

GAGASAN PENGEMBANGAN AGROWISATA DI JAWA TIMUR

Oleh : I Dewa Gde Satrya Widyaduta *)

ABSTRAK

Agrowisata terdiri dari lima daya tarik wisata: kebun raya, perkebunan, tanaman pangan dan hortikultura, perikanan, dan peternakan. Penelitian deskriptif ini berdasarkan data sekunder yang diambil dari berbagai sumber literatur dan penelitian terkait, seperti penelitian agrowisata di kota Batu, Kabupaten Malang, dan Kabupaten Pasuruan. Tujuan penelitian ini untuk menemukan upaya mengintegrasikan dan memperkuat destinasi agrowisata di beberapa daerah di Jawa Timur. Penelitian ini menyimpulkan pentingnya membangun sinergi, komunikasi, dan koordinasi di antara pengelola agrowisata di berbagai daerah. Dengan begitu diharapkan memperkuat citra destinasi agrowisata di Jawa Timur.

Kata kunci : agrowisata, kerjasama pariwisata, manajemen pariwisata

PENDAHULUAN

Data Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Timur menunjukkan, perkembangan obyek wisata tahun 2005-2006 bertambah banyak. Di Jatim terdapat sekitar 605 obyek wisata. Obyek wisata itu terdiri dari 199 obyek wisata alam, 222 obyek wisata budaya dan 184 obyek wisata minat khusus.

Agrowisata terdiri dari 5 obyek daya tarik wisata (ODTW): kebun raya, perkebunan, tanaman pangan dan hortikultura, perikanan dan peternakan. Berdasarkan data Pemprop Jatim tahun 2006, ada sebanyak 199 obyek wisata alam, 222 wisata buatan, dan 184 wisata minat khusus (www.jatim.go.id). Sektor pertanian dan berbagai varian produknya menyerap 40% tenaga kerja dan memberikan sumbangan sekitar 20% PDRB (Produk Domestik Regional Bruto). Dari sisi produksi nasional, sektor pertanian Jawa Timur menyumbang 35% produk tanaman

pangan hortikultura, serta sekitar 45% produk unggas.

Agro peternakan di Jawa Timur antara lain (Sentra Wisata Agro Peternakan, Dinas Pariwisata Jawa Timur, 2006):

- Sukatawasari, Singosari (peternakan kambing)
- Nongkojajar, Pasuruan (peternakan sapi)
- Semen Beku BBIB, Singosari (peternakan sapi)
- Kambing Masa Depan, Malang
- Budidaya Sapi Jombang
- BPT & HMT Branggahan, Kediri (peternakan sapi, ayam dan entok)
- BPT & HMT Prampelan, Magetan (peternakan sapi dan ayam)
- BPT & HMT Karangwaru, Tuban (peternakan sapi)
- Peternakan Terpadu, Blitar (peternakan sapi dan ayam)

*) Dosen Program Studi Manajemen Universitas Widya Kartika Surabaya, R&D Manager Surabaya Tourism Promotion Board

Berbagai kekayaan wisata agro baik yang dimiliki pemerintah, Badan Usaha Milik Negara (PTPN X, XI, dan XII) dan secara pribadi tersebar di hampir 38 kabupaten/kota di Jawa Timur. Atraksi wisata agro perkebunan yang ditampilkan diantaranya perkebunan kopi (Robusta dan Arabica), Kakao, Tebu/Gula, Teh, Karet, Apel, Durian, Jeruk. Rinciannya sebagai berikut (Sentra Wisata Agro Pertanian, Dinas Pariwisata Jawa Timur, 2006):

