

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan di suatu perusahaan dalam waktu jangka panjang dan untuk menentukan program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan menurut Porter, strategi merupakan alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Strategi ini digunakan sebagai proses untuk menentukan rencana yang paling baik yang dipilih oleh para pemimpin puncak untuk mencapai tujuan tertentu.¹⁹

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi.²⁰

¹⁹ Husein Umar, *Desain Penelitian.....*, hal. 16

²⁰ Husein Umar, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), hal. 31

b. Perencanaan strategi

Perencanaan strategis merupakan proses analisis, perumusan, dan evaluasi strategi-strategi yang diterapkan oleh seorang manajer guna mengatasi ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada. Tujuan utama perencanaan strategis adalah agar organisasi mampu melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal sehingga organisasi dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal.²¹

Perencanaan strategis perusahaan harus melalui proses yang sistematis, terkoordinir, dan berkesinambungan. Adapun proses perencanaan strategis perusahaan yaitu:

- 1) Misi bisnis merupakan maksud keberadaan suatu organisasi dalam masyarakat. Untuk mewujudkan visi organisasi melalui misi pilihan, organisasi memerlukan sistem perencanaan kegiatan yaitu suatu uraian langkah berurutan untuk merencanakan kegiatan yang ditempuh oleh perusahaan dalam mewujudkan visi organisasi.²²
- 2) Analisis lingkungan eksternal (analisa peluang dan ancaman) perusahaan harus memonitor faktor-faktor lingkungan eksternal yang dapat mempengaruhi usaha.
- 3) Analisa lingkungan internal, lingkungan internal menentukan faktor penentu bagi kelangsungan hidup perusahaan.

²¹ Ulva Nila Santi, *Perencanaan Strategis Pengembangan Objek Wisata Candi Cetho oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar*, (Surakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2010), hal. 10

²² Mulyadi, *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen : Sistem Pelipatganda Kinerja Perusahaan*, Edisi 3, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), hal. 4

- 4) Merumuskan sasaran setelah unit usaha mendefinisikan misinya dan menganalisa baik lingkungan eksternal maupun internal, maka unit usaha tersebut dapat bergerak lebih lanjut untuk merumuskan tujuan dan sasaran untuk periode perencanaannya.
- 5) Penetapan strategi sasaran menunjukkan arah tujuan yang akan dituju oleh suatu bisnis.
- 6) Penerapan program setelah unit usaha mengembangkan strategi-strategi pokok untuk mencapai sasarannya.
- 7) Implementasi merupakan penerapan dari perencanaan sasaran yang telah ditetapkan melalui analisa-analisa baik internal maupun eksternal untuk mencapai suatu tujuan.

2. Perencanaan Pariwisata

a. Pengertian Perencanaan

Perencanaan merupakan kegiatan atau proses membuat rencana yang kelak dipakai perusahaan dalam rangka melaksanakan pencapaian tujuannya.²³ Kegiatan dalam sebuah perusahaan atau organisasi, pasti banyak berhadapan dengan berbagai keterbatasan seperti tenaga kerja, dana, waktu ataupun kemampuan. Sehingga dengan adanya sebuah rencana, diharapkan kegiatan tersebut dapat menjadi lebih efektif dan efisien.

Perencanaan dapat dilihat dari beberapa sudut, seperti dilihat dari sudut proses, perencanaan merupakan pemilihan dan

²³ Husein Umar, *Business an Introduction*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), hal. 34

pengembangan tindakan yang paling menguntungkan dalam mempersiapkan langkah untuk mencapai tujuan organisasi. Sedangkan jika dilihat dari fungsi manajemen, perencanaan merupakan kegiatan manajer dalam wewenangnya untuk mencapai tujuan perusahaan.²⁴ Perencanaan sebagai suatu keputusan, jika dijabarkan dalam bentuk apa, siapa dan bagaimana suatu tindakan akan dilakukan di waktu yang akan datang.

Menurut Harold Koontz dan Curil O. Dunnei, perencanaan adalah fungsi-fungsi manajer yang berhubungan dengan memilih tujuan-tujuan, kebijakan-kebijakan, prosedur-prosedur, program-program dan alternatif-alternatif yang ada.²⁵ Perencanaan merupakan teknik, cara untuk mencapai tujuan, yaitu tujuan untuk mewujudkan maksud dan sasaran tertentu yang telah ditentukan sebelumnya dan telah dirumuskan dengan baik.²⁶

Menurut Hani Handoko, tahap dasar perencanaan adalah menetapkan tujuan atau serangkaian tujuan, kemudian merumuskan keadaan saat ini, mengidentifikasi segala kemudahan dan hambatan, serta mengembangkan rencana dan serangkaian kegiatan untuk pencapaian tujuan.²⁷

²⁴ *Ibid*, hal. 35

²⁵ Sutadji, *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: Dee Publish, 2010), hal. 9

²⁶ M. L. Jhingan, *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hal. 517

²⁷ Darul Kutni Tuhepaly, *Otonomi Khusus Bidang Kelautan*, (Yogyakarta: Galangpress, 2006), hal. 71

Salah satu tujuan penting perencanaan adalah untuk meningkatkan laju pembangunan ekonomi. Menurut Dr. Gadgil, perencanaan mengandung arti pengarah atau pengaturan eksternal kegiatan ekonomi oleh badan perencana, yang dalam banyak hal, disamakan dengan pemerintah negara.²⁸ Rencana dapat diartikan sebagai susunan yang rinci mengenai kegiatan-kegiatan yang sistematis, tepat dan akurat dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.²⁹ Sehingga ketika akan mendirikan sebuah usaha memerlukan sebuah perencanaan yang baik dan sistematis. Karena perencanaan merupakan legitimasi dari sebuah usaha yang akan didirikan,³⁰ agar usaha tersebut tidak mengalami kegagalan di kemudian hari. Ada beberapa faktor penyebab kegagalan dari perencanaan yang kurang baik, diantaranya:³¹

- 1) Tujuan yang ditetapkan oleh pengusaha kurang masuk akal, pengusaha kurang memiliki tanggung jawab.
- 2) Pengusaha tidak memiliki pengalaman dalam perencanaan bisnis.
- 3) Pengusaha tidak dapat menangkap ancaman dan kelemahan bisnisnya sendiri.
- 4) Konsumen tidak mengharapkan adanya barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

²⁸ M. L. Jhingan, *Ekonomi Pembangunan...*, hal. 519

²⁹ *Ibid*, hal. 35

³⁰ Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hal. 196

³¹ *ibid*, hal. 199

b. Perencanaan Pariwisata

Perencanaan pariwisata merupakan proses yang kompleks dengan mempertimbangkan berbagai aspek serta segmen dari pariwisata.³² Perencanaan yang tepat mengenai fisik, hukum, promosi, keuangan, pasar ekonomi, manajemen, sosial dan aspek lingkungan akan dapat membantu mengembangkan pariwisata dengan cara yang menguntungkan.

Pengertian perencanaan pariwisata menurut D. Getz adalah sebuah proses, berdasarkan penelitian dan evaluasi, yang bertujuan untuk mengoptimalkan potensi kontribusi pariwisata untuk kesejahteraan manusia dan kualitas lingkungan.³³

Perencanaan pada dasarnya adalah penetapan alternatif, yaitu menentukan bidang-bidang dan langkah-langkah perencanaan yang akan diambil dari berbagai kemungkinan bidang dan langkah yang ada. Bidang dan langkah yang diambil ini tentu saja dipandang sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, sumber daya yang tersedia dan mempunyai resiko yang sekecil-kecilnya. Oleh sebab itu, dalam penentuannya timbul berbagai bentuk perencanaan yang merupakan alternatif-alternatif ditinjau dari berbagai sudut, antara lain:³⁴

- 1) Dari segi jangka waktu, perencanaan dapat dibedakan: (a) perencanaan jangka pendek (1 tahun), dan (b) perencanaan jangka panjang (lebih dari 1 tahun).

