

STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA BALI RAY HONEY BEE FARM SEBAGAI AGROWISATA DI DESA PENGLUMBARAN, KECAMATAN SUSUT, KABUPATEN BANGLI

Ni Komang Erawati¹, I Gede Sutarya², I Made Wirajana³

Program Studi Industri Perjalanan, UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar

Email: komangera28@gmail.com

ABSTRACT

Bali Ray Honey Bee Farm is an agrotourism destination that offers honey bee cultivation education and nature tourism in Penglumbaran Village, Susut District, Bangli Regency. However, the development of this destination still encounters several obstacles, including limited supporting facilities, suboptimal promotional efforts, and a need for improved tourism management. This study aims to formulate a sustainable development strategy for Bali Ray Honey Bee Farm. The research focuses on analyzing internal potential, tourist perceptions, and development strategies through a SWOT analysis integrated with Internal Factor Analysis Summary (IFAS) and External Factor Analysis Summary (EFAS) matrices. This study employed a descriptive qualitative approach complemented by quantitative data obtained from questionnaires distributed to 50 respondents. The collected data underwent validity and reliability testing prior to being analyzed with the IFAS and EFAS matrices, and the results were subsequently mapped into the Internal-External (IE) Matrix and a SWOT diagram. The findings indicate that Bali Ray Honey Bee Farm occupies a position that supports a growth-oriented aggressive strategy, specifically in Quadrant I of the SWOT diagram and Cell II of the IE Matrix. The formulated priority strategies involve optimizing interactive and unique honey bee educational activities, while leveraging government and community support through digital promotion. Additionally, upgrading supporting facilities, such as restrooms, parking areas, and directional signage, is essential to enhance visitor comfort and ensure the long-term competitiveness of this agrotourism site.

Keywords: Agrotourism; Bali Ray Honey Bee Farm; Development Strategy; SWOT; IFAS; EFAS.

1. PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi sektor strategis yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi karena mampu meningkatkan pendapatan daerah, menciptakan lapangan kerja, serta mendorong pemerataan pembangunan. Seiring dengan perkembangan sektor pariwisata, muncul berbagai jenis

wisata alternatif yang mengedepankan pengalaman edukatif dan berbasis lingkungan, salah satunya agrowisata. Menurut Wirawan & Semara (2021), agrowisata merupakan kegiatan wisata yang memanfaatkan kawasan pertanian atau peternakan sebagai daya tarik utama sehingga wisatawan tidak hanya memperoleh pengalaman rekreasi, tetapi juga pengetahuan mengenai proses budidaya dan produksi. Perkembangan agrowisata di Bali menunjukkan potensi yang cukup besar karena didukung oleh kondisi alam, budaya lokal, serta keberagaman komoditas pertanian yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata berbasis edukasi dan keberlanjutan.

Salah satu destinasi agrowisata yang berkembang di Kabupaten Bangli adalah Bali Ray Honey Bee Farm yang berlokasi di Desa Penglumbaran, Kecamatan Susut. Agrowisata ini menawarkan wisata edukasi budidaya lebah madu, aktivitas panen madu, area swafoto, serta wisata alam dengan konsep lebah tanpa sengat yang aman bagi wisatawan. Keunikan konsep wisata tersebut menjadi potensi daya tarik yang dapat mendukung pengembangan wisata edukatif di Bali. Namun, pengembangan Bali Ray Honey Bee Farm masih menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan fasilitas pendukung wisata, promosi yang belum optimal, penataan kawasan yang belum maksimal, serta tingkat kunjungan wisatawan yang masih rendah. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi daya saing dan keberlanjutan pengembangan destinasi di tengah persaingan wisata edukatif yang semakin berkembang.

