

TATA KELOLA AGROWISATA KEMBANG DESA DI DAWUNG MATESIH KARANGANYAR

Rohfan Muhammad Hendrawan ¹

Argyo Demartoto ²

Universitas Sebelas Maret, indonesia

e-mail : rohfanmuhammad@gmail.com¹

ABSTRAK

Perkembangan pariwisata saat ini yang begitu pesat membentuk sebuah fenomena yang terjadi dan melibatkan masyarakat banyak, dari kalangan masyarakat biasa hingga pemerintah. Masyarakat harus bisa menyesuaikan diri dengan kondisi tersebut sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan objek wisata tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan Agrowisata Kembang Desa. Metode penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, metode ini dapat mendeskripsikan perilaku individu, peristiwa langsung di lapangan dan suatu kegiatan secara terperinci dan mendalam. Dalam penentuan informan peneliti menggunakan purposive sampling dengan jenis maximum variation sampling untuk memperoleh informasi dari berbagai pihak. Informan untuk penelitian ini adalah Kepala Desa Dawung, Ketua BUMDes Dawung, Pengelola Agrowisata Kembang Desa, Ketua RT, pemilik usaha warung makan, pedagang yang berjualan di sekitar area Agrowisata Kembang Desa dan wisatawan Agrowisata Kembang Desa. Untuk menguji validitas data yang diperoleh peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara dengan hasil pengamatan dan dokumen-dokumen atau bukti tertentu. Hasil penelitian menunjukkan pengelolaan agrowisata yaitu: pertama, pengembangan sarana dan prasaran untuk menunjang kegiatan pariwisata. Kedua, inovasi berupa pengembangan potensi wisata yang dimiliki. Ketiga, promosi melalui media sosial seperti : Facebook, Instagram, Youtube dan Google Bisnis.

Kata kunci: Pariwisata, Agrowisata, Tata Kelola.

ABSTRACT

The current rapid development of tourism forms a phenomenon that occurs and involves many people, from ordinary people to the government. Communities must be able to adapt to these conditions so that they can take advantage of the opportunities that exist with these tourist objects. This study aims to determine the management of Village Flower Agrotourism. The research method used for this research is descriptive qualitative, this method can describe individual behavior, direct events in the field and an activity in detail and depth. In determining informants, researchers used purposive sampling with maximum variation sampling to obtain information from various parties. Informants for this study were the Head of Dawung Village, Chair of the Dawung BUMDes, Manager of Kembang Desa Agrotourism, Head of RT, owner of a food stall, traders selling around the Kembang Desa Agrotourism area and Tourists of Kembang Desa Agrotourism. To test the validity of the data obtained, the researcher used a source triangulation technique by comparing interview results with observations and certain documents or evidence. The results of the research show that the management of agro-tourism is: first, the development of facilities and infrastructure to support tourism activities. Second, innovation in the form of developing tourism potential. Third, promotion through social media such as: Facebook, Instagram, Youtube and Google Business.

Keywords: *Tourism, Agrotourism, Governance.*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam usaha meningkatkan pendapatan. Pariwisata ialah segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan wisata dari tempat tertentu dan terdapat hubungan manusia yang satu dengan manusia lain. Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat lepas dari berhubungan antar manusia. Pariwisata sebagai salah satu sektor yang penting dalam pengelolaannya memiliki kekhasan tersendiri sehingga diperlukan keahlian, ketekunan, dedikasi serta pandai melihat peluang yang ada untuk menjadikan pariwisata diminati oleh wisatawan (Soekadijo 1997)¹.

Perkembangan yang pesat pasti membentuk suatu fenomena yang terjadi dan melibatkan masyarakat banyak, dari kalangan masyarakat biasa hingga pemerintah. Dalam pembangunan pariwisata diperlukan kerjasama antara pemerintah dengan masyarakat agar sektor pariwisata dapat berkembang dengan baik serta berkontribusi dalam pariwisata nasional. Tujuan pengembangan pariwisata di Indonesia terlihat dengan jelas dalam Instruksi Presiden Republik

¹ Soekadijo, R. G. (1997). *Anatomi Pariwisata*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Indonesia Nomor 9 Tahun 1969, khususnya Bab II Pasal 3, yang menyebutkan “Usaha-usaha pengembangan pariwisata di Indonesia bersifat suatu pengembangan “industri pariwisata” dan merupakan bagian dari usaha pengembangan dan pembangunan serta kesejahteraan masyarakat dan Negara” (Yoeti, 1996)². Berdasarkan instruksi tersebut tujuan pariwisata di Indonesia untuk : a.) meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya dan pendapatan negara dan masyarakat pada umumnya, b.) perluasan kesempatan serta lapangan kerja, c.) menambah devisa negara, d.) meningkatkan pembangunan daerah, e.) memperkenalkan budaya dan keindahan alam yang dimiliki.

Indonesia berupa kepulauan tentu masih memiliki potensi sumber daya alam yang banyak serta memiliki pemandangan alam yang indah dan masyarakat lebih mengembangkan pariwisata yang berbasis wisata alam. Sebagai negara agraris memiliki kekayaan alam yang melimpah dan dapat dimanfaatkan untuk pariwisata. Sumber daya alam yang dimiliki ini dapat dijadikan sebagai modal untuk mengembangkan pariwisata mengangkat potensi alam dan kebudayaan. Pemandangan alam gunung, lembah, air terjun, hutan, sungai, danau, goa, dan pantai merupakan sumberdaya alam yang memiliki potensi besar untuk area wisata alam. Pengembangan potensi ini dapat menjadi sumber daya potensial untuk mendatangkan penghasilan, menciptakan lapangan pekerjaan, serta dapat mengkondisikan sikap dan perilaku masyarakat yang dinamis untuk berkembang (Anwas, 2014)³.

Agrowisata dapat diartikan sebagai pengembangan pariwisata berbasis alam yang berfokus pada pelestarian kekayaan alam (Arini, 2017)⁴. Agowisata dapat menjadi sebuah pariwisata alternatif dan sebagai langkah alternatif pengganti dalam kegiatan pariwisata. Dengan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia agrowisata menjadi pariwisata alternatif yang menarik. Agrowisata juga berperan dalam edukasi mengenai penanaman, pemeliharaan, panen hingga pengolahan lanjutan hasil panen yang dapat meningkatkan nilai ekonomi dari hasil panen tersebut.

² A, Yoeti, Oka . (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

³ Anwas, M Oos. (2014). *Pemberdayaan Masyarakat di Era Globalisasi*. Bandung: Alfabata.

⁴ Arini. T. (2017). *Key Performance Indicator untuk Perusahaan Jasa*. Jakarta: Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Grup).

Bumi Intanpari merupakan julukan yang dimiliki oleh Kabupaten Karanganyar. Intanpari berasal dari kata industri, pertanian, dan pariwisata yang di akronim, ketiga bidang tersebut menjadi penggerak ekonomi Kabupaten Karanganyar. Karanganyar memiliki pemandangan yang indah, alam yang hijau dan asri, dan udara yang sejuk dan segar.

Karanganyar memiliki banyak tempat wisata, mulai dari wisata alam hingga hiburan ada. Wisata alam yang terkenal di kalangan masyarakat seperti Air Terjun Grojogan Sewu, Air Terjun Jumog, Tahura, Kebun Teh Kemuning, Air terjun Jumog dan masih banyak lainnya. Wisata taman hiburan juga menjadi salah satu alternatif ketika berkunjung ke Karanganyar seperti Agrowisata Sondokoro, Agrowisata Amanah, Agrowisata Kembang Desa, Rumah Atsiri Indonesia, Sakura Hills, Lawu Park, Taman Balekambang dan masih banyak lagi.

Agrowisata kembang desa yang terletak di bawah lereng Gunung Lawu tepatnya Desa Dawung Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar merupakan salah satu alternatif wisata yang sayang untuk dilewatkan. Lokasinya sangat strategis dan mudah diakses. Berjarak 12 kilometer dari Kota Karanganyar. Di desa wisata tersebut dapat mendapatkan kesegaran tentang keindahan alam yang menjadi destinasi di desa tersebut. Ketika menghadap ke timur akan langsung disajikan pemandangan gunung Lawu. Sebagian besar masyarakat Desa Dawung bekerja sebagai petani dan pedagang. Agrowisata kembang desa memiliki fasilitas seperti tempat foto yang unik, pondok saung untuk beristirahat sambil menikmati keindahan taman bunga, taman bunga yang bewarna-warni serta perkebunan buah anggur, melon dan semangka.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, metode ini dapat mendeskripsikan perilaku individu, peristiwa langsung di lapangan dan suatu kegiatan secara terperinci dan mendalam. Dalam penentuan informan peneliti menggunakan *purposive sampling* dengan jenis *maximum variation sampling* untuk memperoleh informasi dari berbagai pihak. Informan untuk penelitian ini adalah Kepala Desa Dawung, Ketua BUMDes Dawung, Pengelola Agrowisata Kembang Desa, Ketua RT, pemilik usaha warung makan, pedagang yang berjualan di sekitar area Agrowisata Kembang Desa dan wisatawan

Agrowisata Kembang Desa. Untuk menguji validitas data yang diperoleh peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara dengan hasil pengamatan dan dokumen-dokumen atau bukti tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Pariwisata saat ini memiliki peranan yang penting sebagai salah satu sumber penerimaan anggaran, serta sebagai penggerak ekonomi dan bisa menciptakan lapangan pekerjaan sehingga dapat meningkatkan produktivitas suatu daerah bahkan negara.

Agrowisata Kembang Desa diresmikan oleh Bupati Karanganyar pada tanggal 8 Oktober 2020. Tujuan utama dari agrowisata ini menurut Pengelola Agrowisata Kembang Desa, Bapak Agus Waluyo (41) saat diwawancarai pada (12 Januari 2023) sebagai berikut.

