

Analisis Struktur Pasar Strategi Untuk Menghadapi Persaingan Usaha Agrowisata Amanah, Karangpandan Karanganyar

Wahyu Puji Lestari, Rahmawati Setiyani, Sugeng Edi Waluyo

Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Duta Bangsa Surakarta

Alamat Jl. Ki Mangun Sarkoro No. 20, Nusukan, Kode Pos 57135

Correspondensi: wahyu.ry4a@gmail.com

Abstrak

Persaingan usaha merupakan kondisi yang wajar terjadi pada sebuah pasar. Penurunan kunjungan wisatawan dan penurunan pendapatan terjadi karena adanya pesaing serupa yang muncul di Kabupaten Karanganyar. Penelitian dilakukan untuk melakukan analisis strategi pemasaran yang efektif untuk menghadapi persaingan usaha sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dan pendapatan agrowisata. Agrowisata Amanah merupakan wisata edukatif berbasis pertanian, sehingga dapat meningkatkan pengetahuan dan pengalaman wisatawan. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk memahami kondisi persaingan usaha yang dihadapi oleh Agrowisata Amanah. Penelitian ini menggunakan beberapa data primer dan data sekunder. Beberapa data yang dihasilkan dengan cara observasi dan wawancara responden. Responden dipilih dengan purposive sampling. Pada penelitian ini dilakukan dengan analisis struktur pasar. Analisis struktur pasar merupakan analisis yang dilakukan untuk mengevaluasi perusahaan dalam berinteraksi, bersaing, menetapkan harga dan pangsa pasar perusahaan. Hasil dari analisis struktur pasar pada Agrowisata Amanah yaitu Agrowisata Amanah memiliki 11 pesaing wisata yang serupa dengan Agrowisata Amanah. Berdasarkan analisis pangsa pasar Agrowisata Amanah memiliki pangsa pasar yang hanya berfokus pada segmen kecil dan belum menguasai seluruh pasar.

Kata Kunci: Persaingan, Struktur Pasar, Pangsa Pasar.

Abstract

Business competition is a natural occurrence in any market. The decline in tourist visits and revenues occurred due to the emergence of similar competitors in Karanganyar Regency. This study was conducted to analyze effective marketing strategies to address this competition, thereby increasing tourist visits and agrotourism revenue. Amanah Agrotourism is an agricultural-based educational tourism destination, enhancing tourists' knowledge and experience. The purpose of this study was to understand the competitive conditions faced by Amanah Agrotourism. This study utilized primary and secondary data. Some data were generated through observation and interviews with respondents. Respondents were selected using purposive sampling. This study employed market structure analysis. Market structure analysis is conducted to evaluate companies' interactions, competition, pricing, and market share. The results of the market structure analysis at Amanah Agrotourism indicate that Amanah Agrotourism has 11 competitors similar to Amanah Agrotourism. Based on the market share analysis, Amanah Agrotourism has a market share that focuses only on a small segment and has not yet dominated the entire market.

Keywords: Competition, Market Structure, Market Share.

PENDAHULUAN

Kabupaten Karanganyar merupakan kabupaten yang terkenal dengan potensi wisatanya, ada beberapa objek wisata mulai dari agrowisata, pegunungan, wisata situs sejarah, dan lain lain. Banyaknya objek wisata di Kabupaten Karanganyar dapat menjadi obsi wisatawan bebas dalam memilih tempat wisata. Berbagai objek wisata di Kabupaten Karanganyar tidak hanya dikunjungi oleh wisatawan nusantara, namun juga banyak dikunjungi oleh wisatawan mancanegara. Berikut data jumlah wisatawan nusantara dan mancanegara di Kabupaten Karanganyar disajikan dalam tabel 1.1:

Tabel 1. 1 Data Wisatawan Nusantara dan Mancanegara Kabupaten Karanganyar, 2025
Sumber: Data Primer (2025)

Wisatawan	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022	Tahun 2023
Nusantara	831.066	883.123	258.670	986.729	467.979
M mancanegara	6.014	867	-	1.548	4.290

Berdasarkan tabel 1.1 pertumbuhan wisatawan Kabupaten Karanganyar mengalami fluktuasi jumlah wisatawan nusantara dan mancanegara. Pada tahun 2021 dan 2022 jumlah wisatawan nusantara mengalami peningkatan secara drastis dengan total peningkatan 728.059 wisatawan. Pada tahun yang sama jumlah wisatawan mancanegara juga mengalami peningkatan sejumlah 1.548 wisatawan. Pada tahun 2022 dan 2023 jumlah wisatawan nusantara mengalami penurunan dengan selisih penurunan 518.750 wisatawan. Pada tahun yang sama pada wisatawan mancanegara mengalami peningkatan dengan selisih peningkatan 2.742 wisatawan.