Penelitian mengenai pengembangan agrowisata umumnya lebih banyak berfokus pada sektor pertanian dan perkebunan, sedangkan kajian mengenai agrowisata berbasis budidaya lebah madu masih terbatas, khususnya yang mengintegrasikan analisis potensi internal, persepsi wisatawan, serta strategi pengembangan destinasi. Penelitian ini memanfaatkan teori komponen destinasi pariwisata 6A dan teori persepsi wisatawan sebagai dasar kajian dalam menilai potensi internal dan tanggapan wisatawan terhadap pengembangan destinasi. Berdasarkan kondisi tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi potensi internal Bali Ray Honey Bee Farm, persepsi wisatawan terhadap pengembangan destinasi, serta strategi pengembangan berdasarkan analisis SWOT yang diperkuat dengan matriks IFAS dan EFAS. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan Bali Ray Honey Bee Farm sebagai agrowisata berkelanjutan melalui identifikasi faktor internal dan eksternal sehingga mampu meningkatkan daya saing dan kualitas destinasi wisata.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Bali Ray Honey Bee Farm, Desa Penglumbaran, Kecamatan Susut, Kabupaten Bangli, yang dipilih karena potensi agrowisata lebah madu tanpa sengatnya belum dikembangkan secara optimal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan dukungan data kuantitatif, penelitian ini mengumpulkan data melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, studi kepustakaan, dan kuesioner. Penentuan 6 orang informan kualitatif dilakukan secara *purposive sampling* dan *accidental sampling* terdiri dari 4 pihak internal (pengelola, pegawai, pemerintah desa, masyarakat) dan 2 pihak eksternal (wisatawan) untuk menggali komponen destinasi 6A.

Sementara itu, sampel kuantitatif sebanyak 50 responden (wisatawan domestik dan mancanegara) menggunakan kuesioner skala Likert 4 poin (Sangat Setuju = 4, Setuju = 3, Tidak Setuju = 2, Sangat Tidak Setuju = 1) guna mengukur persepsi wisatawan. Data kualitatif dianalisis melalui tahapan reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data kuantitatif dianalisis menggunakan matriks IFAS dan EFAS dalam kerangka SWOT (Rangkuti, 2016), yang hasilnya dipetakan ke dalam Matriks IE (Internal-Eksternal) serta Kuadran SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan destinasi secara komprehensif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bali Ray Honey Bee Farm merupakan destinasi wisata berbasis budidaya lebah madu tanpa sengat *trigona Bee* yang berlokasi di Br. Kembang Merta, Desa Penglumbaran, Kabupaten Bangli. Destinasi ini mengintegrasikan sektor peternakan komoditas lokal dengan sektor pariwisata guna menciptakan pengalaman kunjungan yang khas (Maulidiya & Hayati, 2020). Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara mendalam bersama informan kunci (Pengelola, Kepala Desa, dan Wisatawan), pemetaan potensi serta kendala riil ekosistem internal destinasi dibedah menggunakan pendekatan komponen 6A *Attraction, Accessibility, Amenities, Activities, Ancillary Services, Available Package* (Buhalis, 2000).

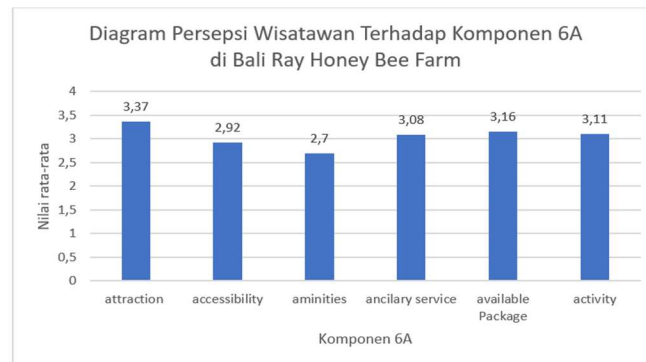
1. *Attraction*/ atraksi wisata merupakan segala sesuatu yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi (Firtanto et al., 2026). *Attraction* menjadi kekuatan utama melalui wisata edukasi lebah madu, honey tasting, observasi sarang lebah, dan suasana alam yang asri.
2. Aksesibilitas merupakan sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai suatu destinasi wisata (Zuhriah et al., 2023). *Accessibility* menuju agrowisata

Bali Ray Honey Bee Farm kondisi jalan menuju lokasi sudah baik, namun petunjuk arah wisata masih terbatas.

