

BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi dan juga wawancara mengenai strategi perencanaan dan pengembangan kawasan yang dilakukan oleh pihak pengelola Agrowisata Belimbing desa Moyoketen penulis menyimpulkan bahwa strategi perencanaan yang dilakukan oleh pihak pengelola Agrowisata Belimbing adalah untuk mengembangkan kawasan Agrowisata Belimbing baik itu atraksi maupun obyek wisata yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Setelah mengetahui strategi yang dilakukan maka diperoleh hasil pembahasan dengan mencocokkan data hasil temuan dengan teori-teori yang sudah dikemukakan oleh penulis dengan poin sebagai berikut:

A. Konsep Strategi Perencanaan dan Pengembangan Kawasan Agrowisata di Agro Belimbing Desa Moyoketen-Boyolangu-Tulungagung

Setelah diperoleh data mengenai perencanaan yang dilakukan pengelola Agro Belimbing desa Moyoketen dapat diketahui bahwa sebenarnya perencanaan pariwisata adalah sebuah proses mempersiapkan secara sistematis kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu baik dalam penyusunan program kegiatan maupun menentukan kebijakan dan manajemen untuk mengoptimalkan potensi kontribusi pariwisata untuk kesejahteraan manusia dan kualitas lingkungan. Dalam hal ini pengelola agro belimbing menerapkan aspek-aspek yang harus dilakukan dalam perencanaan pariwisata yang terdiri dari wisatawan (*tourist*),

pengangkutan (*transportations*), atraksi/obyek wisata (*attractions*), fasilitas (*facilities*), informasi dan promosi (*informations*).

Dalam hal perencanaan pengembangan pariwisata, pengelola Agro Belimbing menentukan bahwa semua kalangan wisatawan dapat berkunjung ke agro belimbing ini. Wisatawan merupakan setiap orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan tujuan untuk menikmati perjalanan yang dilakukan dari kunjungannya itu.¹⁴⁷ Tujuan dari berkunjung ke tempat wisata adalah untuk memperoleh kesenangan dan kepuasan dalam menikmati kunjungannya, dengan batasan berkunjung dalam waktu sementara. Batasan tersebut berlaku bagi wisatawan yang berasal dari dalam negeri yang disebut sebagai wisatawan nusantara, dan wisatawan yang berasal dari negara lain yang disebut dengan wisatawan mancanegara.

Transportasi merupakan fasilitas yang pasti dibutuhkan oleh wisatawan yang digunakan untuk membawa mereka dari tempat tinggalnya menuju ke daerah tujuan wisata.¹⁴⁸ Pelayanan transportasi ditujukan untuk mendukung pengembangan pariwisata, yaitu supaya akses wisatawan menuju obyek wisata menjadi lebih baik. Hal ini dibuktikan bahwa pengelola agro belimbing telah bekerja sama dengan biro perjalanan wisata dan pemandu wisata untuk mengarahkan wisatawan berkunjung ke tempat wisata baik itu di tempat agro belimbing sendiri maupun obyek wisata yang ada di seluruh kabupaten Tulungagung.

¹⁴⁷ Wardiyanto dan M. Baiquni, *Perencanaan...*, hal. 8

¹⁴⁸ Oka A. Yoeti, *Perencanaan...*, hal. 49

Suatu obyek wisata tidak akan bisa menarik perhatian wisatawan jika tidak terdapat beberapa atraksi wisata yang ditawarkan. Atraksi wisata adalah sesuatu yang menjadi daya tarik dan dapat membuat wisatawan terkesan yang berupa rasa puas, rasa nyaman, dan rasa nikmat pada wisatawan yang melihatnya atau melaksanakannya.¹⁴⁹ Untuk itu atraksi wisata harus memenuhi beberapa syarat, yaitu sesuatu yang dapat dilihat (*something to see*), sesuatu yang dapat dilakukan/dikerjakan (*something to do*), dan sesuatu yang dapat dibeli (*something to buy*).¹⁵⁰