Kabupaten Karanganyar terdiri dari 17 kecamatan, salah satunya adalah Kecamatan Karangpandan. Kecamatan Karangpandan adalah kecamatan yang terdapat beberapa objek wisata salah satunya yaitu Agrowisata Amanah. Agrowisata Amanah merupakan wisata edukatif yang menggabungkan kegiatan pertanian, peternakan dengan kegiatan wisata yang dikemas untuk memberikan edukasi kepada wisatawan. Salah satu aspek penting bagi usaha agrowisata adalah kepuasan pengunjung. Kepuasan pengunjung merupakan tingkat perasaan yang dirasakan oleh wisatawan dalam berwisata. Menghadapi persaingan usaha merupakan kegiatan yang wajar dalam usaha, untuk itu maka perlu dilakukan menciptakan produk – produk inovasi yang berkualitas dan memiliki harga pasar yang terjangkau. Persaingan dalam sebuah usaha mengharuskan untuk melaksanakan kegiatan pemasaran yang efektif, untuk itu Agrowisata Amanah perlu adanya “Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha di Agrowisata Amanah, Karangpandan Karanganyar.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Agrowisata Amanah, Karangpandan Kabupaten Karanganyar. Penentuan tempat penelitian dilakukan menggunakan metode purposive sample (sengaja) dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tersebut adalah Agrowisata Amanah merupakan salah satu agrowisata yang memiliki wisata berbasis pertanian yang lengkap di Karanganyar.

Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Menurut Sulung dan Muspawi (2024) data primer didapatkan secara langsung dari sumber aslinya dengan cara wawancara, survei, dan pengamatan. Data primer pada penelitian ini adalah data kunjungan wisata, data pendapatan agrowisata, data jumlah produk dan layanan jasa agrowisata.

b. Data Sekunder

Menurut Jabnabillah et al. (2023) data sekunder yaitu data tambahan yang

didapatkan dari sumber – sumber lain sebelumnya. Sumber data sekunder dapat didapatkan dari referensi, laporan, literature, dari data atau ringkasan yang didapatkan dari pihak – pihak terkait untuk menunjang data primer. Data sekunder dari penelitian ini adalah data dari BPS, buku dan jurnal jurnal terdahulu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis struktur pasar merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui karakteristik pasar tertentu. Menurut Hidayat (2022) struktur pasar adalah analisis yang dilakukan menggali informasi mengenai perilaku usaha dan kinerja pasar dengan menjelaskan keadaan pasar. analisis struktur pasar dilakukan untuk mempengaruhi produsen dalam menentukan harga yang sesuai dengan range pasar. Struktur pasar dapat ditentukan dari beberapa faktor diantaranya:

a. Jumlah Pesaing

Menurut Djunita et al., (2022) analisis jumlah pesaing dilakukan untuk mengetahui jumlah pesaing yang dapat mempengaruhi kunjungan wisatawan Agrowisata Amanah. Berdasarkan hasil wawancara terhadap beberapa destinasi wisata sejenis di Kabupaten Karanganyar menurut data Dinas Pariwisata (2025) menyatakan bahwa jumlah usaha agrowisata di Kabupaten Karanganyar terdapat 12 jenis wisata buatan yang serupa. Pesaing – pesaing tersebut memiliki konsep wisata yang serupa yaitu wisata edukatif, pertanian, outbound, serta rekreasi keluarga. Data jumlah agrowisata di Kabupaten Karanganyar pada tabel berikut:

Tabel 1. 2 Data Jumlah Wisata Edukatif Kabupaten Karanganyar, 2025
Sumber: Data Primer, 2025

