

**STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN DESA WISATA
ADENIUM DALAM MENUNJANG PEMBANGUNAN
PEREKONOMIAN MASYARAKAT PEDESAAN
(Studi Tentang Korelasi Pariwisata dan Agribisnis)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk menempuh ujian sarjana
Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

Lailatul Badriyah

0410310069



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI PUBLIK
KONSENTRASI ILMU ADMINISTRASI PEMBANGUNAN
MALANG
2009**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN DESA WISATA
ADENIUM TERHADAP PEMBANGUNAN PEREKONOMIAN
MASYARAKAT PEDESAAN (Studi Terhadap Korelasi Antara
Pariwisata dan Agribisnis)

Disusun oleh : Lailatul Badriyah

NIM : 0410310069

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Ilmu Administrasi Publik

Konsentrasi : Administrasi Pembangunan

Malang, 28 Juli 2009

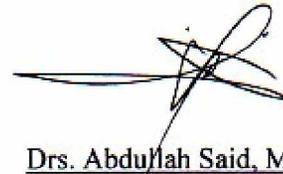
Komisi Pembimbing

Ketua



Drs. Heru Ribawanto, Ms
NIP. 130 704 334

Anggota



Drs. Abdullah Said, M.Si
NIP. 131 475 901

LEMBAR PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 06 Agustus 2009
Jam : 08.00 WIB
Skripsi atas nama : Lailatul Badriyah
Judul : Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium dalam Menunjang Pembangunan Perekonomian Masyarakat Pedesaan (Studi Tentang Korelasi Pariwisata dan Agribisnis)

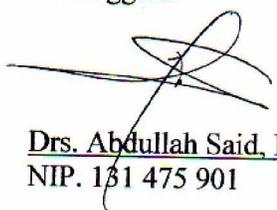
Dan dinyatakan lulus

MAJELIS PENGUJI

Ketua


Drs. Heru Ribawanto, M.S
NIP. 130 704 334

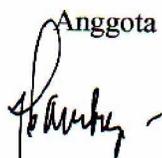
Anggota


Drs. Abdullah Said, M.Si
NIP. 131 475 901

Anggota


Dr. Suryadi, M.S
NIP. 131 597 689

Anggota


Dr. Bambang Supriyono, M.S
NIP. 131 573 954

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (JU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 28 Juli 2008

Mahasiswa



Nama : Lailatul Badriyah

NIM : 0410310069

MOTTO

“BE OPTIMISME!!”

- Lailatul Badriyah-

“Taburlah gagasan, petiklah perbuatan, taburlah perbuatan, petiklah kebiasaan, taburlah kebiasaan, petiklah karakter, taburlah karakter, petiklah nasib”

(Stephen R. Covey)

“Janganlah berputus asa terhadap rahmat ALLAH”

“Merdeka yang sesungguhnya adalah merdeka yang berpusat pada prinsip”

(Ary Ginanjar Agustian)

“Andalah sebenarnya penanggung jawab penuh dari reaksi diri anda sendiri, sikap dan juga keputusan anda”

(Ary Ginanjar Agustian)

RINGKASAN

Lailatul Badriyah, 2009, **Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium dalam Menunjang Pembangunan Perekonomian Masyarakat Pedesaan (Studi Tentang Korelasi Pariwisata dan Agribisnis)**, Drs. Heru Ribawanto, M.S. Drs. Abdullah Said, M.Si, 186 Hal+xiii

Pengembangan pariwisata khususnya wisata minat khusus merupakan produk pariwisata alternatif yang terfokus dengan pengelolaannya oleh masyarakat setempat. Kawasan Desa Wisata Adenium, potensi wisata minat khusus yang dikembangkan oleh Pemerintah Kabupaten Gresik tersebut berawal dari pengelolaan sektor agribisnis bunga adenium yang terpusat pada 5 desa yang tergabung dalam 1 area atau membentuk 1 kawasan. Dalam pengembangannya sebagai Kawasan Desa Wisata Adenium, diupayakan adanya strategi-strategi bersama khususnya proteksi dari pemerintah guna mendukung pembangunan pariwisata sebagai suatu langkah strategi penciptaan pembangunan perekonomian masyarakat pedesaan Kawasan Desa Wisata Adenium khususnya. Dengan mengedepankan kedua unsur yaitu pariwisata dan agribisnis, diharapkan keterkaitan tersebut mampu menciptakan sebuah terobosan agrowisata.

Permasalahan dari penelitian ini adalah (1) bagaimanakah strategi yang diterapkan dalam mengembangkan Kawasan Desa Wisata Adenium dalam menunjang pembangunan perekonomian masyarakat pedesaan, (2) faktor-faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium dalam menunjang pembangunan perekonomian masyarakat pedesaan. Berkaitan dengan hal tersebut maka tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mendeskripsikan dan menganalisa strategi pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium dalam menunjang pembangunan perekonomian masyarakat pedesaan, (2) untuk mendeskripsikan dan menganalisa faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium dalam menunjang pembangunan perekonomian masyarakat pedesaan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan lokasi penelitian adalah Kawasan Desa Wisata Adenium Kabupaten Gresik dengan situs penelitian utamanya adalah Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik. Dengan sumber data primer berupa hasil wawancara dan observasi sedangkan data sekunder diperoleh dari data-data tertulis yang didapat dari situs penelitian tersebut.

Dengan analisis kualitatif dapat diketahui bahwa ada 5 strategi yang difokuskan untuk pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium. Kelima strategi tersebut adalah: strategi pengembangan produk, strategi pengembangan pasar dan promosi, strategi penataan tata ruang Kawasan Desa Wisata Adenium, strategi pengembangan sumber daya manusia (SDM) dan strategi pengembangan kemitraan/kerjasama dengan pihak-pihak terkait. Strategi-strategi tersebut saling terkait dan melengkapi satu sama lain, yang tujuan utamanya memberikan

proteksi kebijakan yang disesuaikan dengan kebutuhannya baik melalui pembangunan pariwisata maupun pengembangan agribisnis yang akhirnya terjalin menjadi suatu bentuk agrowisata yang ditunjang oleh partisipasi masyarakat dan pemberdayaan oleh instansi terkait.

Melalui analisis dengan cara mereduksi, memilih dan menarik kesimpulan dapat mengetahui faktor-faktor pendukung yang dihadapi instansi pemerintah dan masyarakat/penduduk dalam pelaksanaan strategi pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium dalam menunjang pembangunan perekonomian masyarakat pedesaan. Selain itu dapat juga mengetahui faktor-faktor penghambat yang dihadapi dilapangan oleh instansi maupun masyarakat dalam melaksanakan strategi pembangunan pariwisata Kawasan Desa Wisata Adenium. Sehingga dapat mengetahui kelemahan/kekurangan dan kelebihan dari pelaksanaan strategi dalam kapasitasnya mengembangkan wisata minat khusus tersebut baik dilihat dari sektor pariwisata maupun sektor agribisnis.

Saran yang dapat disampaikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan adalah bahwa harus adanya koordinasi yang baik antara masyarakat desa-desa adenium dengan instansi-instansi pemerintah yang terkait dalam pengembangan agrowisata. Koordinasi antar instansi-instansi terkait diupayakan guna pengembangan fisik dan juga pengembangan non fisik. Seperti pengembangan sarana prasarana, promosi, dan pemasaran utamanya untuk memperkenalkan Kawasan Desa Wisata Adenium secara luas.



ABSTRACT

Lailatul Badriyah, 2009, **The Developing Strategy of Kawasan Desa Wisata Adenium Within Supporting to Economic matters Development of Rural Society (Study About Correlation of Torist and Agribusiness).** Supervisor: Drs. Heru Ribawanto, M.S. Co. Supervisor: Drs. Abdullah Said, M.Si, 186 page.

Tourist development in particular a tourism which have specifically interest constitute tourist product alternative is focused to management by local society. Kawasan Desa Wisata Adenium, a tourism potency which have specifically interest has developed by government Gresik regency has began from management agribusiness sector of desert flower is main about five village has fused in one area is compose to the region. Developing inside as Kawasan Desa Wisata Adenium, has been effort existence collective strategys. A tourist as the step certain composition strategy of economic matters development of rural society in particular Kawasan Desa Wisata Adenium. Principle in the manner a both of tourist and agribusiness, was hope that interrelatedness to be able create "agrowisata" penetration.

Problems of this research is, (1) how to strategy assembling into developing Kawasan Desa Wisata Adenium Within Supporting to economic matters of rural society, (2) supporting factor and challenge factor in the implementation developing strategy of Kawasan Desa Wisata Adenium Within Supporting to economic matters development of rural society. The research is aimed to (1) describe and analisis the developing strategy of Kawasan Desa Wisata Adenium Within Supporting to economic matters development of rural society, (2) describe supporting factors with challenge factors in the implementation developing strategy of Kawasan Desa Wisata Adenium Within Supporting to economic matters development of rural society.

This research uses descriptive qualitative research with location research at Kawasan Desa Wisata Adenium Gresik regency by the sites is Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Gresik regency. The primary data is from result of interview and observation and secondary data is from written data obtained from the research sites.

With qualitative analysis, knowable there are 5 strategies focussed for expansion of Kawasan Desa Wisata Adenium. The gift of strategy is: product development strategy, expansion strategy of market and promotion, settlement strategy of planology Area Desa Wisata Adenium, exploitation strategy of human resource (SDM) and expansion strategy of cooperate with related party. The strategies each other is related and complementary one another, which mainly purpose is give protection of policy adapted by its requirement either through development of tourism and also expansion of agribusiness that is finally intertwins to become a form of agrotourism supported by participation of public and enableness by related institution.

Through analysis by reduction, choosed and concludes can know supporter factors who faced governmental institution and society/resident in applying of expansion strategy of Desa Wisata Adenium area to development of economic from rural society. Beside that, also know resistor factors in field by institution and also society in applying development strategy of tourism area in Desa Wisata Adenium. So, we could know weakness and strenghtness from execution of strategy in its capacities developing the special enthusiasm of tourism either seen from tourism sector and also agribusiness sector.

Suggestion based on result of research which has been done is have to existence of good coordination between countrysides publics adenium with related government institutions in agrotourism expansion. Coordination between related institutions is strived by expansion usage of physical of as well as expansion of non physical. Like expansion of supporting facilities for infrastructure, promotion, and main marketing to introduce Kawasan Desa Wisata Adenium widely.



KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.

