

PENINGKATAN POTENSI SEKTOR PARIWISATA DAERAH MELALUI PROGRAM PENGEMBANGAN AGROWISATA

Slamet Heri Winarno¹ Sri Harjunawati² Dwiyatmoko Pujiwidodo³

¹Akademi Sekretari dan Manajemen Bina Sarana Informatika
Jln. Kramat Raya No. 168. Jakarta. Indonesia
Email : *slamet_heri@yahoo.com*

²Akademi Manajemen dan Informatika Bina Sarana Informatika
Jl. Mrgonda Raya No. 8, Depok 16424 Indonesia
Email: *arjuna_bsi@yahoo.com*

³Akademi Manajemen dan Keuangan Bina Sarana Informatika
Jln. Kramat Raya No. 25. Jakarta. Indonesia
Email : *dwiyatmoko_2005@yahoo.com*

ABSTRACT

Agritourism is part of a tourist attraction, which use the agricultural business (Agri), as a tourist attraction. Agritourism development in accordance with possibilities, typology, and environmental services, which will directly affect the sustainability of land resources and incomes for farmers, as well as the surrounding community, which in turn will affect the increase in foreign currency. Development of rural tourism, in turn, creates jobs, because it can absorb of labor. The purpose of this research is to know the size of the potential development of Agro, Agro Tourism development strategy and its impact on the tourism sector. This research uses descriptive method with qualitative-rationalistic approach. Qualitative-rationalistic method is based on a holistic approach in the form of a general concept (the concept of grand) checked on a particular object (specific object), which is then put back the research results obtained on the general concept. The results showed that the development of agro-tourism has become the major programmes in several parts of Indonesia, is due to the increased number of tourists in 2002-2009, mostly want to tour in the form of rural tourism. Development of agro-tourism cannot be separated from the role of the Government responsible for tourism and farmers, as Tri Mitra. Agro development cannot be separated from the application of strategies that have become important factors in the success of this goal. Thanks to the development of rural tourism, which emphasize local culture in the use of land, we can increase the income of farmers while preserving land resources, and preserve local culture and technology (indigenous knowledge), which is generally in accordance with the terms of their natural environment.

Key Word:

Tourism, Regional, Agrotourism

1. PENDAHULUAN

Bagi Indonesia, pariwisata telah menjadi sektor strategis dalam memperkuat perekonomian negara maupun sebagai elemen pemerataan pembangunan dari aspek kewilayahan. Kontribusi dari aspek ekonomi menunjukkan bahwa pariwisata ini merupakan sektor penghasil utama devisa negara nonmigas. Peran dan kontribusi signifikan tersebut telah semakin mengukuhkan pariwisata sebagai sektor strategis yang memiliki potensi dan peluang sangat besar untuk dikembangkan dan berperan menjadi lokomotif bagi upaya pengembangan wilayah dan pemberdayaan masyarakat serta revitalisasi perekonomian Indonesia.

Indonesia yang terdiri dari beribu-ribu pulau memiliki keanekaragaman budaya, penduduknya, serta keindahan alamnya merupakan potensi yang besar untuk pengembangan pariwisata. Oleh karena itu sektor pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang penting untuk dikembangkan karena tidak selamanya Indonesia dapat bergantung pada sektor migas sebagai sumber devisa utama. Agrowisata menjadi salah satu pilihan alternatif dalam industri pariwisata Indonesia. Sejauh ini peran sektor Agrowisata masih dianggap kurang jika dibandingkan dengan sektor pariwisata lainnya.

Tabel 1. Perkembangan jumlah wisman dan devisa sektor pariwisata (2004-2009)

Tahun	Jumlah Turis Asing	Devisa (Juta USD)
2009	6.452.259	6.302,50
2008	6.429.027	7.377,39
2007	5.505.759	5.345,98
2006	4.871.351	4.447,98
2005	5.002.101	4.521,89
2004	5.321.165	4.797,88

Sumber: BPS

Pariwisata akan membawa dampak ekonomi, baik secara langsung maupun tidak langsung, karena itu penanganan kepariwisataan perlu mendapatkan perhatian bagi setiap komponen masyarakat, terutama pemerintah. Bagi pemerintah penanganan kepariwisataan merupakan bagian dari pelayanan publik. Perlu

ditegaskan bahwa pelayanan publik dalam era otonomi daerah memiliki dua aspek, yaitu aspek pelayanan pemenuhan pokok dan pelayanan untuk pengembangan daerah. Pengembangan pariwisata sebagian dari pengembangan potensi daerah, perlu ditangani secara kreatif, inovatif, dan terus menerus.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 PENGEMBANGAN AGROWISATA DAERAH

2.1.1 Pariwisata

Menurut Yoeti (2008:7), pariwisata adalah perjalanan darat satu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dan dimensi sosial budaya, alam dan ilmu.

Pariwisata juga merupakan gabungan gejala hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah serta masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan serta penunjang lainnya. Untuk mengidentifikasi pariwisata dilakukan berdasarkan perspektif dari empat hal, yaitu: wisatawan, usaha penyedia pelayanan dan barang-barang untuk wisatawan, pemerintah atau wilayah dan masyarakat tuan rumah. Pariwisata merupakan gabungan dari berbagai aktivitas, pelayanan, industri biro perjalanan, transportasi, akomodasi, penyedia minuman dan makanan, toko, hiburan, dan pelayanan lainnya dari masyarakat untuk individu atau kelompok yang melakukan perjalanan jauh dari rumah.