³² Wardiyanto dan M. Baiquni, *Perencanaan...*, hal. 41

³³ *ibid*, hal. 42

³⁴ *ibid*, hal. 42

- 2) Dari segi luas lingkungannya, perencanaan dapat dibedakan: (a) perencanaan nasional, (b) perencanaan regional, dan (c) perencanaan lokal.
- 3) Dari segi bidang kerja yang dicakup, dapat dikemukakan antara lain: industrialisasi, agrarian, pendidikan, kesehatan, pertanian, pertahanan, dan lain sebagainya.
- 4) Dari segi tata jenjang organisasi dan tingkat kedudukan manajer, perencanaan dapat dibedakan: (a) perencanaan haluan (*policy planning*), (b) perencanaan program (*program planning*), dan (c) perencanaan langkah (*operational planning*).

Perencanaan dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata sangatlah penting karena memberikan visi arah, dan komitmen bersama untuk pariwisata yang merupakan hasil partisipasi dari banyak pihak. Selain itu, agar perkembangan industri pariwisata sesuai dengan apa yang telah dirumuskan dan berhasil mencapai sasaran yang dikehendaki, baik itu ditinjau dari segi ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan hidup.³⁵

Adapun aspek-aspek yang perlu diketahui dalam perencanaan pariwisata adalah:³⁶

- 1) Wisatawan (*Tourist*), yakni kita harus mengetahui karakteristik wisatawan yang diharapkan datang, seperti asal negara, asal

³⁵ Oka A. Yoeti, *Perencanaan...*, hal. 47

³⁶ *ibid*, hal. 48-49

daerah, usia, dan daya tarik untuk melakukan perjalanan pariwisata.

- 2) Pengangkutan (*Transportation*), yakni bagaimana fasilitas transportasi yang tersedia atau yang akan dapat digunakan, baik untuk membawa wisatawan dari negara ke destinasi tempat wisata yang akan dituju.
- 3) Atraksi/Obyek Wisata (*Attractions*), yakni obyek atraksi yang akan dijual, baik obyek wisata yang dapat dilihat, yang dapat dilakukan dan yang dapat dibeli di tempat wisata yang dikunjungi.
- 4) Fasilitas Pelayanan (*Services Facilities*), yakni fasilitas apa saja yang tersedia di tempat wisata tersebut, seperti akomodasi perhotelan yang ada, restoran, pelayanan umum, kantor pos, maupun telepon.
- 5) Informasi dan Promosi (*Informations*), yakni seorang pengelola wisata harus mempunyai cara-cara untuk mempublikasikan atau mempromosikan tempat wisata tersebut dengan menarik. Karena wisatawan perlu memperoleh informasi tentang tempat wisata yang akan dikunjunginya.

Dari beberapa aspek tersebut, pengelola perlu mengkaji dan menentukan untuk menarik wisatawan. Ada beberapa alasan mengapa perencanaan sangat diperlukan, yaitu:³⁷

- 1) Memberi pengarahan

³⁷ *Ibid*, hal. 50-51

Dengan adanya perencanaan, para pelaksana dalam suatu organisasi atau tim mengetahui apa yang hendak dilakukannya dan ke arah mana yang akan dituju, atau apa yang akan dicapai.

2) Membimbing kerja sama

Perencanaan dapat membimbing para petugas bekerja tidak menurutkan kemauannya sendiri. Dengan adanya perencanaan, ia merasa sebagai bagian dari suatu tim, dimana tugas seorang banyak tergantung pada tugas yang lainnya.

3) Menciptakan koordinasi

Koordinasi sangatlah penting untuk membangun atau mendirikan sebuah usaha proyek. Karena jika dalam suatu proyek masing-masing keahlian berjalan secara terpisah, maka kemungkinan besar tidak akan tercapai suatu sinkronisasi dalam pelaksanaan.

4) Menjamin tercapainya kemajuan

Dengan rencana yang baik, pengembang dapat mengendalikan perkembangan supaya terjadi kemajuan sebagaimana yang diharapkan.

5) Memperkecil resiko yang terjadi

Rencana pariwisata akan dapat memperkecil resiko karena semua langkah yang dilaksanakan dalam pembangunan pariwisata telah diperhitungkan dan dirumuskan sebelumnya, sehingga

pengembang tinggal mengikuti pedoman rencana pariwisata yang telah dirumuskan.³⁸

6) Mendorong pelaksanaan

Rencana pariwisata juga dapat menjadi pendorong pengembang pariwisata untuk melaksanakan tanggung jawabnya dengan segera sesuai dengan waktu yang tidak ditentukan. Jadi segala tindakan yang dilaksanakan akan dapat realistis, terkontrol dan hasilnya dapat lebih terjamin.

Perencanaan pariwisata dapat menjadi pedoman dalam melaksanakan pembangunan sehingga dapat lebih terjamin keberhasilannya. Dari sisi pelaksanaannya, ada lima hal pokok yang perlu dilakukan untuk keberhasilan pembuatan perencanaan pariwisata, yaitu konsultasi, komunikasi, kerjasama, koordinasi, dan komitmen dari semua pihak yang terlibat dalam pengembangan pariwisata. Pihak-pihak yang dimaksud adalah pemerintah, masyarakat dan industri.³⁹

Pemerintah memegang peran yang sangat strategis dalam pengembangan pariwisata, yakni sebagai pemegang otoritas wilayah dan politis, terutama dalam masalah pembuatan kebijakan perencanaan fisik dan sosial. Di samping itu pemerintah juga memiliki otoritas untuk memberikan pengarahan kepada masyarakat. Sebagai tanggung jawab sosialnya, pemerintah perlu menyediakan berbagai

³⁸ Wardiyanto dan M. Baiquni, *Perencanaan...*, hal. 46

³⁹ Oka A. Yoeti, *Perencanaan...*, hal. 47

infrastruktur seperti jalan, air, saluran pembuangan, listrik dan juga fasilitas umum lainnya.

Pembangunan pariwisata, meskipun dapat dilaksanakan dengan dana yang terbatas, tetapi untuk hal tertentu, misalnya pembangunan sarana prasarana pendukungnya, diperlukan modal yang tidak sedikit, misalnya untuk membangun rumah makan, penginapan, jalan, dan sarana pendukung pariwisata lainnya. Semua itu membutuhkan dana yang banyak. Dunia industri yang pada umumnya memiliki banyak modal, dapat memainkan perannya dalam menanamkan investasi guna membiayai berbagai usaha pariwisata itu.

Dalam pembangunan daerah, masyarakat dapat berperan banyak dalam pengembangan pariwisata, yakni sebagai pelaku usaha pariwisata maupun sebagai pendukung atau minimal tidak menentang pelaksanaan pembangunan pariwisata. Oleh karena itu para pengembang pariwisata perlu berusaha supaya masyarakat dapat memahami dengan baik arti pentingnya maupun manfaat dari pengembangan pariwisata di daerahnya serta memberikan jaminan bahwa pembangunan pariwisata yang dilakukannya itu dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.⁴⁰

⁴⁰ *Ibid*, hal. 48

3. Pengembangan Pariwisata

a. Pengertian Pengembangan

Menurut Sudjana istilah pengembangan diambil dari bahasa Inggris yaitu *development*, yang berarti proses, cara dan perbuatan mengembangkan.⁴¹ Menurut Marihot T. Efendi H., pengembangan didefinisikan sebagai usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai.⁴² Pengembangan ini menekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan di masa yang akan datang yang dilakukan melalui pengintegrasian dengan kegiatan lain.

Menurut Ismail Solihin, di dalam melakukan pengembangan usaha (*business development*), seorang wirausahawan pada umumnya akan melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut :⁴³

1) Memiliki ide usaha

Usaha apa pun yang akan dikembangkan oleh seorang wirausahawan, pada mulanya berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausahawan dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain. Selain itu ide usaha juga dapat

⁴¹ Sudjana, *Manajemen Program...*, hal. 353

⁴² Marihot Tua Efendi Hariandja, *Manajemen Sumber...*, hal. 168

⁴³ Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis: Pengenalan Praktis dan Studi Kasus Edisi 1 Cet. ke-1*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 123-126

timbul karena adanya *sense of business* yang kuat dari seorang wirausahawan.

