

Strategi Pengembangan dan Pengelolaan Agrowisata Kebun Teh Jamus Kecamatan Sine Kabupaten Ngawi Tahun 2020

Yahya Dion Tandiga*, Mohammad Gamal Rindarjono, Pipit Wijayanti

Program Studi Pendidikan Geografi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas
Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

*Email : diontandiga@student.uns.ac.id

ARTICLE INFO

Article History:

Received: 2022-09-25

Revision: 2023-11-23

Accepted: 2024-01-03

KETENTUAN SITASI

**Tandiga, K. Y.,
Rindarjono, G. M.,
Wijayanti, P.,(2024)**
Strategi Pengembangan dan
Pengelolaan Agrowisata
Kebun Teh Jamus
Kecamatan Sine Kabupaten
Ngawi Tahun 2020.
Geadidaktika. Vol. 4, No. 1.

Copyright © 2024
Geadidaktika (E-ISSN
2774-339X)

[https://dx.doi.org/10.20961/
gea.v4i1.69636](https://dx.doi.org/10.20961/gea.v4i1.69636)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) potensi yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik tambahan Agrowisata Kebun Teh Jamus (2) upaya pengelolaan kawasan Agrowisata Kebun Teh Jamus (3) strategi pengembangan Agrowisata Kebun Teh Jamus yang dilakukan yang dilakukan oleh pemerintah dan manajemen daerah. Metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan proses spasial. Penelitian ini mendeskripsikan keseluruhan objek Agrowisata Kebun Teh Jamus dengan daya tarik berupa 11 situs unggulan sebagai daya tariknya. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan untuk menganalisis potensi, wawancara untuk mengumpulkan informasi mengenai upaya pengelolaan, dan dokumentasi. Hasil penelitian terkait potensi Agrowisata Kebun Teh Jamus dijelaskan berdasarkan pertumbuhan lokasi/objek wisata yang tersebar di kawasan Agrowisata Kebun Teh Jamus selama periode tahun 2010, 2015 dan 2020 serta dengan melakukan penilaian berdasarkan parameter 4A (Atraksi, Aksesibilitas, Fasilitas, Aktivitas) menunjukkan potensi kelas hingga sangat potensial. Agrowisata Kebun Teh Jamus mengupayakan pembubaran usaha dalam rangka pengelolaan daya tarik wisata yang meliputi aspek Sumber Daya Manusia (SDM), keuangan, ciri tradisi petani, ciri agroindustri, sarana dan prasarana, serta pemilihan lokasi wisata. Sedangkan strategi pengembangan yang cocok diterapkan adalah strategi Kekuatan-Ancaman untuk 6 lokasi; Kekuatan-Peluang untuk 3 lokasi; dan Kelemahan-Peluang pada 2 lokasi yang dimiliki Agrowisata Kebun Teh Jamus.

Kata Kunci: Agrowisata; Potensi Pariwisata; Manajemen Pariwisata; Strategi Pembangunan; Analisis SWOT.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine: (1) the potential that can be developed as an additional attraction of Jamus Tea Garden Agrotourism (2) efforts to manage Jamus Tea Garden Agrotourism area (3) Jamus Tea Garden Agrotourism development strategy carried out by the government and local management. The research method used in the preparation of this research is descriptive qualitative method with spatial process approach. This research describes the overall object of Jamus Tea Garden Agrotourism with the

attraction of 11 excellent sites as the attraction. Data collection was done through field observations to analyze the potential, interviews to collect information about management efforts, and documentation. The results of research related to the potential of Jamus Tea Garden Agrotourism are explained based on the growth of tourist sites/objects scattered in the Jamus Tea Garden Agrotourism area during the period 2010, 2015 and 2020 and by conducting an assessment based on the 4A parameters (Attractions, Accessibility, Facilities, Activities) showing the potential class to be very potential. Jamus Tea Garden Agrotourism seeks business dissolution in the context of managing tourist attractions which include aspects of Human Resources (HR), finance, traditional characteristics of farmers, agro-industry characteristics, facilities and infrastructure, and selection of tourist sites. . While the development strategy that is suitable to be applied is the Strength-Threat strategy for 6 locations; Strength-Opportunity for 3 locations; and Weakness-Opportunity at 2 locations owned by Jamus Tea Garden Agrotourism.
Keywords: *Agritourism; Tourism Potential; Tourism Management; Development Strategy; SWOT Analysis.*

A. PENDAHULUAN

Pengembangan industri pariwisata di era globalisasi semestinya dapat dijadikan prioritas utama penunjang pembangunan suatu daerah (Rahayu et al., 2011). Pada hakikatnya pengembangan pariwisata bertujuan untuk mengembangkan objek dan memanfaatkan daya tarik wisata berupa kenampakan alam yang indah, keanekaragaman flora dan fauna, seni tradisi, peninggalan sejarah, benda-benda purbakala, serta kemajemukan budaya (Susanti, 2005). Pembangunan pariwisata sewajarnya terarah pada pemanfaatan sumberdaya alam yang dimiliki suatu negara. Semakin besar sumberdaya alam yang dimiliki oleh suatu negara, makin besar pula kesempatan untuk mencapai tujuan pembangunan dan pengembangan pariwisata. Tujuan dari pengembangan pariwisata akan membuahkan hasil yang optimal bila ditunjang dengan potensi yang dimiliki suatu daerah berupa objek wisata, baik wisata alam maupun wisata buatan manusia (Subhani, 2010).