Pengertian pariwisata menurut BPS, adalah keseluruhan rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan gerakan manusia yang melakukan perjalanan atau beberapa tempat tujuan di luar lingkungan tempat tinggalnya yang didorong oleh beberapa keperluan atau motif tanpa maksud mencari nafkah.

Motivasi dasar untuk melakukan perjalanan wisata (*pleasure*) menurut Musanef (1995:16) dapat dikelompokkan menjadi empat kategori, yaitu motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi pribadi serta motivasi untuk status dan prestise. Motivasi fisik ditujukan untuk penyegaran fisik dan mental berhubungan dengan kegiatan dalam olahraga, melihat pertunjukkan yang bersifat santai dan motivasi lain yang secara langsung berhubungan dengan kesehatan. Motivasi budaya, merupakan keinginan untuk mengetahui daerah lain mengenai makanan, musik, kesenian, cerita rakyat, tari-tarian, lukisan dan agamanya. Motivasi pribadi, merupakan keinginan untuk bertemu dengan orang lain, mengunjungi teman atau relasi, menghindari hal-hal rutin atau keluarga dan tetangga atau mencari persahabatan. Motivasi untuk status dan *prestise* berhubungan dengan kegiatan bisnis, konvensi, studi, mengejar hobi dan pendidikan.

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah (UU No.10 Tahun 2009). Dalam undang-undang sebelumnya dikatakan bahwa pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusaha obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dibidang tersebut. Berdasarkan pengertian ini, maka pariwisata pada dasarnya mengandung lima unsur yaitu: unsur manusia (wisatawan), kegiatan (perjalanan), motivasi (menikmati), sasaran (obyek dan daya tarik wisata) dan usaha (jasa pariwisata).

Sehingga dapat disimpulkan pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok secara sukarela dan

bersifat sementara dari suatu tempat ke tempat lain untuk rekreasi menikmati obyek dan daya tarik wisata serta tidak bermaksud mencari nafkah di daerah yang dikunjungi serta mendapat pelayanan dari usaha jasa pariwisata. (Pendit, 2002)

2.2. Jenis Pariwisata

Berbagai motivasi untuk melakukan suatu perjalanan wisata, hal ini akan berpengaruh pada daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi, karena masing-masing daerah mempunyai potensi obyek dan daya tarik wisata sendiri-sendiri, sehingga jenis pariwisata yang dikembangkan berdasarkan potensi yang ada.

Menurut Ismayanti (2009:25), jenis pariwisata banyak ditentukan menurut motif tujuan perjalanan, dapat dibedakan jenis pariwisata khusus sebagai berikut:

1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*), bentuk pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya, untuk berlibur, untuk mencari udara segar yang baru, untuk memenuhi kehendak keingintahuannya, untuk mengendorkan ketegangan syaratnya, untuk melihat sesuatu yang baru, untuk menikmati keindahan alam, untuk mengetahui hikayat rakyat setempat, untuk mendapatkan ketenangan dan kedamaian didaerah luar kota atau bahkan sebaliknya untuk menikmati hiburan-hiburan dikota-kota besar.
2. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*), jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya ingin menyegarkan keletihan dan kelelahannya. Biasanya mereka di daerah misalnya tepi pantai, pegunungan, di pusat-pusat pemerintahan atau pusat-pusat kesehatan.
3. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*), jenis pariwisata ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat istiadat, kelembagaan, dan cara hidup rakyat negara lain, untuk mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan peradaban masa lalu atau sebaliknya penemuan-penemuan besar masa kini pusat-pusat kesenian, pusat-pusat keagamaan ataupun ikut serta dalam festival-festival seni musik, teater, tarian rakyat dan lain-lain.
4. Pariwisata untuk olah raga (*Sport Tourism*), meliputi : (a) even olah raga besar (*big sport evens*), yaitu peristiwa-peristiwa olahraga besar, bertaraf internasional, dan (b) *sporting*

tourism of the practitioners, yaitu pariwisata olahraga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekkan sendiri seperti pendakian gunung, naik kuda, berburu, memancing dan lain-lain.

5. Pariwisata untuk urusan usaha dagang (*Business Tourism*), jenis ini, merupakan bentuk profesional travel atau perjalanan karena ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberikan kepada pelakunya baik pilihan daerah tujuan maupun pilihan waktu perjalanan.
6. Pariwisata untuk konvensi (*Convention Tourism*), konvensi atau pertemuan bentuk ini sering dihadiri oleh ratusan dan bahkan ribuan peserta yang biasanya tinggal beberapa hari dikota atau negara penyelenggara. Adanya berbagai pertemuan dari badan-badan atau organisasi internasional.