2) Penyaringan ide/konsep usaha

Ide usaha masih merupakan gambaran yang kasar mengenai bisnis yang akan dikembangkan oleh seorang wirausahawan. Pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menerjemahkan ide usaha tersebut ke dalam konsep usaha yang merupakan penerjemahan lebih lanjut ide usaha ke dalam mitra-mitra bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha tersebut dapat dilakukan melalui suatu aktivitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun informal.

3) Pengembangan rencana usaha (*Business Plan*)

Wirausahawan adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi (orang, tenaga kerja, material, dan lain sebagainya) untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian, komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausahawan adalah perhitungan proyeksi rugi-laba (*proforma income statement*) dari bisnis yang akan dijalankan. *Proforma income statement* merupakan *income statement* yang disusun berdasarkan perkiraan asumsi usaha yang akan terjadi di masa yang akan datang dan disusun berdasarkan data-data historis. Wirausahawan akan tergerak untuk menginvestasikan waktu, uang, dan sumber daya lain yang bisa

dia peroleh apabila bisnis yang akan dia jalankan akan memberikan keuntungan.⁴⁴

4) Implementasi rencana usaha dan pengendalian usaha

Rencana usaha yang telah dibuat, baik secara rinci maupun secara global, tertulis maupun tidak tertulis, selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi pelaksanaan usaha yang dilakukan seorang wirausahawan. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausahawan akan mengarahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.⁴⁵

Berdasarkan proses evaluasi dengan membandingkan hasil pelaksanaan usaha dengan target usaha yang telah dibuat dalam perencanaan usaha, seorang wirausahawan dapat mengetahui apakah bisnis yang dia jalankan dapat mencapai target yang diinginkan atau tidak. Melalui pelaksanaan kegiatan usaha, seorang pengusaha juga akan memperoleh umpan balik (*feedback*) yang dapat digunakan untuk melakukan berbagai perbaikan dalam pelaksanaan kegiatan usaha, penetapan tujuan-tujuan dan strategi-strategi usaha yang baru atau melakukan berbagai tindakan koreksi (*correction action*).

Menurut Muchdarsyah Sinungan, selain pengembangan untuk usaha, etos kerja produktif juga perlu dikembangkan. Usaha

⁴⁴ *Ibid*, hal. 125

⁴⁵ *Ibid*, hal. 126

mengembangkan etos kerja produktif ini mengarah pada peningkatan produktivitas yang bukan saja produktivitas individu melainkan juga produktivitas masyarakat secara keseluruhan. Untuk itu dapat ditempuh berbagai langkah seperti :⁴⁶

- 1) Peningkatan produktivitas melalui penumbuhan etos kerja, dapat dilakukan lewat pendidikan yang terarah. Pendidikan harus mengarah kepada pembentukan sikap mental pembangunan, sikap atau watak positif sebagai manusia pembangunan bercirikan inisiatif, kreatif, berani mengambil risiko, sistematis, dan skeptis.
- 2) Sistem pendidikan perlu disesuaikan dengan kebutuhan pembangunan yang memerlukan berbagai keahlian dan keterampilan serta sekaligus dapat meningkatkan kreativitas, produktivitas, kualitas dan efisiensi kerja. Berbagai pendidikan kejuruan dan politeknik perlu diperluas dan ditingkatkan mutunya.
- 3) Dalam melanjutkan dan meningkatkan pembangunan sebaiknya nilai budaya Indonesia terus dikembangkan dan dibina guna mempertebal rasa harga diri dan kebangsaan dan memperkokoh kesatuan.
- 4) Disiplin nasional harus terus dibina dan dikembangkan untuk memperoleh rasa sikap mental manusia yang produktif.

⁴⁶ Muchdarsyah Sinungan, *Produktivitas: Apa dan Bagaimana Edisi 2, Cet. 5.*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003), hal. 141-142

- 5) Menggalakkan partisipasi masyarakat, meningkatkan dan mendorong agar terjadi perubahan dalam masyarakat tentang tingkah laku, sikap serta psikologi masyarakat.
- 6) Menumbuhkan motivasi kerja, dari sudut pandangan pekerja, kerja berarti pengorbanan, baik itu pengorbanan waktu senggang dan kenikmatan hidup lainnya, sementara itu upah merupakan ganti rugi dari seluruh pengorbanannya itu.

Usaha-usaha tersebut harus terus dilakukan secara teratur dan berkesinambungan agar mendapatkan hasil yang diharapkan yaitu membentuk sikap mental dan etos kerja produktif.⁴⁷

b. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata, baik secara lokal, regional atau ruang lingkup nasional pada suatu negara sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah atau negara tersebut.⁴⁸ Daerah tujuan wisata akan selalu memperhitungkan keuntungan dan manfaat bagi rakyat banyak. Apabila daerah tersebut pariwisatanya berkembang dengan baik, dengan sendirinya akan memberikan dampak positif bagi daerah itu, dan dapat memberikan lapangan kerja yang cukup luas bagi penduduk setempat.

Selain itu, dengan adanya pengembangan wisata menjadi salah satu motivasi wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata tersebut. Wisatawan pasti berkeinginan untuk menyaksikan dan

⁴⁷ *Ibid*, hal. 142

⁴⁸ Oka A. Yoeti, *Perencanaan...*, hal. 77

melihat keindahan alam maupun segala hal yang ada didalamnya, seperti cagar alam, kebun raya, tempat bersejarah, perkebunan dan sebagainya. Untuk itu di suatu daerah wisata harus menyajikan atau membangun beberapa obyek dan atraksi wisata yang menarik, agar wisatawan selalu berminat untuk mengunjungi daerah wisata tersebut. Tidak hanya obyek dan atraksi wisata yang menarik melainkan juga harus mengembangkan produk-produk baru.

Pengembangan suatu produk pada dasarnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan berencana untuk memperbaiki produk yang sedang berjalan atau menambah jenis produk yang dihasilkan ataupun yang akan dipasarkan.⁴⁹ Hendaknya suatu produk baru sesuai dengan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, produk baru tidak mungkin dihasilkan secara kebetulan, tetapi harus melalui riset dan analisa pasar. Untuk menghasilkan suatu produk baru ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu :⁵⁰

- 1) Perkembangan potensial dari pasar produk baru yang akan diproduksi.
- 2) Struktur pasar dan keahlian dalam *marketing* untuk memasarkan produk baru tersebut.
- 3) Fasilitas keuangan, apakah cukup tersedia dana untuk mengembangkan produk baru tersebut.

⁴⁹ *Ibid*, hal. 96

⁵⁰ *Ibid*, hal. 97

- 4) Situasi persaingan perlu ditinjau apakah posisi produk baru itu cukup kuat bersaing dengan produk pesaing.
- 5) Produk baru yang dikembangkan tidak akan merusak produk yang telah ada dan tidak akan merugikan perusahaan secara keseluruhan.

Dalam kepariwisataan, pengembangan produk baru perlu menjadi pemikiran ahli-ahli pariwisata, khususnya para pengelola yang langsung menangani sektor kepariwisataan tersebut.⁵¹

4. Kawasan Agrowisata

a. Definisi Kawasan Agrowisata

Agrowisata memiliki definisi yang luas, dalam banyak hal sering disamakan dengan ekowisata. Karena ekowisata dan agrowisata mempunyai banyak sekali persamaan, terutama karena keduanya merupakan wisata berbasis pada sumber daya alam dan lingkungan. Di beberapa negara agrowisata dan ekowisata dikelompokkan dalam satu pengertian dan kegiatan yang sama, agrowisata merupakan bagian dari ekowisata. Maka dari itu, diperlukan beberapa kesamaan pandangan dalam perencanaan dan pengembangan agrowisata dan ekowisata.⁵²

Ekowisata atau *ecotourism* merupakan pengembangan industri wisata alam yang bertumpu pada usaha-usaha pelestarian alam atau

⁵¹ *Ibid*, hal. 97

⁵² Direktorat Pengembangan Kawasan Khusus dan Tertinggal, *Tata Cara...*, hal. 196

konservasi. Beberapa contoh dari ekowisata, yaitu Taman Nasional, Cagar Alam, Kawasan Hutan Lindung dan sebagainya.