- Agro Siwalan di Paciran, perbatasan kota Lamongan dan kota Tuban
- Lori Tebu Tour di Pabrik Gula Purwodadi, Magetan
- Margo Utomo di kecamatan Kalibaru, Banyuwangi (pala, kakao, kopi, keningar)
- Agro Kaliklatak di desa Kalipuro, Giri, Banyuwangi (kopi, karet, kakao, pala, dll)
- Kebun Kendeng Lembu di desa Karang Harjo, kecamatan Glenmore, Banyuwangi (karet dan kakao)
- Kebun Kopi Balawan di kecamatan Sempol, Bondowoso
- Perkebunan Tembakau Cerutu Ekspor di Jenggawah, Jember
- Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia (PPKKI) di Rambipuji, Jember
- Pabrik Gula Djatiroto di Jatiroto, Lumajang
- Pabrik Gula Meritjan di Kediri
- Kebun Teh Sirah Kencong di Wlingi, Blitar
- Kebun Kakao PTPN XII di Kediri
- Kebun Blimbing di Karang Sari, Blitar
- Gula Kelapa Agrobiz di Blitar
- Kebun Teh Wonosari di Lawang, Malang
- Kebun Jeruk Tlekung di Punten, Batu
- Wisata Bukit Apel di Bumiaji, Batu
- Kusuma Agro Wisata di Batu (apel, strawberry, sayur-sayuran)
- BBI Palawija di Lawang, Malang
- Kebun Anggur di Dringu, Probolinggo
- Kebun Mangga Cukur Gondang di Grati, Pasuruan
- Kebun Buah Naga di Mojokerto
- Kebun Hortikultura di Sidomulyo, Batu
- Kebun Apel Nongkojajar
- Kebun Apel Poncokusumo
- Pembibitan Anggrek di Bromo, Baluran dan Alas Purwo

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, upaya koordinasi, integrasi, sinergi dan sinkronisasi (KISS) seperti apakah yang dapat ditumbuhkembangkan dalam manajemen agrowisata di Jatim? Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan upaya KISS yang dapat ditumbuhkembangkan dalam pengembangan agrowisata di Jatim.

Potensi wisata agro di Jawa Timur dapat lebih dikembangkan melalui KISS antar pengelola agro dengan fasilitasi pemerintah serta *stakeholder* terkait. Namun selama ini upaya KISS antar pengelola agro tersebut kurang optimal, sehingga diversifikasi produk agrowisata di Jatim belum menyatu menjadi suatu kekuatan obyek wisata yang besar yang tersebar di berbagai daerah. Antar pengelola agro saling berkompetisi, tetapi kurang adanya kooperasi untuk saling memperkuat citra destinasi wisata agro di Jatim.

Penelitian literatur dari beberapa sumber menyimpulkan, destinasi wisata agro berpeluang besar untuk menarik kunjungan wisatawan, terutama

wisatawan mancanegara. Di mana, perubahan tren pariwisata global yang sedang terjadi dari *mass tourism* menjadi *quality tourism*, menempatkan agrowisata sebagai destinasi wisata yang menjadi rujukan pasar wisatawan dunia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan kombinasi *library research* dengan *field research*. Studi literatur melalui *desk review* hasil-hasil penelitian terkait agrowisata di Jawa Timur, sumber data sekunder yang *real time* dan valid dalam hal kebijakan kepariwisataan Provinsi Jawa Timur, serta literatur lain terkait topik penelitian (Kusmayadi, 2008). Studi lapangan dalam penelitian ini merupakan pengembangan dan modifikasi kerangka topik penelitian lapangan pada agrowisata di Batu (Kusuma Agro dan Desa Bunga Sidomulyo), serta kawasan agrowisata apel, bunga dan buah di Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang dan Kecamatan Tukur Kabupaten Pasuruan.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Windia, dkk dalam penelitian yang berjudul "Model Pengembangan Agrowisata di Bali" menyimpulkan, pertama, pada dasarnya, kegiatan sektor pertanian adalah bagian dari kegiatan budaya masyarakat. Oleh karenanya, semua kegiatan di sektor pertanian termasuk dalam rangka pengembangan agrowisata dapat dipandang/dikaji dengan pendekatan sistem kebudayaan.