Penelitian ini diberi judul **Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium dalam Menunjang Pembangunan Perekonomian Masyarakat Pedesaan (Studi Tentang Korelasi Pariwisata dan Agribisnis)**. Penelitian ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam meraih gelar kesarjanaan di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, perkenankan penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada beberapa nama dan pihak sebagai berikut:

1. Bapak Prof. Dr. Sumartono, M.S, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi
2. Bapak Dr. MR. Khairul Muluk, M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Bapak Drs. Heru Ribawanto, M.S dan Bapak Drs. Abdullah Said, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu dan tenaganya untuk membimbing, mengarahkan dan menasehati penulis.
4. Bapak Drs. Chusaini Mustas, M.Pd selaku Kepala Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik beserta staffnya yang telah memberikan ijin, informasi dan bantuan selama penelitian dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Bambang selaku staff Instansi Penyuluh Pertanian Dinas Pertanian Kabupaten Gresik yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi dan kerjasamanya.

6. Segenap staff Bagian Organisasi Tata Laksana (Ortala) Kabupaten Gresik atas informasi, kerjasama dan bantuannya.
7. Bapak Mujiono selaku Sekretaris Desa Pendem, beserta masyarakat Desa Pendem atas informasi, kerjasama dan bantuannya dalam proses penelitian skripsi penulis.
8. Bapak Ruswandi selaku Kepala Desa Manunggal beserta masyarakat Desa Manunggal atas informasi, kerjasama dan bantuannya dalam proses penelitian skripsi ini.
9. Bapak Nizam, selaku ketua Kompag (Komunitas Pecinta Adenium Kabupaten Gresik) dan ketua PPADI Jawa Timur beserta anggota Kompag lainnya atas informasi, kerjasama dan bantuannya dalam proses penelitian skripsi penulis.
10. Bapak Eko dan bapak Nur Bisri selaku praktisi di bidang adenium atas informasi, kerjasama dan bantuannya dalam proses penelitian skripsi penulis.
11. Segenap masyarakat Desa Karang andong, Desa Kesamben dan Desa Sooko atas informasi, kerjasama dan bantuannya dalam proses penelitian skripsi penulis.
12. Segenap staff pengajaran Fakultas Ilmu Administrasi atas bantuan dan kelancaran administratif yang penulis peroleh selama ini.
13. Keluarga besar penulis terutama ibu, bapak dan adik penulis yang tiada henti memberikan dukungan baik secara spiritual, psikologis maupun materiil.
14. Sahabat-sahabat penulis dimanapun berada, teman-teman kosan kertosentono 80, teman-teman KSR_UB, maupun teman-teman FIA angkatan 2004, terima kasih atas keindahan persahabatan selama ini.

15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini bermanfaat bagi khasanah ilmu pengetahuan serta pihak-pihak yang membutuhkan.

Skripsi ini merupakan bentuk sebuah ekspresi pemikiran penulis yang melihat adanya fenomena bahwa agrowisata sebagai kegiatan pariwisata alternatif yang patut untuk dikembangkan dilihat dari berbagai dampak positif yang ditimbulkan terutama dalam menunjang pembangunan perekonomian dan pembangunan pariwisata. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 28 Juli 2009



Lailatul Badriyah

DAFTAR ISI

Halaman

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	
MOTTO	
ABSTRAKSI.....	i
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang.....	1
B. Perumusan masalah.....	7
C. Tujuan masalah.....	7
D. Kontribusi penelitian.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Administrasi Pembangunan.....	9
B. Pengembangan dan Pembangunan.....	14
1. Pengembangan.....	14
2. Pembangunan.....	14
a. Definisi Pembangunan.....	14
b. Tujuan Pembangunan.....	16
c. Unsur-unsur Pembangunan.....	17
d. Ciri-ciri Pembangunan.....	18
e. Konsep Pembangunan.....	19
C. Strategi Pembangunan.....	22
1. Proses Perancangan dan Pelaksanaan Proyek.....	22
2. Pengumpulan data, Pemantauan dan Evaluasi.....	23
3. Desentralisasi dan Koordinasi.....	25
4. Administrasi Tingkat Bawah dan Petugas Lapangan.....	27
5. Mengelola Peranserta.....	28
6. Perencanaan Pembangunan dan Pengelolaannya.....	30
D. Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata.....	33
1. Pengertian Strategi.....	33
2. Syarat Strategi.....	34
3. Pengembangan Wisata.....	35
a. Perlunya Daerah Wisata Dikembangkan.....	35
b. Prinsip-prinsip Dasar Pengembangan Wisata.....	37
c. Kendala-kendala Pengembangan Wisata.....	37

d. Strategi Pengembangan Wisata.....	38
e. Potensi Pengembangan Wisata Agro.....	41
a. Kebijakan dan Strategi Pemerintah dalam Mengembangkan Kepariwisataan.....	42
b. Hal-hal yang Perlu Diperhatikan Dalam Pengembangan Pariwisata.....	43
c. Faktor-faktor Penghambat Dalam Mengembangkan Kepariwisataan Nasional.....	43
d. Strategi Pengembangan Wisata Agro.....	45
1. Strategi Produk Pariwisata.....	45
2. Strategi Pengembangan Pasar dan Promosi.....	49
3. Strategi Penataan Ruang.....	51
4. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia.....	55
5. Strategi Pengembangan Kemitraan/Kerjasama.....	56
f. Partisipasi Masyarakat.....	41
4. Kawasan Desa Wisata.....	58
a. Pengertian Kawasan.....	58
b. Pengertian Desa.....	59
c. Desa Wisata.....	59
1. Komponen Utama Desa Wisata.....	59
2. Pendekatan Pengembangan Desa Wisata.....	60
a. Pendekatan Pasar Untuk Pengembangan Desa Wisata.....	60
b. Kriteria Desa Wisata.....	61
c. Pendekatan Fisik Pengembangan Desa Wisata.....	61
3. Prinsip Dasar dari Pengembangan Desa Wisata.....	62
4. Jenis Wisatawan Pengunjung Desa Wisata.....	63
5. Tipe Desa Wisata.....	64
E. Pembangunan Perekonomian Masyarakat Pedesaan.....	65
1. Pembangunan Desa.....	65
2. Konsep Pembangunan Perekonomian Pedesaan.....	70
a. Konsep Pemberdayaan.....	70
b. Konsep Industri Kecil Berbasis Agroindustri.....	71
c. Program Kemitraan.....	73
d. Penciptaan Iklim Usaha yang Kondusif.....	75
e. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM).....	76
3. Pendekatan Perekonomian Melalui Sektor Agribisnis.....	78
a. Konsep Pengembangan Agribisnis.....	78
b. Konsep Pembangunan Pertanian Berkelanjutan.....	80

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	83
B. Fokus Penelitian.....	84
C. Lokasi dan Situs Penelitian.....	85
D. Jenis dan Sumber Data.....	86
E. Teknik Pengumpulan Data.....	87

F. Pengolahan dan Analisis Data	88
G. Instrumen Penelitian.....	90
H. Analisis Data.....	90

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	
1. Gambaran Umum Kabupaten Gresik	94
a. Kondisi Geografis	95
b. Topografi.....	96
c. Pemerintahan	97
d. Populasi Penduduk.....	101
e. Budaya.....	103
f. Visi dan Misi.....	104
g. Wilayah Pembangunan.....	104
2. Sejarah Komoditas Adenium di Kabupaten Gresik.....	107
3. Gambaran Umum Disparikom Kabupaten Gresik.	111
a. Struktur Organisasi.	111
b. Tugas Pokok dan Fungsi Organisasi.....	112
B. Data Fokus Penelitian	
1. Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium.....	113
a. Sebagai Obyek Daya Tarik Wisata (ODTW) Minat Khusus.....	113
b. Sebagai Daerah Agribisnis.....	118
1.1. Strategi Pengembangan Produk.....	122
1.2. Strategi Pengembangan Pasar dan Promosi.....	126
1. Pendekatan Pengembangan Pasar.....	126
2. Pendekatan Pengembangan Promosi.....	129
1.3. Strategi Pemanfaatan Ruang Kawasan Desa Wisata Adenium.....	132
1.4. Strategi Pengembangan Sumber Daya manusia (SDM).....	136
1.5. Strategi Pengembangan Kerjasama dengan Pihak-pihak terkait.....	139
2. Faktor Pendukung Maupun Penghambat	
a. Faktor Pendukung.....	144
b. Faktor Penghambat.....	149
C. Analisa Data	
1. Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium.....	151
a. Sebagai Obyek Daya Tarik Wisata (ODTW) Minat Khusus.....	154
b. Sebagai Daerah Agribisnis.....	157
1.1. Strategi Pengembangan Produk.....	159
1.2. Strategi Pengembangan Pasar dan Promosi.....	162
1. Pendekatan Pengembangan Pasar.....	162
2. Pendekatan Pengembangan Promosi.....	165
1.3. Strategi Pemanfaatan Ruang Kawasan Desa Wisata Adenium.....	167
1.4. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM).....	170
1.5. Strategi Pengembangan Kerjasama dengan Pihak-pihak Terkait.....	172
3. Faktor pendukung dan penghambat	
a. Faktor pendukung.....	173
b. Faktor penghambat.....	177

4. Prestasi Adenium.....180

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN182
B. SARAN184



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal.
1.	Pemanfaatan tanah di Kabupaten Gresik	97
2.	Prosentase (dalam bentuk %) Pengembang Adenium di Kawasan Desa Wisata Adenium	114
3.	Tingkat Aksesibilitas Kecamatan Di Kabupaten Gresik	122
4.	Jumlah <i>nursery</i> (stan bunga adenium) di Kawasan Desa Wisata Adenium	124
5.	Dana bergulir budidaya adenium tahun 2004	130
6.	Dana bergulir budidaya adenium tahun 2005	130
7.	Dana bergulir budidaya adenium tahun 2006	130
8.	Dana bergulir budidaya adenium tahun 2007	131



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal.
1.	Komponen Analisis Data Model Interaktif	93
2.	Alur Kawasan Desa Wisata Adenium (02)	125
3	Alur Kawasan Desa Wisata Adenium (03)	126



BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di negara berkembang termasuk Indonesia, aspek pokok yang mendorong terselenggaranya pembangunan dan kesejahteraan masyarakat adalah melalui pembangunan ekonomi. Hal ini menjadi prioritas dalam pembangunan, mengingat bahwa peristiwa dan perkembangan ekonomi dalam kehidupan sehari-hari merupakan suatu dinamika yang kompleks. Hal ini merupakan suatu permasalahan yang mendasar yang sering terjadi di Negara-negara terutama di negara berkembang. Pembangunan ekonomi pada dasarnya adalah salah satu unsur penunjang keberlangsungan dan terlaksananya pembangunan nasional.