3. Menurut Cooper et al. dalam Chaerunissa & Yuniningsih (2020) *Aminities*/ fasilitas merupakan berbagai fasilitas pendukung yang dibutuhkan oleh wisatawan di suatu destinasi wisata. Aspek *amenities* Agrowisata Bali Ray Honey Bee Farm menunjukkan bahwa fasilitas seperti toilet, area parkir, dan tempat duduk telah tersedia, tetapi masih memerlukan peningkatan kualitas.
4. *Ancillary service* merupakan berbagai bentuk pelayanan tambahan yang disediakan untuk mendukung operasional suatu kawasan wisata (Ramadhani & Umar, 2024). Agrowisata Bali Ray Honey Bee Farm didukung oleh *ancillary services* berupa promosi media sosial, kerja sama dengan Bali Eco Cycling, dukungan pemerintah desa, serta fasilitas kesehatan terdekat.
5. *Available package*/ ketersediaan paket merupakan bentuk penyediaan produk wisata yang telah disusun secara terencana dalam satu rangkaian kegiatan, kemudian ditawarkan kepada wisatawan oleh pengelola atau pihak agen perjalanan (Sya Sya et al., 2025). Agrowisata Bali Ray Honey Bee Farm belum memiliki paket wisata formal, namun telah memiliki alur kunjungan edukatif dan honey tasting.
6. *Activities*/ aktivitas merupakan beragam kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan yang telah disediakan oleh suatu destinasi wisata (Ibrati et al., 2025). *Activities* wisatawan dapat melihat budidaya lebah, mengikuti edukasi, honey tasting, berfoto, dan membeli produk olahan madu.

Persepsi merupakan proses penting dalam memahami bagaimana individu memberikan makna terhadap lingkungan yang mereka temui (Nisa et al., 2023). Persepsi wisatawan dalam penelitian ini diukur berdasarkan konsep komponen destinasi 6A (*attraction, amenities, accessibility, available package, activity, dan ancillary services*) oleh (Buhalis, 2000). Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang terdiri atas 28 butir pertanyaan dengan empat alternatif pilihan tanggapan (Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju). Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai perbandingan persepsi wisatawan terhadap masing-masing komponen 6A di Bali Ray Honey Bee Farm, maka hasil penilaian rata-rata setiap variabel dapat divisualisasikan dalam gambar diagram batang berikut.

Diagram ini menunjukkan tingkat penilaian wisatawan terhadap aspek *attraction*, *accessibility*, *amenities*, *ancillary services*, *available package*, dan *activities* berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada wisatawan yang berkunjung ke Bali Ray Honey Bee Farm.