No	Nama Wisata	Luas	Alamat
1.	Agrowisata Amanah	9 ha	Jl.Kec. Karang pandan, Gerdu, Karangpandan, Karanganyar, Jawa Tengah, 57791.
2.	Agrowisata Telaga Kusuma	1,4 ha	Tawun, Tunggulrejo, Jumantono, Karanganyar Regency, Central Java 57782
3.	Wisata Jambu Helena	1 ha	Candi, Jatirejo, Kec. Ngargoyoso, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah 57793
4.	Wisata Petik Jambu Merah Puja	1 ha	Candi, RT.02/RW.04, Candi, Jatirejo, Kec. Ngargoyoso, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah 57793
5.	Agrowisata Kampung Karet	121ha	Dukuh Kenteng, Desa Putukrejo, Kecamatan Ngargoyoso, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah.
6.	Agrowisata Intanpari	1,2 ha	Jl. Jend. Gatot Subroto, Beningrejo, Gaum, Kec. Tasikmadu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah 57716
7.	Edupark Alaska	1,4 ha	Jl. Karanganyar, Sukorejo, Pendem, Kec. Mojogedang, Kab. Karanganyar, Jawa Tengah 57752.
8.	Wisata Edupark Patung Semar	5 ha	Gedangan, Gerdu, Kec. Karangpandan, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah 57791.
9.	Rumah Atsiri Indonesia	2,5 ha	Jl. Watu sambang, Watu sambang, Plumbon, Kec. Tawangmangu, Kab Karanganyar, Jawa Tengah 57792
10.	Tenggir Park	1 ha	Jl. Candi Sukuh, Tambak, Berjo, Kec. Ngargoyoso, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah 57793
11.	Wisata Bukit Sekipan Kampung Halloween	2 ha	Jl. Sekipan, Kramat, Kalisoro, Kec. Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, Jawa

Tengah 57792		
12.	Senatah Adventure	1 ha
Gadungan RT 001/013, Girimulyo, Ngargoyoso, Kab. Karanganyar, Jawa Tengah 57793		

Berdasarkan tabel 1.2 wisata yang termasuk wisata edukasi terdapat 12 wisata. Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa agrowisata yang memiliki luas terbesar diantaranya adalah Agrowisata Amanah dengan memiliki luas 9 ha. Luas wisata yang memiliki peringkat kedua diantaranya adalah wisata Edupark Patung Semar yang memiliki luas sebesar 5 ha.

b. Pangsa Pasar (*Market Share*)

Menurut Puspitasari dan Oktafia (2020) pangsa pasar (*market share*) adalah kemampuan perusahaan dalam penjualan produk dengan pesaing, tingkat pangsa pasar dinyatakan dalam angka persen. Kabupaten karanganyar merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki potensi wisata alam maupun buatan. Didukung dengan adanya keindahan alam dan dibersamai dengan adanya pertumbuhan minat terhadap wisata yang bersifat edukatif dan alam, potensi pasar agrowisata di Kabupaten Karanganyar cukup tinggi. Berikut data jumlah kunjungan wisata menurut data BPS (2025):

Tabel 1. 3 jumlah kunjungan wisata, 2025

Sumber: Data Sekunder (2025)

No	Bulan	Tahun 2022	Tahun 2023	Tahun 2024
1.	Januari	489.212	348.017	750.122
2.	Februari	426.770	277.400	520.539
3.	Maret	490.799	319.631	627.003
4.	April	176.253	294.404	657.777
5.	Mei	347.072	329.265	558.597
6.	Juni	280.962	333.049	555.661
7.	Juli	315.356	368.404	495.217
8.	Agustus	248.303	272.906	474.385
9.	September	253.290	310.324	570.810
10.	October	274.543	317.892	564.154
11.	November	205.098	309.138	403.701
12.	Desember	273.595	437.544	642.356
Total		378.1253	391.7974	682.0322

Menurut data Agrowisata Amanah (2025), jumlah kunjungan wisata Agrowisata dapat dipaparkan dengan tabel 1.4:

Tabel 1. 4 Jumlah Kunjungan wisata Agrowisata Amanah

Sumber: Data Primer (2025)

No	Bulan	Tahun 2022	Tahun 2023	Tahun 2024
1.	Januari	4.268	5.841	4.297
2.	Februari	4.657	6.822	6.428
3.	Maret	5.152	7.905	3.150
4.	April	1.593	835	1.869
5.	Mei	4.816	6.532	7.122
6.	Juni	9.517	8.825	8.173
7.	Juli	5.161	2.882	2.776
8.	Agustus	1.906	1.554	1.287
9.	September	4.288	3.295	2.959
10.	October	5.243	5.371	5.080
11.	November	5.781	6.908	7.431
12.	Desember	5.246	8.944	7.608