Pengelola agro belimbing telah mengemas sedemikian rupa mnejadikan wilayah desa Moyoketen ini menjadi destinasi wisata agro yang dipenuhi dengan pemandangan pohon-pohon belimbing yang rindang dan sejuk. Sesuatu yang bersifat alami, atas dasar fitur lingkungan alam, seperti keadaan ekologi lingkungan, suasana alam pedesaan sudah ditonjolkan di kawasan agro belimbing desa Moyoketen. Dalam mengelola kawasan tersebut juga dilakukan konservasi lingkungan, agar tidak terjadi pencemaran dan kerusakan lingkungan. Hal tersebut sesuai dengan perintah ajaran Islam, bahwa manusia dijadikan sebagai seorang khalifah di muka bumi. Dimana manusia diberi tugas untuk mewujudkan kemakmuran dan kesejahteraan di muka bumi. Jadi, tidak hanya khalifah untuk diri sendiri, tetapi khalifah dalam masyarakat dan juga khalifah untuk alam.

Selain pemandangan kebun belimbing, pengelola agro belimbing juga menyediakan wisata petik buah yang dapat dilakukan oleh wisatawan sendiri.

¹⁴⁹ Wardiyanto dan M. Baiquni, *Perencanaan...*, hal. 20

¹⁵⁰ Oka A. Yoeti, *Perencanaan...*, hal. 49

Jadi mereka dapat menikmati rasa buah belimbing hasil dari memetik buah sendiri. Selain itu juga diberikan pelayanan berupa wisata edukasi dan beberapa outbond yang dapat memberikan tambahan pengetahuan mengenai buah belimbing dan juga bagaimana cara berbisnis untuk memasarkan suatu produk hingga ke berbagai daerah bahkan sampai ke luar negeri.

Di tempat wisata agro belimbing, juga terdapat kios mini yang menawarkan berbagai macam olahan makanan dan minuman dari buah belimbing maupun jajanan khas daerah Tulungagung. Tidak hanya makanan, beberapa souvenir dan kerajinan tangan hasil dari kreatifitas berbagai UMKM dan kelompok binaan pengelola agro belimbing juga tersedia di tempat ini.

Tujuan diadakannya kegiatan wisata adalah untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap wisatawan sehingga wisatawan mendapatkan kepuasan dalam menikmati daya tarik wisata yang dilihat maupun dikerjakannya.¹⁵¹ Pelayanan mengenai fasilitas akomodasi juga sangat penting dalam pengembangan pariwisata. Setiap wisatawan pasti membutuhkan tempat tinggal sementara selama berada di daerah tujuan wisata. Dalam realisasinya, fasilitas akomodasi sangat beragam baik ukuran maupun fasilitas yang ditawarkan pada pihak yang menggunakannya, yakni hotel, penginapan dan sebagainya. Pelayanan umum seperti kantor pos, bank, sarana komunikasi juga diperlukan oleh wisatawan.¹⁵²

Promosi dan informasi dalam hal ini menjadi prioritas bagi pengelola agro belimbing dalam melakukan pemasaran untuk mengenalkan kepada

¹⁵¹ Wardiyanto dan M. Baiquni, *Perencanaan...*, hal. 20

¹⁵² Oka A. Yoeti, *Perencanaan...*, hal. 49

masyarakat luas. Sehingga agro belimbing dapat dikenal dan menjadi tujuan wisata. Banyaknya pengunjung yang datang ini merupakan tolok ukur dari keberhasilan dalam pengembangan pariwisata.

Wisata Agro Belimbing menggunakan media televisi, surat kabar, dan media masa lainnya dalam melakukan promosi dan publikasi. Dan terbukti setelah melakukan publikasi dari berbagai media wisatawan yang berkunjung ke Agro Belimbing naik secara signifikan dari waktu ke waktu. Karena dengan melakukan publikasi penyampaian produk kepada masyarakat akan lebih cepat dan lebih luas.

Strategi perencanaan dalam pengembangan agrowisata belimbing ini, pengelola juga menerapkan strategi pemasaran. Yakni dengan pengenalan produk (*product*), penetapan posisi pasar (*positioning*), penetapan harga produk (*price*), bauran promosi (*promotional mix*), pengemasan (*packaging*), dan persekutuan dagang (*partneurship*).