Kegiatan pariwisata terjadi bila ada daerah tujuan wisata dan wisatawan, yang membentuk suatu sistem. Menurut Gunn dalam Myra (1993) bekerjanya sistem kepariwisataan yang utama terdiri dari sisi permintaan (pasar) dan sisi penyediaan (suplai). Sisi permintaan merupakan masyarakat (orang) yang mempunyai keinginan untuk berwisata, orang yang melakukan perjalanan berwisata disebut wisatawan. Sisi penyediaan meliputi komponen transportasi, daya tarik, pelayanan dan informasi/promosi. Penyediaan ini merupakan produk dari daerah tujuan wisata (destinasi). Adanya aktifitas wisatawan didaerah tujuan wisata akan menimbulkan permintaan (sebagai sisi permintaan) di berbagai sektor. Hal ini akan di penuhi melalui produk dari daerah tujuan wisata (sebagai sisi penyedia).

2.3. Manfaat, Sasaran dan Pengembangan Pariwisata

Gunawan (2007:37) mengatakan bahwa manfaat pariwisata di dalam pembangunan mencakup beberapa segi, yaitu :

1. Segi ekonomi, bahwa perkembangan pariwisata merangsang tumbuhnya usaha-usaha tertentu yang saling menunjang, dalam istilah teknisnya hal tersebut dinyatakan dapat memperluas dasar-dasar perekonomian suatu negara.
2. Segi seni budaya, salah satu dorongan kebutuhan manusia untuk mengunjungi suatu daerah adalah untuk memenuhi rasa keingintahuan, mengagumi atau menyelami seni budaya di daerah yang di kunjungi.
3. Pemeliharaan dan pemanfaatan lingkungan hidup, pengembangan pariwisata yang tidak teratur dan terarah dapat merusak lingkungan hidup, sebaliknya apabila di bina secara baik

justro menjadi pendorong pemeliharaan lingkungan yang baik, ataupun dapat memanfaatkan lingkungan alam yang terlantar. Wisatawan yang mempunyai tujuan untuk rekreasi menginginkan daerah yang menimbulkan suasana baru dari kebisingan kehidupan sehari-hari.

4. Memperluas nilai-nilai pergaulan hidup dan pengetahuan, hubungan-hubungan yang terjalin antara wisatawan dengan masyarakat yang dikunjungi sedikit banyak akan menimpa nilai-nilai baru dalam arti memperluas cakrawala pandangan pribadi terhadap nilai-nilai kehidupan lain manusia akan menghargai nilai-nilai yang dimiliki.
5. Memperluas lapangan kerja, industri pariwisata merupakan industri yang sifatnya menyerap kebutuhan tenaga kerja, tidak hanya mementingkan mesin-mesin saja. Sebagai industri yang sifatnya melayani, maka disamping membutuhkan unsur cepat, aman, murah, mudah, dan menikmati juga ramah. Apabila rangkaian tenaga itu dilengkapi tenaga kerja, pada industri penunjang pariwisata seperti, perusahaan kerajinan, dekorasi hotel, toko souvenir, dan sebagainya, maka jumlah tenaga kerja yang diserap makin banyak lagi.
6. Menunjang perbaikan kesehatan dan prestasi kerja, manusia selalu menginginkan terlepas dari kejenuhan, kesibukan sehari-hari atau rasa bosan dengan mendambakan suasana baru, lingkungan baru walaupun hanya untuk sementara waktu.

Pada dasarnya sasaran pariwisata itu ditujukan pada masyarakat umum tanpa memandang status sosialnya dan juga bagi masyarakat yang membutuhkan suasana yang lain/baru dari rutinitas sehari-hari. Sasaran pariwisata bagi masyarakat umum dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. Bagi wisatawan dalam negeri/domestik ialah bahwa sasaran pariwisata ini khusus ditujukan bagi masyarakat di dalam negeri itu sendiri.
2. Bagi masyarakat luar negeri atau wisatawan mancanegara ialah bahwa sasaran pariwisata di tujukan bagi wisatawan-wisatawan mancanegara agar tertarik untuk datang berkunjung tentunya dengan menonjolkan kelebihan/daya tarik suatu obyek wisata.

Adapun sasaran pariwisata ditujukan bagi masyarakat dalam negeri wisatawan domestik, dan wisatawan mancanegara. Aktivitas wisatawan di daerah tujuan wisata di berbagai sektor. Hal ini akan dipenuhi melalui produk dari daerah tujuan wisata (sebagai sisi penyedia). Suwanto (2008) mengatakan meliputi kebutuhan akan transportasi untuk mencapai tempat tersebut, akomodasi untuk

tinggal selama berada di tempat tersebut barang-barang konsumsi dan jasa untuk memenuhi kebutuhan akan makan, minum, dan lain-lain. Untuk memenuhi kebutuhan wisatawan tersebut di perlukan pengembangan pariwisata yang mencakup komponen-komponen produk wisata.

Pariwisata di Indonesia adalah suatu usaha industri, seperti yang disebutkan dalam Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 1969 Pasal 3 yang berbunyi : "Usaha pengembangan pariwisata di Indonesia bersifat suatu pengembangan industri pariwisata dan merupakan bagian dari usaha pengembangan dan pembangunan serta kesejahteraan masyarakat dan negara."