Kedua, sistem kebudayaan memiliki tiga subsistem yakni subsistem konsep/pola pikir, subsistem sosial, dan subsistem artefak/kebendaan. Ketiga subsistem inilah yang digunakan untuk mengkaji model pengembangan agrowisata di Bali.

Ketiga, pertama-tama dikembangkan dulu konsep/pola pikir dari rencana pengembangan agrowisata tersebut. Misalnya, dengan membangun kesadaran dan kesepakatan seluruh masyarakat setempat bahwa pengembangan agrowisata sangat penting dan bermanfaat untuk menambah pendapatan masyarakat. Kalau kesepakatan masyarakat sudah bulat, dilanjutkan dengan mengembangkan kesepakatan sosial masyarakat, misalnya membangun kesepakatan dengan semua desa di sekitarnya, mengembangkan aturan tentang pembagian penerimaan. Kemudian, dilanjutkan dengan mengembangkan kesepakatan yang terkait dengan artefak/kebendaan, misalnya kesepakatan tentang tata ruang agrowisata, design pengembangan agrowisata di lapangan, termasuk kesepakatan pengorbanan lahan dari penduduk dalam rangka pengembangan design agrowisata.

Nurhidayati (2003) dalam penelitian yang berjudul "Motivasi dan Pola Konsumsi Wisatawan dalam Kegiatan Rekreasi di Obyek Agrowisata Kebun Teh Wonosari Lawang, Malang" menyimpulkan, faktor pendorong yang mempengaruhi motif wisata responden di obyek agrowisata kebun teh Wonosari, sebagian besar ingin bersantai mengingat kegiatan ke tempat yang alami memang mampu memulihkan ketegangan hidup atau stres akibat keseharian. Motif wisata

yang dominan dari responden bisa dikategorikan motif fisik. Jika dikaitkan dengan faktor penarik, sebagian besar wisatawan yang datang ke obyek wisata kebun teh Wonosari menganggap pemandangan alam sebagai daya tarik utama. Jika dilihat dari pola konsumsi, besar pengeluaran untuk transportasi ke lokasi, pengeluaran akomodasi, konsumsi, oleh-oleh, dan pengeluaran lain-lain, sebagian besar kurang dari Rp. 100.000.

Nurhidayati (2005) dalam penelitian yang berjudul "Perilaku Ekonomi Masyarakat dalam Memanfaatkan Peluang Kerja dan Usaha di Sekitar Obyek Agrowisata Wonosari Lawang" menyimpulkan, terdapat peluang kerja dan peluang usaha baru dengan keberadaan Agrowisata Wonosari yang merubah struktur pekerjaan masyarakat. Peluang usaha yang timbul dengan keberadaan obyek wisata ini berkaitan dengan sarana wisata seperti akomodasi, pelayanan makan dan minum, berjualan hasil bumi dan barang kerajinan, beternak untuk memasok kebutuhan para pedagang makanan seperti ayam, bebek, lele, kelinci dan lebah madu. Sementara itu, peluang kerja yang muncul di antaranya *room boy / room maid*, resepsionis, *reservation*, kasir, pramusaji, koki, juru cuci, penjaga loket, pemeliharaan kolam, pemeliharaan taman, petugas *sound system*, petugas *green house*, perawat mini zoo, koordinator agrowisata, petugas keamanan dan petugas parkir.

Satrya (2008) dalam penelitian yang berjudul "Manajemen Pariwisata Batu" menyimpulkan sebagai berikut, pertama, penerapan *good agricultural practice* di lahan perkebunan agro buah, bunga maupun

peternakan perlu fasilitasi dari instansi pemerintah terkait. Demikian pula penerapan *integrated farming* yang menjadi salah satu pilar *green tourism*, perlu inisiatif dan fasilitasi yang lebih intensif. Kedua, pengemasan dan promosi desa wisata dengan kemasan *experiential tourism* perlu dilakukan secara sistematis dan intensif.