Sedangkan menurut Moh.Reza T. dan Lisdiana F. yang dikutip dalam buku Tata Cara Perencanaan Pengembangan Kawasan, Agrowisata merupakan objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi, dan hubungan usaha di bidang pertanian.⁵³

Agrowisata dilihat dari asal katanya yaitu *agro* yang berarti pertanian dan *tourism* yang berarti pariwisata/kepariwisataan. Agrowisata atau *agrotourism* dapat diartikan sebagai berwisata ke daerah pertanian. Pertanian dalam arti luas yakni mencakup pertanian rakyat, perkebunan, peternakan, maupun perikanan. Tidak hanya dilihat dari hasilnya, namun terkait lebih luas dengan ekosistemnya, bahkan lingkungan secara umum.⁵⁴

Agrowisata atau *agrotourism* juga dapat diartikan sebagai pengembangan industri wisata alam yang bertumpu pada pembudidayaan kekayaan alam. Industri tersebut mengandalkan pada kemampuan budidaya perairan baik pertanian, peternakan, perikanan atau pun kehutanan. Sehingga agrowisata ini tidak hanya mencakup pada sektor pertanian, melainkan juga mencakup budidaya perairan baik darat maupun laut.

⁵³ *Ibid*, hal. 197

⁵⁴ Luther Masang, *Strategi Pengembangan Agrowisata Obat Tradisional Taman Sringanis, Bogor*, (Bogor: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2006), hal. 12

Baik agrowisata yang berbasis budidaya, maupun ekowisata yang bertumpu pada upaya-upaya konservasi, keduanya sama-sama berorientasi pada pelestarian sumber daya alam serta masyarakat dan budaya lokal. Industri wisata ini yang diharapkan mampu menunjang berkembangnya pembangunan agribisnis secara umum.⁵⁵

Kawasan agrowisata sebagai sebuah sistem tidak dibatasi oleh batasan-batasan yang bersifat administratif, tetapi lebih pada skala ekonomi dan ekologi yang melingkupi kawasan agrowisata tersebut. Ini berarti kawasan agrowisata dapat meliputi desa-desa dan kota-kota sekaligus, sesuai dengan pola interaksi ekonomi dan ekologinya..

Kawasan agrowisata yang dimaksud merupakan kawasan berskala lokal yaitu pada tingkat wilayah Kabupaten/Kota baik dalam konteks interaksi antar kawasan lokal tersebut maupun dalam konteks kewilayahan propinsi atau pun yang lebih tinggi.⁵⁶

b. Kriteria Kawasan Agrowisata

Kawasan agrowisata yang sudah berkembang memiliki kriteria-kriteria, karakter dan ciri-ciri yang dapat dikenali. Kawasan agrowisata merupakan suatu kawasan yang memiliki kriteria sebagai berikut:⁵⁷

- 1) Memiliki potensi atau basis kawasan di sektor agro baik pertanian, hortikultura, perikanan maupun peternakan, misalnya:

⁵⁵ Direktorat Pengembangan Kawasan Khusus dan Tertinggal, *Tata Cara...*, hal. 197

⁵⁶ *Ibid*, hal. 197

⁵⁷ *Ibid*, hal. 197

- a) Sub sistem usaha pertanian primer (*on farm*) yang antara lain terdiri dari pertanian tanaman pangan dan hortikultura, perkebunan, perikanan, peternakan dan kehutanan.
 - b) Sub sistem industri pertanian yang antara lain terdiri dari industri pengolahan, kerajinan, pengemasan, dan pemasaran baik lokal maupun ekspor.
 - c) Sub sistem pelayanan yang menunjang kesinambungan dan daya dukung kawasan baik terhadap industri dan layanan wisata maupun sektor agro, misalnya transportasi dan akomodasi, penelitian dan pengembangan, perbankan dan asuransi, fasilitas telekomunikasi dan infrastruktur.
- 2) Adanya kegiatan masyarakat yang didominasi oleh kegiatan pertanian dan wisata dengan keterkaitan dan ketergantungan yang cukup tinggi. Kegiatan pertanian yang mendorong tumbuhnya industri pariwisata, dan sebaliknya kegiatan pariwisata yang memacu berkembangnya sektor agro.
 - 3) Adanya interaksi yang intensif dan saling mendukung bagi kegiatan agro dengan kegiatan pariwisata dalam kesatuan kawasan. Berbagai kegiatan dan produk wisata dapat dikembangkan secara berkelanjutan.

Selain kriteria-kriteria tertentu, suatu kawasan agrowisata juga harus memenuhi beberapa prasyarat dasar antara lain:⁵⁸

⁵⁸ *Ibid*, hal. 198

- 1) Memiliki sumberdaya lahan dengan agroklimat yang sesuai untuk mengembangkan komoditi pertanian yang akan dijadikan komoditi unggulan.
- 2) Memiliki prasarana dan infrastruktur yang memadai untuk mendukung pengembangan sistem dan usaha agrowisata, seperti misalnya: jalan, sarana irigasi/pengairan, pasar, terminal, jaringan telekomunikasi, dan fasilitas lainnya.
- 3) Memiliki sumberdaya manusia yang berkemauan dan berpotensi untuk mengembangkan kawasan agrowisata.
- 4) Pengembangan agrowisata tersebut mampu mendukung upaya-upaya konservasi alam dan kelestarian lingkungan hidup bagi kelestarian sumberdaya alam, kelestarian sosial budaya maupun ekosistem secara keseluruhan.

Dengan memenuhi kriteria dan prasyarat pengembangan kawasan agrowisata, suatu obyek wisata atau *destination* juga harus meliputi lima unsur yang penting agar wisatawan dapat merasa puas dalam menikmati perjalanannya, diantaranya:⁵⁹

- 1) *Attractions*

Atraksi wisata adalah sesuatu yang dapat dilihat atau disaksikan melalui suatu pertunjukan (*shows*) yang khusus diselenggarakan untuk para wisatawan.⁶⁰ Motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat tujuan adalah untuk memenuhi

⁵⁹ Argyo Demartoto, *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pedesaan oleh Pelaku Wisata di Kabupaten Boyolali*, (Surakarta: Laporan Penelitian Tidak Diterbitkan, 2008), hal. 18

⁶⁰ Oka A. Yoeti, *Perencanaan...*, hal. 102

atau memuaskan beberapa kebutuhan atau permintaan. Biasanya mereka tertarik pada suatu lokasi karena ciri khas tertentu, seperti keindahan alam, kesenian tradisional, kebudayaan, sejarah daerah tersebut dan atraksi-atraksi seperti permainan ular dan lain-lain.⁶¹

2) *Facility*

Fasilitas cenderung berorientasi pada *attractions* disuatu lokasi karena fasilitas harus dekat dengan pasarnya. Fasilitas cenderung mendukung bukan mendorong pertumbuhan dan cenderung berkembang pada saat yang sama atau sesudah *attractions* berkembang. Jumlah dan jenis fasilitas tergantung kebutuhan wisatawan, seperti fasilitas harus cocok dengan kualitas dan harga.⁶² Fasilitas tersebut bisa berupa fasilitas akomodasi (hotel, motel, losmen, penginapan), fasilitas transportasi (terminal, area parkir, bandara, pelabuhan laut dan sebagainya), dan juga fasilitas pelayanan lainnya (pusat informasi pariwisata, jaringan komunikasi, pelayanan jasa pos dan lain-lain).⁶³

3) *Infrastructure*

Attractions dan fasilitas tidak dapat tercapai dengan mudah kalau belum ada infrastruktur dasar. Infrastruktur termasuk semua konstruksi di bawah dan di atas tanah dan suatu wilayah atau daerah, seperti sistem pengairan/air, sumber listrik dan energi, sistem pembuangan kotoran/pembuangan air, jasa kesehatan, dan

⁶¹ Argyo Demartoto, *Strategi Pengembangan...*, hal. 18

⁶² *Ibid*, hal. 18

⁶³ Wardiyanto dan M. Baiquni, *Perencanaan...*, hal. 21

jalan raya.⁶⁴ Ada beberapa cara membuat jalan raya lebih menarik bagi wisatawan:

- a) Menyediakan pemandangan yang luas dari alam semesta.
- b) Membuat jalan yang naik turun untuk variasi pemandangan.
- c) Mengembangkan tempat dengan pemandangan yang indah.
- d) Memilih pohon yang tidak terlalu lebat supaya masih ada pemandangan yang indah.