Salah satu aset pariwisata yang menjadi kebanggaan Kabupaten Ngawi adalah Agrowisata Kebun Teh Jamus. Kebun Teh Jamus merupakan unit perkebunan teh terbesar yang berada di Kabupaten Ngawi. Perkebunan teh ini merupakan peninggalan masa kolonial Belanda tahun 1866 yang pertama kali dirintis oleh pengusaha berkewarganegaraan Belanda bernama Van der Rappart. Setelahnya mengalami pergantian pengelola hingga beberapa kali, bahkan pernah diambil alih oleh Jepang semasa kedudukannya di Indonesia. Mulai tahun 1973 hingga sekarang, Agrowisata Kebun Teh

Jamus dikelola oleh perusahaan swasta nasional, yaitu PT Candi Loka (Hatsani Khamdhan & Nasution, 2020). Tahun 2004, agrowisata yang berwawasan lingkungan hidup ini pernah meraih penghargaan tingkat nasional berupa Kalpataru dalam kategori Pembina Lingkungan Hidup pada peringatan Hari Lingkungan Hidup Sedunia yang terselenggara pada tanggal 5 Juni 2004 di Istana Negara Jakarta.

Daya tarik yang dimiliki Agrowisata Kebun Teh Jamus diantaranya adalah *Borobudur Hill* atau Bukit Borobudur, yaitu bukit setinggi 35,4 meter yang sepintas terlihat seperti lahan teh biasa, namun jika dipandang dari kejauhan nampak sebuah bukit berbentuk menyerupai undakan Candi Borobudur. Ada air terjun buatan yang biasa disebut Grojogan Songo Tuk Pakel. Ada kolam renang yang airnya berasal langsung dari mata air Sumber Lanang, yang letaknya tidak jauh dari kolam renang itu sendiri. Terdapat pula Museum Listrik Van der Rappart, Situs Petilasan Makam Van der Rappart yang merupakan tokoh perintis Perkebunan Teh Jamus, Situs Gua Jepang, Agroindustri Pengolahan Teh, dan beberapa fasilitas pendukung seperti *Camping Ground* “Kanthil Idaman,” wahana *Flying Fox*, dan *Offroad Track* “Gardu Polo,” hingga objek wisata yang terbaru, yakni Taman Penangkaran Rusa.

Pengembangan dan pengelolaan yang belum merata melatarbelakangi adanya masalah khusus yang memerlukan perhatian serta penanganan secara serius. Sudah saatnya Agrowisata Kebun Teh Jamus melakukan pengembangan dan pemasaran dengan strategi yang tepat dan efektif agar menjadi objek wisata yang berkembang dan memiliki nilai khasnya sendiri, sehingga mengundang minat wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata. Melihat besarnya potensi wisata yang dimiliki Agrowisata Kebun Teh Jamus, maka sangat tepat bila dilakukan pengembangan secara masif dan promosi yang lebih baik lagi. Bila dilihat dari jumlah kunjungan Agrowisata Kebun Teh Jamus yang masih belum stabil setiap tahunnya, maka pengembangan dan pemasaran merupakan kunci supaya Agrowisata Kebun Teh Jamus menarik minat banyak wisatawan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi potensi yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik tambahan Agrowisata Kebun Teh Jamus, mengetahui usaha dalam mengelola kawasan Agrowisata Kebun Teh Jamus, menganalisis strategi

pengembangan Agrowisata Kebun Teh Jamus yang dilakukan pemerintah setempat maupun pengelola.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif digunakan untuk menjelaskan ataupun menguraikan kedudukan objek wisata, potensi yang dimiliki masing-masing *site* yang ada di dalam kawasan Agrowisata Kebun Teh Jamus, serta pengelolaan dan strategi pengembangannya.

Bentuk penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan spasial/keruangan. Pendekatan spasial/keruangan dalam penelitian ini menekankan pada analisis proses keruangan/*spatial process analysis*. Analisis proses keruangan berkaitan erat dengan perubahan elemen-elemen pembentuk ruang dan waktu. Melalui analisis proses keruangan dapat diketahui pertumbuhan objek/*sites* selama kurun waktu 2010, 2015, hingga 2020.