“Tujuan utama dari agrowisata ini yang utama untuk membuat lapangan kerja dan untuk menambah PAD(Pendapatan Asli Daerah) desa, serta sebagai penggerak UMKM juga.”

Dari pemaparan Bapak Agus Waluyo Agrowisata Kembang Desa bertujuan menambah PAD, membuat lapangan kerja untuk masyarakat sekitar dan sebagai alat penggerak UMKM yang berada di Dawung.

Sejalan dengan Bapak Agus waluyo, Menurut Bapak Lasmanto selaku ketua BUMDes juga memberikan pernyataan tujuan Agrowisata Kembang Desa sebagai berikut :

“Tujuan utama dari pembangunan agrowisata ini yang pertama untuk meningkatkan PAD, yang kedua untuk mengurangi pengangguran terutama di Desa Dawung, yang ketiga sebagai sarana rekreasi untuk warga masyarakat.”

Tujuan dari pembangunan Agrowisata Kembang Desa adalah meningkatkan PAD (Pendapatan Asli Daerah) akan tetapi secara tidak langsung berimbas pada dorongan terhadap pembangunan ekonomi desa dengan meningkatkan partisipasi dan kualitas

masyarakat dalam mengelola usaha jasa pariwisata dan bisa meningkatkan pendapatan melalui kreatifitas produktif didalam bidang kepariwisataan.

Dalam mencapai tujuan tentu agrowisata kembang desa harus menyiapkan langkah-langkah yang harus dijalankan berupa strategi. Untuk keberlangsungan agrowisata diperlukan sebuah langkah yang tepat untuk menjaga serta mengembangkan usaha jasa pariwisata tersebut. Pengelola Agrowisata Kembang Desa melakukan beberapa strategi untuk mencapai tujuan yang telah tentukan, antara lain :

PENGEMBANGAN SARANA DAN PRASARANA

Sarana dan prasarana sangat penting untuk menunjang kegiatan pariwisata. Semakin lengkap sarana dan prasarana yang disediakan semakin betah dan nyaman bagi wisatawan untuk menikmati suatu objek wisata yang dimiliki. Dengan adanya sarana dan prasarana yang baik dapat menjadi nilai tambah dan dapat meningkatkan keindahan suatu objek wisata.

Agrowisata Kembang Desa telah menyediakan sarana utama seperti toilet umum, mushola, kios-kios pedagang, toko kelontong, dan pusat oleh-oleh bagi wisatawan yang datang.

Resto menjadi penunjang dalam kegiatan pariwisata, wisata kuliner menjadi suatu yang wajib dilakukan oleh sebagian wisatawan. Tidak hanya wisatawan dari luar kota tetapi wisatawan lokal melakukan hal yang sama. Indonesia sangat kaya akan berbagai macam kuliner dari jenis makanan, minuman, camilan hingga memiliki cita rasa yang khas tiap daerah bahkan memiliki penyajian yang berbeda ini menjadi daya tarik tersendiri tentunya bagi wisatawan.

Gazebo merupakan bangunan yang biasa hadir di taman kemudian tiap sisi terbuka supaya bisa menikmati taman dengan nyaman serta menikmati udara tanpa terhalang dinding atau penutup pada tiap sisinya. Hadirnya gazebo dalam sebuah tempat wisata dapat menjadikan taman bunga yang ada di dalam agrowisata semakin terasa. Bersantai di sebuah gazebo setidaknya bisa mengurangi rasa penat dari kesibukan yang telah dilalui hari-hari sebelumnya.

Kios-kios telah disediakan oleh pihak pengelola Agrowisata Kembang Desa sebagai sarana yang dapat menunjang perekonomian dan memenuhi kebutuhan para wisatawan yaitu berupa kios oleh-oleh, warung makan, dan toko kelontong.

Ketika wisatawan berkunjung ke Agrowisata Kembang Desa tak lepas dari kendaraan yang mereka bawa baik itu motor, mobil, bus atau yang lainnya. Pengelola Agrowisata Kembang Desa telah menyiapkan sarana lahan parkir yang cukup luas untuk menunjang transportasi yang digunakan wisatawan.

INOVASI

Agrowisata Kembang Desa merupakan pariwisata buatan sehingga perlu adanya inovasi untuk menyesuaikan dengan kebutuhan pariwisata. Pengembangan sarana dan prasana harus dilakukan. Inovasi dalam bidang pariwisata menjadi faktor yang penting dalam meningkatkan perkembangan sosial ekonomi. Peningkatan perkembangan sosial ekonomi bergantung terhadap pemanfaatan sumber daya dan potensi yang dimiliki oleh suatu daerah yang memungkinkan untuk dimanfaatkan untuk usaha jasa pariwisata atau sebagainya. Inovasi sebagai faktor pendorong perubahan yang nyata bagian dari aktivitas manusia yang menghasilkan karya. Lingkupan inovasi yang bersifat komprehensif bertindak tidak pada penggunaan praktis dari perkembangan dan penemuan baru yang sifatnya ilmiah ataupun teknik akan tetapi mencakup bagaimana perubahan dalam suatu produk, proses, pemasaran dan organisasi.

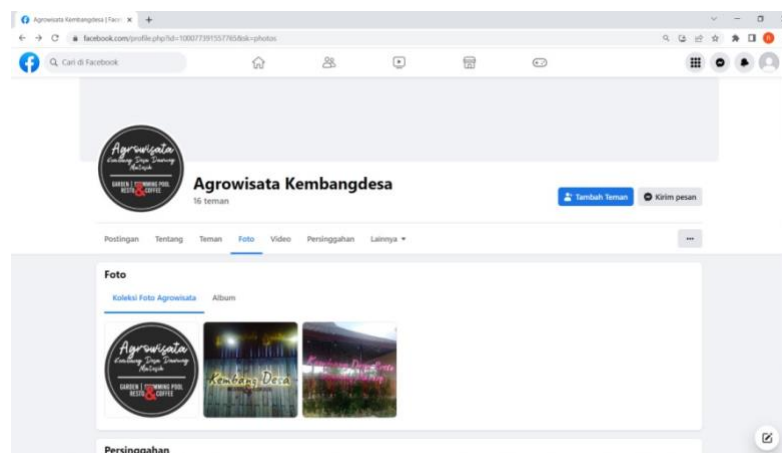
Inovasi dalam pariwisata harus bersifat kebaruan kualitatif yang membawa dampak positif atau perubahan yang positif dalam memastikan fungsi dan pengembangan industri yang berkelanjutan di wilayah tersebut.

PROMOSI

Promosi menjadi bagian yang tidak kalah penting untuk mendatangkan wisatawan. Selain mengembangkan objek wisata dan fasilitas untuk menarik wisatawan, Agrowisata Kembang Desa juga melakukan kerjasama dengan beberapa pihak dan melakukan promosi secara *online* menggunakan beberapa platform media sosial sebagai sarana promosi terlebih untuk mengenalkan agrowisata ini secara luas.

Dalam rangka untuk meningkatkan jumlah wisatawan dan mengenalkan Agrowisata Kembang Desa secara luas pihak pengelola menggunakan media sosial sebagai media promosi. Tujuan penggunaan media sosial ini untuk memajukan Agrowisata Kembang Desa, dengan menjaga kekompakan antar pengelola dan memanfaatkan keahlian yang dimiliki sehingga dapat berkembang, maju dan sukses. Adapun beberapa media yang digunakan untuk mempromosikan Agrowisata Kembang Desa yaitu media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *youtube* dan *google maps*.

Promosi Agrowisata Kembang Desa melalui Facebook

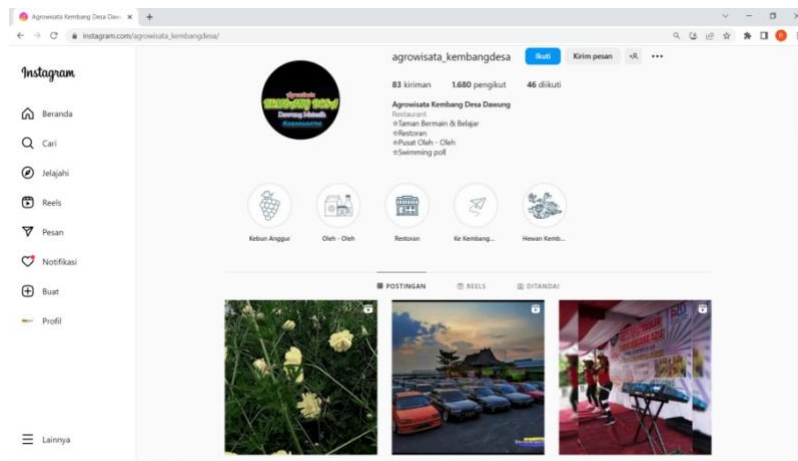


Sumber :

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100077391557765&sk=photos>,

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat promosi yang dilakukan oleh pengelola Agrowisata Kembang Desa melalui media Facebook. Promosi Agrowisata Kembang Desa melalui Facebook dilakukan dengan cara memposting foto atau video, teks pada akun pribadi yang digunakan sebagai media promosi. Pengguna Facebook yang sangat banyak dan jangkauan yang luas serta tidak perlu mengeluarkan biaya yang mahal untuk promosi menjadi kelebihan dari Facebook. Wisatawan juga dapat berkomunikasi dengan pengelola melalui *mesenger* atau kolom komentar pada postingan yang ada.