Ketiga, *city branding* dengan mempertimbangkan aspek sumber daya lokal, *sense of tourism* masyarakat dunia, dan *positioning* di antara daerah wisata lain baik di regional Jawa Timur maupun secara nasional, perlu segera dibuat dan dipromosikan.

Peluang Pasar Agrowisata

Tujuan pengembangan pariwisata bukan hanya sekadar peningkatan perolehan devisa bagi negara, akan tetapi lebih jauh diharapkan pariwisata dapat berperan sebagai katalisator pembangunan (*agent of development*). Dilihat dari sudut ekonomi, sedikitnya ada delapan keuntungan pengembangan pariwisata di Indonesia. Pertama, peningkatan kesempatan berusaha. Kedua, kesempatan kerja. Ketiga, peningkatan penerimaan pajak. Keempat, peningkatan pendapatan nasional. Kelima, percepatan proses pemerataan pendapatan. Keenam, meningkatkan nilai tambah produk hasil kebudayaan. Ketujuh, memperluas pasar produk dalam negeri. Kedelapan, memberikan dampak *multiplier effect* dalam perekonomian sebagai akibat pengeluaran wisatawan, para investor, maupun perdagangan luar negeri (Dorodjatun Kuntjoro-Djakti, dalam Yoeti, 2008).

Khusus pada negara-negara berkembang, pengaruh pariwisata sebagai suatu industri jelas terlihat dalam kehidupan sehari-hari selama dua dekade terakhir, seperti misalnya (Yoeti, 2008):

- a. Tumbuh dan berkembangnya usaha makanan dan minuman yang bersifat lokal yang banyak diminati wisatawan.
- b. Tumbuh dan berkembangnya industri kecil yang menghasilkan produk cenderamata khas daerah yang juga sekaligus telah meningkatkan pangsa pasar ekspor Indonesia.
- c. Tumbuh dan berkembangnya restoran, café, dan bar yang bersifat lokal tetapi diminati wisatawan.
- d. Munculnya grup yang memberikan pelayanan untuk *guides and interpreters* yang sekaligus telah menyuburkan tumbuhnya kursus-kursus bahasa asing di Indonesia.
- e. Tumbuh dan berkembangnya usaha agen perjalanan dan Biro Perjalanan Wisata (BPW) lokal untuk melayani wisatawan pada hampir semua daerah tujuan wisata (DTW) di Indonesia.
- f. Banyaknya perusahaan lokal yang menyelenggarakan *cultural events* untuk konsumsi wisatawan maupun masyarakat lokal pada masing-masing DTW.
- g. Tumbuh dan berkembangnya *Shop for Tourist Needs* seperti penjual film, majalah, Koran, *drug store*, baju renang, perangko dan kartu pos.

Ada perbedaan mendasar pada wisatawan *mass tourism* yang biasanya lebih mengacu ke pemenuhan kebutuhan yang bersifat hedonism seperti kegiatan

berbelanja, bersenang-senang, menginap di hotel mewah dengan fasilitas lengkap dan modern, makan dan minum bercitarasa mewah, lezat dan sedikit mengakomodasi sumber daya lokal. Sementara wisata alternatif, *green tourism*, ekowisata, lebih menekankan pada proses pembelajaran alamiah untuk memenuhi rasa keingintahuan, fasilitas penginapan tradisional/alamiah dengan fasilitas alam lokal, makanan dan minuman lokal, dan mengakomodasi kepentingan masyarakat lokal. Perbedaan pola konsumsi ini juga akan menghasilkan pilihan produk wisata yang berbeda pula. *Mass tourism* lebih sedikit mengerahkan aktivitas fisik (pasif), tingkat kesulitan rendah dan bisa dilakukan bersama-sama. Di antaranya, berjemur di pantai, berbelanja, piknik, dan lain sejenisnya. *Niche tourism* lebih mengarah ke kegiatan individual yang lebih banyak mengerahkan aktivitas fisik (aktif), seperti *hiking, surfing, rafting*, dan lain sebagainya (Nurhidayati, 2003).