Gambar 1

Diagram Persepsi Wisatawan Terhadap Komponen 6A di Bali Ray Honey Bee Farm

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2026

Berdasarkan Gambar 1 di atas maka secara akumulatif indeks persepsi wisatawan berada pada skor 3,01, yang menunjukkan bahwa performa destinasi secara umum dinilai Baik (Setuju). Komponen *Attraction* menduduki peringkat tertinggi dengan skor 3,37 (Sangat Setuju). Hal ini membuktikan bahwa daya tarik utama Bali Ray Honey Bee Farm terletak pada pemenuhan aspek intelektual dan sensorik wisatawan melalui wisata edukasi budidaya lebah tanpa sengat serta aktivitas *honey tasting*. Tingginya nilai atraksi ini berkorelasi linear dengan komponen *Available Packages* (3,16), *Activities* (3,11), dan *Ancillary Services* (3,08) yang didorong oleh kepuasan tinggi terhadap pelayanan edukatif dari pemandu lapangan serta keterlibatan aktif wisatawan selama kunjungan. Sebaliknya, poros kelemahan destinasi bertumpu pada komponen *Accessibility* (2,92) dan *Amenities* (2,59). Meskipun infrastruktur jalan fisik dinilai sangat prima, komponen aksesibilitas informasi jatuh pada kategori kritis akibat minimnya plang petunjuk arah di sepanjang koridor jalan utama (skor 2,46). Sementara itu, komponen *Amenities* menjadi titik paling lemah (2,59) dalam riset ini. Wisatawan memberikan penilaian rendah terhadap penyediaan sarana dasar seperti toilet umum, ketersediaan tempat duduk, dan kapasitas kantong parkir saat masa ramai (*high season*). Ketidakseimbangan antara keunggulan atraksi edukasi alam dengan keterbatasan infrastruktur amenities fisik ini menjadi indikasi kuat perlunya intervensi manajemen guna mengoptimalkan kenyamanan demi menjaga retensi kunjungan wisatawan di masa depan.

Sebelum dilakukan analisis SWOT, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil uji validitas menunjukkan seluruh indikator memiliki nilai r -hitung lebih besar dibandingkan r -tabel sebesar 0,279 sehingga dinyatakan valid. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha juga menunjukkan seluruh variabel memiliki nilai di atas 0,60 sehingga dinyatakan reliabel.

Hasil analisis IFAS menunjukkan bahwa Bali Ray Honey Bee Farm memiliki kondisi internal yang tergolong kuat dalam mendukung pengembangan agrowisata. Hal ini ditunjukkan oleh nilai total IFAS sebesar 2,746 dengan selisih nilai kekuatan dan kelemahan sebesar 1,198, yang menandakan bahwa faktor kekuatan lebih dominan dibandingkan faktor kelemahan. Bobot tertinggi terdapat pada indikator pengalaman wisatawan dalam memperoleh pengetahuan mengenai budidaya lebah madu, sedangkan bobot terendah terdapat pada indikator fasilitas pendukung seperti toilet, tempat duduk, dan area parkir. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kekuatan utama Bali Ray Honey Bee Farm terletak pada aspek edukasi dan pengalaman wisata, sementara fasilitas pendukung masih perlu ditingkatkan guna menunjang kenyamanan wisatawan. Selanjutnya matriks EFAS agrowisata Bali Ray Honey Bee Farm dapat dilihat pada tabel berikut.

Hasil analisis EFAS menunjukkan bahwa lingkungan eksternal Bali Ray Honey Bee Farm didominasi oleh faktor peluang dibandingkan ancaman. Hal ini ditunjukkan oleh total nilai peluang sebesar 1,782 yang lebih tinggi dibandingkan total nilai ancaman sebesar 1,218, dengan selisih nilai sebesar 0,564. Faktor peluang utama berasal dari dukungan pemerintah daerah terhadap pengembangan pariwisata, sedangkan peluang lainnya meliputi dukungan masyarakat lokal, keberadaan budaya dan kearifan lokal, serta dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar. Ancaman utama yang dihadapi Bali Ray Honey Bee Farm berasal dari persaingan dengan destinasi agrowisata lain serta pentingnya menjaga kelestarian lingkungan sebagai penunjang utama wisata berbasis lebah madu. Temuan ini menunjukkan bahwa peluang eksternal yang tersedia dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan destinasi yang lebih kompetitif dan berorientasi pada pertumbuhan. Berdasarkan perhitungan dan analisis yang dilakukan pada IFAS dan EFAS maka diperoleh hasil total dari IFAS sebesar 2,746 dan total nilai EFAS sebesar 3,000, selanjutnya jumlah nilai dari IFAS dan EFAS tersebut dimasukkan kedalam matriks internal eksternal (IE) untuk mengetahui posisi strategis Bali Ray Honey Bee Farm dapat dilihat pada tabel berikut.