Total	57.629	65.714	58.160
-------	--------	--------	--------

Berdasarkan tabel 1.4 dapat diketahui jumlah pengunjung Agrowisata Amanah pada tahun 2022 sejumlah 57.629 orang dengan jumlah kunjungan terendah pada bulan April sejumlah 1.593 orang dan tertinggi pada bulan Juni sejumlah 9.517. Jumlah pengunjung Agrowisata Amanah pada tahun 2023 sejumlah 65.714 orang dengan jumlah kunjungan terendah pada bulan April sejumlah 835 orang dan jumlah kunjungan tertinggi pada bulan Desember sejumlah 8.944 orang. Jumlah pengunjung Agrowisata Amanah pada tahun 2024 sejumlah 58.160 orang dengan jumlah kunjungan terendah pada bulan Agustus 1.287 orang dan jumlah kunjungan tertinggi pada bulan Juni sejumlah 8.173 orang. Dalam menghitung pangsa pasar perlu dilakukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Pangsa Pasar} = \frac{\text{Jumlah Pengunjung Perusahaan}}{\text{Total Pengunjung Pasar}} \times 100\%$$

Keterangan:

- <10% : Pangsa pasar kecil, perlu strategi pengembangan
- 10 – 30% : Pangsa pasar menengah, perlu strategi pengembangan
- 30% : Pemimpin pasar, mempertahankan posisi

Berdasarkan hasil analisis pangsa pasar dapat disajikan dalam tabel:

Tabel 1. 5 Hasil Analisis Pangsa Pasar

Sumber: Data Primer (2025)

Tahun	Hasil Pangsa Pasar (Presentase)	Keterangan
2022	1,5%	Market Niche Player
2023	1,6%	Market Niche Player
2024	0,85%	Market Niche Player

Berdasarkan tabel hasil pangsa pasar dapat disimpulkan bahwa dari tahun 2022 hingga 2024 Agrowisata Amanah berada di posisi *Market Niche Player*. Artinya Agrowisata Amanah masih termasuk pemain pasar yang berfokus pada segmen kecil dan belum menguasai seluruh pasar. Menurut Umar (2022) *market niche player* atau pemasaran relung / pasar ceruk merupakan strategi pemasaran yang dilakukan dengan cara lebih fokus terhadap suatu jenis produk atau layanan tertentu. Agrowisata Amanah disarankan melakukan strategi mengembangkan keunikan dan mencoba membuat event yang lebih menarik untuk menambah daya tarik wisatawan. Menurut data Dinas Pariwisata, Agrowisata Amanah memiliki potensi yang tinggi untuk terus mengembangkan usaha wisata. Agrowisata perlu menambahkan strategi pemasaran lebih luas lagi untuk mencakup wisatawan yang lebih luas. Hal tersebut menunjukkan bahwa Agrowisata Amanah termasuk pasar monopolistik. Karakteristik pasar merupakan sebuah kondisi pasar yang digambarkan melalui ciri – ciri, struktur, perilaku dan kondisi pasar. Analisis karakteristik market dilakukan untuk mengetahui jenis pasar Agrowisata Amanah di Kabupaten Karanganyar. Menurut Mastura et al. (2024) pasar monopolistik yaitu pasar yang termasuk dari salah satu dua jenis pasar yakni pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna. Pasar monopolistik dapat di definisikan pasar yang menghasilkan produk yang berbeda dan memiliki karakteristik tersendiri. Agrowisata Amanah memiliki pesaing sejumlah 12 wisata serupa dengan memiliki keunggulan masing – masing wisata. Agrowisata Amanah menawarkan jasa / produk serupa kepada konsumen yakni wisata berbasis edukatif, namun Agrowisata Amanah memiliki keunggulan yakni edukasi pertanian yang bervariasi, yakni terdapat edukasi perikanan, edukasi pertanian konvensional organik, edukasi pertanian hidroponik, edukasi peternakan, edukasi perkebunan. Agrowisata Amanah memiliki variasi harga dengan fasilitas yang lengkap, harga yang ditawarkan untuk wisata edukatif (outbound) yakni mulai dari Rp 100.000. Fasilitas yang didapatkan yaitu paket makan sarapan pagi kegiatan utama