Melalui identifikasi pertumbuhan objek/*site* selama kurun waktu tersebut, dapat dianalisis potensi wisata dengan menggunakan teori 4A oleh Cooper. Parameter yang terdapat dalam teori 4A meliputi *attractions*, *accessibilities*, *amenities*, dan *activities*. Kemudian dilakukan penilaian/*skoring* pada masing-masing parameter yang disesuaikan dengan kondisi di lapangan. Nilai/skor yang diperoleh selanjutnya diolah dengan rumus interval kelas untuk mengetahui klasifikasi potensi Agrowisata Kebun Teh Jamus berdasarkan masing-masing parameter 4A. Hasil akhir dari penilaian dapat diketahui posisi kelas Agrowisata Kebun Teh Jamus terhadap parameter 4A adalah kurang potensial; cukup potensial; sangat potensial.

Pengelolaan Agrowisata Kebun Teh Jamus dianalisis dengan metode deskriptif dan pendekatan proses keruangan. Menurut Gumelar S. Sastrayuda (2011) keberhasilan pengelolaan agrowisata ditunjang dari aspek sosial dan aspek fisik; SDM, keuangan, karakteristik tradisi petani, karakteristik agroindustri, fasilitas sarana dan prasarana, serta pemilihan lokasi. Aspek sosial dan aspek fisik tersebut diidentifikasi berdasarkan penijauan langsung di lapangan, serta perbandingan penggunaan lahan tahun 2010 dan

2020 melalui interaksi yang terjadi antara manusia dengan lingkungannya sebagai bentuk upaya pengelolaan.

Strategi pengembangan Agrowisata Kebun Teh Jamus dianalisis dengan metode SWOT. Metode SWOT menekankan pada aspek kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) sebagai faktor internal yang dimiliki Agrowisata Kebun Teh Jamus, dikombinasikan dengan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) sebagai faktor eksternal. Masing-masing faktor diidentifikasi kemudian diolah ke dalam sebuah matriks. Matriks SWOT akan menghasilkan beberapa rumusan strategi yang dapat dipakai *stakeholders* sebagai acuan dalam pengembangan Agrowisata Kebun Teh Jamus.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Potensi Agrowisata

Pemetaan objek/*site* Agrowisata Kebun Teh Jamus yang dilakukan pada temporal waktu 2010, 2015, dan 2020 menunjukkan pertumbuhan objek/*site* pada masing-masing titik waktu kemunculannya beragam. Pada tahun 2010 pertumbuhan objek/*site* yang dimiliki Agrowisata Kebun Teh Jamus meliputi (1) Situs Makam Van der Rappart, (2) Museum Listrik Van der Rappart, (3) Gua Jepang, (4) Pemandian Sumber Lanang, (5) Borobudur Hill, (6) *Camping Ground* “Kantil Idaman,” (7) Agroindustri/pabrik Pengolahan Teh, dan (8) *Flying Fox*. Sedangkan tahun 2015 pertumbuhan objek/*site* yang dimiliki Agrowisata Kebun Teh Jamus meliputi (1) Grojogan Songo “Tuk Pakel,” dan (2) *Offroad Track* “Gardu Polo.” Tahun 2020 pertumbuhan objek/*site* yang dimiliki Agrowisata Kebun Teh Jamus adalah (1) Taman Penangkaran Rusa.

Hasil penilaian kelas potensi Agrowisata Kebun Teh Jamus berdasarkan indikator 4A dipaparkan pada tabel 1, tabel 2, tabel 3, dan tabel 4 berikut.

Tabel 1. Klasifikasi Potensi Wisata Berdasarkan Indikator Atraksi.

		Parameter 4A						
		Atraksi (<i>Attractions</i>)						
Penilaian Agrowisata Kebun Teh Jamus Berdasarkan Parameter 4A	Teh	a	b	c	d	S	B	J
				4	4	2	4	14
Kelas		SP						

Tabel 2. Klasifikasi Potensi Wisata Berdasarkan Indikator Aksesibilitas.

		Parameter 4A						
		Aksesibilitas (<i>Accessibilities</i>)						
Penilaian Agrowisata Kebun Teh Jamus Berdasarkan Parameter 4A	Teh	a	b	c	d	S	B	J
				4	1	2	1	8
Kelas		P						

Tabel 3. Klasifikasi Potensi Wisata Berdasarkan Indikator Amenitas.

		Parameter 4A									
		Amenitas (<i>Amenities</i>)									
Penilaian Agrowisata Kebun Teh Jamus Berdasarkan Parameter 4A	Teh	a	b	c	d	e	f	g	S	B	J
				4	3	4	4	4	3	4	26
Kelas		SP									

Tabel 4. Klasifikasi Potensi Wisata Berdasarkan Indikator Aktivitas.