Dalam melakukan strategi produk dan pengemasan, pengelola Agro Belimbing memfokuskan pada kreatifitas karyawan dalam menciptakan produk. Agar produk dapat dikemas dan disajikan dengan menarik serta menjaga kualitas dan mutu dari produk yang dimiliki yaitu buah belimbing yang menjadi produk unggulan. Karena mutu dan kualitas yang baik pada tingkat harga tertentu, kemungkinan besar bagi calon konsumen untuk dapat tertarik dengan produk yang dimiliki.¹⁵³

¹⁵³ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran : Dasar, KOnsep, dan Strategi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 75

Dalam penentuan harga, agrowisata belimbing menerapkan sistem penentuan harga berdasarkan teori pada umumnya yaitu dengan melakukan penjumlahan antara beban yang dikeluarkan dengan keuntungan. Sehingga dalam penjualan produk, harga yang ditawarkan terjangkau dan tidak memberatkan wisatawan yang membeli.¹⁵⁴

Promosi merupakan prioritas bagi pengelola wisata agro belimbing, karena hal tersebut yang dapat menyebarluaskan informasi mengenai obyek wisata yang ditawarkan dan dengan promosi akan cepat diketahui oleh masyarakat luas. Dalam hal promosi, pengelola agrowisata belimbing melakukan dengan berbagai cara seperti periklanan, publikasi dan pemasaran langsung. Periklanan merupakan bentuk promosi non personal dengan menggunakan berbagai media seperti televisi dan lain sebagainya.

Agrowisata belimbing menggunakan media televisi, dan surat kabar dalam melakukan periklanan. Terbukti setelah melakukan periklanan dari berbagai media cetak dan elektronik wisatawan yang berkunjung ke agrowisata belimbing semakin banyak. Selain periklanan, agrowisata belimbing juga mempublikasikannya. Publikasi dapat dilakukan dengan tiga cara, yaitu:

1. Publikasi langung, yaitu publikasi dengan menggunakan brosur yang memberikan rincian mengenai produk yang ditawarkan, rute jalan serta fasilitas yang disediakan.

¹⁵⁴ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta: AMP YKPN Yogyakarta, 2009), hal. 23

2. Publikasi dalam media masa, yaitu dengan memanfaatkan media masa, baik di televisi maupun surat kabar. Dalam hal ini agrowisata belimbing melakukan publikasi melalui media masa. Dimana sudah banyak stasiun televisi yang datang untuk melakukan wawancara dan mempublikasikannya ke acara stasiun televisi mereka.
3. Publikasi *intern*, yaitu publikasi yang didasarkan pada pengalaman wisatawan yang sudah berkunjung, kemudian menceritakannya kepada teman maupun orang lain, sehingga informasi mengenai agrowisata belimbing juga akan cepat tersebar.

Strategi lain yang diterapkan oleh pengelola agrowisata belimbing yaitu dengan persekutuan bisnis. Persekutuan bisnis yaitu salah satu cara yang dilakukan oleh pengusaha dalam memperlancar usaha yang didirikan. Dalam hal ini pengelola agrowisata belimbing melakukan kerja sama bisnis dengan usaha kecil menengah di berbagai daerah, baik UMKM di Tulungagung, UMKM Blitar maupun UMKM Trenggalek.

Segala usaha yang dilakukan oleh pihak pengelola agrowisata belimbing dalam menjalankan bisnis pasti akan selalu dibangun agar banyak diminati oleh masyarakat luas. Tetapi tidaklah bagi pengelola agrowisata belimbing untuk menghalalkan berbagai cara, pihak agrowisata belimbing tetap berpedoman pada etika bisnis, nilai-nilai kejujuran, kepercayaan, dan segala sesuatu yang dilarang dalam agama. Karena perbuatan tersebut sudah ditetapkan dalam Alquran dan hadis.

B. Kendala-Kendala yang Dihadapi Pihak Pengelola dalam Mengembangkan Agrowisata Belimbing

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan hasil pengamatan dari peneliti, ada beberapa kendala yang dialami oleh pihak pengelola Agrowisata Belimbing desa Moyoketen dalam menjalankan usahanya, yaitu:

1. Kurangnya kreatifitas dan inovasi dari sumber daya manusia. Kendala tersebut seperti pengolahan makanan untuk membuat produk baru yang unik dan berbeda dengan yang lain.
2. Tempat workshop pihak pengelola Agrowisata Belimbing bapak Mulyono ini tidak bisa melebar, karena sekitar workshopnya sudah dipenuhi dengan tanaman buah belimbing. Untuk itu penambahan lantai dua sangat diperlukan, walau saat ini sudah mempunyai lantai dua, tetapi tempat tersebut hanya digunakan untuk tempat ibadah saja dan cukup sempit.
3. Belum bisa memberikan pertunjukan seperti live music setiap hari Minggu untuk pengunjung. Sampai saat ini pengadaan live music hanya pada hari tertentu saja dan tergantung dari kondisi sekitar.
4. Perbaikan beberapa fasilitas untuk pengunjung belum dilakukan. Ada beberapa tempat duduk yang sudah rusak.
5. Banyaknya persaingan dengan daerah wisata lain yang memberikan obyek wisata berbeda-beda.

6. Serta menyediakan produk atau fasilitas yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen yang berbeda-beda cukup sulit bagi pihak pengelola agrowisata belimbing.

Setiap menjalankan usaha pasti ada kendala yang mengiringinya. Untuk itu pihak agrowisata belimbing selalu berusaha maju untuk meningkatkan usahanya dengan memberikan kepercayaan penuh kepada wisatawan dan memberikan pelayanan yang baik kepada mereka dan juga selalu mempertahankan mutu dan kualitas dari produk yang dimiliki oleh agrowisata belimbing.

C. Solusi Strategi Perencanaan dan Pengembangan yang dilakukan Pengelola Agrowisata Belimbing Moyoketen

Pihak pengelola Agrowisata Belimbing melakukan perencanaan dalam mengembangkan dan memberdayakan potensi alam dan budaya yang dimiliki oleh desa Moyoketen sebagai daya tarik wisata pedesaan dengan langkah sebagai berikut:

- a. Menyediakan dan mengembangkan berbagai amenities (sarana penunjang) pariwisata yang dapat memberikan kenyamanan kepada wisatawan yang berkunjung ke Agrowisata Belimbing. Beberapa sarana yang disediakan untuk meningkatkan kepuasan kunjungan wisatawan seperti warung makan, gazebo dan tempat duduk lainnya, pusat cenderamata dan pusat oleh-oleh jajanan khas Tulungagung,

menyediakan tempat untuk acara-acara tertentu bagi pengunjung, dan juga wisata petik buah belimbing.

- b. Memperbaiki aksesibilitas menuju obyek dan daya tarik wisata dengan bantuan kontribusi dari pemerintah kabupaten Tulungagung. Seluruh jalan utama desa termasuk jalan-jalan kecil dan gang-gang kecil sudah jalan beraspal. Aksesibilitas yang disediakan juga berupa petunjuk arah menuju ke lokasi obyek wisata, sehingga mempermudah wisatawan mengunjungi daerah wisata.
- c. Meningkatkan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) untuk menentukan laju perkembangan pembangunan pariwisata. Langkah yang dilakukan dalam mengelola SDM yaitu meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) yang meliputi peningkatan ketrampilan dan pengetahuan dalam penguasaan dan pengelolaan sumber daya yang ada, serta mengembangkan kemampuan dengan upaya peningkatan produktivitas dengan cara perluasan kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar dan peningkatan produksi.
- d. Meningkatkan promosi produk Agrowisata belimbing yaitu dengan cara: (1) mengembangkan koordinasi dengan stakeholder terkait, (2) menciptakan *destination image* sebagai daerah tujuan wisata yang menawarkan produk yang berbeda dengan yang lain, (3) melakukan penyebaran informasi pasar dan pemasaran, (4) meningkatkan publikasi melalui penyebaran brosur dan juga promosi melalui kontribusi dari pemerintah kabupaten Tulungagung.

- e. Mengembangkan kelembagaan yang dapat mendukung pembangunan Agrowisata Belimbing yaitu pembinaan kelompok swadaya masyarakat yang dibentuk menjadi kelompok usaha bersama (KUB) Agro Belimbing dan kelompok tani Tunas Belimbing. Pemerintah Kabupaten Tulungagung juga melakukan pembinaan dengan membentuk kelompok sadar wisata (POKDARWIS) di sekitar Agrowisata Belimbing. Selain itu pihak Agrowisata Belimbing juga bekerja sama dengan jasa biro perjalanan, jasa pemandu wisata, jasa boga, jasa perhotelan dan lain sebagainya.