Niche tourism di mana di dalamnya terdapat unsur ekowisata, menempatkan agrowisata sebagai salah satu obyek ekowisata yang potensial. Karena mampu memberikan dampak positif dalam penyerapan tenaga kerja dan mendatangkan peluang usaha. Agrowisata merupakan bagian dari obyek wisata yang memanfaatkan usaha pertanian (agro) sebagai obyek wisata. Tujuannya adalah untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi, dan hubungan usaha di bidang pertanian. Melalui pengembangan agrowisata yang menonjolkan budaya lokal dalam memanfaatkan lahan, kita bisa meningkatkan pendapatan petani

sambil melestarikan sumber daya lahan, serta memelihara budaya maupun teknologi lokal (*indigenous knowledge*) yang umumnya telah sesuai dengan kondisi lingkungan alaminya (Nurhidayati, 2005).

Agrowisata menurut Departemen Pertanian (www.database.deptan.go.id, dalam Nurhidayati, 2005) merupakan bagian dari obyek wisata yang memanfaatkan usaha pertanian (agro) sebagai obyek wisata. Dengan demikian, agrowisata merupakan bagian dalam pembangunan agribisnis yang merupakan diversifikasi dari produk pertanian.

Agrowisata dapat dikelompokkan ke dalam wisata ekologi (*eco-tourism*), yaitu kegiatan perjalanan wisata dengan tidak merusak atau mencemari alam dengan tujuan untuk mengagumi dan menikmati keindahan alam, hewan atau tumbuhan liar di lingkungan alaminya serta sebagai sarana pendidikan. Oleh karena itu, pengelolaannya harus mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut (www.database.deptan.go.id, dalam Nurhidayati, 2005):

- a. Pengaturan dasar alaminya, yang meliputi kultur atau sejarah yang menarik, keunikan sumber daya biofisik alaminya, konservasi sumber daya alam atau pun kultur budaya masyarakat.
- b. Nilai pendidikan, yaitu interpretasi yang baik untuk program pendidikan dari areal, termasuk lingkungan alaminya dan upaya konservasinya.
- c. Partisipasi masyarakat dan pemanfaatannya. Masyarakat hendaknya melindungi/menjaga fasilitas atraksi yang digemari

wisatawan, serta dapat berpartisipasi sebagai pemandu serta penyedia akomodasi dan makanan.

Berdasarkan sifatnya, agrowisata menurut Departemen Pertanian dapat digolongkan menjadi (Nurhidayati, 2005):

- a. Agrowisata Ruang Terbuka Alami, yaitu obyek agrowisata ruangan terbuka alami ini berada pada areal di mana kegiatan tersebut dilakukan langsung oleh masyarakat petani setempat sesuai dengan kehidupan keseharian mereka. Masyarakat melakukan kegiatannya sesuai dengan apa yang biasa mereka lakukan tanpa ada pengaturan dari pihak lain. Contoh: kawasan Suku Baduy di Pandeglang, Suku Naga di Tasikmalaya di Jawa Barat, dan Suku Tengger di Jawa Timur.
- b. Agrowisata Ruang Terbuka Buatan, di mana kawasan agrowisata ini dapat didesain pada kawasan-kawasan yang spesifik namun belum dikuasai atau disentuh oleh masyarakat adat. Tata ruang peruntukan lahan diatur sesuai dengan daya dukungnya dan komoditas pertanian yang dikembangkan memiliki nilai jual untuk wisatawan.

Konsep wisata alternatif kemudian memunculkan istilah-istilah yang terkadang saling tumpang tindih, yaitu wisata petualangan (*adventure tourism*), wisata berkelanjutan (*sustainable tourism*), wisata alam (*nature tourism*), dan wisata hijau (*green tourism*) (Nurhidayati, 2003).