Pengembangan pariwisata adalah segala kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan semua sarana dan prasarana, barang dan jasa fasilitas yang diperlukan guna melayani wisatawan. Kegiatan dan pengembangan pariwisata mencakup segi-segi kehidupan dalam masyarakat, mulai dari kegiatan angkutan, akomodasi, atraksi wisata, makanan dan minuman, cinderamata, pelayanan, dan lain-lain. Usaha ini untuk mendorong dan meningkatkan arus kunjungan wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara, sehingga memungkinkan perekonomian dalam negeri semakin maju dan berkembang. Pariwisata tidak diragukan lagi mempunyai pengaruh terhadap perekonomian daerah tujuan wisata.

Adanya pengaruh pariwisata ini, setiap daerah yang mempunyai potensi wisata berusaha mengembangkan obyek wisata yang ada, baik wisata alam maupun budaya. Pariwisata sebagai sektor ekonomi yang sedang tumbuh akan menjadi semakin penting. Dikembangkannya suatu obyek wisata diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat setempat. (Spillane, 2003)

2.4. Agrowisata

Agrowisata berasal dari bahasa Inggris *agro tourism*. *Agro* berasal dari bahasa Yunani yang artinya ladang, *tourism* = wisata, melancong. Agrowisata atau *agroturisme* didefinisikan sebagai sebuah bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan usaha agro (agribisnis) sebagai objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, rekreasi dan hubungan usaha di bidang pertanian.

Sesuai dengan SK Bersama Menteri Pertanian dan Menparpostel No.KM.47/PW.DOW/MPPT-89 dan No.204/Kpts/HK.050/4/1989. Agrowisata merupakan bagian dari objek wisata yang memanfaatkan usaha pertanian (agro) sebagai objek wisata. Tujuannya adalah untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi,

dan hubungan usaha dibidang pertanian. Melalui pengembangan agrowisata yang menonjolkan budaya lokal dalam memanfaatkan lahan, diharapkan 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.

Ada perbedaan pokok antara agrowisata dengan wisata alam. Agrowisata mengunjungi obyek budidaya; sedangkan wisata alam mendatangi obyek berupa flora atau fauna (alam) yang masih asli.

Utama (2010) mengungkapkan bahwa pengelolaan agrowisata dapat dilakukan dengan berbagai bentuk, antara lain :

1. **Agrowisata ruangan tertutup** (seperti museum), tampilan agrowisata ruangan tertutup dapat berupa koleksi alat-alat pertanian yang khas dan bernilai sejarah atau naskah dan visualisasi sejarah penggunaan lahan maupun proses pengolahan hasil pertanian. ruangan terbuka (taman atau lansekap), atau kombinasi antara keduanya.
2. **Agrowisata ruangan terbuka**, dapat berupa penataan lahan yang khas dan sesuai dengan kapabilitas dan tipologi lahan untuk mendukung suatu sistem usahatani yang efektif dan berkelanjutan. Komponen utama pengembangan agrowisata ruangan terbuka dapat berupa flora dan fauna yang dibudidayakan maupun liar, teknologi budi daya dan pascapanen komoditas pertanian yang khas dan bernilai sejarah, atraksi budaya pertanian setempat, dan pemandangan alam berlatar belakang pertanian dengan kenyamanan yang dapat dirasakan. Agrowisata ruangan terbuka dapat dilakukan dalam dua versi atau pola, yaitu : a) **agrowisata ruang terbuka alami**, objek 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. Untuk memberikan tambahan kenikmatan kepada wisatawan, atraksi-atraksi spesifik yang dilakukan oleh masyarakat dapat lebih ditonjolkan, namun tetap menjaga nilai estetika alaminya. Sementara fasilitas pendukung untuk pengamanan wisatawan tetap disediakan sejauh tidak bertentangan dengan kultur dan estetika asli yang ada, seperti sarana transportasi, tempat berteduh, sanitasi, dan keamanan dari binatang buas. b) **agrowisata ruang terbuka buatan**, kawasan agrowisata ruang terbuka buatan 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. Demikian pula teknologi yang diterapkan diambil dari budaya masyarakat lokal yang ada, diramu sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan produk atraksi agrowisata yang menarik. Fasilitas pendukung untuk akomodasi wisatawan dapat disediakan sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern, namun tidak mengganggu keseimbangan ekosistem yang ada. Kegiatan wisata ini dapat dikelola oleh suatu badan usaha, sedang pelaksana atraksi parsialnya tetap dilakukan oleh petani lokal yang memiliki teknologi yang diterapkan.

Teknologi budidaya pertanian tradisional sebagai perwujudan keserasian hasil seleksi alam yang berlangsung dalam kurun waktu yang panjang dapat menjadi paket atraksi wisata yang potensial untuk dipasarkan. Sejalan dengan upaya pemerintah untuk meningkatkan pendapatan petani yang memiliki lahan sempit serta adanya gejala penggunaan lahan yang melebihi daya dukungnya, maka adanya alternatif pemanfaatan lahan yang berorientasi kepada kepentingan wisata sangat baik untuk dilakukan.

