerendahan hati ada ketinggian budi,
dalam kemiskinan harta ada kekayaan jiwa,
dalam kesempitan hidup ada keluasaan ilmu.*

*HIDUP INI INDAH JIKA DIJALANI KARENA ALLAH SWT,
dan SELALU MERASA BAHWA HANYA DIA LAH MAHA PELINDUNG”.*

(anonim)

kupersembahkan skripsi ini untuk yang kusayangi.....

IBU dan BAPAK,

de AZHAR

.....yang selalu memberi doa, semangat, perhatian dan pengertian dengan ikhlas

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum wr. wb.,

Segala puji bagi Allah swt. yang selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, khususnya dengan selesainya penulisan skripsi berjudul "ANALISIS STRATEGI PERTUMBUHAN AGROWISATA SALAK PONDOH, SLEMAN, YOGYAKARTA".

Skripsi ini ditulis dan diajukan sebagai tahapan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-I di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis menghaturkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. H. Suwarsono Muhammad, MA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. Al Hasin, MBA., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan.
3. Seluruh dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Pimpinan Agrowisata Salak Pondoh, Pak Arfan dan semua karyawan atas data dan informasi serta kemudahan yang telah diberikan.
5. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Muhadi dan Ibu Sri Supratmi, yang selalu memberi doa, kasih sayang, nasihat, dorongan dan semangat.

6. De Azhar, atas pengertian dan semangatnya.
7. Mbah Putri, Simbok-Pae, Yuyun, Cupia, Mbak Pin, Bude Rudi, mbah-mbah, pakde-bude, om-bulik, atas doanya.
8. Aa Gym dan Ustadz Arifin Ilham yang banyak mengajarku tentang hidup.
9. Mbak Ika, Mbak Titik, Mbak Dina, De Mita, mas-mbak dan adek-adekku atas bantuan dan dukungannya.
10. Sahabatku Tiwuk, Yeni, Eka, Unik, Dian, Ana atas kebersamaannya.
11. Teman-teman Manajemen '00 Eta, Titik, Tutik, Tyas, Mega, QQ, Erin, Sita, Winda, Lina, Linda, Peo, Novi, Rika, Siska, Winda.
12. Kawan-kawanku Ruma, Arifiana, Puput, Rusna, Isti, Iswatun, Imas, Esti, Oki, Bintang, Dian, Dessy.
13. Adik-adik PA & TPA, rekan-rekan HRM & AMM, "semoga kita selalu memperoleh kemudahan & ridhlo-NYA. amin."
14. Semua pihak yang belum tersebut satu per satu.

Semoga amal dan kebaikan yang telah diberikan mendapatkan imbalan yang sesuai dari Allah swt. Amin.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang memerlukannya.

Wassalamu'alaikum wr. wb.,

Yogyakarta, Januari 2004

Penulis

Amalia Noviana

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Depan Skripsi	i
Halaman Judul Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	v
Abstrak	vi
Motto	vii
Halaman Persembahan	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Diagram	xvii
BAB II PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran	8
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.3 Pengertian Strategi	9
2.4 Manajemen Strategis	14
2.5 Strategi Perusahaan	15
2.5.1 Strategi Pertumbuhan.....	15
2.5.2 Strategi Stabilitas	20
2.5.3 Strategi Pengurangan	20
2.6 Analisis Strategis	22
2.6.1 Pengamatan Lingkungan	22
2.6.1.1 Analisis Lingkungan Internal	22
2.6.1.2 Analisis Lingkungan Eksternal	25
2.6.2 Perumusan Strategi	29
2.6.3 Implementasi Strategi	29
2.6.4 Evaluasi dan Pengendalian	30
2.7 Alat Analisis	31
2.7.1 Matrik 9 Sel	31
2.7.2 Matrik SWOT	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian	34
3.1.1 Gambaran Umum Agrowisata Salak Pondoh	34
3.1.2 Sejarah Agrowisata Salak Pondoh	36

3.1.3 Tujuan Agrowisata Salak Pondoh	38
3.1.4 Struktur Organisasi	39
3.1.5 Deskripsi Pekerjaan	41
3.1.6 Aspek SDM	43
3.1.6.1 Perekrutan	44
3.1.6.2 Jumlah dan Kualifikasi Karyawan	44
3.1.6.3 Pengaturan Jam Kerja	44
3.1.6.4 Kompensasi	45
3.1.7 Promosi	45
3.1.8 Fasilitas Agrowisata Salak Pondoh	46
3.1.9 Jumlah Pengunjung	49
3.2 Variabel Penelitian	50
3.2.1 Variabel Internal	50
3.2.2 Variabel Eksternal	50
3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data	51
3.3.1 Data	51
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	52
3.4 Alat Analisis	53
3.4.1 Matrik 9 Sel	53
3.4.2 Matrik SWOT	57
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Analisis Matriks 9 Sel	60
4.1.1 Identifikasi Faktor Strategis Agrowisata Salak Pondoh	61

4.1.1.1 Identifikasi Faktor Strategis Internal	61
4.1.1.2 Identifikasi Faktor Strategis Eksternal	64
4.1.2 Penilaian Faktor Strategis Agrowisata Salak Pondoh	67
4.1.2.1 Penilaian Faktor Strategis Internal	67
4.1.2.2 Penilaian Faktor Strategis Eksternal	73
4.1.3 Penentuan Posisi Bisnis Agrowisata Salak Pondoh	81
4.2 Analisis Matriks SWOT	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1	Klasifikasi Tenaga Kerja44
Tabel 3.2	Harga Fasilitas Wisata..... 48
Tabel 3.3	Sarana-prasarana..... 49
Tabel 3.4	Jumlah Pengunjung Agrowisata Salak Pondoh 49
Tabel 4.1	Pemberian Bobot Terhadap Faktor Strategis Internal 68
Tabel 4.2	Pemberian Nilai Terhadap Faktor Strategis Internal 69
Tabel 4.3	Faktor Strategis Internal Agrowisata Salak Pondoh 73
Tabel 4.4	Pemberian Bobot Terhadap Faktor Strategis Eksternal 75
Tabel 4.5	Pemberian Nilai Terhadap Faktor Strategis Eksternal..... 75
Tabel 4.6	Faktor Strategis Eksternal Agrowisata Salak Pondoh 80

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Implikasi Strategis Matrik 9 Sel	32
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Agrowisata Salak Pondoh	40
Gambar 3.2 Matriks 9 Sel	56
Gambar 3.3 Matriks SWOT	58
Gambar 4.1 Posisi Bisnis Agrowisata Salak Pondoh	82
Gambar 4.2 Matriks SWOT	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Surat Keterangan Penelitian
Lampiran II	Kuesioner
Lampiran III	Hasil Pemberian Bobot dan Nilai oleh Responden Terhadap Faktor Strategis Internal
Lampiran IV	Hasil Pemberian Bobot dan Nilai oleh Responden Terhadap Faktor Strategis Eksternal
Lampiran V	Peta Lokasi Agrowisata Salak Pondoh
Lampiran VI	Peta Jalur Agrowisata Salak Pondoh
Lampiran VII	Peta Zona Inti Agrowisata Salak Pondoh
Lampiran VIII	Peta Rencana Pengembangan Zona Inti Agrowisata Salak Pondoh