Menurut Van Lavieran (dalam Nurhidayati, 2003:8), suatu obyek wisata alam harus memiliki beberapa syarat di antaranya:

- a. Memiliki bentang lahan yang stabil ekosistemnya dan resisten (tahan) terhadap berbagai kegiatan manusia yang berlangsung di dalamnya.
- b. Aksesabilitas, yaitu keterjangkauan obyek, artinya obyek harus bisa dijangkau oleh wisatawan.
- c. Dapat memuaskan wisatawan yang datang, artinya obyek harus memiliki daya tarik sehingga bisa memuaskan wisatawan.

Karena itu, suatu obyek wisata alam harus dilengkapi dengan beberapa sarana pelayanan di antaranya pintu gerbang, *tourism information center*, kantor pengelola, fasilitas kemudahan (telekomunikasi, restoran, penginapan, kebersihan lingkungan, MCK), fasilitas rekreasi (olah raga, tempat bermain, shelter peristirahatan), rambu-rambu penting untuk pengunjung (misalnya, petunjuk ke lokasi yang memiliki daya tarik, rambu untuk petunjuk bahaya yang mudah dilihat pengunjung), jalan-jalan di dalam kawasan wisata alam (Nurhidayati, 2003).

Agrowisata merupakan salah satu bentuk diversifikasi usaha yang memiliki nilai strategis. Menurut Nickerson *et al* (dalam Nurhidayati, 2005), ada beberapa alasan diversifikasi agrowisata:

- Untuk mengatasi fluktuasi pendapatan dari sektor pertanian karena fluktuasi harga.
- Terbukanya lapangan pekerjaan bagi keluarga petani.

- Adanya pendapatan tambahan bagi petani
- Mengatasi adanya program pertanian dari pemerintah yang merugikan
- Adanya pemasukan pajak pemerintah
- Penggunaan sumber daya alam yang lebih baik
- Mengandung unsur pendidikan bagi wisatawan / pengunjung

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Untuk memacu pengembangan dan hasil produksi yang dapat memuaskan konsumen pasar agrowisata menggunakan teori-teori yang ada atau biasa disebut teori 4 K, yaitu :

1. Kualitas

Kualitas atau dengan nama lain mutu. Mutu sangat berperan dan menentukan apabila produk buah mengalami gagal buah atau buah yang dihasilkan tidak seperti yang diharapkan dan tidak dapat memenuhi selera pasar, maka hal ini sangat berpengaruh kepada permintaan. Sebelum dipasarkan penting halnya buah yang ada dilakukan penyortiran agar buah yang dipasarkan dapat memenuhi kepuasan atau selera pasar agar produk kita diakui dan dicari oleh pasar.

2. Kuantitas

Setelah kualitas tercapai hal yang kedua yaitu adalah kuantitas atau disebut berkelanjutan. Jumlah produksi buah perlu ditingkatkan apabila kita telah memenuhi syarat yang pertama, sehingga kita akan berkembang.

3. Kontinuitas

Hasil produksi buah harus dapat berkesinambungan atau berlanjut agar supaya permintaan pasar tidak terputus. Agrowisata diharapkan mampu menyediakan Stock Skala besar apabila terjadi permintaan pasar yang banyak dan ini biasanya terjadi pada saat musim pakeklik.

4. Kompetitif

Sebagaimana kita ketahui bahwa saat ini semakin banyak produksi buah-buahan yang sengaja datang dari luar daerah yang mempunyai mutu yang cukup bagus dan juga harga yang murah. Maka hal ini akan menimbulkan persaingan pasar yang sangat agresif dan ketat. Oleh karena itu agrowisata berusaha tetap eksis dalam mempertahankan baik itu kualitas dan juga harga yang terjangkau, sehingga Agrowisata tetap mendapatkan kepercayaan.

Terkait KISS antar pengelola agrowisata untuk mengembangkan destinasi wisata agro di setiap daerah di Jatim, pola dan upaya yang dikembangkan mengerucut pada 2 dimensi: penyelenggaraan even bersama dan penerapan pariwisata berbasisan masyarakat (*community-based tourism*). Masing-masing upaya ini mencerminkan sejauhmanakah pola dan upaya KISS yang diterapkan antar pengelola agrowisata dalam satu kawasan kabupaten/kota, atau lintas kabupaten/kota.