Gunawan (2007) mengemukakan potensi objek wisata dapat dibedakan menjadi objek wisata alami dan buatan manusia. Objek wisata alami dapat berupa kondisi iklim (udara bersih dan sejuk, suhu dan sinar matahari yang nyaman, kesunyian), pemandangan alam (panorama pegunungan yang indah, air terjun, danau dan sungai yang khas), dan sumber air kesehatan (air mineral, air panas). Objek wisata buatan manusia dapat berupa fasilitas atau prasarana, peninggalan sejarah dan budidaya, pola hidup masyarakat dan taman-taman untuk rekreasi atau olah raga.

2.5. Pengembangan Agrowisata

Istilah agrowisata, atau sering pula disebut wisata agro, makin populer sejak awal dekade 2000-an. Agrowisata adalah kegiatan wisata yang berlokasi atau berada di kawasan pertanian, terutama tanaman perkebunan (kopi, teh, cokelat, dan lain-lain) dan tanaman buah-buahan. Di Indonesia, konsep agrowisata pertama kali diperkenalkan di sentra perkebunan apel dikawasan Batu, Kabupaten Malang (sekarang termasuk wilayah Kabupaten Batu).

Keragaman kekayaan alamnya memiliki potensi Agrowisata yang sangat tinggi dan belum sepenuhnya dikembangkan dan dimanfaatkan secara optimal. Untuk itu, perlu dirumuskan langkah-langkah kebijakan yang konkrit dan

operasional guna tercapainya kemantapan pengelolaan Obyek Agro Wisata di era globalisasi dan otonomi daerah.

Sesuai dengan keunikan kekayaan spesifik lokasi yang dimiliki, pemerintah beserta perangkat yang terkait dapat menentukan sasaran dan bidang garapan pasar yang dapat dituju. Salah satu daya tarik agrowisata ialah adanya kesempatan bagi pengunjung untuk memetik (memanen) buah dan hasil perkebunan lainnya. Selanjutnya hasil panen ditimbang dan dihargai pengunjung sesuai dengan harga yang ditetapkan pengelola.

Dengan cara tersebut, pengunjung memperoleh kepuasan dan pengalaman yang tak terlupakan. Beberapa perusahaan perkebunan pun mulai mengembangkan sayap usahanya dengan mendesain sebagian areal kebunnya sebagai kawasan agrowisata.

3. HASIL PENELITIAN

3.1. Potensi Agrowisata Di Indonesia

Sebagai negara agraris, Indonesia memiliki kekayaan alam dan hayati yang sangat beragam yang, jika dikelola dengan tepat, kekayaan tersebut mampu diandalkan menjadi andalan perekonomian nasional. Kondisi agroklimat di wilayah Indonesia sangat sesuai untuk pengembangan komoditas tropis dan sebagian sub tropis pada ketinggian antara nol sampai ribuan meter di atas permukaan laut. Komoditas pertanian (mencakup tanaman pangan,

hortikultura, perkebunan, kehutanan, peternakan dan perikanan) dengan keragaman dan keunikannya yang bernilai tinggi serta diperkuat oleh kekayaan kultural yang sangat beragam mempunyai daya tarik kuat sebagai Agrowisata. Kese!uruhannya sangat berpeluang besar menjadi andalan dalam perekonomian Indonesia.

Menurut Utama (2010) pada dekade terakhir, pembangunan pariwisata di Indonesia maupun di manca negara menunjukkan kecenderungan terus meningkat. Konsumsi jasa dalam bentuk komoditas wisata bagi sebagian masyarakat negara maju dan masyarakat Indonesia telah menjadi salah satu kebutuhan sebagai akibat meningkatnya pendapatan, aspirasi dan kesejahteraannya.

Preferensi dan motivasi wisatawan berkembang secara dinamis. Kecenderungan pemenuhan kebutuhan dalam bentuk menikmati obyek-obyek spesifik seperti udara yang segar, pemandangan yang indah, pengolahan produk secara tradisional, maupun produk-produk pertanian modern dan spesifik menunjukkan peningkatan yang pesat. Kecenderungan ini merupakan signal tingginya permintaan akan Agrowisata dan sekaligus membuka peluang bagi pengembangan produk-produk agribisnis baik dalam bentuk kawasan ataupun produk pertanian yang mempunyai daya tarik spesifik. Berdasarkan data statistik BPS Minat wisatawan asing untuk mengunjungi Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) alam di seluruh dunia mengalami peningkatan rata-rata 4,1% tiap tahun yang pada tahun 1999 terdapat lebih dari 633 juta wisatawan.



Gambar 1. Trend Kunjungan Wisatawan Mancanegara (2002-2009)

Hampan areal pertanaman yang luas seperti pada areal perkebunan, dan hortikultura disamping menyajikan pemandangan dan udara yang segar, juga merupakan media pendidikan bagi masyarakat dalam dimensi yang sangat luas, mulai dari pendidikan tentang kegiatan usaha dibidang masing-masing sampai kepada

pendidikan tentang keharmonisan dan kelestarian alam. Obyek agrowisata tidak hanya terbatas kepada obyek dengan skala hampan yang luas seperti yang dimiliki oleh areal perkebunan, tetapi juga skala kecil yang karena keunikannya dapat menjadi obyek wisata yang menarik.

Agrowisata merupakan bagian dari objek kepariwisataan yang memanfaatkan usaha pertanian (agro) sebagai objek utama. Tujuannya dapat bervariasi, misalnya memperluas pengetahuan, pengalaman, atau sekadar rekreasi dan mengakrabi bidang pertanian.