Promosi Agrowisata Kembang Desa melalui Instagram

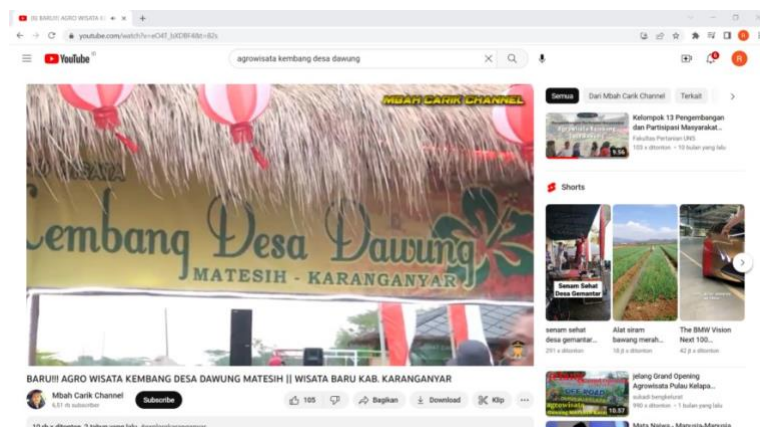


Sumber :

https://instagram.com/agrowisata_kembangdesa?igshid=MzRIODBiNWFIZA==,

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat promosi Agrowisata Kembang Desa melalui media instagram. Instagram dapat digunakan untuk promosi dengan mengunggah foto atau video obyek-obyek wisata, sarana prasarana yang dimiliki oleh Agrowisata Kembang Desa untuk menarik minat wisatawan. Untuk berkomunikasi dapat dilakukan melalui kolom komentar atau melalui pesan pribadi *direct message* (DM) dan menghubungi kontak yang telah diberikan.

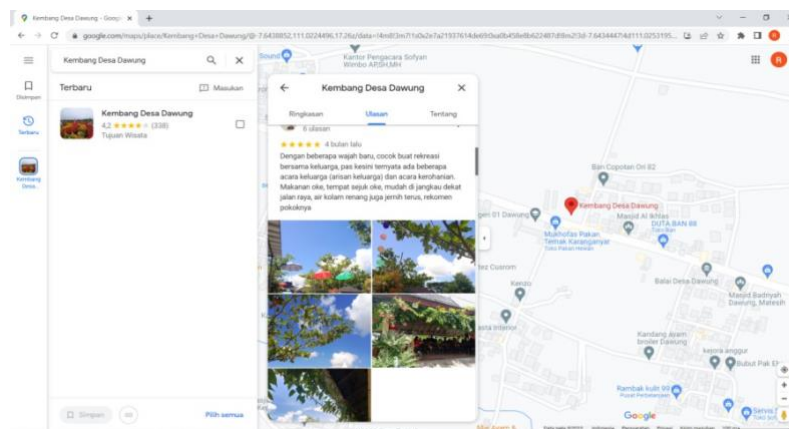
Promosi Agoriwsata melalui Youtube



Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=eO4T_bXDBF4&t=82s,

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa Youtube dapat digunakan sebagai media untuk promosi. Youtube juga sebagai sarana untuk memperoleh informasi, tayangan Youtube yang bergaman menjadikan platform ini digemari untuk ditonton. Melalui Youtube pengelola Agrowisata kembang Desa dapat mengunggah video untuk mengenalkan agrowisata kepada masyarakat luas. Promosi secara online termasuk video sedang menjadi tren. Video yang diunggah tidak hanya bisa ditonton oleh masyarakat lokal akan tetapi bisa dinikmati oleh seluruh pengguna internet.

Promosi Agrowisata Kembang Desa melalui Google Bisnis



Sumber : <https://www.google.com/maps/place/Kembang+Desa+Dawung/@-7.6438852,111.0224496,17.26z/data=!4m8!3m7!1s0x2e7a21937614de69:0xa0b458e8b622487d!8m2!3d-7.6434447!4d111.0253195!9m1!1b1!16s%2Fg%2F11r3cnhxw>,

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa Google Bisnis dapat dimanfaatkan untuk media promosi tempat pariwisata secara online. Platform Goggle Bisnis memudahkan pebisnis, organisasi untuk mengelola informasi mereka di Google melalui penelusuran atau maps. Pemilik usaha dapat mengajukan verifikasi atas usaha mereka terhadap Google. Rating memiliki pengaruh yang tinggi dalam penilaian reputasi suatu tempat usaha. Semakin tinggi rating maka semakin bagus pula tempat pariwisata tersebut, hal ini dapat terlihat dari ulasan yang diberikan pada kolom Google Maps. Pemilik usaha bisa menentukan lokasi usaha mereka melalui Google Maps untuk memudahkan wisatawan untuk berkunjung. Selain itu pemilik usaha dapat mengunggah foto atau video sebagai informasi tambahan dari usaha yang dimiliki. Serta dapat diberikan kontak yang dapat suatu saat dihubungi oleh wisatawan ketika akan berkunjung atau hanya sekedar memperoleh informasi tambahan.

KERJASAMA

Kerjasama sangat dibutuhkan dalam proses pengembangan Agrowisata Kembang Desa. Kerja sama biasanya dilakukan atas dasar tujuan yang sama, yaitu tujuan yang hendak dicapai. Selain kerjasama antar pegawai yang harus memiliki visi misi yang sama. Pihak pengelola Agrowisata Kembang Desa turut bekerjasama dengan beberapa pihak, Bapak Lasmanto menjelaskan.

“Kami bekerjasama dengan beberapa pihak misalnya BNI untuk pembuatan kebun anggur dan pembelian saham dengan berkerjasama dengan masyarakat.”

Bapak Lasmanto menambahkan

“Untuk faktor pendukung pengelolaan Agrowisata kami sebenarrnya kita mendapatkan dukungan dari beberapa pihak seperti BNI dalam upaya untuk meningkatkan pengembangan agrowisata kami dibantu dalam pembuatan kebun anggur serta pemerintah desa juga sangat mendukung serta memberikan bantuan dana. Kita juga melibatkan masyarakat melalui tanam saham dimana kita menjualkan saham 200 lembar. Dari saham tersebut sebenarnya masyarakat memiliki kepemilikan agrowisata tersebut dan juga mereka mendapatkan hasil setiap satu tahun sekali berupa SHU.”

Kerjasama ini sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kontribusi terutama masyarakat yang berada di Desa Dawung karena Agrowisata ini merupakan aset yang dimiliki oleh Desa sehingga masyarakat dapat memperoleh keuntungan dengan adanya Agrowisata.

Sebagaimana kerjasama antara pihak Agrowisata Kembang Desa dengan mengajak masyarakat juga dijelaskan oleh Bapak Hardono.

“Untuk keterlibatan dalam pembentukan strategi masyarakat belum dilibatkan secara langsung akan tetapi dari beberapa masyarakat desa hanya bisa menyampaikan bagaimana pandangan mereka terhadap agrowisata melalui pihak BUMDes.”

Bapak Hardono menambahkan

“Iya, pemerintah/dinas(BUMDes) terkait mengajak masyarakat untuk bekerjasama dalam pengembangan agrowisata melalui tanam saham.”

Masyarakat Desa Dawung diajak kerjasama dalam pengembangan Agrowisata Kembang Desa melalui pembelian saham. Dengan masyarakat turut berinvestasi mereka memiliki sebagian kepemilikan saham Agrowisata Kembang Desa.

Dari hasil wawancara diatas diketahui bahwa pihak pengelola Agrowisata Kembang Desa dalam pengelolaannya mengajak beberapa pihak untuk bekerjasama, diantaranya salah satu perusahaan BUMN yaitu BNI bekerjasama dalam pembuatan kebun anggur. Kemudian Pemerintah Desa memberikan bantuan dana, membantu proses promosi dan memberikan masukan terkait penyelenggaraan pariwisata diwilayah Desa Dawung. Yang terakhir masyarakat khususnya Desa Dawung diajak kerjasama sama melalui pembelian saham yang telah disediakan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti berupaya menggali secara mendalam bagaimana upaya yang dilakukan oleh pengelola Agrowisata Kembang Desa untuk mengembangkan dan mencapai tujuan utama yang ditetapkan dengan pembangunan tempat wisata ini. Struktural fungsional memandang masyarakat sebagai sebuah kesatuan sistem yang salah terhubung. Terdapat empat konsep didalam suatu struktur atau sistem yang dikemukakan oleh Talcott Parsons, yaitu *Adaptation* (adaptasi), *Goal Attainment* (tujuan), *Integration* (integrasi), *Latency* (pemeliharaan pola).

1. *Adaptation* (adaptasi)

Adaptation merupakan konsep agar masyarakat dapat bertahan dengan berbagai macam perubahan yang terjadi. Pengambilan keputusan atau strategi menjadi hal yang penting dalam pengembangan agrowisata. Pengelola Agrowisata Kembang Desa telah melakukan beberapa strategi yang diterapkan seperti melakukan promosi melalui media sosial berupa Whatsapps, Facebook, Youtube, Google Bisnis dan Instagram. Dengan menggunakan media sosial tersebut diharapkan dapat menjangkau wisatawan yang lebih luas lagi. Bekerjasama dengan berbagai pihak telah dilaksanakan seperti paguyuban sepur kelinci, taman kanak-kanak dan sekolah dasar di wilayah Matesih.

Dalam mengembangkan Agrowisata Kembang Desa juga mengajak kerjasama beberapa pihak salah satunya BNI.

Inovasi-inovasi perlu dilakukan sebagai daya saing dengan adanya wisata-wisata daerah lain. Beberapa inovasi telah direalisasikan untuk meningkatkan jumlah wisatwan, seperti pembangunan kolam renang, resto dan kebun anggur.