		Parameter 4A					
		Aktivitas (<i>Activities</i>)					
Penilaian Agrowisata Kebun Teh Jamus Berdasarkan Parameter 4A	Teh	a	b	c	S	B	J
				4	4	2	10
Kelas		SP					

2. Pengelolaan Agrowisata

Agar menjadi daerah tujuan wisata yang memiliki konsep berkelanjutan, Agrowisata Kebun Teh Jamus memerlukan upaya pengelolaan yang memiliki rancangan dan skema yang tepat, agar tujuan pengelolaan yang terencana dapat dicapai. Konsep pengelolaan yang berkelanjutan merupakan faktor yang penting kaitannya dengan pengelolaan objek wisata yang memanfaatkan sektor pertanian.

Upaya pengelolaan yang dilakukan perlu memperhatikan komponen-komponen penting yang saling terintegrasi agar pengelolaan dapat semakin optimal. Komponen pengelolaan agrowisata meliputi:

a) Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber Daya Manusia yang berperan dalam pengelolaan Agrowisata Kebun Teh Jamus mencakup beberapa pihak, diantaranya pihak internal (PT Candi Loka) sebagai pemegang kendali terhadap keberlangsungan kegiatan wisata Agrowisata Kebun Teh Jamus. PT Candi Loka juga mengolaborasikan upaya pengelolaan ini bersama masyarakat lokal yang tergabung dalam kelompok karang taruna, dan juga pemerintah daerah setempat, dalam hal ini Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga (DISPARPORA) Kabupaten Ngawi.

b) Keuangan

Upaya pengelolaan dalam aspek keuangan yang berkaitan dengan alokasi dana untuk operasional objek wisata, yaitu kegiatan perencanaan keuangan dan pengadaan modal kerja. Diperlukannya pengelolaan keuangan yang terencana dalam

badan usaha Agrowisata Kebun Teh Jamus agar mencapai efektivitas dan efisiensi keuangan.

c) Karakteristik Tradisi Petani

Sebagai daerah tujuan wisata yang berkonsep agro, masyarakat lokal Jamus yang sebagian besar bermatapencarian sebagai petani memiliki nilai-nilai yang dijunjung tinggi sebagai sebuah tradisi yang berkembang di tengah kehidupan mereka. Karakteristik tradisi petani yang dipertahankan dari dulu, yakni sistem dan tata cara berkebun yang masih tradisional dan kental akan keramah-tamahannya. Hal inilah yang harus dipertahankan dan dikelola eksistensinya.

d) Karakteristik Agroindustri

Karakteristik agroindustri pengolahan teh PT Candi Loka Jamus yakni terdapat pada integrasi yang terjalin pada elemen-elemen agroindustri, seperti pengadaan bahan baku produksi, pengolahan, hingga pemasaran produk. Adapun proses produksi yang berjalan di Agroindustri Pengolahan Teh PT Candi Loka Jamus, dimulai dari proses penerimaan bahan baku, pelayuan, penggilingan, pengeringan pertama, pengeringan kedua, sortasi, hingga pengepakan.

e) Fasilitas Sarana dan Prasarana

Fasilitas umum yang ada di Agrowisata Kebun Teh Jamus terbagi menjadi fasilitas penunjang bisnis dan ekonomi yang meliputi warung makan dan pertokoan; fasilitas penunjang keamanan yang meliputi pos layanan informasi dan tempat parkir; fasilitas penunjang kesehatan berupa klinik desa; fasilitas penunjang kenyamanan meliputi toilet, tempat ibadah, dan gazebo sebagai *rest area*.

f) Pemilihan Lokasi

Pemilihan lokasi Jamus sebagai daerah wisata didasari oleh keunikan morfologi yang dimilikinya. Lokasi wisata Jamus yang berada di lereng sebelah utara Gunung Lawu, yang merupakan morfologi bawah ini membentuk relief berbukit. Adapun bentang alam kawasan Jamus yang didominasi oleh perkebunan teh sangat cocok untuk kegiatan wisata agro yang mendatangkan banyak minat wisatawan. Topografi kawasan Jamus yang bervariasi juga menjadi pengaruh kemampuan lahan dalam mendukung elemen fisik yang menopangnya, seperti pembangunan atraksi objek wisata dan aneka kegiatan yang dapat dilakukan.

3. Strategi Pengembangan Agrowisata

Penyusunan strategi pengembangan Agrowisata Kebun Teh Jamus dilakukan dengan penilaian menggunakan teknik analisis SWOT terhadap masing-masing *site/objek* yang ada di dalam cakupan Agrowisata Kebun Teh Jamus. Analisis SWOT memungkinkan untuk dapat merumuskan strategi pengembangan dengan meninjau kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman masing-masing *site/objek* yang dimiliki Agrowisata Kebun Teh Jamus. Hasil dari analisis SWOT dapat dijadikan acuan untuk menyusun strategi pengembangan yang efektif dan efisien sesuai dengan karakteristik Agrowisata Kebun Teh Jamus. Adapun penentuan strategi pengembangan pada tiap *site/objek* yang ada di Agrowisata Kebun Teh Jamus diuraikan sebagai berikut:

a. Borobudur Hill

1) Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*):

- a) Melakukan pembangunan sarana dan prasarana pendukung.
- b) Membuat daya tarik tambahan dengan cara mengolaborasikan tren terkini.

2) Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*):

- a) Melakukan perbaikan dan pengelolaan sesuai SOP.
- b) Melengkapi fasilitas papan penanda bahaya dan batas pengaman dan keselamatan pengunjung.
- c) Mengoptimalkan promosi dengan memanfaatkan media sosial dan peluang wisatawan sebagai penggiat media sosial.

3) Strategi S-T (*Strengths-Threats*):

- a) Menegakkan larangan vandalisme secara tegas, serta imbauan untuk menjaga kebersihan.
- b) Menerapkan protokol kesehatan secara ketat.

4) Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*):

- a) Melakukan pengawasan serta pemeliharaan fasilitas yang ada.
- b) Memberi peringatan waspada secara lisan, dan membuat papan penanda bahaya serta batas aman untuk pengunjung.
- c) Mengupayakan dana bantuan dari pemerintah untuk pengembangan dan pemeliharaan objek wisata.

b. Pemandian “Sumber Lanang”

1) Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*):

- a) Melakukan inovasi dan pembangunan terhadap atraksi Pemandian “Sumber Lanang.”
- b) Mengoptimalkan pengelolaan Pemandian “Sumber Lanang” agar semakin mendatangkan keuntungan.
- c) Memaksimalkan promosi Pemandian “Sumber Lanang.”

2) Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*):

- a) Menyediakan atraksi pendamping selain wisata air.
- b) Bekerjasama dengan investor.
- c) Melakukan *branding* dengan memanfaatkan sosial media.

3) Strategi S-T (*Strengths-Threats*):

- a) Mengadaptasi tren yang berkembang seputar pariwisata air dan melakukan modifikasi atraksi.
- b) Memberlakukan protokol kesehatan yang ketat di era *new normal*.

4) Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*):

- a) Menggali potensi lebih dalam dan memaksimalkan keunikan yang ada.
- b) Berkolaborasi dengan berbagai pihak yang dapat mendatangkan (*feedback*) keuntungan bersama.

c. Grojokan Songo “Tuk Pakel”

1) Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*):

- a) Mengoptimalkan pengelolaan dengan melibatkan partisipasi masyarakat.
- b) Menjaga kelestarian lingkungan setempat.
- c) Menambahkan aktivitas perekonomian jual beli barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.

2) Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*):

- a) Mengajak peran aktif masyarakat dalam pengendalian lingkungan, kaitannya dengan kebersihan dan operasional di sekitar objek wisata.
- b) Memberdayakan masyarakat setempat untuk turut serta menciptakan atraksi pendamping.

- 3) Strategi S-T (*Strengths-Threats*):
 - a) Melakukan *branding* dengan keunikan yang dimiliki air terjun buatan Grojokan Songo “Tuk Pakel.”
 - b) Memaksimalkan daya tarik dengan menambah atraksi-atraksi tambahan.
 - 4) Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*):
 - a) Memberdayakan sumberdaya manusia yang profesional dari adanya partisipasi masyarakat.
- d. Museum Listrik Van der Rappart
- 1) Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*):
 - a) Mempertahankan aset sejarah sekaligus melakukan inovasi pengembangan museum.
 - b) Membuat *display* yang menarik dan interaktif.
 - 2) Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*):
 - a) Melakukan pembangunan dalam rangka pengembangan objek wisata dengan melibatkan pemerintah, guna meningkatkan pelayanan dan profesionalitas museum.
 - b) Membuka akses lebih bagi masyarakat umum untuk meningkatkan pengalaman historis dan edukasi mereka.
 - 3) Strategi S-T (*Strengths-Threats*):
 - a) Mengolaborasikan ide kreatif dan inovasi dengan cara melakukan kerjasama dengan berbagai pihak.
 - b) Menumbuhkan kesadaran sejarah masyarakat dengan proses yang kreatif dan inovatif.
 - 4) Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*):
 - a) Mengevaluasi sistem dan regulasi yang dibuat untuk pengunjung museum.
 - b) Memberikan pelayanan yang lebih maksimal dengan pengadaan fasilitas pendukung museum dan *guide*.
 - c) Membuat inovasi museum virtual dalam rangka menumbuhkan minat sejarah masyarakat.

e. Situs Makam Van der Rappart

1) Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*):

- a) Mengoptimalkan pengelolaan dan berusaha mengembangkan Situs Makam Van der Rappart melalui kerjasama dengan pemerintah daerah atau pelaku sejarah.
- b) Melakukan promosi untuk mengenalkan lebih dalam lagi seputar wisata sejarah.
- c) Melakukan pembangunan untuk melindungi situs makam sejarah dari modernisasi jaman.

2) Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*):

- a) Membentuk organisasi khusus agar pengelolaan lebih terarah dan tepat sasaran.
- b) Membuat fasilitas wisata berupa papan informasi atau media interaktif yang membahas sejarah terkait Situs Makam Van der Rappart.