Hakekat Pembangunan Nasional sendiri adalah membangun manusia Indonesia yang seutuhnya dan membangun masyarakat Indonesia seutuhnya yang mengarah kepada pengertian bahwa pembangunan nasional terdiri dari pembangunan mental, karakter dan sumber daya manusia itu sendiri agar tercipta manusia yang kokoh dan SDM yang kuat dalam menopang perencanaan dan implementasi dari Pembangunan Nasional. Hakikat pembangunan juga dapat diartikan sebagai adanya suatu perubahan menuju ke arah yang lebih baik. Dengan semangat perubahan yang sedang bergulir, dalam usaha mencapai sebuah keberhasilan pembangunan selain di perlukan perencanaan awal yang baik juga perlu adanya strategi pembangunan yang tepat agar dalam pembangunan dapat sesuai dengan yang telah di rencanakan. Strategi pembangunan nasional yang dilaksanakan Indonesia merupakan usaha mencapai suatu masyarakat yang adil dan makmur yang merata baik secara materiil maupun spiritual dalam suasana perikehidupan bangsa yang aman, tertib dan dinamis. Tujuan pembangunan itu sendiri adalah meliputi pertumbuhan, keadilan, dan keberlanjutan

Strategi yang mendukung perencanaan pada hakekatnya merupakan perhitungan mengenai rangkaian kebijakan dan langkah-langkah dalam pelaksanaan. Selain itu strategi juga merupakan teknik dalam merumuskan kebijakan pembangunan. Penyusunan kebijakan pada umumnya di lakukan secara

sektoral, hal ini dilakukan agar dalam pelaksanaannya dapat tepat pada sasaran yang diharapkan.

Hal ini dapat dipertegas dengan dikeluarkannya UU No. 22 Tahun 1999 yang telah diamandemen oleh UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah maka pelaksanaan otonomi daerah juga secara mutlak dilaksanakan di daerah-daerah, termasuk urusan kepariwisataan. Secara kelembagaan Pemerintah telah menyerahkan urusan tentang kepariwisataan kepada Daerah Tingkat I dan Daerah Tingkat II, ini berarti seluruh daerah otonomi mempunyai kewenangan untuk mengurus dan mengatur rumah tangga pemerintahnya secara aspiratif. Oleh karena itu seluruh pemerintah daerah berusaha untuk mengembangkan segala potensi yang dimilikinya guna menunjang pelaksanaan otonomi daerah secara luas, nyata, dan bertanggung jawab. Dan salah satu potensi yang dapat dikembangkan oleh pemerintah daerah adalah potensi pariwisata.

Diberlakukannya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dan peraturan perundang-undangan pelaksana lainnya/turunannya, merupakan kebijakan yang bertujuan untuk mempercepat proses, yang pada akhirnya diharapkan akan berpengaruh terhadap pencapaian hasil pembangunan yang tepat guna dan hasil guna, dalam arti pembangunan yang dilaksanakan dapat memenuhi tuntutan dan kebutuhan masyarakat untuk kelangsungan hidupnya (*sustainable community*) dengan memperhatikan keseimbangan ekosistem. Intervensi pembangunan secara menyeluruh (*holistic/comprehenship*) hendaknya memperhatikan aspek-aspek kebutuhan (*need, drive, and motive*) masyarakat lokal (*local community*), keseimbangan alam dalam melakukan eksploitasi/eksplorasi nilai-nilai, filosofi hidup dan kehidupan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidup masyarakat.

Pengembangan atau pembangunan sektor pariwisata merupakan salah satu sektor atau program andalan bagi pemerintah daerah, Karena sektor ini memiliki prospek dan peranan yang sangat strategis dalam rangka menunjang keberhasilan pembangunan di daerah yang merupakan ujung tombak dalam pembangunan nasional. Sehingga pengembangan pada sektor pariwisata perlu diperhatikan, dan direncanakan secara optimal. Karena hal ini akan memberi dampak dan manfaat

terhadap tujuan pembangunan yang sudah digulirkan dan bukan hanya sebagai wacana saja. Sehingga perlu adanya campur tangan pihak-pihak yang terkait erat terutama dari sisi lembaga pemerintahan sebagai pelaku otonomi daerah.

Disamping itu pembangunan sektor pariwisata memberikan dampak yang positif bagi pertumbuhan perekonomian suatu daerah pada khususnya dan perekonomian nasional pada umumnya. Oleh karena itu upaya pemerintah dalam mengembangkan sektor pariwisata adalah bagaimana agar usaha pengembangan tersebut tidak mengganggu kelestarian alam dan menggunakan suatu pendekatan sistem. Perlu adanya koordinasi secara terpadu antara elemen pemerintah sebagai pembuat kebijakan dengan pihak-pihak yang terkait baik unsur swasta maupun masyarakat sebagai pelaksana kebijakan tersebut.

Dalam peranannya Yoeti (1997:64) sebagai akibat lebih jauh dari pengembangan sektor pariwisata ternyata memberi dampak terhadap perekonomian dinegara atau daerah yang dikunjungi. Adapun dampak yang dimaksud antara lain:

1. Memberikan kesempatan kerja atau dapat memperkecil pengangguran
2. Peningkatan penerimaan pajak dan retribusi daerah
3. Meningkatkan pendapatan nasional
4. Memberikan efek multiplier dalam perekonomian setempat

Adapun beberapa dampak tersebut merupakan dampak yang positif dalam aplikasinya, terutama terhadap kehidupan masyarakat pada umumnya maupun pemasukan bagi anggaran pemerintah setempat. Namun untuk mendapatkan dampak yang baik tentunya memerlukan kebijakan yang tepat sebagai langkah perencanaan dan pelaksanaan yang optimal kedepannya. Hal ini terkait sebagai langkah perumusan kebijakan dalam rangka perencanaan, pembinaan, bimbingan dan pengembangan khususnya di bidang pariwisata dalam rangka pelaksanaan pembangunan dan pemerintahan yang dituangkan sebagai langkah-langkah startegis untuk menunjang pembangunan pariwisata agar menjadi lebih bergairah dengan memanfaatkan dan mengembangkan potensi masyarakat.

Sesuai dengan Konsepsi Manusia Pariwisata (Model Kompetensi) yang ada didalam Perda Pemkab Gresik dapat ditarik beberapa pengertian dari konsepsi manusia pariwisata, yaitu sebagai berikut:

1. Manusia Pariwisata adalah manusia yang sadar akan pentingnya pariwisata sebagai industri jasa yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian masyarakat. Oleh karena itu perlu keahlian (*skill*) dan moral agar bisa memberikan dedikasi terbaiknya bagi masyarakat.
2. Manusia Pariwisata adalah manusia yang terlibat dalam bidang kepariwisataan baik itu pelaku ataupun penyedia jasa pariwisata.
3. Manusia yang betul-betul mempunyai potensi untuk mengembangkan kepariwisataan.
4. Manusia Pariwisata adalah *stakeholders* yang melakukan usaha kepariwisataan agar wisatawan dapat menikmati karya cipta Tuhan Yang Maha Esa dan memahami serta mensyukurinya sebagai bagian dari karunia Tuhan Yang Maha Esa.

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat dibuat beberapa catatan mengenai definisi manusia pariwisata sebagai model yang sedang dibangun oleh Dinas Pariwisata Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik. Catatan tersebut antara lain:

1. Manusia Pariwisata adalah semua pelaku dan penyedia pariwisata. Hal ini berarti bahwa SDM Pariwisata tidak hanya menyangkut pegawai di Disparinkom, tetapi juga termasuk pelaku dan penyedia pariwisata di luar dinas. Mereka bisa berasal dari kalangan dunia usaha, maupun masyarakat umum.
2. Mempunyai keahlian dalam bidang pariwisata sebagai kemampuan mendasar untuk lebih mengembangkan perekonomian masyarakat.
3. Manusia Pariwisata betul-betul memahami akan dunia pariwisata sebagai industri. Artinya bahwa kegiatan pariwisata yang dikelola oleh Dinas (Pemerintah), bagaimanapun tetap diarahkan pada kegiatan industri ekonomi kepariwisataan.
4. Masyarakat sebagai pemegang saham (*stakeholders*) juga menjadi sasaran pengembangan SDM Pariwisata oleh Disparinkom Gresik.

Dalam kaitannya dengan strategi pengembangan kepariwisataan yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten gresik, yang baru-baru ini di kembangkan adalah pengembangan kawasan desa wisata adenium yang merupakan obyek daya

tarik wisata minat khusus sebagai langkah awal salah satu produk pariwisata yang kian hari kian diperhitungkan keberadaannya. Kawasan desa wisata adenium ini patut untuk diperhitungkan sebagai salah satu produk andalan pariwisata yang dimiliki oleh kabupaten gresik dan sebagai produk pengembangan pariwisata yang inovatif dan produktif karena wisata ini terbilang sebagai wisata inovasi dengan latar belakang kawasan desa wisata adenium sepanjang jalan tujuh kilometer. Gelar baru kabupaten Gresik sebagai kota adenium ditetapkan bukan tanpa modal melainkan saat ini, di kabupaten Gresik telah berkembang desa-desa yang mengembangkan bunga adenium. Yang tersebar dilima desa pada tiga kecamatan di daerah kabupaten Gresik. Hal ini juga berimbas kepada pengembang awal yaitu masyarakat petani bunga adenium. Karena dengan dijadikannya sebagai kawasan desa wisata adenium tersebut memberi efek transisi terhadap meningkatnya perekonomian masyarakat pengembang atau sekitarnya dengan catatan adanya perhatian nyata dari pihak pemerintah setempat.

Pengembangan kawasan desa wisata adenium sebagai salah satu produk pariwisata alternatif, inovatif dan yang sedang dikembangkan keberadaannya saat ini, semua ini tidak akan terlepas dari peranan baik oleh pemerintah, khususnya pemerintah daerah setempat, pihak swasta maupun eksistensi masyarakat pengembang produk pariwisata tersebut. Adanya potensi dan peluang yang digambarkan secara gamblang oleh produk unggulan kawasan desa wisata adenium di kabupaten Gresik tidak akan berjalan sesuai dengan yang direncanakan dan diharapkan apabila tidak adanya dukungan yang sesuai dengan kebutuhan strategi pengembangan kawasan desa wisata adenium yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat daerah setempat dimana kawasan desa wisata adenium berada dan dikembangkan. Sehingga hendaknya pemerintah, khususnya pemerintah daerah menciptakan kebijakan-kebijakan yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan pengembangan kawasan desa wisata sebagai sebuah strategi penciptaan pembangunan perekonomian masyarakat pedesaan.

Kawasan desa wisata adenium, sebuah pariwisata yang secara alami terbentuk oleh masyarakatnya sendiri dengan dominasi unsur dari agribisnis, yang secara dasar menonjolkan produk adenium sebagai usaha industri rumahan yang

mulai merambah dan menjamur pada setiap rumah-rumah, dari desa pionir kepada desa-desa tetangga yang kemudian menjelma menjadi sebuah kawasan yang berisikan desa-desa pengembang adenium. Partisipasi masyarakat yang begitu kuat dengan pendampingan dari pihak swasta menjadikan produk adenium sebagai salah satu produk unggulan kabupaten Gresik, berawal dari sanalah kemudian pemerintah daerah berinisiatif menjadikan potensi daerah tersebut lebih nyata lagi dengan peletakan kebijakan sebagai obyek wisata terbaru kabupaten Gresik dan potensi unggulan kabupaten Gresik.