Event

Tercermin dalam penyelenggaraan Batu Flora Festival tahun 2008 misalnya, di mana untuk kedua kalinya diselenggarakan setelah setahun sebelumnya digelar, menunjukkan keberadaan petani agro khususnya dalam penyelenggaraan event tersebut tidak lagi menjadi subyek yang menentukan kesuksesan penyelenggaraan acara. Melainkan, penyelenggaraan event ditangani sepenuhnya oleh pihak ketiga di mana keberadaan petani justru menjadi obyek.

Penyelenggaraan event bersama untuk mempromosikan dan meningkatkan daya saing agrowisata di setiap daerah sangatlah penting. Tetapi, paradigma penyelenggaraan event haruslah menempatkan petani sebagai subyek dan bukan obyek yang ditempatkan sebatas pengisi dan penyemarak acara. Justru manakala penyelenggaraan event itu menempatkan Gapoktan sebagai motor jalannya acara, niscaya dukungan dan keikutsertaan dari petani agro sangat mudah didapatkan.

Secara internal, penyelenggaraan event untuk mengekspos potensi agrowisata daerah merupakan media pembelajaran bagi setiap pihak untuk menjadi tuan rumah yang baik bagi wisatawan sekaligus mengukur sejauhmanakah kemampuan saling berkoordinasi antar pihak terkait di daerah masing-masing. Secara eksternal, peran promosi pariwisata daerah dalam mempromosikan penyelenggaraan event agrowisata akan membentuk pola pemasaran yang efektif bagi promosi kepariwisataan daerah secara umum.

Di sini, peran pemerintah daerah sangatlah penting dalam menunjang keberhasilan penyelenggaraan even. Undang-undang Nomer 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata Pasal 23 ayat 1 butir (a) menyatakan, pemerintah dan pemerintah daerah berkewajiban menyediakan informasi kepariwisataan, perlindungan hukum, serta keamanan dan keselamatan kepada wisatawan. Melalui ini semakin jelaslah bahwa kesuksesan penyelenggaraan event merupakan salah satu fungsi dan kinerja pemerintahan.

Community-Based Tourism

Keberadaan agrowisata di beberapa daerah yang dikelola perorangan dan tidak terlalu dikomersialkan terlihat menyebar di berbagai kawasan pemukiman penduduk. Ini semakin menunjukkan eksistensi dan penerapan gagasan *community-based tourism* atau pariwisata berbasis kemasyarakatan.

Community based tourism (CBT) is tourism in which local residents (often rural, poor and economically marginalised) invite tourists to visit their communities with the provision of overnight accommodation. The residents earn income as land managers, entrepreneurs, service and produce providers, and employees. At least part of the tourist income is set aside for projects which provide benefits to the community as a whole. Community based tourism enables the tourist to discover local habitats and wildlife, and celebrates and respects traditional cultures, rituals and wisdom. The community will be aware of the commercial and social value placed on their natural and cultural heritage through tourism, and this will foster

community based conservation of these resources (responsibletravel.com).

Nurhidayati (2008) mendefinisikan CBT yaitu: 1) bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan terlibat dalam manajemen dan pembangunan pariwisata, 2) masyarakat yang tidak terlibat langsung dalam usaha-usaha pariwisata juga mendapat keuntungan, 3) menuntut pemberdayaan secara politis dan demokratisasi dan distribusi keuntungan kepada komunitas yang kurang beruntung di pedesaan.