Berdasarkan hasil analisis Matriks IE, Bali Ray Honey Bee Farm berada pada sel II yang termasuk dalam kategori *grow and build* (tumbuh dan bina). Posisi ini menunjukkan bahwa destinasi memiliki peluang eksternal yang tinggi dan didukung oleh kondisi internal yang cukup baik untuk dikembangkan lebih lanjut. Upaya yang dapat dilakukan meliputi pengembangan paket wisata edukasi, peningkatan fasilitas pendukung seperti toilet dan area parkir, serta optimalisasi promosi digital melalui media sosial. Selain itu, keunggulan utama berupa wisata edukasi lebah madu perlu dipertahankan dan dikembangkan sebagai ciri khas destinasi. Dengan kondisi tersebut, Bali Ray Honey Bee Farm memiliki peluang yang cukup besar untuk berkembang sebagai agrowisata yang lebih kompetitif dan berkelanjutan.

Berdasarkan analisis matriks IFAS dan EFAS, nilai IFAS terletak pada sumbu X dengan nilai 1,1,98 (positif) dan nilai EFAS terletak pada sumbu Y dengan nilai 0,564 (positif), maka hasil pemetaan menunjukkan bahwa posisi Bali Ray Honey Bee Farm berada pada Kuadran I, yaitu pada kondisi kekuatan internal yang lebih dominan dibandingkan kelemahan serta peluang eksternal yang lebih besar dibandingkan ancaman. Posisi ini menunjukkan bahwa Bali Ray Honey Bee Farm berada dalam kondisi yang menguntungkan dan mendukung penerapan strategi agresif (*growth oriented strategy*) yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan destinasi untuk menangkap peluang yang ada secara maksimal. Strategi pengembangan diarahkan pada optimalisasi wisata edukasi lebah madu, peningkatan kualitas layanan dan fasilitas, serta penguatan promosi destinasi guna meningkatkan daya saing agrowisata. Selanjutnya, strategi pengembangan dirumuskan melalui Matriks SWOT yang menghasilkan alternatif strategi SO, WO, ST, dan WT sebagai dasar pengembangan Bali Ray Honey Bee Farm sebagai agrowisata berkelanjutan.

Tabel 1
Matriks SWOT

IFAS	Strenght (S)	Weakness (W)
	1. Bali Ray Honey Bee Farm memiliki daya tarik yang unik dibandingkan objek wisata lain. 2. Aktivitas edukasi lebah madu yang ditawarkan menarik untuk diikuti. 3. Saya memperoleh pengalaman baru tentang budidaya lebah madu. 4. Lokasi Bali Ray Honey Bee Farm mudah dijangkau. 5. Kondisi jalan menuju lokasi sudah baik. 6. Staf atau pemandu wisata memberikan pelayanan yang	1. Petunjuk arah menuju lokasi jelas dan memadai. 2. Fasilitas pendukung (toilet, tempat duduk, area parkir) sudah memadai. 3. Kebersihan fasilitas di area wisata terjaga dengan baik.

JURNAL MAHASISWA INDUSTRI PERJALANAN (JMIP)

Program Studi Industri Perjalanan | Fakultas Dharma Duta UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar

	membantu wisatawan selama berkunjung. 7. Informasi mengenai aktivitas dan aturan kunjungan disampaikan secara jelas dan mudah dipahami. 8. Sistem pengelolaan wisata di Bali Ray Honey Bee Farm dinilai tertata dengan baik. 9. Destinasi ini memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi paket wisata edukasi terpadu. 10. Aktivitas wisata yang tersedia saat ini dapat dikemas menjadi paket wisata yang menarik. 11. Aktivitas yang ditawarkan bersifat edukatif dan interaktif 12. Saya merasa terlibat aktif selama mengikuti kegiatan wisata.	4. Fasilitas mendukung kenyamanan selama berkunjung. 5. Belum tersedianya paket wisata edukasi yang terintegrasi. 6. Aktivitas wisata yang tersedia bervariasi.
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
1. Perkembangan sektor pariwisata di Kabupaten Bangli memberikan peluang bagi peningkatan kunjungan wisatawan ke Bali Ray Honey Bee Farm. 2. Kunjungan wisatawan ke Bali Ray Honey Bee Farm berpotensi memberikan dampak positif terhadap perekonomian masyarakat sekitar. 3. Dukungan masyarakat Desa Penglumbaran terhadap kegiatan agrowisata menjadi peluang dalam pengembangan Bali Ray Honey Bee Farm. 4. Keberadaan budaya dan kearifan lokal di Desa Penglumbaran dapat menjadi daya tarik tambahan bagi wisatawan yang berkunjung. 5. Dukungan pemerintah daerah berperan penting dalam pengembangan Bali Ray Honey Bee Farm sebagai agrowisata. 6. Program pengembangan pariwisata dari pemerintah membuka peluang bagi peningkatan daya tarik Bali Ray Honey Bee Farm.	1. Mengembangkan paket wisata edukasi lebah madu yang terintegrasi dengan pengalaman langsung dan potensi budaya lokal untuk meningkatkan daya tarik wisatawan. 2. Memanfaatkan dukungan pemerintah dan masyarakat dalam pengembangan serta promosi Bali Ray Honey Bee Farm sebagai agrowisata. 3. Mengoptimalkan aktivitas edukatif dan interaktif sebagai keunggulan utama untuk menarik minat wisatawan. 4. Meningkatkan kualitas promosi dengan menampilkan pengalaman unik wisata edukasi lebah madu melalui media sosial yang lebih menarik dan konsisten.	1. Meningkatkan fasilitas pendukung seperti toilet, area parkir, dan kenyamanan wisata dengan memanfaatkan dukungan pemerintah. 2. Mengembangkan paket wisata yang lebih terstruktur dan menarik bagi wisatawan. 3. Mengoptimalkan pengelolaan media sosial (Instagram) agar lebih informatif dan menarik.
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. Kondisi lingkungan alam Desa Penglumbaran mendukung pengembangan agrowisata lebah madu. 2. Kondisi lingkungan alam Desa Penglumbaran mendukung pengembangan agrowisata lebah madu. 3. Keberadaan destinasi wisata lain di Desa Penglumbaran mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan ke Bali Ray Honey Bee Farm.	1. Memperkuat keunikan wisata edukasi lebah madu sebagai pembeda dari destinasi sejenis. 2. Meningkatkan kualitas pelayanan dan pengalaman wisata untuk menghadapi persaingan antar destinasi. 3. Menjaga kelestarian lingkungan sebagai daya tarik utama agrowisata berbasis alam.	1. Melakukan perbaikan fasilitas secara bertahap untuk mengurangi kelemahan internal. 2. Meningkatkan pengelolaan destinasi agar lebih optimal dan konsisten.

4. Persaingan dengan destinasi agrowisata lain mendorong Bali Ray Honey Bee Farm untuk terus melakukan pengembangan.		3. Melakukan evaluasi berkala terhadap fasilitas dan pelayanan wisata.
--	--	--

(Sumber: Dari hasil pengolahan data, 2026)

Berdasarkan hasil analisis SWOT, diperoleh beberapa strategi pengembangan Bali Ray Honey Bee Farm sebagai agrowisata di Desa Penglumbaran, Kecamatan Susut, Kabupaten Bangli, yaitu sebagai berikut:

1. Strategi Strength Opportunities (SO) dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang yang ada (Endrawita, 2021). Strategi yang dirumuskan meliputi:
 - a. Mengembangkan paket wisata edukasi lebah madu yang terintegrasi dengan pengalaman langsung dan potensi budaya lokal untuk meningkatkan daya tarik wisatawan.
 - b. Memanfaatkan dukungan pemerintah dan masyarakat dalam pengembangan serta promosi Bali Ray Honey Bee Farm sebagai agrowisata.
 - c. Mengoptimalkan aktivitas edukatif dan interaktif sebagai keunggulan utama destinasi wisata.
 - d. Meningkatkan kualitas promosi digital melalui media sosial dengan menampilkan pengalaman unik wisata edukasi lebah madu secara lebih menarik dan konsisten.
2. Strategi Weaknesses Opportunities (WO) dilakukan dengan memanfaatkan peluang untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki (Endrawita, 2021). Strategi yang dirumuskan meliputi:
 - a. Meningkatkan fasilitas pendukung seperti toilet, area parkir, dan kenyamanan wisata dengan memanfaatkan dukungan pemerintah.
 - b. Mengembangkan paket wisata yang lebih terstruktur dan menarik bagi wisatawan.
 - c. Mengoptimalkan pengelolaan media sosial agar lebih informatif dan menarik.
3. Strategi Strength Threats (ST) dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk menghadapi ancaman eksternal (Endrawita, 2021). Strategi yang dirumuskan meliputi:
 - a. Memperkuat keunikan wisata edukasi lebah madu sebagai pembeda dari destinasi wisata sejenis.
 - b. Meningkatkan kualitas pelayanan dan pengalaman wisata untuk menghadapi persaingan antar destinasi.
 - c. Menjaga kelestarian lingkungan sebagai daya tarik utama agrowisata berbasis alam.

4. Strategi Weaknesses Threats (WT) dilakukan untuk meminimalkan kelemahan internal dan mengurangi dampak ancaman eksternal (Endrawita, 2021). Strategi yang dirumuskan meliputi:
 - a. Melakukan perbaikan fasilitas secara bertahap untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan.
 - b. Meningkatkan pengelolaan destinasi agar lebih optimal dan konsisten dan Melakukan evaluasi berkala terhadap fasilitas dan pelayanan wisata.

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang diperkuat dengan IFAS dan EFAS, strategi pengembangan Bali Ray Honey Bee Farm lebih diarahkan pada strategi agresif (*growth oriented strategy*). Hal ini menunjukkan bahwa destinasi memiliki kekuatan internal yang mampu mendukung pemanfaatan peluang eksternal secara optimal. Dengan demikian, prioritas utama pengembangan Bali Ray Honey Bee Farm terletak pada strategi Strength Opportunities (SO), yaitu mengoptimalkan aktivitas edukasi lebah madu yang interaktif dan pengalaman wisata yang unik, serta memanfaatkan dukungan masyarakat dan pemerintah untuk meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan. Namun demikian, strategi WO, ST, dan WT tetap diperlukan sebagai strategi pendukung dalam meningkatkan fasilitas, kualitas pengelolaan, serta daya saing destinasi secara berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan tiga tujuan utama terkait strategi pengembangan Bali Ray Honey Bee Farm sebagai agrowisata di Desa Penglumbaran. Pertama, berdasarkan identifikasi komponen 6A, destinasi ini memiliki potensi unggul pada aspek *attraction* dan *activities* berupa wisata edukasi budidaya lebah madu klanceng (*trigona bee*) yang interaktif, serta aspek *ancillary services* melalui kemitraan strategis dan dukungan desa. Namun, pembenahan mendesak masih diperlukan pada aspek *accessibility* (minimnya papan petunjuk arah), *amenities* (keterbatasan toilet dan area parkir), serta *available package* (belum adanya paket wisata formal). Kedua, analisis persepsi wisatawan menunjukkan performa destinasi secara akumulatif dinilai baik dengan skor indeks 3,01. Aspek *attraction* meraih penilaian tertinggi (3,37) karena memberikan pengalaman sensorik dan edukasi langsung, sementara aspek *amenities* menjadi titik paling lemah (2,59) yang belum memenuhi harapan kenyamanan fisik wisatawan. Ketiga, hasil pemetaan Matriks IE menempatkan destinasi pada Sel II (*Grow and Build*) yang diperkuat oleh posisi diagram SWOT di Kuadran I (*Growth-Oriented/Agresif*) dengan nilai IFAS