Pada prinsipnya, agrowisata merupakan kegiatan industri yang mengharapkan kedatangan para konsumen secara langsung di tempat wisata yang diselenggarakan. Aset penting untuk menarik kunjungan wisatawan adalah keaslian, keunikan, kenyamanan dan keindahan alam. Karena itu, faktor kualitas lingkungan menjadi modal penting yang harus disediakan, terutama wilayah yang dimanfaatkan untuk dijelajahi para wisatawan.

Dengan demikian melalui agrowisata bukan semata merupakan usaha atau bisnis dibidang jasa yang menjual jasa bagi pemenuhan konsumen akan pemandangan yang indah dan udara yang segar, namun juga dapat berperan sebagai media promosi produk pertanian, menjadi media pendidikan masyarakat, memberikan signal bagi peluang pengembangan diversifikasi produk agribisnis dan berarti pula dapat menjadi kawasan pertumbuhan baru wilayah. Dengan demikian maka Wisata Agro dapat menjadi salah satu sumber pertumbuhan baru daerah, sektor pertanian dan ekonomi nasional.

3.2. Perkembangan Agrowisata, Faktor Penghambat dan Faktor Pendorong

Upaya peningkatan pengembangan Agrowisata dilakukan dengan kerjasama yang sinergis diantara pelaku yang terlibat dalam pengelolaan Agrowisata, yaitu masyarakat, swasta dan pemerintah daerah. Potensi daerah atau kawasan yang merupakan sentra perkebunan untuk menjadi tempat tujuan Agrowisata. Disamping menikmati kondisi alam yang mempesona juga memungkinkan bagi wisatawan untuk melihat lebih dekat dan berinteraksi secara langsung aktivitas perkebunan dan hutan.

Kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan potensi objek-objek Agrowisata ini sehingga prospek kedepannya masih kurang adalah pertama promosi yang masih minim. Usaha untuk mempromosikan objek-objek ini bukannya tidak ada, baik dilakukan sendiri oleh pemkab atau pemkot terkait, maupun pelaku bisnis kepariwisataan. Upaya Promosi yang dilakukan selama ini menunjukkan hasil yang belum cukup signifikan, terutama dilihat dari minimnya tingkat kunjungan setiap tahun pada masing-masing objek, tentu ada yang masih kurang dari cara promosi ini. Promosi yang

dilakukan selama ini hanya bersifat parsial pada objek yang ada dan tidak komprehensif.

Kendala kedua, kurang adanya dukungan dari agen-agen atau biro-biro wisata setempat yang lebih berfokus pada perjalanan wisata luar negeri dibandingkan perjalanan Agrowisata daerah setempat. Karena itu, alangkah baiknya jika seluruh pengelola objek agrowisata bergandengan tangan, agar bisa disatukan sebagai paket wisata terpadu.

Sebab salah satu keunikan agrowisata adalah relatif bebas dari persaingan, mengingat kondisi wilayah dan budaya masyarakat di Indonesia sangat beragam. Dengan demikian, setiap daerah bisa menyajikan atraksi agrowisata yang khas. Selain faktor promosi dan kerjasama, perlu dicermati pula hakikat agrowisata itu sendiri. Sebab agrowisata termasuk wisata ekologi (*ecotourism*), yaitu kegiatan wisata dengan tidak merusak atau mencemari alam, dengan tujuan mengagumi atau menikmati keindahan alam, hewan, serta tumbuhan liar pada habitat aslinya, sekaligus dapat dijadikan sarana pendidikan.

Dengan pengertian itu, pengelola mesti mempertimbangkan empat hal berikut. Pertama, pengaturan dasar alamnya yang meliputi kultur/sejarah yang menarik, keunikan sumber daya biofisik alamnya, dan konservasi sumber daya alam serta kultur budaya masyarakat setempat. Kedua, nilai pendidikan. Dalam hal ini, harus ada interpretasi yang baik untuk program pendidikan dari areal, termasuk lingkungan alami dan upaya konservasi. Ketiga, ada partisipasi masyarakat dan pemanfaatannya. Masyarakat hendaknya ikut menjaga fasilitas atraksi yang digemari wisatawan, dapat berpartisipasi sebagai pemandu, maupun penyedia akomodasi dan makanan. Keempat, selalu muncul dorongan untuk meningkatkan upaya konservasi. Wisata ekologi biasanya tanggap dan berperan aktif dalam melindungi areal, misalnya mengidentifikasi burung dan satwa liar, memperbaiki lingkungan, serta memberi penghargaan/fasilitas kepada pihak yang membantu melindungi lingkungan.

Dengan demikian, agrowisata memerlukan konsep pengelolaan yang agak berbeda dari objek-objek wisata lainnya, seperti wisata alam, wisata pantai, wisata budaya, wisata spiritual, dan sebagainya. Seperti dikupas di atas, faktor kualitas lingkungan menjadi modal penting yang harus disediakan. Menyadari pentingnya nilai kualitas lingkungan tersebut, masyarakat setempat -termasuk para petani- pun perlu dilibatkan dalam kegiatan ini, termasuk meminta partisipasinya dalam menjaga keaslian, kenyamanan, dan kelestarian lingkungannya.