Jadi, intinya, CBT merupakan perwujudan pemerluasan dampak sektor pariwisata pada pembangunan perekonomian lokal (*local economic development*) masyarakat di sekitar kawasan wisata. Upaya yang ditempuh melalui peluang yang diberikan kepada masyarakat untuk mendapatkan pekerjaan dan kesempatan berwirausaha di sektor pariwisata secara lebih luas. Semakin majunya agrowisata di setiap daerah di Jatim, diperkirakan akan berkorelasi positif terhadap praktek CBT dan manfaat positifnya kepada masyarakat.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Point to point antar agrowisata dan dengan ODTW lainnya sebaiknya tidak terlalu jauh. Tetapi sekalipun letaknya berjauhan, kemudahan dan kenyamanan dalam perjalanan (*accessible*), serta *view* yang menarik menjadi kunci untuk menciptakan kepuasan berwisata wisatawan.

- Pengelolaan setiap agrowisata semakin perlu untuk dikemas dengan konsep wisatawan dapat terlibat langsung. Misalnya, dalam proses pembibitan, pertanaman, persilangan, perawatan, pemetikan, pengemasan, pengembangan produksi, pemasaran, gerai jual hingga proses distribusi.
- Koordinasi, integrasi, sinergi dan sinkronisasi (KISS) antar pengelola agrowisata terutama untuk mendongkrak popularitas dan nilai jual agrowisata yang dikelola perorangan melalui Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan). Peningkatan daya jual semakin banyak agrowisata yang dikelola perorangan, mendongkrak popularitas destinasi wisata agro suatu daerah.
- Keberadaan Gapoktan di setiap kawasan agrowisata merupakan ujung tombak organisasi yang menggerakkan dinamika dan percepatan kemajuan setiap agrowisata. Maka, diperlukan dukungan total dari pemerintah (kabupaten dan provinsi) untuk memfasilitasi keberadaan dan kinerja organisasi ini.

Saran

Diperlukan penelitian lanjutan tentang pola perilaku keorganisasian Gapoktan, dan dampak kinerja keorganisasian Gapoktan terhadap citra, popularitas dan kemajuan destinasi wisata agro di mana Gapoktan berada.

DAFTAR PUSTAKA

- Kusmayadi. 2004. *Statistik Pariwisata Deskriptif*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Nurhidayati, Sri Endah. 2003. *Motivasi dan Pola Konsumsi Wisatawan Dalam Kegiatan Rekreasi di Obyek Agrowisata Kebun Teh Wonosari Lawang, Malang*. Laporan Penelitian. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Airlangga. Surabaya
- Nurhidayati, Sri Endah. 2005. *Perilaku Ekonomi Masyarakat dalam Memanfaatkan Peluang Kerja dan Usaha di Sekitar Obyek Agrowisata Wonosari Lawang*. Laporan Penelitian. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Airlangga. Surabaya
- Nurhidayati, Sri Endah. 2008. *Community-Based Tourism (CBT) Sebagai Pendekatan Pariwisata Berkelanjutan*. <http://www.journal.unair.ac.id/filerPDF/>
- Undang-undang Nomer 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan
- Satrya, Dewa Gde. 2008. *Manajemen Pariwisata Batu*. Jurnal Social & Humaniora. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Surabaya
- Sentra Wisata Agro Pertanian, Dinas Pariwisata Jawa Timur, 2006
- Sentra Wisata Agro Peternakan, Dinas Pariwisata Jawa Timur, 2006

Windia, Wayan, Wirartha, Made, Suamba,
Ketut, Sarjana, Made. *Model
Pengembangan Agrowisata di Bali.*
Jurnal Sosial Ekonomi. Fakultas
Pertanian Universitas Udayana.

Bali. [ejournal.uinud.ac.id/abstrak/\(13\)%20soca-windia%20dkk-agrowisata\(2\).pdf](http://ejournal.uinud.ac.id/abstrak/(13)%20soca-windia%20dkk-agrowisata(2).pdf) -

www.responsibletravel.com

www.jatim.go.id

Yoeti, Oka A. 2008. *Ekonomi Pariwisata:
Introduksi, Informasi dan Aplikasi.*
Penerbit buku Kompas. Jakarta