3) Strategi S-T (*Strengths-Threats*):

- a) Mengoptimalkan fungsi situs makam Van der Rappart sebagai bukti sejarah pemerintahan kolonial Belanda.
- b) Bekerjasama dengan pemerintah untuk mengelola dan melindungi situs-situs sejarah.

4) Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*):

- a) Memanfaatkan daya tarik wisata budaya berupa cerita sejarah yang otentik dan khas.
- b) Mengajak partisipasi masyarakat setempat untuk melakukan pengelolaan Situs Makam Van der Rappart.

f. Gua Jepang

1) Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*):

- a) Memaksimalkan potensi kondisi sekitar untuk pengembangan situs Gua Jepang.
- b) Pengelola bersama masyarakat dapat memulai pengelolaan secara serius.

2) Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*):

- a) Membuka akses wisata yang memadai bagi Gua Jepang dengan memberi perhatian lebih dalam perbaikan, pengelolaan, dan pengembangannya.
 - b) Melakukan studi banding dengan objek serupa, yakni Gua Jepang di daerah-daerah lain, sehingga dapat mengadaptasi.
- 3) Strategi S-T (*Strengths-Threats*):
- a) Memberikan sosialisasi dan mengajak masyarakat untuk ikut serta dalam melestarikan peninggalan sejarah yang ada di daerahnya.
 - b) Mulai memberikan perhatian khusus serta melakukan pembenahan agar menjadi situs/objek wisata yang dapat diakses secara komersil.
- 4) Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*):
- a) Bekerjasama dengan ahli sejarah serta dinas pariwisata agar tercipta rencana-rencana yang tepat.
- g. Agroindustri/Pabrik Pengolahan Teh Jamus
- 1) Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*):
- a) Mengoptimalkan pelayanan dalam penyelenggaraan *factory-tour*.
 - b) Mengenalkan produk olahan Pabrik Teh Jamus yang memiliki cita rasa dan kekhasannya.
- 2) Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*):
- a) Melakukan evaluasi dan pembenahan terhadap sistem kunjungan.
 - b) Menyediakan sarana kritik dan saran pengunjung sebagai upaya megoptimalkan pelayanan.
- 3) Strategi S-T (*Strengths-Threats*):
- a) Berusaha keras mempertahankan ciri khas yang tidak dimiliki pabrik lain.
 - b) Menarik investor dengan menggalakkan promosi dari produk olahan Pabrik Teh Jamus.
 - c) Memberlakukan protokol kesehatan secara ketat ketika ada kunjungan pabrik.
- 4) Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*):
- a) Berusaha mencari tahu sistem pengembangan dari industri lain dan mengadaptasikan hal-hal yang baru.

- b) Meningkatkan mutu dan kualitas produksi agar semakin banyak investor yang mempercayakan penanaman dananya.
- h. *Camping Ground* “Kantil Idaman”
 - 1) Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*):
 - a) Mengembangkan semua potensi serta daya tarik khas yang dimiliki *Camping Ground* “Kantil Idaman.”
 - b) Mempertahankan fasilitas serta sarana dan prasarana yang sudah ada, sekaligus memperbaiki kerusakan yang ada.
 - 2) Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*):
 - a) Menyediakan atraksi pendamping di kawasan *Camping Ground* “Kantil Idaman.”
 - b) Memberi kesempatan pada masyarakat untuk membuka usaha dalam rangka memenuhi kebutuhan pengunjung.
 - 3) Strategi S-T (*Strengths-Threats*):
 - a) Memanfaatkan *view*, nilai khas, serta keunikan lokasi, untuk memaksimalkan daya tarik.
 - b) Menerapkan protokol kesehatan secara ketat.
 - 4) Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*):
 - a) Mempersiapkan SDM yang professional dengan meningkatkan peran serta masyarakat.
 - b) Meningkatkan promosi dengan cara kolaboratif.
- i. Wahana *Flying Fox*
 - 1) Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*):
 - a) Mengoptimalkan pengelolaan dengan melengkapi fasilitas serta sarana dan prasarana yang memadai.
 - b) Menjadikan wahana *flying fox* sebagai objek wisata andalan.
 - 2) Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*):
 - a) Memaksimalkan upaya promosi.
 - b) Berupaya meningkatkan kualitas serta kompetensi para petugas operator.
 - 3) Strategi S-T (*Strengths-Threats*):