outbound edukatif, kegiatan tambahan, renang mini waterboom, susur sungai, paket makan siang yang bervariasi menyuguhkan. Hambatan masuk pasar Agrowisata Amanah memiliki kebebasan dengan memanfaatkan potensi wisata yang sangat bervariasi sehingga jika produsen wisata sedikit maka laba ekonomisnya cukup tinggi, tetapi jika produsen wisatanya sangat tinggi maka produsen dapat meninggalkan pasar karena laba yang dihasilkan relatif rendah. Agrowisata Amanah memiliki promosi penjualan yang aktif dengan memanfaatkan media sosial *TikTok*, *Instagram* dan *Whatsapp*. Menurut Abidin A et al. (2020) media sosial berfungsi dalam proses pemasaran yaitu mengidentifikasi pelanggan, menyediakan ruang komunikasi timbal balik, menyediakan *platform* untuk menginformasikan produk, memfasilitasi ruang untuk berinteraksi kepada konsumen, karena reputasi perusahaan akan terlihat dari sekelompok pelanggan. Menurut Amelia dan Iswadi (2023) promosi secara media sosial merupakan strategi promosi yang praktis dilakukan serta promosi menggunakan media sosial sangat memudahkan produsen berinteraksi kepada konsumen. Promosi secara *offline* juga dilakukan oleh Agrowisata Amanah untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, dilakukan dengan cara survey ke lokasi sekolah dengan menawarkan brosur dan pamflet paket wisata outbound. Menurut Nur et al., (2020) promosi *offline* merupakan promosi yang dilakukan dengan menggunakan media sederhana yang dapat diakses tanpa melalui jaringan internet atau perangkat. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa Agrowisata Amanah di Karangpandan Karanganyar termasuk sebuah pasar monopolistik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, analisis struktur pasar dapat disimpulkan bahwa jumlah pesaing usaha wisata edukatif yang serupa dengan Agrowisata Amanah terdapat 12 wisata di Kabupaten Karanganyar. Berdasarkan data Dinas Pariwisata pada tahun 2025 dari 12 wisata edukatif Agrowisata Amanah merupakan wisata terlengkap dan terbesar di Kabupaten Karanganyar dengan luas 9 ha. Selanjutnya analisis pangsa pasar dapat disimpulkan bahwa Agrowisata Amanah berada di posisi *Matket Niche Player* dengan presentase pada tahun 2022 sejumlah 1,5%, pada tahun 2023 sejumlah 1,6%, pada tahun 2024 sejumlah 0,85%, artinya Agrowisata Amanah masih termasuk pemain pasar yang berfokus pada segmen kecil dan belum menguasai pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin A, Zainal, Thareq Zendo A, Wildan Naufal Er, Nafila Nuryaningrum, Anisah Farah, Dhilah Syifana, and Indah Cahyaningrum. 2020. "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM Di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10(1): 17–31. doi:10.15642/jki.2019.9.2.239-263.
- Amelia, Shy She, and Iswadi. 2023. "Strategi Komunikasi Pemasaran Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT Tunas Jaya." *Technomedia Journal* 8(3): 1–13. doi:10.33050/tmj.v8i3.2087.
- Djunita Pasaribu, Rina, Adelia Nadya Pertiwi, and Zharfan Inzaghi Sugiharto. 2022. "Strategi Bisnis Dan Program Fungsional Pada Usaha Roti Dengan Pendekatan Analisis Dan Matriks SWOT." *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* 6(3): 1450.
- Hidayat, Wahyu Fauzan Muhammad. 2022. "Analisis Struktur Pasar Buah Di Pasar Buah Minulya Kota Pacitan." *JESS: Journal of Economics and Social Sciences* 1(1): 34–41.
- Jabnabillah, Faradiba, Aswin, and Mahfudz Reza Fahlevi. 2023. "Efektivitas Situs Web Pemerintah Sebagai Sumber Data Sekunder Bahan Ajar Perkuliahan Statistika." *Sustainable Jurnal Kajian Mutu Pendidikan* 6(1): 59–70. doi:10.32923/kjmp.v6i1.3373.
- Mastura, Suhana, and Joni Hendra K. 2024. "Struktur Pasar Dan Penentuan Dan Persaingan

- Harga.” *Jurnal Akuntansi Hukum dan Edukasi* 1(2): 682–92.
- Nur, Atajudin, Astriana Baiti Sinaga, and Cecep Effendi. 2020. “Pengaruh Promosi Offline Dan Online Terhadap Keinginan UMKM Untuk Bermitra Dengan SMESCO Indonesia.” *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis* 4(2): 155–65.
- Puspitasari, WIdya Ana, and Renny Oktafia. 2020. “Analisis Strategi Pemasaran Syariah Untuk Peningkatan Pangsa Pasar Produk Jelly Motif Pada UD. Sumber Abadi Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo.” *Jurnal Ekonomi Islam* 11(2): 140–57.
- Sulung, Undari, and Mohamad Muspawi. 2024. “Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder Dan Tersier.” *Jurnal Edu Research* 5(3): 110–16.
- Umar. 2022. “Komunikasi Pemasaran Terpadu Untuk Niche Market.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 11(2): 93–105.