Sebab pengembangan agrowisata pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan petani

atau penduduk sekitarnya, di samping dapat melestarikan sumber daya lahan dan memelihara budaya setempat. Pasalnya, akan banyak lapangan pekerjaan yang tercipta, sehingga bisa menyerap banyak tenaga kerja, khususnya masyarakat pedesaan. Atraksi wisata pertanian juga bisa menarik minat orang untuk belajar/magang dalam pelaksanaan kegiatan budidaya atau atraksi-atraksi lainnya, sehingga dapat menambah pendapatan petani, sekaligus merupakan wahana alih teknologi kepada pihak lain. Pada akhirnya, upaya memoles berbagai objek agrowisata akan menuai hasil manis kalau masing-masing pengelola dan agen-agen wisata, dengan didukung pemkab/pemkot terkait, serta secara kontinyu mengencarkan promosi, serta meningkatkan kualitas pelayanan dan pemahaman tentang hakikat agrowisata itu sendiri.

Beberapa contoh pengembangan agrowisata di berbagai daerah menunjukkan bahwa ketertarikan minat orang untuk mengunjungi daerah-daerah agrowisata cukup antusias, terlebih bagi para pecinta petualangan alam. Maka sudah saatnya kini tiap-tiap daerah mulai membenahi segala potensi dan aspek yang dapat mengembangkan agrowisata ini. Objek Agrowisata yang telah berkembang terdapat di beberapa propinsi yaitu Sumatera Utara, Riau, Jawa Barat, DKI Jakarta, Jawa Tengah, DIY, Jawa Timur, NTB, Kalimantan Tengah, dan Kalimantan Barat, seperti :

1. **Kebun Raya Bogor**, didirikan 18 Mei 1817 yang semula bernama Islands Plantentuin te Buitenzorg, merupakan objek agrowisata dengan 4.300 jenis koleksi tanaman.
2. **Taman Bunga Nusantara, Cipanas**, dibuka September 1995 dengan luas kawasan 35 hektare. untuk tanaman hias dan berbagai macam pohon dengan koleksi lebih dari 300 varietas yang dikumpulkan dari berbagai benua.
3. **Kebun Teh Pagilaran**, terletak di Pagilaran, Kecamatan Blado, Kabupaten Batang, pemandangan dan pesona hamparan kebun teh dipegunungan dengan ketinggian 1.000 meter sampai 1.500 meter terdapat Curug Binorong dan Curug Kembar.
4. **Bangli, Bali**, kabupaten yang terletak pada rute Tampaksiring dan Kintamani yang memiliki wisata perkebunan dan wisata budaya yang menakjubkan.
5. **Bukit Lawang Deli Serdang, Medan**, merupakan agrowisata yang menyediakan wisata golf serta pemandangan bukit dengan panorama yang asri.
6. **Bumi Perkemahan Nyaru Menteng**, terletak di Kab. Cilik Riwut, Palangkaraya. Menawarkan keasrian hutan dengan pesona flora dan fauna serta sarana outbound.

3.3. Strategi Pengembangan Agrowisata

Pengembangan Agrowisata haruslah dilakukan sesuai dengan kapabilitas, tipologi, dan fungsi ekologis lahan sehingga akan berpengaruh langsung terhadap kelestarian sumber daya lahan dan pendapatan petani serta masyarakat sekitarnya. Pengembangan Agrowisata juga sebaiknya mencakup aspek pengembangan sumberdaya manusia, sumberdaya alam, promosi, dukungan sarana dan kelembagaan.

Agrowisata dapat berkembang dengan baik jika terjadi Tri mitra dan tri karya pembangunan agrowisata yang meliputi, pemerintah sebagai pembuat aturan, rakyat/petani sebagai subyek, dan dunia usaha pariwisata sebagai penggerak perekonomian rakyat. Pengembangan Wisata Agro diarahkan pada tujuan promosi produk pertanian Indonesia, meningkatkan volume penjualan, membantu meningkatkan perolehan devisa, membantu meningkatkan pendapatan petani nelayan dan masyarakat sekitar, disamping untuk meningkatkan jenis dan variasi produk pariwisata Indonesia.

Dukungan yang paling penting dan memiliki andil yang cukup besar bagi perkembangan Agrowisata terletak pada level pemerintahan yang dapat mendukung dan memperhatikan perkembangan investasi, baik asing maupun dalam negeri. Penanganan investasi dapat dilakukan oleh instansi pemerintah yaitu Badan Penanaman Modal (BPM) serta instansi pemerintah kabupaten atau kota sebagai pelaksana ditingkat daerah.

Agar upaya diatas dapat terlaksana dan tujuan dari pengembangan Agrowisata dapat tercapai, perlu dilakukan atau diterapkan berbagai perencanaan dan strateggi pendukungnya diantaranya berupa :

1. Melaksanakan promosi aktif dan penyediaan pelayanan bagi dunia usaha baik di dalam maupun diluar negeri.
2. Membangun kerja sama nasional maupun international dibidang penanaman modal.
3. Melakukan pengkajian potensi peluang usaha dan pengembangan penanaman modal.
4. Mendorong kabupaten/kota untuk melaksanakan penyederhanaan perijinan, penyediaan sarana dan prasarana penunjang industri dan promosi aktif.
5. Memberikan pelayanan perijinan penanaman modal yang lebih cepat dan tepat.