- a) Memperkuat potensi dan daya tarik wahana *flying fox* untuk menciptakan kesan puas dan aman bagi pengunjung.
 - b) Memfokuskan pembentukan tim *adventure* untuk mengelola dan menangani operasional.
 - c) Mencari dan menjalin kerjasama dengan investor.
- 4) Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*):
- a) Pengelola dapat lebih gencar melakukan promosi.
 - b) Memberdayakan komunitas masyarakat untuk diberi pelatihan secara profesional.
- j. *Offroad Track "Gardu Polo"*
- 1) Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*):
- a) Menggali lebih dalam potensi-potensi yang tersimpan di objek wisata Gardu Polo.
 - b) Adanya *event* besar yang kerap berlangsung di Gardu Polo, menjadi sarana promosi yang mendatangkan banyak kunjungan.
- 2) Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*):
- a) Memaksimalkan pemanfaatan bekas galian yang ada di kawasan Gardu Polo.
 - b) Pengelola bersama masyarakat setempat berusaha menyuarakan peduli kebersihan lingkungan.
- 3) Strategi S-T (*Strengths-Threats*):
- a) Menggalakkan kesadaran wisatawan akan kebersihan lingkungan dengan memasang papan imbauan.
 - b) Mengadakan inovasi dalam melengkapi fasilitas pendukung aktivitas wisata.
 - c) Memberikan batasan kuota pengunjung serta memberlakukan protokol kesehatan.
- 4) Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*):
- a) Memaksimalkan potensi yang dimiliki melalui pengolaborasi atraksi yang ada.
 - b) Melakukan pengontrolan serta imbauan untuk selalu menjaga alam dengan mengedepankan prinsip *sustainable tourism*.

k. Taman Penangkaran Rusa

1) Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*):

- a) Melakukan pembangunan fasilitas-fasilitas pendukung aktivitas wisata.
- b) Membuka kesempatan masyarakat untuk ikut mengelola dan menggerakkan roda perekonomian.

2) Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*):

- a) Membuat kegiatan/aktivitas wisata dimana pengunjung bisa berinteraksi langsung dengan satwa yang ada.
- b) Mengadakan promosi secara masif kepada masyarakat.

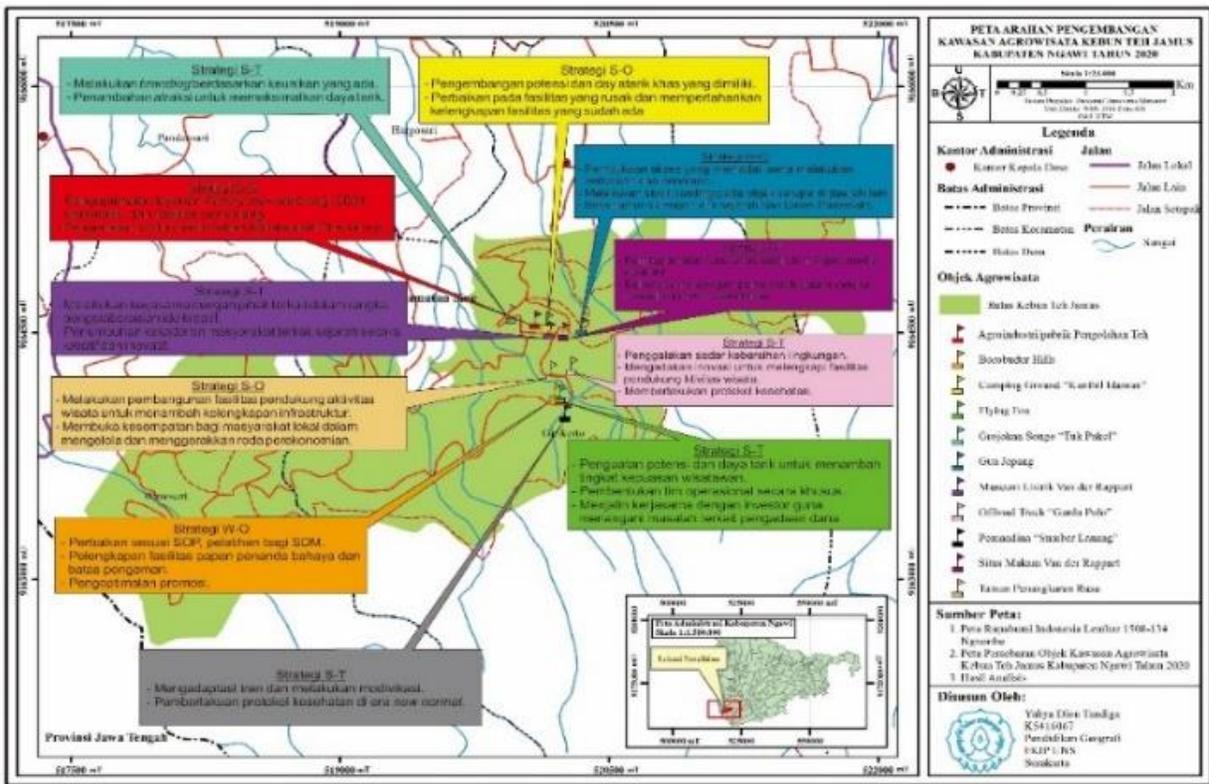
3) Strategi S-T (*Strengths-Threats*):

- a) Bersama pemerintah daerah setempat dapat memberi perhatian dan menjamin keberlangsungan hidup rusa-rusa yang ada di taman penangkaran.

4) Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*):

- a) Mengadakan permodalan bagi Taman Penangkaran Rusa untuk membantu pemeliharaan dan pengembangannya agar sesuai dengan kaidah *sustainable tourism*.
- b) Membentuk kelompok dari SDM yang berkompeten untuk mengurus taman satwa yang ada.

Peta arahan pengembangan kawasan agrowisata kebun the jamus Kabupaten Ngawi Tahun 2020, dapat dilihat pada Gambar 1 yaitu:



Gambar 1. Peta Arahan Pengembangan Kawasan Agrowisata Kebun Teh Jamus Kabupaten Ngawi Tahun 2020.

Sumber: Analisis Peneliti

D. KESIMPULAN

Potensi yang dimiliki Agrowisata Kebun Teh Jamus berdasarkan hasil penilaian terhadap aspek 4A (*attractions, accessibilities, amenities, activities*) diperoleh kedudukan kelas potensi pada tiap-tiap aspek 4A. Aspek *attractions*/atraksi berada pada klasifikasi sangat potensial (SP); aspek *accessibilities*/aksesibilitas berada pada klasifikasi potensial (P); aspek *amenities*/amenitas berada pada klasifikasi sangat potensial (SP); dan aspek *activities*/aktivitas berada pada klasifikasi sangat potensial (SP).

Bentuk pengelolaan Agrowisata Kebun Teh Jamus diidentifikasi sebagai integrasi yang terjalin antara interaksi manusia (sosial budaya) dengan lingkungannya (fisik). Dimensi sosial budaya yang mencakup aspek sumber daya manusia (SDM) menunjukkan belum banyak agen profesional yang berkompeten di bidang kepariwisataan;

aspek keuangan menunjukkan pengelolaan dana secara tersistem oleh PT Candi Loka, seperti sirkulasi dana perusahaan yang diperoleh dari bidang industri, pariwisata, investor, dan bantuan pemerintah; aspek karakteristik tradisi petani dan aspek karakteristik agroindustri memegang peranan penting untuk kelangsungan aktivitas pertanian, sekaligus menjadi instrumen penggerak sektor ekonomi untuk wilayah Jamus dan sekitarnya. Dimensi fisik yang mencakup aspek fasilitas sarana dan prasarana keberadaannya dapat dijangkau wisatawan dengan mudah. Persebaran fasilitas yang ada cenderung berpola teraglomerasi; aspek pemilihan lokasi wisata berkaitan dengan penggunaan lahan berupa perkebunan teh yang kemudian sebagian lahannya dijadikan sebagai kawasan wisata.

Strategi pengembangan Agrowisata Kebun Teh Jamus dianalisis menggunakan matriks SWOT menghasilkan beberapa rumusan strategi yang cocok untuk pengembangan 11 objek/*sites* Agrowisata Kebun Teh Jamus dan disesuaikan dengan kondisi maupun permasalahan yang dihadapi. Hasil dari analisis terhadap 11 objek/*sites* yang ada, diperoleh strategi S-T (*Strengths-Threats*) yang cocok untuk diterapkan pada enam objek/*sites*, yakni Pemandian Sumber Lanang, Grojogan Songo “Tuk Pakel,” Museum Listrik Van der Rappart, Situs Makam Van der Rappart, Wahana *Flying Fox*, dan *Offroad Track* “Gardu Polo”; strategi S-O (*Strengths-Opportunities*) cocok untuk diterapkan pada tiga objek/*sites*, yakni Agroindustri/Pabrik Pengolahan Teh, *Camping Ground* “Kantil Idaman,” dan Taman Penangkaran Rusa; sedangkan dua objek lain, yakni Borobudur *Hill* dan Gua Jepang, cocok jika menerapkan strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*).

E. DAFTAR PUSTAKA

- Hatsani Khamdhan, A., & Nasution, N. (2020). Perkebunan Teh Jamus Di Kabupaten Ngawi Tahun 1984-2001. *E-Journal Pendidikan Sejarah*, 10(1), 9. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/avatara/article/view/36791/32621>
- Rahayu, Siti, Widjaja, & Novika, F. (2011). *Analisis Potensi Ekonomi Pariwisata Surabaya membahas pentingnya pengembangan sektor pariwisata sebagai penunjang pembangunan daerah*. Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia Cabang Surabaya Koordinator Jawa Timur dan UPN “Veteran” Jawa Timur.
- Sastrayuda, G. S. (2011). *Hand Out Mata Kuliah Concept Resort And Leisure*.
- Subhani, A. (2010). *Potensi obyek wisata pantai di kabupaten Lombok Timur tahun 2010*. Universitas Sebelas Maret.

Susanti, I. U. (2005). Tinjauan Geografis Terhadap Upaya Pengembangan Kawasan Obyek Wisata Goa Lawa Di Kecamatan Karangreja Kabupaten Purabalingga. In *Unnes* (Issue Universitas Negeri Semarang).