4) *Transportation*

Ada beberapa usul mengenai pengangkutan dan fasilitas yang dapat menjadi semacam pedoman termasuk :⁶⁵

- a) Informasi lengkap tentang fasilitas, lokasi terminal, dan pelayanan pengangkutan lokal ditempat tujuan harus tersedia untuk semua penumpang sebelum berangkat dari daerah asal.
- b) Informasi terbaru dan sedang berlaku, baik jadwal keberangkatan atau kedatangan harus tersedia di papan pengumuman, lisan atau telepon.
- c) Tenaga kerja untuk membantu para penumpang.
- d) Informasi lengkap tentang lokasi, tarif, jadwal, rute dan pelayanan pengangkutan lokal dan peta kota harus tersedia bagi penumpang.

⁶⁴ Argyo Demartoto, *Strategi Pengembangan...*, hal. 19-20

⁶⁵ *Ibid*, hal. 20

5) *Hospitality* (keramahtamahan)

Wisatawan yang sedang berada dalam lingkungan yang belum mereka kenal maka kepastian akan jaminan keamanan sangat penting, khususnya wisatawan asing.⁶⁶

c. Cakupan Kawasan Agrowisata

Cakupan kawasan agrowisata dapat meliputi pegunungan, lereng, lembah, perairan (sungai dan danau) sampai ke pantai dan perairan laut. Dari segi fungsi dapat terdiri dari antara lain:⁶⁷

1) Sub Sistem Lahan Budidaya

Kawasan lahan budidaya merupakan kawasan dimana produk-produk agribisnis dihasilkan. Kawasan ini dapat berupa pertanian, perkebunan dan perikanan baik darat maupun laut. Kegiatan dalam kawasan ini antara lain pembenihan, budidaya dan pengelolaan. Pengembangan produk wisata pada sub sistem ini misalnya wisata kebun, wisata pemancingan, wisata pendidikan, wisata boga di saung, penginapan saung, dan sebagainya.

2) Sub Sistem Pengolahan dan Pemasaran

Pengolahan produk agribisnis dapat dilakukan di kawasan terpisah dengan kawasan lahan budidaya. Kawasan ini dapat terdiri dari kawasan industri pengolahan dan pemasaran baik bahan pangan maupun produk kerajinan. Standardisasi dan

⁶⁶ *Ibid*, hal. 21

⁶⁷ Direktorat Pengembangan Kawasan Khusus dan Tertinggal, *Tata Cara...*, hal. 202

pengemasan dapat juga dilakukan di kawasan ini sebelum produk-produk agribisnis siap dipasarkan.

3) Sub Sistem Prasarana dan Fasilitas Umum

Sub sistem ini merupakan sub sistem pendukung kawasan agrowisata. Prasarana dan fasilitas umum dapat terdiri dari pasar, kawasa perdagangan, transportasi dan akomodasi, fasilitas kesehatan serta layanan-layanan umum lainnya. Pengembangan fasilitas ini harus memperhatikan karakter dan nilai-nilai lokal tanpa meninggalkan unsur-unsur keamanan dan kenyamanan peminat agrowisata.⁶⁸

4) Interaksi antar Sub Sistem

Interaksi antar kawasan harus memperoleh perhatian yang serius, misalnya kawasan cagar budaya, cagar alam, kawasan pemukiman dan kawasan sentra industri. Interaksi keseluruhan kawasan harus mampu mendukung pengembangan industri wisata secara keseluruhan. Untuk itu diperlukan kesadaran kolektif yang kuat sesuai dengan semangat pelayanan untuk pengembangan industri agrowisata.⁶⁹

⁶⁸ *Ibid*, hal, 203

⁶⁹ *Ibid*, hal. 203

5. Strategi Perencanaan dan Pengembangan Kawasan Agrowisata

a. Pendekatan Pengembangan Kawasan Agrowisata

Ada beberapa pendekatan dalam pengembangan Agrowisata, yaitu sebagai berikut:⁷⁰

- 1) Pengembangan berbasis konservasi, dimaksudkan pola pembinaan yang tetap mempertahankan keaslian agro-ekosistem dengan mengupayakan kelestarian sumber daya alam lingkungan hidup, sejarah, budaya, dan rekreasi.
- 2) Pengembangan berbasis masyarakat, dimaksudkan pola pembinaan masyarakat yang menempatkan agrowisata sebagai pemberdayaan masyarakat petani untuk dapat memperoleh nilai tambah baik dari sisi hasil pertanian maupun dari kunjungan wisatawan dan efek ganda dari penyerapan hasil pertanian oleh usaha pariwisata dan pengembang.
- 3) Penetapan wilayah/daerah agrowisata sebagai daerah/wilayah pembinaan.
- 4) Inventarisasi kekuatan agrowisata.
- 5) Peranan lembaga pariwisata dan lembaga pertanian dalam pembinaan agrowisata.

Pada hakikatnya kehidupan masyarakat pedesaan masih memiliki sifat gotong royong yang mendalam, yang membuktikan bahwa kehidupan selalu dibarengi dengan berbagai upaya yang dapat

⁷⁰ Andrew S. Tompodung, *Pengembangan Kawasan Agrowisata di Kecamatan Tomohon Timur*, (Manado: Jurnal Universitas Sam Ratulangi, 2017), hal. 126

menghasilkan bekal bagi kelangsungan hidup. Pertanian adalah salah satu usaha yang sejak lama dan turun temurun, menjadi bagian mata pencaharian masyarakat di pedesaan. Usaha pertanian telah membentuk pola hidup masyarakat tidak hanya sekedar mengolah ladang, kebun, persawahan, dan hutan, tetapi apa yang mereka kerjakan dengan kondisi lingkungan alaminya.⁷¹

b. Tujuan Pengembangan Kawasan Agrowisata

Di dalam Undang-Undang kepariwisataan No. 9 tahun 1990 pariwisata diarahkan sebagai sektor andalan dan unggulan di luar migas diharapkan memberikan kontribusi yang besar peranannya sebagai: (1) penghasil devisa negara, (2) mendorong pertumbuhan ekonomi nasional/daerah, (3) pemberdayaan ekonomi masyarakat, (4) memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha, (5) meningkatkan pemasaran produk nasional, (6) meningkatkan kesejahteraan, (7) memelihara kepribadian bangsa, dan (8) melestarikan fungsi dan mutu lingkungan hidup.⁷²

Sebagai bagian dari pengembangan pariwisata bahwa tujuan pengembangan kawasan agrowisata adalah:⁷³

- 1) Mendorong tumbuhnya visi jangka panjang pengembangan industri pariwisata, khususnya agrowisata, sebagai salah satu sarana peningkatan ekonomi dan pelestarian sumber daya alam masa depan.

⁷¹ *Ibid*, hal. 126

⁷² Direktorat Pengembangan Kawasan Khusus dan Tertinggal, *Tata Cara...*, hal. 198

⁷³ *Ibid*, hal. 199

- 2) Memberikan kerangka dasar untuk perencanaan dan pengembangan agrowisata secara umum.
- 3) Mendorong upaya-upaya untuk pengembangan industri wisata yang terpadu berbasis kawasan dan potensi-potensi kewilayahan, sosial dan budaya daerah.

c. Sasaran Perencanaan Pengembangan Kawasan Agrowisata

Perencanaan pengembangan kawasan agrowisata berbasis kawasan ini ditujukan untuk meningkatkan kegiatan Pemerintah Daerah, dunia usaha dan masyarakat umum, dimana sasaran yang hendak dicapai adalah:⁷⁴

- 1) Terwujudnya panduan awal bagi Pemerintah Daerah dalam perencanaan pengembangan kawasan agrowisata.
- 2) Terwujudnya pengembangan kawasan agrowisata sebagai bahan masukan kebijakan dan pengembangan kawasan pariwisata di daerah.
- 3) Terwujudnya motivasi bagi Pemerintah Daerah dan swasta/masyarakat untuk pengembangan kawasan agrowisata.
- 4) Terwujudnya kawasan yang mendukung kelestarian sumberdaya alam dan lingkungan hidup di daerah;
- 5) Terwujudnya peningkatan kesempatan kerja dan pendapatan daerah/masyarakat.