Salah satu tujuan utama dari Agrowisata Kembang Desa adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat maka pihak pengelola mengajak masyarakat untuk terlibat secara langsung melalui penyerapan tenaga kerja dan pemberdayaan pembuatan bakpia sebagai oleh-oleh dari Agrowisata Kembang Desa. Selain itu masyarakat dapat berjualan di area yang telah disediakan oleh pihak pengelola. Pengelolaan Agrowisata Kembang Desa berada dibawah BUMDes, BUMDes berperan untuk meningkatkan perekonomian desa meningkatkan usaha masyarakat dalam pengeolaan potensi desa.

2. *Goal Attainment* (tujuan)

Pembangunan Agrowisata Kembang Desa memiliki beberapa tujuan utama yakni, pertama meningkatkan PAD (pendapatan asli daerah). Pendapatan asli daerah salah satu sumber pendanaan otonomi daerah dan pembangunan daerah. Semakin meningkatnya pendapatan asli daerah maka akan memperlanjar pembangunan dan pemerintahan daerah.

Kedua, meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pembangunan harus memperhatikan kepetingan dan keterlibatan masyarakat untuk berperan secara langsung atau tidak langsung sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan. Munculnya peluang pekerjaan baru dari adanya pembangunan pariwisata mendorong mmasyarakat untuk mencoba kesempatan untuk memperbaiki perekonomian

Ketiga, sebagai sarana rekreasi. Kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat untuk menrilekskan pikiran. Pariwisata berbasis alam sering dikunjungi oleh wisatawan. Dengan hadirnya wisatawan tentu dapat meningkatkan pendapatan-pendapatan yang ada di area pariwisata.

3. *Integration* (Integrasi)

Keseluruhan, keseimbangan yang diciptakan dalam sebuah sistem yang ada di dalam masyarakat. Terjalannya hubungan yang baik antar kelompok masyarakat,

umkm, pemerintah desa, BUMDes dan wisatawan sehingga dapat bekerjasama dalam pengembangan Agrowisata Kembang Desa agar lebih baik daripada sebelumnya baik dari segi sarana dan prasana serta pengelolaannya.

4. *Latency* (pemeliharaan pola)

Latensi memiliki peran yang penting dalam mempertahankan sistem yang sudah berjalan. Setelah mencapai target yang telah ditentukan pengelola diharapkan untuk menjaga sistem tersebut dan mengembangkan strategi untuk meningkatkan wisatawan.

Pengelola Agrowisata Kembang Desa terus melakukan terobosan atau inovasi untuk mengembangkan agrowisata dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Konsep pariwisata berbasis masyarakat dimana masyarakat menjadi pelaku utama dalam pengembangan agrowisata dan menerima dampak secara langsung. Adanya Agrowisata membentuk sebuah sistem yang baru dimana beberapa kelompok sosial dituntut harus melakukan adaptasi dengan lingkungan yang baru.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka diperoleh beberapa kesimpulan mengenai hal-hal yang menjadi fokus penelitian ini terutama pada pengelolaan agrowisata. Dalam proses pengelolaan Agrowisata Kembang Desa ada beberapa strategi yang diambil oleh pengelola untuk mengenalkan agrowisata secara luas, antara lain :

- a) Pengembangan sarana dan prasarana menjadi pendukung dalam kegiatan pariwisata serta dengan adanya sarana dan prasarana yang baik dapat memudahkan wisatawan sehingga kegiatan pariwisata yang dilaksanakan dapat berjalan dengan lancar.
- b) Inovasi untuk menjalankan usaha pariwisata agar bisa bertahan dan bersaing tentunya perlu adanya inovasi untuk agrowisata. Inovasi-inovasi mulai direalisasikan untuk meningkatkan wisatawan. Beberapa inovasi dari pengelola mulai direalisasikan seperti: kolam renang, kebun anggur, penggantian tanaman yang baru, dan pembuatan spot-spot foto.
- c) promosi menjadi salah satu hal yang tidak bisa dilewatkan oleh pengelola dengan melakukan promosi dapat menjangkau wisatawan yang lebih luas. Pengelola menggunakan platform sosial media untuk mengenalkan Agrowisata Kembang Desa. Adapun beberapa platform media sosial yang digunakan untuk mempromosikan Agrowisata Kembang Desa yaitu media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube

dan Google Maps. Selain menggunakan media sosial pengelola juga sering melakukan event-event atau bazar untuk menarik wisatawan.

- d) Kerjasama menjadi hal yang tidak boleh terlewatkan dalam pengembangan agrowisata ini. Pengelola mengajak masyarakat kerjasama melalui tanam saham serta mengajak masyarakat untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat melalui pemberdayaan pembuatan bakpia sekitar 15-20 orang. Bakpia ini menjadi salah satu oleh-oleh hasil produksi masyarakat, selain bakpia pusat oleh-oleh agrowisata Kembang desa menampung beberapa olahan produksi masyarakat seperti : krupuk kulit, kripik belut, rengginang dan peyek. Selain itu tenaga kerja yang dimiliki oleh Agrowisata Kembang Desa merupakan masyarakat sekitar lingkungan agrowisata itu sendiri Keterlibatan masyarakat ini sejalan dengan salah satu dari agrowisata ini untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain kerjasama dengan masyarakat pengelola juga mengajak BNI dalam mengembangkan agrowisata melalui pembuatan kebun anggur.

SARAN

Hasil penelitian tentang strategi pengelolaan agrowisata berbasis masyarakat dengan studi kasus Agrowisata Kembang Desa yang dilakukan oleh peneliti memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu perlu adanya perbaikan supaya penelitian ini dapat lebih baik lagi kedepannya. Adapun beberapa saran yang peneliti berikan, sebagai berikut :

1. Bagi pengelola Agrowisata Kembang Desa

Peneliti menyarankan pengelola Agrowisata Kembang Desa tetap melanjutkan inovasi-inovasi yang dimiliki untuk pengembangan agrowisata tersebut. Selain inovasi yang harus tetap dilakukan sarana dan prasarana tetap harus diperhatikan supaya kondisinya tetap terjaga dengan bagus sehingga wisatawan merasa nyaman dan dapat menikmati kondisi Agrowisata Kembang Desa dengan tenang dan aman. Untuk promosi melalui media sosial harus lebih dimaksimalkan lagi sehingga dapat menjangkau wisatawan yang lebih banyak dan menjadikan Agrowisata Kembang Desa lebih banyak dikenal oleh masyarakat. Pengelola juga harus mempertahankan kerjasama yang telah terbentuk sebelumnya dengan masyarakat atau BNI sehingga dapat menciptakan kekompakan untuk mencapai tujuan yang diharapkan bersama. Selain menjaga kerjasama yang telah terbangun sebelumnya pengelola juga harus mengembangkan relasi atau mengajak pihak-pihak luar untuk ikut bekerjasama dalam membangun agrowisata yang dimiliki. Supaya Agrowisata Kembang

Desa dapat bertahan dengan semakin meningkatnya kompetitor-kompetitor dalam bidang pariwisata.

2. Bagi masyarakat sekitar Agrowisata Kembang Desa

Untuk masyarakat mereka harus meningkatkan kontribusi dalam pengembangan Agrowisata Kembang Desa. Kontribusi bisa mereka lakukan mulai dari hal seperti pelaksanaan acara yang menggunakan agrowisata sebagai tempat utama contohnya bazar umkm, festival buah dan kegiatan rutin masyarakat seperti senam. Masyarakat terutama yang berjualan harus mengerti tentang sapta pesona dan diharapkan dapat menerapkannya. Kemudian hubungan antar pedagang karena sebelumnya mereka berasal dari wilayah yang sama harus bisa menjaga kerukunan, saling menghormati dan ketika bersaing dalam usaha yang mereka jalankan merupakan persaingan secara sehat tidak saling menjatuhkan dan dapat bekerjasama untuk mencapai tujuan dari pembangunan Agrowisata Kembang Desa.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik dengan penelitian yang serupa, semoga ini bisa membantu dan dapat dijadikan bahan untuk penelitian selanjutnya dengan peningkatan kualitas dan perbaikan agar lebih baik daripada sebelumnya. Penelitian ini berfokus pada strategi pengelolaan yang dijalankan Agrowisata Kembang Desa. Sehingga masih banyak hal yang masih bisa digali secara mendetail dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Yoeti, Oka . (1996). Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa.
- Anwas, M Oos. (2014). Pemberdayaan Masyarakat di Era Globalisasi. Bandung: Alfabata.
- Arini. T. (2017). *Key Performance Indicator* untuk Perusahaan Jasa. Jakarta: Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Grup).
- Manurung, S. S & Rahmayani, A. (2022). Pengelolaan Pariwisata Berbasis Masyarakat (*Community Based Tourism*) di Objek Wisata Tangkahan. 1(3) : 148-154. <https://doi.org/10.55123/tova.v1i03.845>.
- Nisa, K. K. (2019). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Wisata Panusupan Kecamatan Rembang Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Hermeneutika*. 5(1).
- Permatasari, Indah. (2022). Peran Model Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (*Community Based Tourism*) dalam Mewujudkan Pariwisata Berkelanjutan (*Sustainable Tourism*) di Bali. *KERTHA WICAKSANA: Sarana Komunikasi Dosen dan Mahasiswa*. 16 (2). Pp 164-171. <https://doi.org/10.22225/kw.16.2.2022.164-171>.
- Safitri, A., Silaya, Th. M., Latupapua, L. (2022). Pengelolaan Objek Wisata Berbasis Masyarakat Lokal di Siwang Paradise Negeri Urimessing Kota Ambon. <https://doi.org/10.30598/jhppk.2022.6.1.22>.
- Soekadijo, R. G. (1997). *Anatomi Pariwisata*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Susfenti, N. E. M. (2016). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat (*Community Based Tourism-CBT*) di Desa Sukajadi Kecamatan Carita.