Peluang yang digambarkan terutama dari segi pemerdayaan masyarakat yang kemudian mampu berperan dalam mengembangkan ketrampilan sumber daya masyarakat dan berpengaruh terhadap pembangunan perekonomian masyarakat, baik dari desa-desa adenium maupun merambah ke desa-desa lain. Sebagai produk pariwisata yang pengembangannya lebih banyak diperankan oleh masyarakatnya sendiri, lalu sejauh mana peran dari pemerintah khususnya dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi sebagai fasilitator pengembangan potensi pariwisata unggulan kabupaten Gresik tersebut dalam menetapkan strategi-strategi untuk mendukung iklim wisata kawasan desa wisata adenium sebagai sebuah pariwisata yang tidak terbentur oleh keadaan dan waktu.

Dari ulasan tersebut diatas, maka calon peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi strategi pemerintah kabupaten Gresik dalam rangka mengembangkan sektor pariwisata terutama kawasan desa wisata adenium dan faktor baik yang mendukung maupun yang meghambat dalam mengembangkan kawasan desa wisata adenium sebagai salah satu bahan alternatif yang menyajikan unsur agribisnis pada dasarnya dan kemudian ditunjang menjadi wadah obyek daya tarik wisata sebagai penunjang an. Sehingga peneliti mengambil judul **”Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium dalam Menunjang Pembangunan Perekonomian Masyarakat Pedesaan (Studi Tentang Korelasi Pariwisata dan Agribisnis)”**.

B. Perumusan Masalah

Strategi merupakan perhitungan mengenai rangkaian kebijakan untuk mencapai tujuan dimasa mendatang. Strategi ditetapkan agar hasil pembangunan dapat tercapai sesuai dengan yang direncanakan.

Sektor industri khususnya industri pariwisata menjadi salah satu aspek pokok dalam proses pembangunan mengingat bahwa modernisasi dalam struktur ekonomi suatu daerah dapat berjalan apabila diimbangi dengan tumbuhnya sektor industri.

Berdasarkan pada uraian latar belakang dan fenomena tersebut diatas, maka rumusan masalah yang penulis angkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah strategi yang diterapkan dalam mengembangkan kawasan desa wisata adenyum dalam menunjang pembangunan perekonomian masyarakat pedesaan?
2. Faktor-faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi pengembangan kawasan desa wisata adenyum dalam menunjang pembangunan perekonomian masyarakat pedesaan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisa strategi pengembangan kawasan desa wisata dalam menunjang pembangunan perekonomian masyarakat pedesaan?
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisa faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi pengembangan kawasan desa wisata adenyum dalam menunjang pembangunan perekonomian masyarakat pedesaan?

D. Kontribusi Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi Instansi

Dapat dijadikan sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi Lembaga-lembaga Pemerintah Khususnya Dinas Pariwisata Infromasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik dalam menetapkan Strategi Pengembangan Pariwisata Kawasan Desa Wisata Adenium.

2. Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan

Sebagai media pengembangan keilmuan dalam bidang kajian Administrasi Pembangunan dan Perencanaan Pembangunan tentang konsep Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium sebagai titik tolak usaha peningkatan kualitas pembangunan khususnya dalam menunjang pembangunan perekonomian masyarakat pedesaan.

3. Bagi Peneliti

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang perencanaan pembangunan dan pelaksanaannya serta dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi penelitian selanjutnya.

4. Bagi Masyarakat

Memberikan sumbangan pemikiran bagi kalangan swasta dan masyarakat untuk ikut berperan serta secara dengan aktif dan secara sadar dalam setiap proses pembangunan selanjutnya.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Administrasi Pembangunan

Administrasi Pembangunan sebagai suatu disiplin ilmiah merupakan suatu orientasi baru dalam ilmu administrasi. Dikatakan suatu orientasi baru oleh karena sampai sekarang Administrasi Pembangunan belum secara universal diakui sebagai suatu cabang ilmu pengetahuan.

Administrasi Pembangunan meliputi dua pengertian, yaitu : pertama tentang administrasi dan kedua, tentang pembangunan. Administrasi adalah suatu proses pelaksanaan daripada keputusan-keputusan yang telah diambil dan pelaksanaan itu pada umumnya dilakukan oleh dua orang manusia atau lebih untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Pembangunan didefinisikan sebagai suatu usaha atau rangkaian usaha pertumbuhan dan perubahan yang berencana yang dilakukan secara sadar oleh suatu bangsa, Negara dan pemerintah menuju modernitas dalam rangka pembinaan bangsa. Menurut (Sondang, 1985:2) dari dua pengertian tersebut maka administrasi pembangunan didefinisikan sebagai suatu usaha yang dilakukan suatu masyarakat untuk memperbaiki tata kehidupannya sebagai suatu bangsa dalam berbagai aspek kehidupan bangsa tersebut dalam rangka usaha pencapaian tujuan yang telah ditentukan

Secara lebih sederhana, Kartasmita (1997:9) mengemukakan bahwa pembangunan adalah suatu proses perubahan ke arah yang lebih baik melalui upaya yang dilakukan secara terencana.

Pembangunan secara sederhana sering diartikan sebagai proses perubahan ke arah keadaan yang lebih baik. Oleh karena itu, perubahan ke arah keadaan yang lebih baik seperti yang diinginkan dan dengan upaya yang terencana, harus dilakukan melalui jalan yang tidak merusak, tetapi justru mengoptimalkan sumber daya yang tersedia dan mengembangkan potensi yang ada.

Administrasi pembangunan bersumber dari administrasi Negara. Dengan demikian, kaidah-kaidah umum administrasi Negara berlaku pula pada administrasi pembangunan. Namun administrasi pembangunan memberi perhatian

lebih luas daripada hanya membahas penyelenggaraan administrasi pemerintahan dalam pengertian umum, seperti memelihara kemandirian, hukum dan ketertiban, mengumpulkan pajak, memberikan pelayanan public, dan menyelenggarakan hubungan dengan Negara lain. Administrasi pembangunan bersifat dinamis dan inovatif, karena menyangkut upaya mengandalkan perubahan-perubahan social. Dalam upaya itu administrasi pembangunan sangat berkepentingan dan terlibat dalam pengalokasian sumber daya dan pengalokasiannya untuk kegiatan pembangunan.

Pada dasarnya, administrasi pembangunan adalah bidang studi yang mempelajari system administrasi Negara di Negara yang sedang membangun serta upaya untuk meningkatkan kemampuannya. Ini berarti dalam studi dan praktik administrasi pembangunan diperlukan adanya perhatian dan komitmen terhadap nilai-nilai yang mendasari dan perlu diwujudkan menjadi dasar etika birokrasi.

Dimensi ruang dan daerah menjadi penting artinya dalam administrasi pembangunan dan administrasi pembangunan daerah menjadi penting dalam rangka pembangunan nasional. Dimensi ruang dan daerah dalam perencanaan pembangunan adalah perencanaan pembangunan baik suatu kota, daerah ataupun wilayah. Pembangunan di daerah merupakan bagian dari pembangunan nasional. Perencanaan pembangunan daerah adalah instrument bagi penentuan alokasi sumber daya pembangunan dan lokasi kegiatan di daerah yang telah direncanakan secara terpusat yang berguna untuk mencegah terjadinya kesenjangan ekonomi antar daerah.

Kebijakan yang menyangkut dimensi ruang dalam administrasi pembangunan dipengaruhi oleh banyak faktor, isamping system pemerintahan, politik, dan ekonomi sebagaimana disebutkan diatas, juga oleh pandangan ideologi, kemampuan sumber daya manusia di daerah, pengelompokan wilayah, perubahan social, dan lain sebagainya. Implikasi aspek ruang yang meliputi tingkat pembangunan daerah, lokasi, mobilitas penduduk dan penyebarannya, serta budaya arah, memiliki hubungan dan keterkaitan yang sangat erat dengan pembangunan ekonomi. Untuk itu, administrasi pembangunan, dalam kaitannya dengan dimensi ruang dan daerah harus data mencari jawaban tentang bagaimana

pembangunan dapat tetap menjaga kesatuan dan persatuan, tetapi dengan memberikan kewenangan dan tanggung jawab yang cukup pada daerah dan masyarakatnya.

Ada beberapa aspek dari dimensi ruang dan daerah yang berkaitan dengan administrasi pembangunan daerah. Aspek pertama adalah regionalisasi atau erwilayahan. Regionalisasi, sebagai bagian dari upaya mengatasi aspek ruang dalam pembangunan, memberikan keuntungan dalam mempertajam focus dalam lingkup ruang yang jauh lebih kecil dalam suatu Negara.

Aspek kedua yaitu ruang, akan tercermin dalam penataan ruang. Penataan ruang secara lebih spesifik sebagai upaya mewujudkan tata ruang yang terencana, dengan memperhatikan keadaan lingkungan alam, lingkungan buatan, lingkungan social, interaksi antar lingkungan, tahapan dan pengelolaan pembangunan, serta pembinaan kemampuan kelembagaan dan sumber daya manusia yang ada dan tersedia, dengan selalu mendasarkan pada kesatuan wilayah nasional dan ditujukan sebesar-besarnya kemakmuran rakyat, memelihara lingkungan hidup, dan diarahkan untuk mendukung upaya pertahanan keamanan. Jadi, dalam konteks ini, pengelolaan ruang dalam dimensi administrative adalah upaya mengoptimalkan sumber daya untuk pembangunan.

Aspek ketiga adalah otonomi daerah, masyarakat dalam suatu Negara tidak hanya tinggal dan berada dipusat pemerintahan, tetapi juga ditempat-tempat yang jauh dan terpencil dari pusat pemerintahan.. Melalui otonomi diharapkan upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat didaerah menjadi lebih efektif. Administrasi pembangunan berperan dalam menjembatani kebijakan dan strategi nasional dengan upaya-upaya pembangunan yang diselenggarakan didaerah.

Aspek keempat adalah partisipasi masyarakat dalam pembangunan. Salah satu karakteristik atau cirri system administrasi modern adalah bahwa pengambilan keputusan dilakukan sedapat-dapatnya pada tingkat yang paling bawah (*grass root level*). Dalam hal ini masyarakat, bersama-sama dengan aparaturn pemerintah, menjadi stakeholder dalam perumusan, implementasi, dan evaluasi dari setiap upaya pembangunan.