Selain strategi diatas ada beberapa hal yang menjadi faktor penentu yang harus diperhatikan oleh para pelaku di bidang Agrowisata yang menjadi unsur penting bagi terlaksananya Agrowisata diberbagai daerah yaitu :

1. **Attractions**, hamparan kebun/lahan pertanian, keindahan alam, keindahan taman, budaya petani tersebut serta segala sesuatu yang berhubungan dengan aktivitas pertanian
2. **Facilities**, sarana umum, telekomunikasi, hotel dan restoran pada sentra-sentra pasar
3. **Infrastructure**, sistem pengairan, jaringan komunikasi, fasilitas kesehatan, terminal pengangkutan, sumber listrik dan energi, sistem pembuangan kotoran/pembuangan air, jalan raya dan sistem keamanan.
4. **Transportation**, transportasi umum, bis-terminal, sistem keamanan penumpang, sistem informasi perjalanan, tenaga kerja, kepastian tarif, peta kota atau objek wisata.
5. **Hospitality**, keramah-tamahan masyarakat akan menjadi cerminan keberhasilan sebuah sistem pariwisata yang baik.

4. KESIMPULAN

Komoditas pertanian dengan keragaman dan keunikannya yang bernilai tinggi serta diperkuat oleh kekayaan kultural yang sangat beragam mempunyai daya tarik kuat sebagai Agrowisata. Keseluruhannya sangat berpotensi besar menjadi andalan dalam perekonomian Indonesia. Agrowisata merupakan bagian dari objek kepariwisataan yang memanfaatkan usaha pertanian (agro) sebagai objek utama. Upaya peningkatan pengembangan Agrowisata dilakukan dengan kerjasama yang sinergis antara pelaku yang terlibat dalam pengelolaan Agrowisata, yaitu masyarakat, swasta dan pemerintah daerah. Kendala yang dihadapi dalam

memasarkan potensi objek-objek Agrowisata adalah promosi yang masih minim, kurang adanya dukungan dari agen-agen atau biro-biro wisata setempat. Pengelola Agrowisata perlu mempertimbangkan antara lain: pengaturan dasar alamnya (kultur/sejarah yang menarik, keunikan sumber daya biofisik alamnya, dan konservasi sumber daya alam serta kultur budaya masyarakat setempat), nilai pendidikan (interpretasi yang baik untuk program pendidikan dari areal, termasuk lingkungan alami dan upaya konservasi), partisipasi masyarakat dan pemanfaatannya (peran masyarakat dalam menjaga fasilitas atraksi yang digemari wisatawan, dapat berpartisipasi sebagai pemandu, maupun penyedia akomodasi dan makanan), dorongan untuk meningkatkan upaya konservasi (berperan aktif dalam melindungi areal, mengidentifikasi satwa liar, memperbaiki lingkungan, serta memberi penghargaan/fasilitas kepada pihak yang membantu melindungi lingkungan). Objek Agrowisata yang telah berkembang terdapat di beberapa propinsi yaitu Sumatera Utara, Riau, Jawa Barat, DKI Jakarta, Jawa Tengah, DIY, Jawa Timur, NTB, Kalimantan Tengah, dan Kalimantan Barat. Strategi peningkatan pariwisata melalui pengembangan Agrowisata di tiap-tiap daerah dapat dilakukan dengan cara: promosi aktif dan penyediaan pelayanan, kerja sama nasional maupun internasional, pengkajian potensi peluang usaha dan pengembangan penanaman modal, mempermudah perijinan di setiap daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Gunawan P. 2007. *Pengantar Pariwisata Indonesia*. Direktorat Jendral Pariwisata. Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia.
- Ismayanti. 2009. *Pengantar Pariwisata*. Grasindo: Jakarta
- Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata. 2010. *Undang-Undang RI No.10 tahun 2009 Tentang Kepariwisatan*. Jakarta
- Kementerian Pertanian Indonesia. 2011. *Profil Wisata Agro Indonesia*. <http://database.deptan.go.id/agrowisata/index.asp> (Diakses: 20 Januari 2011)
- Musanef. 1995. *Manajemen Usaha Pariwisata*. Jakarta: PT Gunung Agung.
- Myra. 1993. *Strategis Pengembangan Kepariwisata*. Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota. Bandung: Institut Teknologi Bandung
- Pendit, Nyoman S. 2002. *Pariwisata: Sebuah Studi, Analisa Dan Informasi*. Bali: GM Press
- Spillane, James J. 2003. *Ekonomi Pariwisata : Sejarah dan Prospeknya*. Cetakan delapan. Kanisius. Yogyakarta
- Suwantoro, G. 2000. *Dasar-dasar Pariwisata*. Edisi II. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2010. *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif*. http://www.gdnet.org/CMS/fulltext/1164925881_Buku_Agrowisata.doc (diakses 25 Januari 2011)
- Yoeti, Oka A. 2008. *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta: Kompas