TATA KELOLA AGROWISATA KEMBANG DESA DI DAWUNG MATESIH

KARANGANYAR

Rohfan Muhammad Hendrawan ¹

Argyo Demartoto ²

Universitas Sebelas Maret, indonesia

e-mail : rohfanmuhammad@gmail.com¹

ABSTRAK

Perkembangan pariwisata saat ini yang begitu pesat membentuk sebuah fenomena yang terjadi dan melibatkan masyarakat banyak, dari kalangan masyarakat biasa hingga pemerintah. Masyarakat harus bisa menyesuaikan diri dengan kondisi tersebut sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan objek wisata tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan Agrowisata Kembang Desa. Metode penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, metode ini dapat mendeskripsikan perilaku individu,

peristiwa langsung di lapangan dan suatu kegiatan secara terperinci dan mendalam. Dalam penentuan informan peneliti menggunakan purposive sampling dengan jenis maximum variation sampling untuk memperoleh informasi dari berbagai pihak. Informan untuk penelitian ini adalah Kepala Desa Dawung, Ketua BUMDes Dawung, Pengelola Agrowisata Kembang Desa, Ketua RT, pemilik usaha warung makan, pedagang yang berjualan di sekitar area Agrowisata Kembang Desa dan wisatawan Agrowisata Kembang Desa. Untuk menguji validitas data yang diperoleh peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara dengan hasil pengamatan dan dokumen-dokumen atau bukti tertentu. Hasil penelitian menunjukkan pengelolaan agrowisata yaitu: pertama, pengembangan sarana dan prasarana untuk menunjang kegiatan pariwisata. Kedua, inovasi berupa pengembangan potensi wisata yang dimiliki. Ketiga, promosi melalui media sosial seperti : Facebook, Instagram, Youtube dan Google Bisnis.

Kata kunci: Pariwisata, Agrowisata, Tata Kelola.

ABSTRACT

The current rapid development of tourism forms a phenomenon that occurs and involves many people, from ordinary people to the government. Communities must be able to adapt to these conditions so that they can take advantage of the opportunities that exist with these tourist objects. This study aims to determine the management of Village Flower Agrotourism. The research method used for this research is descriptive qualitative, this method can describe individual behavior, direct events in the field and an activity in detail and depth. In determining informants, researchers used purposive sampling with maximum variation sampling to obtain information from various parties. Informants for this study were the Head of Dawung Village, Chair of the Dawung BUMDes, Manager of Kembang Desa Agrotourism, Head of RT, owner of a food stall, traders selling around the Kembang Desa Agrotourism area and Tourists of Kembang Desa Agrotourism. To test the validity of the data obtained, the researcher used a source triangulation technique by comparing interview results with observations and certain documents or evidence. The results of the research show that the management of agro-tourism is: first, the development of facilities and infrastructure to support tourism activities. Second, innovation in the form of developing tourism potential. Third, promotion through social media such as: Facebook, Instagram, Youtube and Google Business.

Keywords: *Tourism, Agrotourism, Governance.*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam usaha meningkatkan pendapatan. Pariwisata ialah segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan wisata dari tempat tertentu dan terdapat hubungan manusia yang satu dengan manusia lain. Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat lepas dari berhubungan antar manusia. Pariwisata sebagai salah satu sektor yang penting dalam pengelolaannya memiliki kekhasan tersendiri sehingga diperlukan keahlian, ketekunan, dedikasi serta pandai melihat peluang yang ada untuk menjadikan pariwisata diminati oleh wisatawan (Soekadijo 1997)¹.

Perkembangan yang pesat pasti membentuk suatu fenomena yang terjadi dan melibatkan masyarakat banyak, dari kalangan masyarakat biasa hingga pemerintah. Dalam pembangunan pariwisata diperlukan kerjasama antara pemerintah dengan masyarakat agar sektor pariwisata dapat berkembang dengan baik serta berkontribusi dalam pariwisata nasional. Tujuan pengembangan pariwisata di Indonesia terlihat dengan jelas dalam Instruksi Presiden Republik

¹ Soekadijo, R. G. (1997). *Anatomi Pariwisata*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Indonesia Nomor 9 Tahun 1969, khususnya Bab II Pasal 3, yang menyebutkan “Usaha-usaha pengembangan pariwisata di Indonesia bersifat suatu pengembangan “industri pariwisata” dan merupakan bagian dari usaha pengembangan dan pembangunan serta kesejahteraan masyarakat dan Negara” (Yoeti, 1996)². Berdasarkan instruksi tersebut tujuan pariwisata di Indonesia untuk : a.) meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya dan pendapatan negara dan masyarakat pada umumnya, b.) perluasan kesempatan serta lapangan kerja, c.) menambah devisa negara, d.) meningkatkan pembangunan daerah, e.) memperkenalkan budaya dan keindahan alam yang dimiliki.

Indonesia berupa kepulauan tentu masih memiliki potensi sumber daya alam yang banyak serta memiliki pemandangan alam yang indah dan masyarakat lebih mengembangkan pariwisata yang berbasis wisata alam. Sebagai negara agraris memiliki kekayaan alam yang melimpah dan dapat dimanfaatkan untuk pariwisata. Sumber daya alam yang dimiliki ini dapat dijadikan sebagai modal untuk mengembangkan pariwisata mengangkat potensi alam dan kebudayaan. Pemandangan alam gunung, lembah, air terjun, hutan, sungai, danau, goa, dan pantai merupakan sumberdaya alam yang memiliki potensi besar untuk area wisata alam. Pengembangan potensi ini dapat menjadi sumber daya potensial untuk mendatangkan penghasilan, menciptakan lapangan pekerjaan, serta dapat mengkondisikan sikap dan perilaku masyarakat yang dinamis untuk berkembang (Anwas, 2014)³.

Agrowisata dapat diartikan sebagai pengembangan pariwisata berbasis alam yang berfokus pada pelestarian kekayaan alam (Arini, 2017)⁴. Agowisata dapat menjadi sebuah pariwisata alternatif dan sebagai langkah alternatif pengganti dalam kegiatan pariwisata. Dengan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia agrowisata menjadi pariwisata alternatif yang menarik. Agrowisata juga berperan dalam edukasi mengenai penanaman, pemeliharaan, panen hingga pengolahan lanjutan hasil panen yang dapat meningkatkan nilai ekonomi dari hasil panen tersebut.

² A, Yoeti, Oka . (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

³ Anwas, M Oos. (2014). *Pemberdayaan Masyarakat di Era Globalisasi*. Bandung: Alfabata.

⁴ Arini. T. (2017). *Key Performance Indicator untuk Perusahaan Jasa*. Jakarta: Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Grup).

Bumi Intanpari merupakan julukan yang dimiliki oleh Kabupaten Karanganyar. Intanpari berasal dari kata industri, pertanian, dan pariwisata yang di akronim, ketiga bidang tersebut menjadi penggerak ekonomi Kabupaten Karanganyar. Karanganyar memiliki pemandangan yang indah, alam yang hijau dan asri, dan udara yang sejuk dan segar.

Karanganyar memiliki banyak tempat wisata, mulai dari wisata alam hingga hiburan ada. Wisata alam yang terkenal di kalangan masyarakat seperti Air Terjun Grojogan Sewu, Air Terjun Jumog, Tahura, Kebun Teh Kemuning, Air terjun Jumog dan masih banyak lainnya. Wisata taman hiburan juga menjadi salah satu alternatif ketika berkunjung ke Karanganyar seperti Agrowisata Sondokoro, Agrowisata Amanah, Agrowisata Kembang Desa, Rumah Atsiri Indonesia, Sakura Hills, Lawu Park, Taman Balekambang dan masih banyak lagi.

Agrowisata kembang desa yang terletak di bawah lereng Gunung Lawu tepatnya Desa Dawung Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar merupakan salah satu alternatif wisata yang sayang untuk dilewatkan. Lokasinya sangat strategis dan mudah diakses. Berjarak 12 kilometer dari Kota Karanganyar. Di desa wisata tersebut dapat mendapatkan kesegaran tentang keindahan alam yang menjadi destinasi di desa tersebut. Ketika menghadap ke timur akan langsung disajikan pemandangan gunung Lawu. Sebagian besar masyarakat Desa Dawung bekerja sebagai petani dan pedagang. Agrowisata kembang desa memiliki fasilitas seperti tempat foto yang unik, pondok saung untuk beristirahat sambil menikmati keindahan taman bunga, taman bunga yang bewarna-warni serta perkebunan buah anggur, melon dan semangka.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, metode ini dapat mendeskripsikan perilaku individu, peristiwa langsung di lapangan dan suatu kegiatan secara terperinci dan mendalam. Dalam penentuan informan peneliti menggunakan *purposive sampling* dengan jenis *maximum variation sampling* untuk memperoleh informasi dari berbagai pihak. Informan untuk penelitian ini adalah Kepala Desa Dawung, Ketua BUMDes Dawung, Pengelola Agrowisata Kembang Desa, Ketua RT, pemilik usaha warung makan, pedagang yang berjualan di sekitar area Agrowisata Kembang Desa dan wisatawan

Agrowisata Kembang Desa. Untuk menguji validitas data yang diperoleh peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara dengan hasil pengamatan dan dokumen-dokumen atau bukti tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Pariwisata saat ini memiliki peranan yang penting sebagai salah satu sumber penerimaan anggaran, serta sebagai penggerak ekonomi dan bisa menciptakan lapangan pekerjaan sehingga dapat meningkatkan produktivitas suatu daerah bahkan negara.