Aspek kelima, sebagai implikasi dari dimensi administrasi dalam pembangunan daerah yang dikaitkan dengan kemajemukan adalah dimungkinkannya keragaman dalam kebijakan (*policy diversity*). Dalam kerangka ini, kebijakan yang bersifat nasional harus luwes (*flexible*), agar aparat pemerintah dibawahnya dapat mengembangkan dan memodifikasi kebijakan tersebut sesuai dengan kondisi masing-masing wilayah. Untuk itu, kebijakan nasional harus memahami karakteristik daerah dalam mempertimbangkan potensi pembangunan di daerah terutama dalam kebijakan sarana dan prasarana guna merangsang berkembangnya kegiatan ekonomi daerah.

Sementara itu yang dimaksud dengan perencanaan pembangunan merupakan suatu tahapan awal dalam proses pembangunan. Sebagai tahapan awal, perencanaan pembangunan akan menjadi bahan/pedoman/acuan dasar bagi pelaksanaan kegiatan pembangunan (*action plan*). Oleh karena itu, perencanaan pembangunan hendaknya bersifat implementatif (dapat dilaksanakan) dan aplikatif (dapat diterapkan).

Menurut Riyadi dan Bratakusumah (2005:7), perencanaan pembangunan dapat diartikan sebagai:

Suatu proses perumusan alternative-alternatif atau keputusan-keputusan yang didasarkan pada data-data dan fakta-fakta yang akan digunakan sebagai bahan untuk melaksanakan suatu rangkaian kegiatan/aktivitas kemasyarakatan, baik yang bersifat fisik (material dan spiritual), dalam rangka mencapai tujuan yang lebih baik.

Kegiatan perencanaan pembangunan pada dasarnya merupakan kegiatan riset/penelitian, karena proses pelaksanaannya akan banyak menggunakan metode-metode riset, mulai dari teknik pengumpulan data, analisis data, hingga studi lapangan/kelayakan dalam rangka mendapatkan data-data yang akurat, baik yang dilakukan secara konseptual/dokumentasi maupun eksperimental. Data-data riil lapangan sebagai data primer merupakan ornamen penting yang harus ada dan digunakan menjadi bahan dalam kegiatan perencanaan pembangunan.

Sementara pembangunan yang dimaksud dalam pariwisata adalah pembangunan dari yang belum ada menjadi ada atau dari yang sudah ada digali lagi (dikenal dengan istilah : pengembangan). Dimana pariwisata tersebut erat

kaitannya dengan alam dan lingkungan yang ada, juga dalam usahanya tidak dapat terlepas dari peran pemerintah, swasta dan masyarakat (Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2007). Sehingga dalam konteks pembahasan ini istilah pembangunan dapat diartikan sama dengan pengembangan, karena pembangunan pariwisata diartikan sebagai pembangunan dari sumber daya dan lingkungan yang telah ada menjadi suatu obyek daya tarik wisata yang lebih menarik dan menjual. Apabila kita berbicara tentang pembangunan pariwisata yang padahal disebut dengan pengembangan pariwisata maka hal tersebut tidak akan terlepas dari papa yang disebut dengan sumber daya alam dan lingkungan hidup. Dimana konsep pembangunan dalam hal sumber daya dan lingkungan adalah konsep pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan. Dimana pengertiannya adalah sebagai berikut:

1. Menurut UU nomor 23 tahun 1997 tentang pokok-pokok pengelolaan lingkungan hidup :

“Pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan adalah upaya sadar dan terencana yang memadukan lingkungan hidup termasuk sumber dayanya, kedalam proses pembangunan untuk menjamin kemampuan, kesejahteraan dan mutu hidup generasi masa kini dan masa depan”.

2. Menurut *World Commision on Environment and Development* (WCED) (Istislam 2000: 71), “Pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan yang memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengorbankan hak pemenuhan generasi mendatang”.

Permasalahan pokok pembangunan dalam hubungannya dengan perkembangan sumber daya alam dan lingkungan hidup ialah bagaimana mengolah sumber daya alam dengan bijaksana agar memnopang pembangunan yang berkesinambungan bagi peningkatan kualitas hidup rakyat baik generasi sekarang maupun generasi yang akan datang.

Pembangunan tersebut dilakukan untuk dapat memperbaiki standar dan fasilitas hidup masyarakat selanjutnya sehingga perlu dilakukan secara terus menerus. Untuk menjadikan pariwisata sebagai sektor yang sangat menarik maka pembangunan dan/atau pengembangan mutlak diperlukan

B. Pengembangan dan Pembangunan

1. Pengembangan

Dalam kehidupannya, manusia dianugerahi berbagai potensi oleh Tuhan Yang Maha Esa untuk menjalani hidupnya dan untuk menghadapi segala tantangan yang ada. Potensi yang dimiliki itu bisa berupa tenaga, sikap, kemampuan, ide-ide, atau gagasan-gagasan hasil olah pemikirannya.

Dengan segala potensi yang dimilikinya, manusia bisa mengatur kehidupannya dengan baik. Oleh karena itu, potensi tersebut harus senantiasa digali dan dikembangkan secara terus-menerus demi mengarahkan potensi tersebut ke arah yang positif, bukan disalahgunakan ke arah perbuatan yang negatif, yang akan menimbulkan sesuatu yang tidak diinginkan. Jadi, pengembangan ke arah yang benar merupakan suatu hal yang amat penting dalam kehidupan manusia.

Sedangkan Moekijat (1991:8), mendefinisikan bahwa:

“Pengembangan adalah setiap usaha untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dengan memberikan informasi, memengaruhi sikap atau menambah kecakapan. Dengan kata lain, pengembangan adalah setiap kegiatan yang dimaksudkan untuk mengubah perilaku, yaitu perilaku yang berdiri dari pengetahuan, kecakapan dan sikap”.

Jadi pengembangan dalam hal ini adalah diartikan sebagai suatu upaya untuk meningkatkan pengetahuan, pendidikan, kecakapan serta ketrampilan seseorang untuk menunjang pelaksanaan tugasnya.

2. Pembangunan

a. Definisi Pembangunan

1. Definisi Pembangunan.

Secara etimologik, istilah pembangunan berasal dari kata bangun, diberi awalan pem- dan akhiran -an guna menunjukkan perihal pembangunan. Kata bangun setidaknya-tidaknya mengandung arti: (Suryono, 2001:26)

- a. Bangun dala arti sadar/siuan (aspek fisiologi)
- b. Bangun dalam arti bangkit/berdiri (aspek perilaku)

- c. Bangun dalam arti bentuk (aspek anatomi)
- d. Bangun dalam arti kata kerja membuat, mendirikan atau membina (gabungan aspek fisiologi, aspek perilaku dan aspek bentuk). Sedangkan secara ensiklopedik di analogikan dengan konsep pertumbuhan, rekonstruksi, modernisasi, westernisasi, perubahan social, pembebasan, pembauran, pembangunan bangsa, pembangunan nasional, pembangunan, pengembangan dan pembinaan

Sedangkan menurut Bryan and White dalam Suryono (2001:37) definisi pembangunan adalah sebagai berikut:

1. Pembangunan berarti membangkitkan kemampuan optimal manusia, baik individu maupun kelompok (*capacity*)
2. Pembangunan berarti mendorong tumbuhnya kebersamaan dan pemerataan sistem nilai dan kesejahteraan (*equity*)
3. Pembangunan berarti menaruh kepercayaan kepada masyarakat untuk membangun dirinya sendiri sesuai dengan kemampuan yang ada padanya. Kepercayaan ini dinyatakan dalam bentuk kesepakatan yang sama, kebebasan memilih, dan kekuasaan untuk memutuskan (*empowerment*)
4. Pembangunan berarti membangkitkan kemampuan untuk membangun secara sendiri (*sustainability*)
5. Pembangunan berarti mengurangi ketergantungan yang satu terhadap Negara yang lain dengan menciptakan hubungan saling menguntungkan (simbiosis mutualisme) dan saling menghormati (interpedensi)

Pada hakekatnya, pembangunan dapat diartikan sebagai proses untuk membuat suatu perubahan yang baik. Menurut Soekartawi (1990:8), bahwa pembangunan dapat berarti pertumbuhan dan pemerataan. Pemerataan dapat berupa pemerataan pendapatan, pemerataan hasil-hasil pembangunan, pemerataan keadilan ataupun pemerataan yang lainnya. dari suatu sistem akan saling terkait dengan subsistem dan sistem-sistem lainnya termasuk lingkungan internasional. Pengertian pembangunan sebagai suatu proses, akan terkait dengan mekanisme sistem atau kinerja suatu sistem.

Hakekat dari pembangunan adalah pendayagunaan potensi masyarakat semaksimal mungkin dengan jalan partisipatif aktif menurut tingkat kemampuan dan ketrampilan yang dimiliki. Selain itu pembangunan merupakan suatu upaya masyarakat bangsa yang

merupakan suatu perubahan social yang besar dalam berbagai bidang kehidupan kearah masyarakat yang lebih maju dan baik sesuai pandangan masyarakat bangsa itu.

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa pengertian pembangunan adalah suat proses perubahan terencana yang dilakukan secara terus menerus di berbagai aspek untuk memperbaiki kehidupan masyarakat kearah yang lebih baik.

b. Tujuan Pembangunan

Pada dasarnya pembangunan dilakukan oleh suatu Negara dengan tujuan untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakatnya secara adil sehingga masyarakat bisa terbebas dari belenggu kemiskinan dan keadaan serba kekurangan.

Dan tujuan-tujuan pembangunan secara umum adalah:

1. Tujuan pembangunan nasional adalah mewujudkan pemerataan baik materiil maupun spiritual.
2. Dalam Pembukaan UUD 1945, tujuan pembangunan secara umum adalah menuju masyarakat adil dan makmur, serta membangun manusia Indonesia seutuhnya.
3. Sukirno (1985:60) menyatakan bahwa tujuan pembangunan merupakan suatu kehendak masyarakat untuk mencaai suatu keadaan tertentu dimasa yang akan datang.

Tujuan pembangunan dapat dibuat skala prioritas untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul dan keterbatasan suatu Negara untuk membangun. Masalah-masalah tersebut dapat timbul pada sektor sosial, politik dan ekonomi sebagai akibat terciptanya pembangunan yang tidak seimbang.

Tujuan akhir dari pembangunan adalah kesejahteraan masyarakat (*social welfare*) dalam arti luas (kesejahteraan lahir maupun bathin). Kesejahteraan lahir akan terkait dengan tingkat kehidupan baik yang menyangkut ekonomi maupun strata sosial, sementara kesejahteraan bathin akan berkaitan dengan *believe system* yang ada pada dirinya. Bagaimana manusia memahami dirinya (*self understanding*), menerima dirinya (*self acceptance*) serta bagaimana cara dia mengaktualisasikan

dirinya (*self actualization*) sehingga merasa puas (*satisfaction*). Hal ini senada dengan ajaran Islam yang membagi kehidupan manusia meliputi "Alam arwah, alam dunia, alam barzah, dan alam akhirat". Manusia sejahtera secara bathin bila "konsep dirinya merasa puas serta memahami tugas dan fungsinya sebagai khalifah di muka bumi". Sebagai khalifah mempunyai tugas memelihara bumi ini agar tidak terjadi kerusakan, dan fungsinya untuk menjaga keseimbangan alam melalui akal dan pikitran serta nuraninya (*qolbu*), sehingga alam berfungsi sebagaimana mestinya.