1,198 dan EFAS 0,564. Posisi sangat menguntungkan ini mengarahkan prioritas pada strategi SO, yaitu mengoptimalkan keunikan edukasi lebah interaktif yang diintegrasikan dengan kearifan lokal, memanfaatkan dukungan pemerintah, serta menggencarkan promosi digital secara konsisten. Strategi ini tetap didukung oleh perbaikan fasilitas dasar (WO), peningkatan kualitas pelayanan untuk menghadapi persaingan (ST), serta evaluasi tata kelola berkala demi keberlanjutan lingkungan (WT).

Implikasi penelitian ini secara praktis dapat menjadi dasar bagi pengelola dan pemerintah desa dalam menentukan prioritas pengembangan destinasi, khususnya pada peningkatan fasilitas, kualitas pelayanan, dan promosi wisata berbasis digital. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat penerapan konsep 6A, teori persepsi wisatawan serta analisis IFAS, EFAS, dan SWOT dalam pengembangan agrowisata berbasis potensi lokal di kawasan pedesaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21, 97-116.
- Chaerunissa, S. F., & Yuniningsih, T. (2020). Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonolopo Kota Semarang. *Journal of Management and Public Policy*, 9(4), 159-175.
- Endarwita, E. (2021). Strategi pengembangan objek wisata Linjuang melalui pendekatan analisis SWOT. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(1), 460679.
- Firtanto, N. W., Poerwati, T., & Soewarni, I. (2026). Identifikasi Kondisi Daya Tarik Pariwisata Kebangsaan di Kota Blitar. *Pawon: Jurnal Arsitektur*, 10(01), 111-126.
- Ibrati, S., Tamami, K., Alfajar, M. R., & Zulkia, D. R. (2025, December). Analisis Potensi Bukit Pinteir Sebagai Kawasan Agrowisata Melalui Pendekatan Komponen Pariwisata 6a. In *Proceedings Of National Colloquium Research And Community Service* (Vol. 9, pp. 66-69).
- Mahkotawati, R., Rijanto, T., & Rusimamto, P. W. (2025). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian: Angket pengalaman praktik kerja lapangan (PKL) pada siswa SMK. *JIIP- Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(2), 1830-1835.
- Maulidiya, L., & Hayati, M. (2020). Potensi Dan Strategi Pengembangan Pariwisata Di Pulau Mandangin Kabupaten Sampang. *Agriscience*, 1(2), 507-529.

- Nisa, A. H., Hasna, H., & Yarni, L. (2023). Persepsi. *KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(4), 213–226.
- Ramadhani, B. S., & Umar, I. (2024). Identifikasi Indeks Kelayakan Obyek Wisata Alam Pantai Alombango dengan Pendekatan 4 A (Attraction, Accessibility, Amenity, dan Ancillary). *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality, and Destination*, 3(4), 137-145.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sya-Sya, N. J., Soesiantoro, A., & Ilman, G. M. (2025). Strategi Pengembangan Pariwisata Lokal Bumdes Lontar Sewu Dalam Pengelolaan Edu Wisata Lontar Sewu Desa Hendrosari Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik. *Praja observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik* (e-ISSN: 2797-0469), 5(03), 202-211.
- Wirawan, P. E., & Semara, I. M. T. (2021). Modul Pengantar Pariwisata.
- Zuhriah, I. A., Alvianna, S., Hidayatullah, S., Patalo, R. G., & Widiawati, D. (2022). Dampak Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Religi Makam Gus Dur Kabupaten Jombang. *Jurnal TESLA: Perhptelan-Destinasi Wisata-Perjalanan Wisata*, 2(1), 1-11.