Agrowisata Kembang Desa diresmikan oleh Bupati Karanganyar pada tanggal 8 Oktober 2020. Tujuan utama dari agrowisata ini menurut Pengelola Agrowisata Kembang Desa, Bapak Agus Waluyo (41) saat diwawancarai pada (12 Januari 2023) sebagai berikut.

“Tujuan utama dari agrowisata ini yang utama untuk membuat lapangan kerja dan untuk menambah PAD (Pendapatan Asli Daerah) desa, serta sebagai penggerak UMKM juga.”

Dari pemaparan Bapak Agus Waluyo Agrowisata Kembang Desa bertujuan menambah PAD, membuat lapangan kerja untuk masyarakat sekitar dan sebagai alat penggerak UMKM yang berada di Dawung.

Sejalan dengan Bapak Agus waluyo, Menurut Bapak Lasmanto selaku ketua BUMDes juga memberikan pernyataan tujuan Agrowisata Kembang Desa sebagai berikut :

“Tujuan utama dari pembangunan agrowisata ini yang pertama untuk meningkatkan PAD, yang kedua untuk mengurangi peganguran terutama di Desa Dawung, yang ketiga sebagai sarana rekreasi untuk warga masyarakat.”

Tujuan dari pembangunan Agrowisata Kembang Desa adalah meningkatkan PAD (Pendapatan Asli Daerah) akan tetapi secara tidak langsung berimbas pada dorongan terhadap pembangunan ekonomi desa dengan meningkatkan partisipasi dan kualitas

masyarakat dalam mengelola usaha jasa pariwisata dan bisa meningkatkan pendapatan melalui kreatifitas produktif didalam bidang kepariwisataan.

Dalam mencapai tujuan tentu agrowisata kembang desa harus menyiapkan langkah-langkah yang harus dijalankan berupa strategi. Untuk keberlangsungan agrowisata diperlukan sebuah langkah yang tepat untuk menjaga serta mengembangkan usaha jasa pariwisata tersebut. Pengelola Agrowisata Kembang Desa melakukan beberapa strategi untuk mencapai tujuan yang telah tentukan, antara lain :

PENGEMBANGAN SARANA DAN PRASARANA

Sarana dan prasarana sangat penting untuk menunjang kegiatan pariwisata. Semakin lengkap sarana dan prasarana yang disediakan semakin betah dan nyaman bagi wisatawan untuk menikmati suatu objek wisata yang dimiliki. Dengan adanya sarana dan prasarana yang baik dapat menjadi nilai tambah dan dapat meningkatkan keindahan suatu objek wisata.

Agrowisata Kembang Desa telah menyediakan sarana utama seperti toilet umum, mushola, kios-kios pedagang, toko kelontong, dan pusat oleh-oleh bagi wisatawan yang datang.

Resto menjadi penunjang dalam kegiatan pariwisata, wisata kuliner menjadi suatu yang wajib dilakukan oleh sebagian wisatawan. Tidak hanya wisatawan dari luar kota tetapi wisatawan lokal melakukan hal yang sama. Indonesia sangat kaya akan berbagai macam kuliner dari jenis makanan, minuman, camilan hingga memiliki cita rasa yang khas tiap daerah bahkan memiliki penyajian yang berbeda ini menjadi daya tarik tersendiri tentunya bagi wisatawan.

Gazebo merupakan bangunan yang biasa hadir di taman kemudian tiap sisi terbuka supaya bisa menikmati taman dengan nyaman serta menikmati udara tanpa terhalang dinding atau penutup pada tiap sisinya. Hadirnya gazebo dalam sebuah tempat wisata dapat menjadikan taman bunga yang ada di dalam agrowisata semakin terasa. Bersantai di sebuah gazebo setidaknya bisa mengurangi rasa penat dari kesibukan yang telah dilalui hari-hari sebelumnya.

Kios-kios telah disediakan oleh pihak pengelola Agrowisata Kembang Desa sebagai sarana yang dapat menunjang perekonomian dan memenuhi kebutuhan para wisatawan yaitu berupa kios oleh-oleh, warung makan, dan toko kelontong.

Ketika wisatawan berkunjung ke Agrowisata Kembang Desa tak lepas dari kendaraan yang mereka bawa baik itu motor, mobil, bus atau yang lainnya. Pengelola Agrowisata Kembang Desa telah menyiapkan sarana lahan parkir yang cukup luas untuk menunjang transportasi yang digunakan wisatawan.

INOVASI

Agrowisata Kembang Desa merupakan pariwisata buatan sehingga perlu adanya inovasi untuk menyesuaikan dengan kebutuhan pariwisata. Pengembangan sarana dan prasana harus dilakukan. Inovasi dalam bidang pariwisata menjadi faktor yang penting dalam meningkatkan perkembangan sosial ekonomi. Peningkatan perkembangan sosial ekonomi bergantung terhadap pemanfaatan sumber daya dan potensi yang dimiliki oleh suatu daerah yang memungkinkan untuk dimanfaatkan untuk usaha jasa pariwisata atau sebagainya. Inovasi sebagai faktor pendorong perubahan yang nyata bagian dari aktivitas manusia yang menghasilkan karya. Lingkupan inovasi yang bersifat komprehensif bertindak tidak pada penggunaan praktis dari perkembangan dan penemuan baru yang sifatnya ilmiah ataupun teknik akan tetapi mencakup bagaimana perubahan dalam suatu produk, proses, pemasaran dan organisasi.

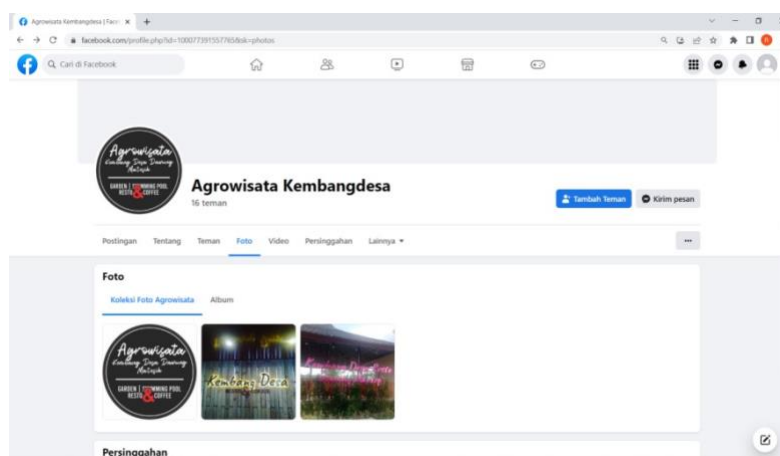
Inovasi dalam pariwisata harus bersifat kebaruan kualitatif yang membawa dampak positif atau perubahan yang positif dalam memastikan fungsi dan pengembangan industri yang berkelanjutan di wilayah tersebut.

PROMOSI

Promosi menjadi bagian yang tidak kalah penting untuk mendatangkan wisatawan. Selain mengembangkan objek wisata dan fasilitas untuk menarik wisatawan, Agrowisata Kembang Desa juga melakukan kerjasama dengan beberapa pihak dan melakukan promosi secara *online* menggunakan beberapa platform media sosial sebagai sarana promosi terlebih untuk mengenalkan agrowisata ini secara luas.

Dalam rangka untuk meningkatkan jumlah wisatawan dan mengenalkan Agrowisata Kembang Desa secara luas pihak pengelola menggunakan media sosial sebagai media promosi. Tujuan penggunaan media sosial ini untuk memajukan Agrowisata Kembang Desa, dengan menjaga kekompakan antar pengelola dan memanfaatkan keahlian yang dimiliki sehingga dapat berkembang, maju dan sukses. Adapun beberapa media yang digunakan untuk mempromosikan Agrowisata Kembang Desa yaitu media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *youtube* dan *google maps*.

Promosi Agrowisata Kembang Desa melalui Facebook

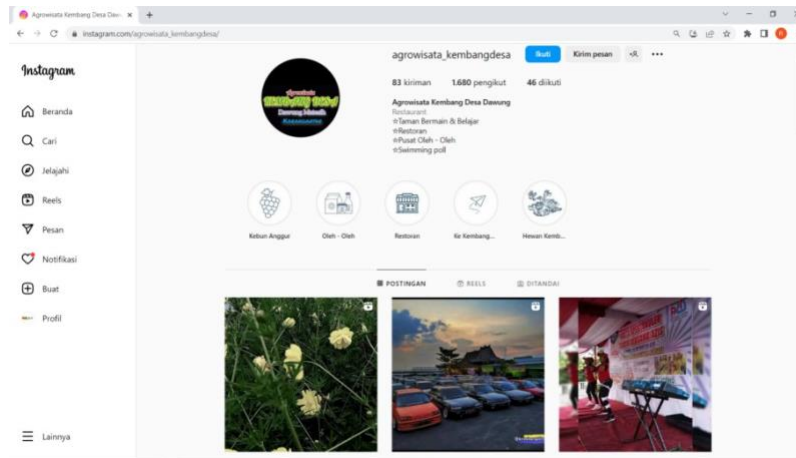


Sumber :

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100077391557765&sk=photos>,

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat promosi yang dilakukan oleh pengelola Agrowisata Kembang Desa melalui media Facebook. Promosi Agrowisata Kembang Desa melalui Facebook dilakukan dengan cara memposting foto atau video, teks pada akun pribadi yang digunakan sebagai media promosi. Pengguna Facebook yang sangat banyak dan jangkauan yang luas serta tidak perlu mengeluarkan biaya yang mahal untuk promosi menjadi kelebihan dari Facebook. Wisatawan juga dapat berkomunikasi dengan pengelola melalui *mesenger* atau kolom komentar pada postingan yang ada.