Demi kelangsungan hidupnya manusia selalu berupaya memenuhi kebutuhan diri serta mengatasi tantangan dan hambatan lingkungan alam dan sosialnya. Untuk itu selalu berupaya melakukan penciptaan-penciptaan (kreativitas) yang mengkristal menjadi kebudayaan. Pembangunan pada intinya merupakan penciptaan-penciptaan dalam memenuhi tuntutan hidup dan mengatasi tantangan lingkungan alam dan sosial. Seperti penciptaan kegiatan lapangan usaha dalam rangka memenuhi kebutuhan ekonomi, penciptaan pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan daya nalar dan kreativitas agar terjadi akulturasi kebudayaan yang tetap mempertahankan nilai-nilai yang telah berkembang.

Pada saat ini, indikator keberhasilan pembangunan terdiri atas bagaimana tingkat pengembangan sumber daya manusia (Indeks Pembangunan Manusia / *Human Development Index/HDI*), tingkat pencapaian ekonomi dan tingkat keseimbangan alam (ekosistem). Ketiga aspek tersebut memiliki keterkaitan dan ketergantungan (interrelasi dan interdependensi).

c. Unsur-unsur Pembangunan

Didalam pelaksanaan pembangunan terdapat unsur-unsur pembangunan yang saling berkaitan. Unsur-unsur tersebut diantaranya adalah: (Siagian, 1990:3-4)

1. Proses, bahwa pembangunan merupakan suatu proses. Proses berarti suatu kegiatan yang terus menerus.
2. Sadar, bahwa pembangunan merupakan usaha yang secara sadar dilakukan.
3. Berencana, bahwa pembangunan dilakukan secara berencana dan perencanaan itu berorientasi kepada pertumbuhan dan perubahan.
4. Modernitas, bahwa pembangunan mengarah kepada modernitas. Sebagai cara hidup yang baru dan lebih baik daripada sebelumnya serta kemampuan swasembada dan mengurangi ketergantungan kepada pihak lain.
5. Multi-dimensional, bahwa modernitas yang dicapai melalui pembangunan itu bersifat multi dimensional, artinya bahwa modernitas itu mencakup seluruh aspek kehidupan bangsa dan Negara terutama aspek politik, ekonomi, sosial budaya, pertahanan dan keamanan nasional dan administrasi.
6. Nation Building, bahwa kesemua hal tersebut diatas ditujukan kepada usaha membina bangsa (nation building) yang terus menerus harus dilaksanakan dalam rangka pencapaian tujuan bangsa dan Negara yang telah ditentukan sebelumnya

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur pembangunan merupakan suatu proses yang dilakukan secara sadar dan berencana yang mengarah pada modernitas dan bersifat multi-dimensional yang bertujuan untuk membina bangsa sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

d. Ciri-ciri Pembangunan

Tjokrowinoto (1999) menyimpulkan beberapa makna pembangunan sebagai citra pembangunan dalam perspektif diakronis (pembangunan menurut tahap pertumbuhan dan periode waktu) yang dasarnya tidak jelas, dengan ciri-ciri pembangunan sebagai berikut:

1. Pembangunan sebagai proses perubahan sosial menuju ke tatanan kehidupan yang lebih baik.
2. Pembangunan sebagai upaya manusia yang sadar dan terencana.
3. Pembangunan sebagai proses perubahan sosial yang bebas nilai.
4. Pembangunan sebagai konsep yang sarat nilai, menyangkut poses pencapaian nilai yang dianut suatu bangsa secara meningkat

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri pembangunan menyangkut suatu proses perubahan yang dilakukan

secara sadar dan terencana untuk menuju ke arah masa depan yang lebih baik.

e. Konsep Pembangunan

Pengertian pembangunan sampai sekarang ini masih menjadi perdebatan yang belum berakhir yang mempertanyakan apakah sebenarnya yang dimaksud dengan pembangunan itu sendiri. Yang mana dalam pengertiannya masih terdapat banyak persepsi interpretasi konsep yang berbeda-beda. Implikasinya adalah makna pembangunan sering menimbulkan pro dan kontra yang secara otomatis mempengaruhi perilaku dan tindakan pelaksanaan pembangunan itu sendiri.

Dengan adanya hal tersebut diatas menjadikan pengertian pembangunan menjadi sangat bervariasi, tetapi pada dasarnya masih terdapat titik temu atau kesepakatan yang terdapat pada pengertian tersebut. Adapun pengertian menurut Siagian (1996:2) yaitu suatu usaha atau rangkaian usaha pertumbuhan dan perubahan yang berencana yang dilakukan secara sadar oleh suatu bangsa, Negara dan pemerintah menuju modernitas dalam pembinaan bangsa.

Sedangkan menurut Bryant dan White, pembangunan ialah upaya untuk meningkatkan kemampuan manusia dalam mempengaruhi masa depannya. Ada lima implikasi utama dari definisi ini, yaitu:

1. Pembangunan berarti membangkitkan kemampuan optimal manusia baik individu maupun kelompok.
2. Pembangunan berarti mendorong tumbuhnya kebersamaan dan kemelorotan nilai dan kesejahteraan.
3. Pembangunan berarti menaruh kepercayaan kepada masyarakat untuk membangun dirinya sendiri sesuai dengan kemampuan yang ada padanya.
4. Pembangunan berarti membangkitkan kemampuan untuk membangun secara mandiri.
5. Pembangunan berarti mengurangi keergantungan Negara satu dengan Negara lain dan menciptakan hubungan saling menguntungkan dan saling menghormati.

Kemudian Currey, mengartikan pembangunan adalah suatu proses perubahan, yang melalui perubahan itu suatu masyarakat mengembangkan nilai-nilai kepemimpinan politik dan bentuk-bentuk

organisasi sosial lainnya yang dibutuhkan untuk mengerahkan dan menggunakan sumber daya. Selanjutnya menurut Roup (dalam Kamaluddin, 1999:23), pembangunan adalah perubahan dari suatu yang kurang berarti kepada sesuatu yang lebih berarti. Selanjutnya menurut Soetomo (1990:iii) menyatakan pembangunan pada dasarnya merupakan suatu proses yang bertujuan untuk meningkatkan kondisi kehidupan masyarakat. Walaupun untuk mewujudkan tujuan tersebut dikenal berbagai pendekatan dengan sudut pandang yang berbeda-beda sehingga menyebabkan konsep pembangunan yang ada mengalami pasang surut dalam perkembangannya. Lebih lanjut lagi Soetomo (1990:4) mengungkapkan konsepsi pembangunan menggunakan sudut pandang yang berbeda namun ada beberapa prinsip umum selalu tampak dalam pembangunan, adapun prinsip-prinsip tersebut antara lain :

1. Merupakan proses perubahan yang sengaja dan terarah;
2. Bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup warga masyarakat;
3. Mengutamakan pendayagunaan potensi dan sumber-sumber setempat;
4. Mengutamakan kreativitas dan inisiatif masyarakat;
5. Mengutamakan partisipasi masyarakat.

Senada dengan hal itu menurut Basri (1995:99) yang menyatakan bahwa pembangunan sebagai proses perubahan yang terus-menerus menuju perbaikan di segala bidang kehidupan masyarakat dengan bersandar ke seperangkat nilai-nilai yang dianutnya, yang menuntut mereka untuk mencapai keadaan dan tingkat kehidupan yang didambakan. Hendaknya pembangunan diarahkan ke pengembangan potensi, inisiatif, daya kreasi dan kepribadian dari setiap warga masyarakat. Dalam proses tersebut, pada hakekatnya merupakan proses transformasi sosial yang perlu dipelihara "perimbangan segitiga" antara perubahan, ketertibn dan keadilan dengan cara tertentu yang akan memperkukuh kebebasan manusia dalam masyarakat.

Jadi dari pengertian dan definisi tersebut diatas dapat dipahami dan dapat disimpulkan bahwa pembangunan terdapat beberapa unsur antara lain :

1. Usaha atau proses;
2. Peningkatan, kemajuan, atau perubahan kearah kemajuan
3. Berkesinambungan;
4. Dilakukan secara sadar atau sengaja;
5. Terencana;
6. Untuk tujuan pembinaan (pembangunan) bangsa;
7. Dilakukan secara bertahap;
8. Sebagai indikator/alat untuk melihat perkembangan atau peningkatan.

Selanjutnya dari pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pembangunan merupakan proses perubahan dalam segala bidang perubahan yang secara dinamis menuju kepada perbaikan-perbaikan kualitas hidup manusia dan alam lingkungannya.

Walaupun demikian, dapat kita ketahui bahwa pembangunan sangatlah penting bagi bangsa dan negara terutama negara-negara yang sedang berkembang, dimana dalam pembangunan juga harus diakui bahwa peran pemerintah sangat penting dan menentukan. Meskipun peran pemerintah sangat penting, kita tidak boleh menyerahkan dan melimpahkan kegiatan pembangunan kepada pemerintah saja, karena pembangunan tanpa adanya partisipasi dan peran dari masyarakat maka pembangunan tersebut tidak akan berjalan engan baik dan lancar. Oleh karena itu, peran serta dan partisipasi masyarakat sangat diharapkan dengan terwujudnya pembangunan yang lebih baik dan terencana yang nantinya dapat dinikmati dan dirasakan oleh masyarakat luas. Untuk mendapatkan partisipasi dan peran serta masyarakat, pembangunan harus berorientasi pada kepentingan masyarakat banyak, dimana orientasinya pada peningkatan produksi, pendapatan dan kesempatan kerja.

C. Strategi Pembangunan

1. Proses Perancangan dan Pelaksanaan Proyek

Robert Chambers dalam Coralie Bryant dan Louis G. White (1987:141) bahwa proyek yang paling efektif adalah yang disusun dengan prosedur-prosedur yang sederhana dan lugas, yang dapat dipahami dengan mudah. Karena hasil-hasil proyek bukan hanya bergantung pada rancangan awal, melainkan pada pelaksanaannya. Proyek harus erat dikaitkan dengan dengan program-program nasional karena proyek merupakan sisi tajam pembangunan. Program merupakan kumpulan proyek-proyek, dan proyek sebagai ungkapan lokal dari program nasional.