⁷⁴ *Ibid*, hal. 199

d. Prinsip Perencanaan Pengembangan Kawasan Agrowisata

Perencanaan pengembangan kawasan agrowisata harus memenuhi prinsip-prinsip tertentu, yaitu:⁷⁵

- 1) Pengembangan kawasan agrowisata harus mempertimbangkan penataan dan pengelolaan wilayah dan tata ruang yang berkelanjutan baik dari sisi ekonomi, ekologi maupun sosial budaya setempat.
 - a) Mempertimbangkan wilayah yang lebih luas sebagai dasar pengembangan kawasan.
 - b) Mendorong apresiasi yang lebih baik bagi masyarakat luas tentang pentingnya pelestarian sumber daya alam yang penting dan karakter sosial budaya.
 - c) Menghargai dan melestarikan keunikan budaya, lokasi dan bangunan-bangunan bersejarah maupun tradisional.
- 2) Pengembangan fasilitas dan layanan wisata yang mampu memberikan kenyamanan pengunjung sekaligus memberikan benefit bagi masyarakat setempat.
 - a) Memberikan nilai tambah bagi produk-produk lokal dan meningkatkan pendapatan sektor agro.
 - b) Merangsang tumbuhnya investasi bagi kawasan agrowisata sehingga menghidupkan ekonomi lokal.

⁷⁵ *Ibid*, hal. 200

- c) Merangsang tumbuhnya lapangan kerja baru bagi penduduk lokal.
 - d) Meningkatkan efisiensi pemanfaatan sumber daya lokal dan meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.
- 3) Pengembangan kawasan agrowisata harus mampu melindungi sumber daya dan kekayaan alam, nilai-nilai budaya dan sejarah setempat. Pengembangan kawasan agrowisata ini tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar semata, tetapi harus dalam koridor melindungi dan melestarikan aset-aset yang menjadi komoditas utama pengembangan kawasan yang ditujukan untuk mendorong pertumbuhan kawasan agrowisata secara berkelanjutan.
- 4) Diperlukan studi dan kajian yang mendalam, berulang (*repetitive*) dan melibatkan pihak-pihak yang relevan baik dari unsur masyarakat, swasta maupun pemerintah. Dengan demikian diharapkan perencanaan dan pengembangan kawasan semakin baik dari waktu ke waktu serta terdokumentasi dengan baik.⁷⁶

e. Strategi dan Arah Perencanaan Pengembangan Kawasan Agrowisata

Strategi dan arah kebijakan pengembangan kawasan agrowisata dapat dilakukan dengan beberapa tahapan berikut ini:⁷⁷

⁷⁶ *Ibid*, hal. 202

⁷⁷ *Ibid*, hal. 210

- 1) Adanya pedoman pengelolaan ruang kawasan agrowisata sebagai bagian dari wilayah, yang berupa strategi pola pengembangan kawasan agrowisata tersebut.
- 2) Penetapan kawasan agrowisata dilakukan berdasarkan studi kelayakan yang secara mendasar mempertimbangkan kelayakan ekologis, kelayakan ekonomis, kelayakan teknis dan kelayakan sosial budaya.
- 3) Pengembangan kawasan agrowisata harus melalui tahapan-tahapan yang jelas dan terarah. Tahapan-tahapan tersebut antara lain:
 - a) Persiapan kawasan agrowisata

Merupakan rencana pengembangan jangka pendek antara 0-1 tahun. Kawasan ini merupakan daerah potensi pengembangan yang diidentifikasi memiliki potensi yang layak dikembangkan karena kekayaan alamnya dan topologinya, peruntukan maupun sosial budaya. Kawasan ini dapat juga berupa kawasan yang diarahkan untuk kawasan agrowisata, misalnya kawasan bantaran sungai atau danau yang akan direhabilitasi. Melalui pengembangan fasilitas yang mendukung, daerah ini dapat dikembangkan sebagai kawasan agrowisata.⁷⁸

⁷⁸ *Ibid*, hal. 210

b) Pra Kawasan Agrowisata

Merupakan rencana pengembangan jangka menengah 1-5 tahun, dimana kawasan mulai dikembangkan sesuai dengan arah perencanaan dan pengembangan. Pada tahap ini kawasan sudah mulai berkembang dan kegiatan agrowisata sudah mulai berjalan. Hal ini dapat dicirikan dengan adanya kesadaran yang mulai tumbuh di masyarakat tentang pengembangan kawasan agrowisata di daerahnya serta kegiatan agribisnis dan agrowisata yang berjalan bersama secara serasi. Kegiatan pengembangan sumber daya manusia dan lingkungan pada tahap ini harus dilakukan secara intensif, untuk mempersiapkan sebuah kawasan dengan kesadaran agrowisata.⁷⁹

c) Tahap Kawasan Agrowisata

Pada tahap ini kawasan sudah mapan sebagai kawasan agrowisata yang sudah berkembang dan memiliki ciri-ciri seperti: optimalisasi sumberdaya alam; adanya pusat-pusat kegiatan wisata terpadu dengan berbagai kegiatan budidaya, pengolahan dan pemasaran; minimalnya dampak lingkungan yang terjadi; dan pemberdayaan masyarakat lokal.⁸⁰

4) Pengembangan kawasan agrowisata dalam jangka panjang berorientasi pada pelestarian daya dukung lingkungan dan sumber

⁷⁹ *Ibid*, hal. 210

⁸⁰ *Ibid*, hal. 211

daya alam. Hal ini menuntut pola agribisnis yang dikembangkan benar-benar sesuai dengan karakter dan kesesuaian lahan, memiliki dampak lingkungan minimal (misalnya tidak diperkenankan penggunaan pestisida secara berlebihan atau aplikasi pestisida organik yang aman secara ekologis). Berbagai kebijakan, program, prosedur dan petunjuk pelaksanaan harus dirumuskan secara lebih rinci dengan melibatkan berbagai pihak terkait.

- 5) Pengembangan kawasan agrowisata diharapkan mampu memelihara dan bahkan memperbaiki daya dukung lingkungan dan kelestarian sumber daya alam secara berkelanjutan dalam jangka panjang. Upaya-upaya pelestarian flora dan fauna yang mulai langka diharapkan dapat dilakukan dan memberikan nilai ekonomi bagi pelaku usaha agrowisata misalnya dengan mengembangkan kawasan budidaya tanaman obat atau tanaman pangan yang sudah mulai jarang dikonsumsi pada masyarakat modern. Hal ini dapat juga dilakukan pada bidang peternakan dan perikanan.⁸¹
- 6) Manfaat pengembangan agrowisata. Pengembangan agrowisata sesuai dengan kapabilitas, tipologi, dan fungsi ekologis lahan akan berpengaruh langsung terhadap kelestarian sumberdaya lahan dan pendapatan petani dan masyarakat sekitarnya. Kegiatan ini secara tidak langsung meningkatkan persepsi positif petani serta

⁸¹ *Ibid*, hal. 211

masyarakat di sekitarnya akan arti pentingnya pelestarian sumberdaya lahan pertanian. Pengembangan agrowisata pada gilirannya akan menciptakan lapangan pekerjaan, karena usaha ini dapat menyerap tenaga kerja dari masyarakat pedesaan, sehingga dapat menahan atau mengurangi arus urbanisasi yang semakin meningkat saat ini. Manfaat yang dapat diperoleh dari agrowisata antara lain adalah melestarikan sumberdaya alam, melestarikan teknologi lokal dan meningkatkan pendapatan petani/masyarakat sekitar lokasi wisata.

Arah pengembangan kawasan agrowisata harus mampu menyentuh komponen-komponen kawasan secara mendasar. Hal ini antara lain meliputi:⁸²

- 1) Pemberdayaan masyarakat pelaku agrowisata.
- 2) Pengembangan pusat-pusat kegiatan wisata sebagai titik pertumbuhan.
- 3) Pengembangan sarana dan prasarana yang menunjang.
- 4) Adanya keterpaduan antar kawasan yang mendukung upaya peningkatan dan pelestarian daya dukung lingkungan serta sosial dan budaya setempat.
- 5) Adanya keterpaduan kawasan agrowisata dengan rencana tata ruang wilayah daerah dan nasional.