Promosi Agrowisata Kembang Desa melalui Instagram

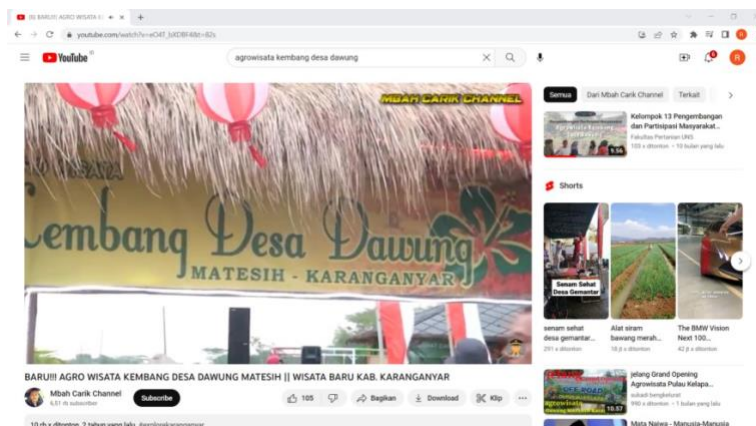


Sumber :

https://instagram.com/agrowisata_kembangdesa?igshid=MzRIODBiNWFIZA==,

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat promosi Agrowisata Kembang Desa melalui media instagram. Instagram dapat digunakan untuk promosi dengan mengunggah foto atau video obyek-obyek wisata, sarana prasarana yang dimiliki oleh Agrowisata Kembang Desa untuk menarik minat wisatawan. Untuk berkomunikasi dapat dilakukan melalui kolom komentar atau melalui pesan pribadi *direct message* (DM) dan menghubungi kontak yang telah diberikan.

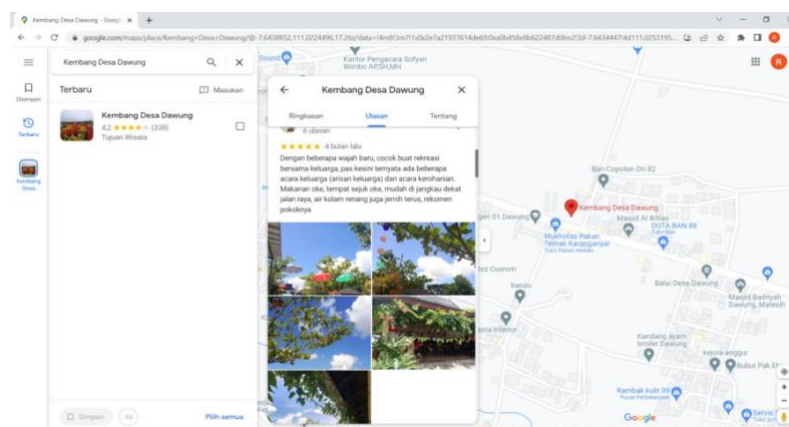
Promosi Agoriwsata melalui Youtube



Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=eO4T_bXDBF4&t=82s,

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa Youtube dapat digunakan sebagai media untuk promosi. Youtube juga sebagai sarana untuk memperoleh informasi, tayangan Youtube yang bergaman menjadikan platform ini digemari untuk ditonton. Melalui Youtube pengelola Agrowisata kembang Desa dapat mengunggah video untuk mengenalkan agrowisata kepada masyarakat luas. Promosi secara online termasuk video sedang menjadi tren. Video yang diunggah tidak hanya bisa ditonton oleh masyarakat lokal akan tetapi bisa dinikmati oleh seluruh pengguna internet.

Promosi Agrowisata Kembang Desa melalui Google Bisnis



Sumber : <https://www.google.com/maps/place/Kembang+Desa+Dawung/@-7.6438852,111.0224496,17.26z/data=!4m8!3m7!1s0x2e7a21937614de69:0xa0b458e8b622487d!8m2!3d-7.6434447!4d111.0253195!9m1!1b1!16s%2Fg%2F11lr3cnhxw>,

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa Google Bisnis dapat dimanfaatkan untuk media promosi tempat pariwisata secara online. Platform Goggle Bisnis memudahkan pebisnis, organisasi untuk mengelola informasi mereka di Google melalui penelusuran atau maps. Pemilik usaha dapat mengajukan verifikasi atas usaha mereka terhadap Google. Rating memiliki pengaruh yang tinggi dalam penilaian reputasi suatu tempat usaha. Semakin tinggi rating maka semakin bagus pula tempat pariwisata tersebut, hal ini dapat terlihat dari ulasan yang diberikan pada kolom Google Maps. Pemilik usaha bisa menentukan lokasi usaha mereka melalui Google Maps untuk memudahkan wisatawan untuk berkunjung. Selain itu pemilik usaha dapat mengunggah foto atau video sebagai informasi tambahan dari usaha yang dimiliki. Serta dapat diberikan kontak yang dapat suatu saat dihubungi oleh wisatawan ketika akan berkunjung atau hanya sekedar memperoleh informasi tambahan.

KERJASAMA

Kerjasama sangat dibutuhkan dalam proses pengembangan Agrowisata Kembang Desa. Kerja sama biasanya dilakukan atas dasar tujuan yang sama, yaitu tujuan yang hendak dicapai. Selain kerjasama antar pegawai yang harus memiliki visi misi yang sama. Pihak pengelola Agrowisata Kembang Desa turut bekerjasama dengan beberapa pihak, Bapak Lasmanto menjelaskan.

“Kami bekerjasama dengan beberapa pihak misalnya BNI untuk pembuatan kebun anggur dan pembelian saham dengan bekerjasama dengan masyarakat.”

Bapak Lasmanto menambahkan

“Untuk faktor pendukung pengelolaan Agrowisata kami sebenarrnya kita mendapatkan dukungan dari beberapa pihak seperti BNI dalam upaya untuk meningkatkan pengembangan agrowisata kami dibantu dalam pembuatan kebun anggur serta pemerintah desa juga sangat mendukung serta memberikan bantuan dana. Kita juga melibatkan masyarakat melalui tanam saham dimana kita menjualkan saham 200 lembar. Dari saham tersebut sebenarnya masyarakat memiliki kepemilikan agrowisata tersebut dan juga mereka mendapatkan hasil setiap satu tahun sekali berupa SHU.”

Kerjasama ini sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kontribusi terutama masyarakat yang berada di Desa Dawung karena Agrowisata ini merupakan aset yang dimiliki oleh Desa sehingga masyarakat dapat memperoleh keuntungan dengan adanya Agrowisata.

Sebagaimana kerjasama antara pihak Agrowisata Kembang Desa dengan mengajak masyarakat juga dijelaskan oleh Bapak Hardono.

“Untuk keterlibatan dalam pembentukan strategi masyarakat belum dilibatkan secara langsung akan tetapi dari beberapa masyarakat desa hanya bisa menyampaikan bagaimana pandangan mereka terhadap agrowisata melalui pihak BUMDes.”

Bapak Hardono menambahkan

“Iya, pemerintah/dinas(BUMDes) terkait mengajak masyarakat untuk bekerjasama dalam pengembangan agrowisata melalui tanam saham.”

Masyarakat Desa Dawung diajak kerjasama dalam pengembangan Agrowisata Kembang Desa melalui pembelian saham. Dengan masyarakat turut berinvestasi mereka memiliki sebagian kepemilikan saham Agrowisata Kembang Desa.

Dari hasil wawancara diatas diketahui bahwa pihak pengelola Agrowisata Kembang Desa dalam pengelolaannya mengajak beberapa pihak untuk bekerjasama, diantaranya salah satu perusahaan BUMN yaitu BNI bekerjasama dalam pembuatan kebun anggur. Kemudian Pemerintah Desa memberikan bantuan dana, membantu proses promosi dan memberikan masukan terkait penyelenggaraan pariwisata diwilayah Desa Dawung. Yang terakhir masyarakat khususnya Desa Dawung diajak kerjasama sama melalui pembelian saham yang telah disediakan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti berupaya menggali secara mendalam bagaimana upaya yang dilakukan oleh pengelola Agrowisata Kembang Desa untuk mengembangkan dan mencapai tujuan utama yang ditetapkan dengan pembangunan tempat wisata ini. Struktural fungsional memandang masyarakat sebagai sebuah kesatuan sistem yang salah terhubung. Terdapat empat konsep didalam suatu struktur atau sistem yang dikemukakan oleh Talcott Parsons, yaitu *Adaptation* (adaptasi), *Goal Attainment* (tujuan), *Integration* (integrasi), *Latency* (pemeliharaan pola).

5. *Adaptation* (adaptasi)

Adaptation merupakan konsep agar masyarakat dapat bertahan dengan berbagai macam perubahan yang terjadi. Pengambilan keputusan atau strategi menjadi hal yang penting dalam pengembangan agrowisata. Pengelola Agrowisata Kembang Desa telah melakukan beberapa strategi yang diterapkan seperti melakukan promosi melalui media sosial berupa Whatsapps, Facebook, Youtube, Google Bisnis dan Instagram. Dengan menggunakan media sosial tersebut diharapkan dapat menjangkau wisatawan yang lebih luas lagi. Bekerjasama dengan berbagai pihak telah dilaksanakan seperti paguyuban sepur kelinci, taman kanak-kanak dan sekolah dasar di wilayah Matesih.

Dalam mengembangkan Agrowisata Kembang Desa juga mengajak kerjasama beberapa pihak salah satunya BNI.

Inovasi-inovasi perlu dilakukan sebagai daya saing dengan adanya wisata-wisata daerah lain. Beberapa inovasi telah direalisasikan untuk meningkatkan jumlah wisatwan, seperti pembangunan kolam renang, resto dan kebun anggur.