Perancangan proyek antara lain untuk:

- a. Menyajikan informasi yang menentukan bagi para perencana program,
- b. Untuk menyusun proyek-proyek lain,
- c. Dirancang sebagai kegiatan-kegiatan berantai.

Ada empat aspek dalam konseptualisasi proyek dan program sebagai bagian-bagian proses pembangunan yang berinteraksi, yaitu antara lain:

- a. Proyek-proyek harus diseleksi dalam hubungan dengan kebutuhan-kebutuhan programnya, proyek harus dirancang untuk mendorong agar program dapat memanfaatkan kondisi dan selanjutnya dievaluasi agar efektif.
- b. Menjadi *learning organization* yang terbuka terhadap lingkungan, memproses informasi dan terus-menerus memepbaharui pendekatan-pendekatan yang ditempuhnya.
- c. Menyangkut struktur insentif bagi perilaku dalam suatu proyek agar selaras dengan tujuan proyek yang kondusif dan efektif.
- d. Melaksanakan evaluasi efisiensi, keadilan dalam proyek, tingkat imbalan investasi dan dampak serta distribusin manfaat-manfaat proyek sesuai dengan tujuan.

Rancangan proyek berurusan dengan struktur keorganisasian, analisis social dan ekonomi, sistem belajar atau umpan balik, dan pengimbangan antara efisiensi dan keadilan. Langkah-langkah penting dalam perancangan proyek adalah

identifikasi, formulasi, kelayakan dan strategi pelaksanaan. Pertama, masalah yang ditangani harus diidentifikasi, kemudian intervensi yang tepat harus dirumuskan, diuji untuk mengetahui kelayakannya dan akhirnya harus ada strategi pelaksanaan bagi proyeknya.

Sepanjang penyusunan rancangan, pentingnya manajemen bagi keberhasilan proyek muncul sebagai pokok persoalan, manajemen proyek yang baik merupakan satu-satunya variabel terpenting yang mempengaruhi hasil proyek. Suatu aspek manajemen lainnya ialah pengembangan sistem informasi dan pemanfaatan pemantauan serta evaluasi.

2. Pengumpulan Data, Pemantauan dan Evaluasi

Ada dua persoalan yang relevan untuk administrator pembangunan, persoalan pertama mengenai informasi tentang komunitas dan dampak suatu proyek terhadap komunitas itu. Yang kedua, mengenai informasi tentang proses-proses politik dan administratif.

Beberapa pendekatan perolehan data: menggunakan catatan-catatan yang telah ada, survey (pengumpulan data secara deskriptif), wawancara (untuk membatasi kemungkinan-kemungkinan jawaban yang dapat diberikan), pengamatan langsung, metoda campuran dan persoalan khusus dalam sampling (untuk mendapatkan informasi dasar tentang anggota suatu masyarakat).

Dalam pemantauan, dikumpulkan informasi mengenai proyek selagi proyek itu berlangsung. Yang penting ialah umpan balik yang kontinyu mengenai cara penggunaan sumber-sumber dan cara-cara pelaksanaan yang tengah berlangsung. Proses pemantauan juga dibutuhkan untuk memeriksa sistem manajemen.

Evaluasi adalah upaya untuk mendokumentasi apa yang terjadi dan juga mengapa hal itu terjadi. Idealnya, suatu proyek dirancang untuk menentukan hubungan sebab akibat itu. Evaluasi merupakan upaya mengetahui apakah kaitan-kaitan itu memang sungguh-sungguh ada, evaluasi yang paling sederhana mengumpulkan informasi tentang keadaan dan sesudah pelaksanaan. Kriteria yang paling sering digunakan untuk memberikan penilaian positif atau negatif pada

suatu proyek ialah seberapa dekat hasil proyek itu dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai, dan apakah pencapaian itu dilaksanakan secara efisien.

Kriteria efisiensi akan tetap berguna dan perlu secara politik, tetapi kriteria-kriteria itu seharusnya dilengkapi dengan kriteria lain sebagai berikut:

- a. Seberapa jauh suatu proyek mengembangkan lembaga-lembaga yang akan mampu menyelenggarakan dan melestarikan jasa dan pelayanan baru secara periodik.
- b. Keefektifan proyek dalam menjangkau kelompok-kelompok target yang jelas dan tertentu.
- c. Banyaknya perubahan perilaku yang terjadi.
- d. Apakah organisasi telah mengambil pelajaran dari pengalaman proyek dan mengubah proses keputusannya agar sesuai dengan tugas pembangunan.
- e. Apakah proyek berhasil dalam menggerakkan dan mengerahkan masyarakat dan menambah kesadaran mereka mengenai kemampuan mereka sendiri.

Kendala-kendala dalam evaluasi antara lain pertama, psikologis: evaluasi dapat menjadi ancaman karena evaluasi sebagai sarana mengkritik orang lain atau mengungguli kekuasaan orang lain. Kedua, ekonomis: evaluasi yang baik itu mahal dalam segi waktu maupun uang, dan agar tersedia lebih banyak data tidak selalu sepadan dengan tingginya biaya itu. Ketiga, teknis: penanganan data sering menuntut adanya staff yang terlatih dan tersedianya kemampuan pengolahan data, waktu adalah suatu faktor. Dan keempat, politis: hasil-hasil evaluasi mungkin bukan dirasakan sebagai ancaman oleh para administrator saja, melainkan secara politis memalukan jika diungkapkan, para administrator yang perhatiannya berorientasi pada masalah akan lebih suka menggunakan evaluasi sebagai bagian dari proyek dan bukannya mengidentifikasikan diri dengan kebijakan atau rancangan proyek tertentu. Jika demikian yang terjadi, evaluasi dipandang sebagai bagian dari suatu proses belajar yang sedang dan terus berlangsung.

3. Desentralisasi dan Koordinasi

Dengan adanya dinamika, tanggung jawab merancang dan melaksanakan pembangunan sering dilakukan pada tingkat nasional. Bentuk dari manajemen proyek, adalah:

- a. Penanganan proyek atau program oleh suatu badan pelaksana,
- b. Menegakkan lembaga-lembaga semi otonom atau unit-unit proyek khusus yang dikontrol ditingkat nasional,
- c. Proyek pembangunan pedesaan terpadu.

Jika yang hendak dicapai adalah tingkat pertumbuhan yang pesat, maka kontrol sentral atas sektor-sektor kunci tampaknya merupakan jalan yang langsung atau logis untuk meningkatkan penghasilan dan produktivitas yang menjadi tujuan dari kebijakan nasional. Jika proyek proyek diserahkan pada badan lini nasional yang permanen maka lebih besar kemungkinan proyek itu dilembagakan dalam jangka panjang. Sehingga, sentralisasi sebenarnya lebih *variable*, lebih efektif, dan lebih berorientasi pada pembangunan daripada pendekatan-pendekatan desentralisasi. Namun, kontrol sentral sering menelantarkan kelompok miskin yang meletakkan kekuasaan yang besar di puncak tampak kurang efektif bekerja dibandingkan dengan yang mengkonsentrasikan kekuasaan ditingkat lokal dan tingkat menengah. Sistem yang mengandung kekuasaan yang berimbang, atau dengan kekuasaan yang lebih besar pada tingkat yang lebih rendah cenderung lebih tinggi motivasinya dan memiliki arus informasi dari bawah yang lebih baik dan oleh sebab itu mampu berubah.

Ada dua bentuk desentralisasi, desentralisasi administratif biasa disebut dengan dekonsentrasi yang berarti delegasi wewenang pelaksanaan kepada tingkat-tingkat lokal. Dan yang kedua adalah desentralisasi politik atau devolusi yang berarti bahwa wewenang pembuatan keputusan dan kontrol tertentu terhadap sumber-sumber daya diberikan pada pejabat-pejabat regional dan lokal. Adanya jurang komunikasi antara ibukota dan dusun-dusun pedesaan dalam hal kemacetan alih teknologi, karena itu kurang terbekalinya kemampuan pemerintah pusat untuk merancang proyek-proyek yang tepat. Sehingga, dibutuhkan adanya masukan

lokal dalam memperbaiki rancangan dan pelaksanaan proyek, masukan lokal juga memungkinkan petunjuk-petunjuk umum didaptasikan pada kondisi-kondisi lokal.

John motgomery dalam Coralie Bryant dan White (1987:216) menyimpulkan:

“Bahwa desentralisasi membawa dampak penting terhadap keberhasilan pembangunan pedesaan dalam mendistribusikan manfaat. Desentralisasi juga bermanfaat bagi birokratnya, tetapi bersamaan dengan itu mengurangi konsentrasi kekuasaan. Cara pendekatan yang berhasil menurutnya adalah mengalihkan kekuasaan kepada pemuka politik setempat, taktik ini lebih menguntungkan untuk petani lokal daripada penggunaan tenaga-tenaga professional baik dalam sistem desentralisasi maupun sentralisasi”.

Desentralisasi sangat menggiurkan sebagai suatu strategi, tapi sejumlah studi kasus mendokumentasikan akibat-akibatnya yang tersembunyi dan sering merusak, yang antara lain kerusakan-kerusakan yang diakibatkan adalah: mengikis kekuasaan administratif dan politis, sumber daya dan dukungan menjadi kurang mantap dan proyek menjadi lebih rentan terhadap kepentingan-kepentingan eksternal, dan organisasi-organisasi kurang mempunyai kekuasaan untuk menjalankan kebijakan-kebijakan sepeserti yang dikehendaki.

Menghadapi ketidakselarasan tersebut, salah satu jalan keluar ialah dengan mengamati tiga jenis keadaan: 1. iklim politik dan tingkat dukungan yang diberikan oleh kelompok-kelompok lain, 2. sifat hakikat kebijakan itu sendiri (banyaknya informasi yang diperlukan, cara suplai, serta peraturan dan daya tanggap yang relative penting), 3. jenis penghubung dan sarana koordinasi yang tersedia antara berbagai tingkat pemerintahan dan di antara badan-badan (kontrol sentral, kehandalan dan tanggung jawab, serta adanya proses belajar). Keadaan itu masing-masing bervariasi, dan demikian pulalah makna dan nilai desentralisasi. Sejauh iklim, politiknya menunjang, kebijakannya mengena, penghubung dengan pemerintah pusat efektif, dan kegiatan terkoordinasi, terdapat kemungkinan besar bahwa desentralisasi akan berhasil dan manfaat-manfaatnya menjadi kenyataan.

