

RINGKASAN

FANIA TRISHA WIDIYANTI. Pengembangan Agrowisata di CV Tani Organik Merapi Yogyakarta. *Development of Agrotourism at CV Tani Organik Merapi Yogyakarta*. Dibimbing oleh WIEN KUNTARI.

Yogyakarta merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi pariwisata yang cukup besar. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pertanian organik, CV Tani Organik Merapi merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang agrowisata di Yogyakarta. Wisata alam Kaliurang yang terletak di Jalan Kaliurang, Kabupaten Sleman adalah salah satu destinasi wisata alam yang menyajikan keindahan alam dan agrowisata yang banyak diminati oleh wisatawan dalam negeri maupun luar negeri. Hal ini merupakan peluang bagi CV Tani Organik Merapi untuk mengembangkan usaha di bidang agrowisatanya. Pemanfaatan peluang tersebut dapat diwujudkan melalui pengembangan agrowisata pada CV Tani Organik Merapi. Tujuan penulisan kajian pengembangan bisnis ini pada CV Tani Organik Merapi Yogyakarta yaitu untuk merumuskan ide pengembangan bisnis di CV Tani Organik Merapi Yogyakarta berdasarkan faktor internal dan eksternal dan mengkaji kelayakan perencanaan bisnis secara finansial dan non finansial pada CV Tani Organik Merapi.

Data yang digunakan meliputi data primer yaitu data yang dikumpulkan secara langsung dan data sekunder yang dikumpulkan sesuai dengan tujuan terkait. Metode kajian yang digunakan meliputi metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif meliputi analisis deskripsi dari aspek non finansial yang terdiri dari SWOT, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek organisasi dan manajemen, aspek sumberdaya manusia, aspek kolaborasi. Metode kuantitatif berupa aspek finansial yang terdiri dari analisis laba rugi, analisis *cash flow* dan analisis *switching value*.

CV Tani Organik Merapi merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pertanian organik dan agrowisata organik. CV Tani Organik Merapi berdomisili di Dusun Balangan, Desa Wukirsari, Kecamatan Cangkringan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Terdapat tiga bidang usaha yang dijalankan oleh CV Tani Organik Merapi yaitu pertanian organik, jasa konsultasi pertanian organik, dan agrowisata organik.

Ide pengembangan bisnis pengembangan agrowisata di CV Tani Organik Merapi dianalisis menggunakan analisis SWOT, berdasarkan kelemahan (*weakness*) dan peluang (*opportunity*) CV Tani Organik Merapi. Kelemahan yang dimiliki CV Tani Organik Merapi yaitu fasilitas agrowisata belum berkembang dan belum dimanfaatkannya lahan kosong. Peluang yang dapat dimanfaatkan yaitu banyaknya wisatawan yang berkunjung ke daerah Sleman Yogyakarta, terkenal dengan daerah yang memiliki pemandangan alam yang indah, dan pendapatan masyarakat yang meningkat setiap tahunnya, sehingga didapat strategi yang dilakukan untuk membantu CV Tani Organik Merapi dalam mengembangkan bisnisnya dengan melakukan pengembangan agrowisata yang kemudian dianalisis dari aspek non finansial dan finansial, bila layak dijalankan dan bila tidak layak dievaluasi kembali.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengemukakan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Berdasarkan analisis non finansial seperti aspek pasar dan pemasaran sudah memiliki target pasar, pada aspek produksi yaitu dapat membuat jadwal kegiatan, alur kegiatan operasional dan tata letak *outbound*, pada aspek organisasi dan manajemen yaitu pembagian pekerjaan yang sudah terstruktur, pada aspek sumber daya manusia yaitu tersedianya tenaga kerja yang dibutuhkan, pada aspek kolaborasi yaitu terdapat pemasok untuk input serta kerja sama dengan pemasaran. Dari sisi aspek finansial pengembangan bisnis ini memiliki nilai NPV >0 yaitu Rp 823.858.056,34 , IRR $>DR$ yaitu 60%, *Net B/C* >1 yaitu 5,38, *Gross B/C* >1 yaitu 1,18, dan *Payback periode* $<$ umur bisnis yaitu 2 tahun 7 bulan. Berdasarkan analisis *switching value* pengembangan bisnis terdapat situasi penurunan pengunjung sebesar 15%, sementara untuk kenaikan harga slayer sebesar 121%. Pada tahapan pengembangan bisnis ini membutuhkan waktu 91 hari.

Hasil analisis finansial dan non finansial menunjukkan bahwa pengembangan agr wisata layak dijalankan. dalam analisis nilai pengganti (*switching value*) usaha tersebut lebih sensitif terhadap penurunan pengunjung, sehingga untuk menghindari terjadinya penurunan pengunjung, perusahaan dapat melakukan lebih banyak kerja sama dengan *event-event* wisata dan lebih mengoptimalkan promosi melalui media sosial.

Kata Kunci: kelayakan usaha, pengembangan agrowisata