Salah satu tujuan utama dari Agrowisata Kembang Desa adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat maka pihak pengelola mengajak masyarakat untuk terlibat secara langsung melalui penyerapan tenaga kerja dan pemberdayaan pembuatan bakpia sebagai oleh-oleh dari Agrowisata Kembang Desa. Selain itu masyarakat dapat berjualan di area yang telah disediakan oleh pihak pengelola. Pengelolaan Agrowisata Kembang Desa berada dibawah BUMDes, BUMDes berperan untuk meningkatkan perekonomian desa meningkatkan usaha masyarakat dalam pengeolaan potensi desa.

6. *Goal Attainment* (tujuan)

Pembangunan Agrowisata Kembang Desa memiliki beberapa tujuan utama yakni, pertama meningkatkan PAD (pendapatan asli daerah). Pendapatan asli daerah salah satu sumber pendanaan otonomi daerah dan pembangunan daerah. Semakin meningkatnya pendapatan asli daerah maka akan memperlanjar pembangunan dan pemerintahan daerah.

Kedua, meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pembangunan harus memperhatikan kepetingan dan keterlibatan masyarakat untuk berperan secara langsung atau tidak langsung sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan. Munculnya peluang pekerjaan baru dari adanya pembangunan pariwisata mendorong mmasyarakat untuk mencoba kesempatan untuk memperbaiki perekonomian

Ketiga, sebagai sarana rekreasi. Kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat untuk menrilekskan pikiran. Pariwisata berbasis alam sering dikunjungi oleh wisatawan. Dengan hadirnya wisatawan tentu dapat meningkatkan pendapatan-pendapatan yang ada di area pariwisata.

7. *Integration* (Integrasi)

Keseluruhan, keseimbangan yang diciptakan dalam sebuah sistem yang ada di dalam masyarakat. Terjalannya hubungan yang baik antar kelompok masyarakat,

umkm, pemerintah desa, BUMDes dan wisatawan sehingga dapat bekerjasama dalam pengembangan Agrowisata Kembang Desa agar lebih baik daripada sebelumnya baik dari segi sarana dan prasana serta pengelolaannya.

8. *Latency* (pemeliharaan pola)

Latensi memiliki peran yang penting dalam mempertahankan sistem yang sudah berjalan. Setelah mencapai target yang telah ditentukan pengelola diharapkan untuk menjaga sistem tersebut dan mengembangkan strategi untuk meningkatkan wisatawan.

Pengelola Agrowisata Kembang Desa terus melakukan terobosan atau inovasi untuk mengembangkan agrowisata dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Konsep pariwisata berbasis masyarakat dimana masyarakat menjadi pelaku utama dalam pengembangan agrowisata dan menerima dampak secara langsung. Adanya Agrowisata membentuk sebuah sistem yang baru dimana beberapa kelompok sosial dituntut harus melakukan adaptasi dengan lingkungan yang baru.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka diperoleh beberapa kesimpulan mengenai hal-hal yang menjadi fokus penelitian ini terutama pada pengelolaan agrowisata. Dalam proses pengelolaan Agrowisata Kembang Desa ada beberapa strategi yang diambil oleh pengelola untuk mengenalkan agrowisata secara luas, antara lain :

- e) Pengembangan sarana dan prasarana menjadi pendukung dalam kegiatan pariwisata serta dengan adanya sarana dan prasarana yang baik dapat memudahkan wisatawan sehingga kegiatan pariwisata yang dilaksanakan dapat berjalan dengan lancar.
- f) Inovasi untuk menjalankan usaha pariwisata agar bisa bertahan dan bersaing tentunya perlu adanya inovasi untuk agrowisata. Inovasi-inovasi mulai direalisasikan untuk meningkatkan wisatawan. Beberapa inovasi dari pengelola mulai direalisasikan seperti: kolam renang, kebun anggur, penggantian tanaman yang baru, dan pembuatan spot-spot foto.
- g) promosi menjadi salah satu hal yang tidak bisa dilewatkan oleh pengelola dengan melakukan promosi dapat menjangkau wisatawan yang lebih luas. Pengelola menggunakan platform sosial media untuk mengenalkan Agrowisata Kembang Desa. Adapun beberapa platform media sosial yang digunakan untuk mempromosikan Agrowisata Kembang Desa yaitu media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube

dan Google Maps. Selain menggunakan media sosial pengelola juga sering melakukan event-event atau bazar untuk menarik wisatawan.

- h) Kerjasama menjadi hal yang tidak boleh terlewatkan dalam pengembangan agrowisata ini. Pengelola mengajak masyarakat kerjasama melalui tanam saham serta mengajak masyarakat untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat melalui pemberdayaan pembuatan bakpia sekitar 15-20 orang. Bakpia ini menjadi salah satu oleh-oleh hasil produksi masyarakat, selain bakpia pusat oleh-oleh agrowisata Kembang desa menampung beberapa olahan produksi masyarakat seperti : krupuk kulit, kripik belut, rengginang dan peyek. Selain itu tenaga kerja yang dimiliki oleh Agrowisata Kembang Desa merupakan masyarakat sekitar lingkungan agrowisata itu sendiri Keterlibatan masyarakat ini sejalan dengan salah satu dari agrowisata ini untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain kerjasama dengan masyarakat pengelola juga mengajak BNI dalam mengembangkan agrowisata melalui pembuatan kebun anggur.

SARAN

Hasil penelitian tentang strategi pengelolaan agrowisata berbasis masyarakat dengan studi kasus Agrowisata Kembang Desa yang dilakukan oleh peneliti memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu perlu adanya perbaikan supaya penelitian ini dapat lebih baik lagi kedepannya. Adapun beberapa saran yang peneliti berikan, sebagai berikut :

4. Bagi pengelola Agrowisata Kembang Desa

Peneliti menyarankan pengelola Agrowisata Kembang Desa tetap melanjutkan inovasi-inovasi yang dimiliki untuk pengembangan agrowisata tersebut. Selain inovasi yang harus tetap dilakukan sarana dan prasarana tetap harus diperhatikan supaya kondisinya tetap terjaga dengan bagus sehingga wisatawan merasa nyaman dan dapat menikmati kondisi Agrowisata Kembang Desa dengan tenang dan aman. Untuk promosi melalui media sosial harus lebih dimaksimalkan lagi sehingga dapat menjangkau wisatawan yang lebih banyak dan menjadikan Agrowisata Kembang Desa lebih banyak dikenal oleh masyarakat. Pengelola juga harus mempertahankan kerjasama yang telah terbentuk sebelumnya dengan masyarakat atau BNI sehingga dapat menciptakan kekompakan untuk mencapai tujuan yang diharapkan bersama. Selain menjaga kerjasama yang telah terbangun sebelumnya pengelola juga harus mengembangkan relasi atau mengajak pihak-pihak luar untuk ikut bekerjasama dalam membangun agrowisata yang dimiliki. Supaya Agrowisata Kembang

Desa dapat bertahan dengan semakin meningkatnya kompetitor-kompetitor dalam bidang pariwisata.

5. Bagi masyarakat sekitar Agrowisata Kembang Desa

Untuk masyarakat mereka harus meningkatkan kontribusi dalam pengembangan Agrowisata Kembang Desa. Kontribusi bisa mereka lakukan mulai dari hal seperti pelaksanaan acara yang menggunakan agrowisata sebagai tempat utama contohnya bazar umkm, festival buah dan kegiatan rutin masyarakat seperti senam. Masyarakat terutama yang berjualan harus mengerti tentang sapta pesona dan diharapkan dapat menerapkannya. Kemudian hubungan antar pedagang karena sebelumnya mereka berasal dari wilayah yang sama harus bisa menjaga kerukunan, saling menghormati dan ketika bersaing dalam usaha yang mereka jalankan merupakan persaingan secara sehat tidak saling menjatuhkan dan dapat bekerjasama untuk mencapai tujuan dari pembangunan Agrowisata Kembang Desa.

6. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik dengan penelitian yang serupa, semoga ini bisa membantu dan dapat dijadikan bahan untuk penelitian selanjutnya dengan peningkatan kualitas dan perbaikan agar lebih baik daripada sebelumnya. Penelitian ini berfokus pada strategi pengelolaan yang dijalankan Agrowisata Kembang Desa. Sehingga masih banyak hal yang masih bisa digali secara mendetail dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Yoeti, Oka . (1996). Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa.
- Anwas, M Oos. (2014). Pemberdayaan Masyarakat di Era Globalisasi. Bandung: Alfabata.
- Arini. T. (2017). *Key Performance Indicator* untuk Perusahaan Jasa. Jakarta: Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Grup).
- Manurung, S. S & Rahmayani, A. (2022). Pengelolaan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism) di Objek Wisata Tangkahan. 1(3) : 148-154. <https://doi.org/10.55123/tova.v1i03.845>.
- Nisa, K. K. (2019). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Wisata Panusupan Kecamatan Rembang Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Hermeneutika*. 5(1).
- Permatasari, Indah. (2022). Peran Model Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (*Community Based Tourism*) dalam Mewujudkan Pariwisata Berkelanjutan (*Sustainable Tourism*) di Bali. *KERTHA WICAKSANA: Sarana Komunikasi Dosen dan Mahasiswa*. 16 (2). Pp 164-171. <https://doi.org/10.22225/kw.16.2.2022.164-171>.
- Safitri, A., Silaya, Th. M., Latupapua, L. (2022). Pengelolaan Objek Wisata Berbasis Masyarakat Lokal di Siwang Paradise Negeri Urimessing Kota Ambon. <https://doi.org/10.30598/jhppk.2022.6.1.22>.
- Soekadijo, R. G. (1997). *Anatomi Pariwisata*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Susfenti, N. E. M. (2016). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat (*Community Based Tourism-CBT*) di Desa Sukajadi Kecamatan Carita.