⁸² *Ibid*, hal. 212

f. Indikator Keberhasilan

Pedoman pengelolaan kawasan agrowisata bisa dinyatakan berhasil apabila dalam implementasi lapangan terjadi:⁸³

- 1) Munculnya berbagai kawasan agrowisata yang mampu memberikan *multi-effect* secara positif baik dari sisi ekologi dan lingkungan, ekonomi maupun sosial budaya.
- 2) Masuknya investasi sektor swasta baik penanam modal asing maupun penanam modal dalam negeri ke kawasan agrowisata.
- 3) Tumbuhnya paradigma baru di jajaran departemen teknis terkait dan pemerintah daerah, dimana dalam pengembangan kawasan agrowisata, akan selalu merujuk pada peraturan dan pedoman terkait.
- 4) Pedoman pengelolaan ruang agrowisata nasional dan daerah ini tersosialisasi dengan baik kepada semua pihak yang berkepentingan.
- 5) Tidak terjadi konversi lahan pertanian maupun lahan konservasi alam yang menyalahi ketentuan peraturan secara signifikan yang berkaitan dengan rencana pengembangan kawasan agrowisata di suatu wilayah.
- 6) Tidak terjadi benturan dan kesimpangsiuran di tingkat teknis atas model pengelolaan ruang dan kawasan suatu wilayah.

⁸³ *Ibid*, hal. 214

g. Pemberdayaan Masyarakat

Pembinaan dan sosialisasi ditujukan kepada para masyarakat dan dunia usaha yang menjadi subyek dan obyek dari pengembangan kawasan agrowisata, tolok ukur keberhasilannya adalah:⁸⁴

- 1) Masyarakat dan dunia usaha yang terlibat sebagai pelaku dalam program pengembangan dan pengelolaan kawasan agrowisata sepenuhnya mengerti, mentaati, mematuhi dan berperan serta aktif dalam penegakan rambu-rambu dan etika pengembangan agrowisata.
- 2) Meningkatnya tingkat kesejahteraan sosial masyarakat di kawasan agrowisata dan sekitarnya.
- 3) Berkembangnya usaha berbasis agribisnis dan agroindustri, baik dalam skala kecil, menengah dan besar yang juga berorientasi pada industri wisata di kawasan agrowisata.
- 4) Tidak terjadi konversi lahan kawasan agrowisata secara tidak terkendali yang dapat merusak ekologi dan lingkungan.

B. Penelitian Terdahulu

Pembahasan dalam penelitian ini adalah tentang strategi perencanaan dan pengembangan kawasan agrowisata di Agro Belimbing Moyoketen. Ada beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, antara lain :

⁸⁴ *Ibid*, hal. 214-215

Titis Unika Sari dengan judul Skripsi "Strategi Pengembangan Usaha Agrowisata di Kebun Benih Hortikultura Tohudan, Colomadu, Karanganyar" tahun 2016.⁸⁵ Penelitian ini bertujuan : (1) untuk mengetahui pendapatan, (2) mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, (3) mengetahui alternatif strategi yang baik untuk dirumuskan dan (4) mengetahui prioritas strategi yang baik untuk diterapkan dalam pengembangan usaha agrowisata di Kebun Benih Hortikultura Tohudan, Colomadu, Karanganyar. Metode dasar penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan yang diterima oleh Kebun Benih Hortikultura Tohudan, Colomadu, Karanganyar dalam satu tahun adalah Rp 65.766.000,00. *Internal Factor Evaluation* (IFE) menunjukkan kekuatan yang dimiliki adalah sumber daya manusia berpengalaman, pelayanan baik, luas lahan memadai, jenis tanaman beragam, tanaman sudah terspesifikasi serta sudah memiliki *website* dan kelemahan yang dimiliki adalah sarana prasarana kurang memadai, kebun kurang terawat, pintu masuk kurang strategis, modal terbatas, akses bantuan modal susah, pendapatan rendah, komoditi sayuran kurang menarik, promosi kurang dilakukan serta kurangnya mitras pemasaran. *External Factor Evaluation* (EFE) menunjukkan peluang yang ada adalah permintaan pasar tinggi, adanya dukungan masyarakat, keamanan lingkungan terjaga, akses jalan baik, adanya peraturan pemerintah yang mendukung serta kemajuan teknologi informasi

⁸⁵ Titis Unika Sari, *Strategi Pengembangan Usaha Agrowisata di Kebun Benih Hortikultura Tohudan, Colomadu, Karanganyar*, (Surakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016), hal. 75

dan ancaman yang ada adalah jumlah pengunjung sedikit, adanya pesaing usaha sejenis, ketidakstabilan keadaan perekonomian saat ini. Analisis SWOT menghasilkan alternatif strategi yang dapat diterapkan yaitu memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada untuk melakukan promosi dan pemasaran, menjalin hubungan kerjasama dengan penanam modal melalui sistem bagi hasil.

Siti Nurfaidah dengan Skripsi yang berjudul "Analisis Pendapatan dan Strategi Pengembangan Bantuan Langsung Masyarakat - Pengembangan Usaha Agribisnis Perdesaan (BLM-PUAP) di Desa Dukuh Dempok Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember" tahun 2013.⁸⁶ Penelitian ini bertujuan untuk : (1) mengidentifikasi eksistensi Gapoktan penerima PUAP, (2) menganalisis dampak program PUAP dilihat dari pendapatan anggota Gapoktan penerima PUAP dan bukan penerima PUAP serta pengembangan usaha agribisnis, dan (3) mengetahui strategi pengembangan pelaksanaan penyaluran BLM-PUAP. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, komparatif dan analitik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa eksistensi Gapoktan Suka Maju dapat dijelaskan melalui aspek kelembagaan Gapoktan yang lemah sehingga menyebabkan kegiatan keorganisasian menjadi vakum, keanggotaan Gapoktan yang tidak *solid* karena kurang terjalinnya kekompakan dan kerjasama yang baik antar kelompok, dan penyaluran BLM-PUAP yang tidak efektif. Pendapatan anggota Gapoktan penerima PUAP tidak berbeda secara

⁸⁶ Siti Nurfaidah, *Analisis Pendapatan dan Strategi Pengembangan Bantuan Langsung Masyarakat-Pengembangan Usaha Agribisnis Perdesaan (BLM-PUAP) Desa Dukuh Dempok Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember*, (Jember: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2013), hal. 73

nyata dengan anggota bukan penerima PUAP dan pengembangan usaha agribisnis dalam kategori kurang baik. Berdasarkan faktor kunci pendorong tingkat bunga pinjaman yang rendah dan faktor penghambat ketidaktersediaan aturan dan sanksi yang tegas yang telah dipilih, strategi pengembangan BLM-PUAP pada Gapoktan Suka Maju adalah dengan penguatan kapasitas Gapoktan yang kemudian dilanjutkan dengan cara menyinergikan antara beberapa pihak yang terkait.

Argyo Demartoto dengan laporan penelitian yang berjudul "Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pedesaan oleh Pelaku Wisata di Kabupaten Boyolali" tahun 2008.⁸⁷ Penelitian ini bertujuan untuk : (1) mengetahui upaya yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam pengembangan obyek wisata pedesaan di Kabupaten Boyolali dan (2) mengetahui faktor penghambat dan faktor pendorong dalam pengembangan obyek wisata pedesaan. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan dukungan data kualitatif.

Hasil penelitian diperoleh bahwa pengembangan obyek wisata pedesaan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Boyolali, dengan konsep keterkaitan keluar (*outward linkages*), dan kedalam (*backward linkages*). Upaya yang dilakukan mulai dari menginventarisir seluruh obyek wisata pedesaan, pembagian wilayah pengembangan pariwisata (WPP), pembuatan fasilitas pelayanan wisata, promosi dan pembangunan sarana obyek wisata pedesaan. Faktor penghambat dalam pengembangan yaitu keterbatasan

⁸⁷ Argyo Demartoto, *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pedesaan oleh Pelaku Wisata di Kabupaten Boyolali*, (Surakarta: Laporan Penelitian Tidak Diterbitkan, 2008), hal. 43

infrastruktur, masih rendahnya sumber daya manusia kepariwisataan, rendahnya investasi dan dukungan *stakeholder*, penyebaran obyek wisata dengan lainnya cukup berjauhan, lamanya tinggal wisatawan relatif sangat singkat. Sedangkan faktor pendukungnya adalah tiap-tiap obyek wisata pedesaan memiliki keunikan, letaknya yang strategis. Strategi yang dapat ditempuh untuk mengembangkan obyek wisata pedesaan adalah mengembangkan jenis produk pariwisata pedesaan, memperbaiki dan meningkatkan aksesibilitas menuju obyek dan daya tarik wisata pedesaan, meningkatkan promosi dan pemasaran produk pariwisata pedesaan, meningkatkan kerjasama dengan berbagai pihak terkait.

Sujarwo dkk dengan judul jurnal "Perencanaan Strategis Pengembangan Unit Sapi Perah KUD Turen dengan Metode Balanced Score Card" tahun 2010.⁸⁸ Penelitian ini bertujuan untuk : (1) menganalisis faktor internal dan eksternal unit sapi perah KUD Turen, (2) menganalisis faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi unit sapi perah KUD Turen dan (3) merumuskan perencanaan strategis untuk pengembangan unit sapi perah KUD Turen. Data keuangan dianalisis menggunakan analisis rasio likuiditas, solvabilitas, rentabilitas, aktivitas dan perhitungan *Growth ini Revenue*. Metode lain dalam penelitian ini adalah *Balanced Score Card*.

Hasil dari penelitian ini yaitu faktor internalnya dilihat dari segi kekuatan adalah tingkat penambahan unit sapi perah, pendidikan karyawan mayoritas SMA dan jumlah karyawan pelaksana SOP seberapa 85%,

⁸⁸ Sujarwo dkk, *Perencanaan Strategis Pengembangan Unit Sapi Perah KUD Turen dengan Metode Balanced Score Card*, Jurnal Agrise, Vol. X No. 2, 2010, hal. 139

peralatan operasional sesuai SOP, kualitas produk susu segar pada grade A dan harga beli di tingkat peternak yang tinggi dibandingkan pengepul. Kelemahan dari unit sapi perah adalah jumlah karyawan yang masih kurang, partisipan pelatihan SOP < 80%, biaya operasional susu segar tinggi, tidak ada transportasi pendingin, masa simpan susu pasteurisasi rendah dan kurangnya promosi terhadap produk susu segar dan pasteurisasi. Peluang dari unit sapi perah adalah adanya kebijakan pemerintah (revolusi putih), loyalitas pelanggan susu segar KUD Turen, serta belum adanya produk susu pasteurisasi di Kecamatan Turen. Sedangkan ancaman yang dihadapi adalah kebijakan pemerintah tentang tarif impor susu sebesar 5%, semakin menurunnya peternak sapi perah, serta terdapatnya pedagang pengepul susu. Strategi pengembangan usaha yang dapat diterapkan oleh unit sapi perah KUD Turen adalah strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan dengan integrasi horisontal, mengoptimalkan produksi susu pasteurisasi, menambah unit transportasi dan penggantian mesin olah sederhana dengan mesin UHT.

Desi Nugraheni dengan judul jurnal "Kajian Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Suwuk Kabupaten Kebumen Ditinjau dari Segi Pengelolaan dan Pemasarannya" tahun 2013.⁸⁹ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Kebumen di kawasan Wisata Pantai Suwuk sebagai daya tarik wisatawan. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Temuan studi yang didapat dari penelitian

⁸⁹ Desi Nugraheni, *Kajian Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Suwuk Kabupaten Kebumen Ditinjau dari Segi Pengelolaan dan Pemasarannya*, Jurnal Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota, Vol. 2 No. 1, 2013, hal. 110

ini adalah mengenai pengelolaan dan pemasaran Pantai Suwuk. Dari hasil kuesioner, 61% responden mengatakan bahwa pengelolaan Pantai Suwuk sudah baik, namun 7% diantaranya mengatakan masih ada kekurangan. Untuk keterlibatan pemerintah, 59% responden mengatakan pemerintah sudah melakukan pengelolaan dengan baik, sedangkan 37% lainnya mengatakan pemerintah belum melakukan pengelolaan dengan baik. Kurangnya pengelolaan tertuju pada penyediaan sarana prasarana yang belum maksimal terutama masalah persampahan. Konsep pemasaran Pantai Suwuk masih kurang maksimal karena dari hasil kuesioner, 53% responden menyatakan bahwa Pantai Suwuk belum dipromosikan dengan baik. Hal ini responden tersebut belum pernah mendapatkan informasi tentang Pantai Suwuk baik dari media cetak maupun media elektronik.

Marceilla Hidayat dengan judul jurnal "Strategi Perencanaan dan Pengembangan Objek Wisata (Studi Kasus Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat)" tahun 2011.⁹⁰ Penelitian ini bertujuan untuk : (1) mengetahui kondisi aktual aspek pengembangan wisata bahari di objek wisata pantai pangandaran, (2) menganalisis kebijakan pengembangan objek wisata pantai Pangandaran sebagai strategi perencanaan pengembangan wisata bahari, (3) mengetahui aktivitas wisata pantai Pangandaran sebagai daya tarik pengunjung yang mempengaruhi kepuasan wisatawan Pantai Pangandaran serta menganalisis paras produk wisata, dan (4) mengetahui strategi perencanaan pengembangan pariwisata berkelanjutan dari objek wisata

⁹⁰ Marceilla Hidayat, *Strategi Perencanaan dan Pengembangan Objek Wisata (Studi Kasus Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat)*, *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, Vol. 1, No. 1, 2011, hal. 33

tersebut. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif dan menggunakan teknis analisis SWOT.

Hasil penelitian ini yaitu bahwa berdasarkan hasil evaluasi terhadap kondisi produk wisata dan pasar aktual, objek wisata pantai Pangandaran dalam hal kerusakan sarana prasarana, kesemrawutan pantai cukup kompleks, pantai Pangandaran telah mencapai fase stagnasi dalam daur siklus hidup objek wisata, dimana fase stagnasi harus diperbaiki sehingga tidak terjebak dalam waktu singkat dalam fase kemunduran. Strategi yang harus dilakukan untuk mengembangkan pantai Pangandaran adalah mengoptimalkan sub variabel atraksi, amenitas, aksesibilitas dari perencanaan wisata yang lebih efektif terhadap keberhasilan pengembangan wisata bahari termasuk segala tema event kegiatan yang dilaksanakan.

Persamaan penelitian-penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama membahas tentang strategi perencanaan dan pengembangan pariwisata, khususnya dalam hal strategi yang diterapkan di tempat wisata. Perbedaannya dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah terletak pada obyek penelitian dan fokus penelitian. Penelitian yang dilakukan penulis ini membahas tentang konsep strategi perencanaan dalam mengembangkan kawasan agrowisata belimbing dan juga kendala yang dihadapi pihak pengelola serta hasil yang dicapai sampai saat ini. Sedangkan dalam penelitian-penelitian di atas belum ada yang membahas terkait hal tersebut.

C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian diatas, penulis menuangkan kerangka pemikirannya dalam bentuk skema kerangka konseptual sebagai berikut:

Gambar 2.1
Paradigma Konseptual Penelitian



Berdasarkan skema diatas dapat dijelaskan bahwa strategi perencanaan sangat berpengaruh besar terhadap inovasi pengembangan-pengembangan yang dilakukan pengelola untuk membangun sebuah kawasan agrowisata yang menarik. Strategi perencanaan merupakan sebuah proses berdasarkan penelitian dan evaluasi untuk mengoptimalkan potensi kontribusi pariwisata untuk kesejahteraan manusia dan kualitas lingkungan.

Berdasarkan kerangka konseptual tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi perencanaan dan pengembangan kawasan agrowisata yang dilakukan oleh pihak pengelola Agro Belimbing Desa Moyoketen.