Mekanisme koordinasi terdiri dari jalinan hubungan antarorganisasi bahwa organisasi-organisasi lain bukan hanya bagian lingkungan suatu organisasi tertentu, organisasi-organisasi adalah badan-badan yang mempunyai berbagai kepentingan dan dinamik-dinamik yang sangat serupa. Kemudian, adanya insentif

keorganisasian, yaitu bahwa harus ada inisiatif bagi pejabat untuk bekerjasama dengan organisasi-organisasi lain. Menangani kemubadziran (*redundancy*), dimana prosedur-prosedur ini merupakan cara memperbaiki komunikasi dan mengatur kegiatan. Koordinasi dapat pula didefinisikan sebagai upaya untuk menghilangkan perangkapan atau yang disebut kemubadziran. Keanggotaan yang tumpang-tindih, yaitu model yang mengandalkan pertemuan tim dan keanggotaan tupang tindih untuk menghubungkan berbagai tingkat pemerintahan guna mencapai koordinasi.

4. Administrasi Tingkat Bawah dan Petugas Lapangan

Proses pembangunan bergantung pada pelibatan rakyat di lapisan terbawah itu dalam perubahan pembangunan, sebagian ditentukan oleh tindakan-tindakan para petugas tingkat lokal, karena para administrator lokal merupakan penghubung yang paling kentara antara pemerintah dan masyarakat. Perilaku birokrat lokal didasarkan pada hubungan-hubungan para birokrat dengan organisasinya dan hubungan-hubungan mereka dengan masyarakat. Pola birokrat lokal dalam menanggulangi lingkungannya antara lain proyeksi, pembuatan stereotip atau klise, kontrol, prasangka, dan mencari aman dengan kembali ke peraturan. Petugas-petugas tingkat lokal mangansumsikan bahwa mereka bekerja dalam lingkungan yang sulit, tak bersahabat, dan cenderung menekankan bahwa diperlukan metode dan insentif yang cocok untuk mengontrol serta mengawasi mereka.

Administrasi lokal dan organisasinya (perilaku birokrasi) bertumpu pada beberapa aspek, yaitu: sistem kontrol yang efektif, pelatihan dan adanya keseimbangan informasi, kecocokan hubungan eksternal dan internal antara partisipasi dan produktivitas, wawasan, keyakinan dan komitmen perilaku birokrat lokal sehubungan dengan tugas pembangunan dan peran masyarakat, adanya tekanan ganda yaitu permintaan dan tuntutan dari organisasi dan dari lingkungan dapat saling bertentangan, dan perancangan sistem yang lebih efektif untuk mengadakan kontrol atas petugas lapangan.

Tipologi lingkungan kerja dalam konteks kerja penyuluhan antara lain, menyediakan struktur dan rutinisasi agar kontrol terhadap petugas lapangan lebih efektif dan efisien, faktor pengembangan masyarakat menyimpulkan bahwa organisasi yang tanggap terhadap lingkungannya dan menggabungkan tujuan-tujuan yang ada dalam masyarakat merupakan organisasi yang paling berhasil. Salah satu aspek situasi kerja adalah taraf penerimaan masyarakat terhadap tujuan-tujuan proyek atau program.

Hubungan dengan masyarakat, tipologi tersebut memberikan empat cara berhubungan dengan masyarakat: memberikan pelayanan, mobilisasi, menggalakkan umpan balik, dan pelibatan timbal balik. Pedoman pada efisiensi, hubungan dengan masyarakat akan bersifat pragmatik dan peranserta masyarakat akan dapat diterima sepanjang peranserta mendukung keefektifan program. Pada pokoknya, masyarakat dapat mendorong suatu program melalui tiga cara: memberikan informasi, menyediakan dukungan politik, dan menyumbangkan sumber daya. Manfaat peranserta masyarakat dikategorikan menjadi dua, yaitu jelas dan langsung dan tidak jelas dan jauh. Insentif berupa biaya-biaya dan pengorbanan yang belum pasti diimbangi dengan apresiasi intuitif terhadap manfaat-manfaat yang potensial.

5. Mengelola Peranserta

Peranserta atau *empowerment* merupakan bagian proses dan definisi pembangunan. Peranserta merupakan sikap keterbukaan terhadap persepsi dan perasaan pihak lain. Peranserta berarti perhatian mendalam mengenai perbedaan atau perubahan yang akan dihasilkan suatu proyek sehubungan dengan kehidupan masyarakat.

Jenis-jenis peranserta:

- a. Peranserta dalam proses administratif dan politis

Identifikasi peranserta dengan perilaku yang bersifat partisan atau politis seperti pemngutan suara, kampanye, kegiatan kelompok kepentingan, dan *lobbyng*. Peranserta tersebut disebut dengan peranserta horizontal, yang dilibatkan secara kolektif dalam upaya untuk mempengaruhi keputusan-

keputusan kebijakan. Sedangkan peranserta vertikal mencakup segala kesempatan ketika anggota masyarakat mengembangkan hubungan tertentu dengan kelompok elit.

b. Perubahan-perubahan arti peranserta

1950an dan 1960an : adanya sistem kontrol yang terbatas pada peranserta, didefinisikan secara politis sepenuhnya.

1970an : peranserta tidak diidentifikasi sebagai proses politik dan electoral melainkan mulai dihubungkan dengan proses administratif, mobilisasi rakyat sebagai bagian dari proses pembangunan.

c. Model pengembangan masyarakat

Inti gerakan dan metode pengembang masyarakat ialah membantu orang untuk menolong dirinya sendiri dalam memperbaiki kondisi materiil dan non-materiil dari kehidupannya (kesejahteraan masyarakat) dalam jangka panjang. Kontribusi dari gerakan pengembangan masyarakat ini dapat disimpulkan: peranserta bukan merupakan program yang terpisah akan tetapi suatu proses yang harus dipadukan dengan kegiatan-kegiatan lain, peranserta harus didasarkan pada organisasi-organisasi lokal, distribusi yang adil akan mendorong partisipasi aktif, dan upaya-upaya pembangunan tidak dapat terpisahkan sehingga dibutuhkan koordinasi antar sektor.

d. Penerimaan manfaat

Peranserta sebagai manfaat yang diterima masyarakat dari pembangunan.

e. Kekuasaan versus ko-optasi

Peranserta harus dipahami dalam hubungannya dengan kekuasaan. Ada beberapa strategi yang lebih sesuai dengan kemandirian basis otoritas dan tidak mudah termakan ko-optasi yang terdiri dari enam sarana peranserta: perwakilan oleh kelompok warga yang mantap (solid), penunjukan pemuka-pemuka lokal untuk menduduki posisi resmi, memberikan pilihan kepada masyarakat untuk menentukan pilihan sesuai dengan aspirasinya, konsultasi sepanjang proses perencanaan, memasukkan wakil masyarakat dalam dewan pembuat keputusan, dan kontrol masyarakat terhadap dana dan pengeluaran biaya.

f. Nilai peranserta sebagai peranserta

Peranserta optimum sebagai salah satu kaidah strategi pembangunan karena jika upaya-upaya untuk memperluas peranserta tidak dilaksanakan, pembangunan justru akan mengganggu manusia dalam upayanya untuk memperoleh martabat dan kemerdekaan.

Strategi mobilisasi peranserta dan meningkatkan keefektifannya:

- Merancang proyek agar sederhana dan mudah dikelola: penyediaan manfaat secara langsung, ukuran kecil dan kesederhanaan tugas, dan swadaya masyarakat yaitu memberikan kesempatan kepada suatu komunitas dan memanfaatkan sumber daya untuk mencipta atau membangun.
- Memetik faedah organisasi, menitikberatkan pentingnya organisasi dalam memobilisasi masyarakat dan merancang peranserta. Organisasi sendiri dapat meluaskan basis peranserta dan mendorong perubahan. Menggunakan kelompok kecil, mendukung efisiensi juga mapu mendorong peranserta dan perilaku inovatif. Perlunya penekanan keterbukaan dan kepercayaan, fleksibilitas, kejelasan mengenai hal-hal yang diharapkan dan proses partisipatif.
- Mengubah kapasitas masyarakat, membekali anggota-anggota masyarakat agar mengambil peranan yang bermanfaat, sadar dan terlatih dalam kegiatan-kegiatan pembangunan. Penyadaran diri, mengganti kesadaran masyarakat yang terjebak dalam permasalahan structural yakni dengan cara memandang diri sendiri serta cara mereka memandang dunia. Training, merupakan salah satu kegiatan yang menunjang kegiatan pembangunan dimana mencakup peranserta dalam mengembangkan ketrampilan interpersonal dan kemampuan bekerjasama dalam sebuah tim.

6. Perencanaan Pembangunan dan Pengelolaannya

Perencanaan dapat diasumsikan bahwa perencanaan berarti alokasi sumber, bukan merencanakan perubahan kelembagaan. Perencanaan pembangunan dibutuhkan agar pemerintah nasional memiliki kapasitas untuk membuat pilihan-pilihan untuk menata dan merujuk kebutuhan-kebutuhan

yang bersaing dengan sumber-sumber daya yang tersedia, menumbuhkan kesadaran dan pemikiran mengenai masa depan serta menjaga koherensi prioritas-prioritas yang merupakan ketetapan politis.

Akar kegagalan perencanaan pembangunan pada kurangnya kapasitas administratif. Agar perencanaan tidak menjadi masalah memerlukan pendekatan dengan menggunakan proses penyusunan anggaran sebagai sarana kontrol dan pengarahan.

Tugas-tugas perencanaan pembangunan nasional:

- a. Mengumpulkan dan menaksir indikator-indikator bagi kondisi-kondisi sosial ekonomi suatu Negara,
- b. Mengumpulkan dan menaksir data tentang sektor-sektor penting dalam perekonomian Negara,
- c. Mengidentifikasi hubungan-hubungan antar sektor-sektor dalam rangka menunjukkan secara jelas bidang-bidang keggiatan yang esensial untuk persoalan-persoalan kunci.
- d. Menunjukkan secara jelas pendekatan-pendekatan alternatif ke arah pembenahan permasalahan yang mempengaruhi perekonomian dan sektor-sektor tertentu,
- e. Identifikasi implikasi pendekatan-pendekatan alternatif terhadap alokasi,
- f. Memberikan identifikasi alternatif beserta penjelasannya yang tegas dan rinci kepada pembuat keputusan tingkat tertinggi dengan memaparkan implikasi alternatif-alternatif berdasarkan kaitan sektoral,
- g. Menyusun tindak lanjut bagi keputusan-keputusan yang diambil pada proses perencanaan,
- h. Memantau indikator-indikator kesejahteraan ekonomi dan social nasional secara terus-menerus dan memantau hubungan-hubungan sektoral,
- i. Melaksanakan evaluasi dan memastikan bahwa hasil-hasil yang telah dicapai tercakup dalam proses perencanaan dan pembahasan kebijakan selanjutnya.

Terdapat lima alternatif sebuah pemerintahan dalam strategi bagi tindak masyarakat (*public action*):

- Memutuskan untuk tidak menyediakan atau memasok barang atau jasa tetapi menyerahkannya pada tindak individu, sektor swasta. Strategi alternative tradisional.
- Memutuskan untuk menyediakan secara langsung barang dan jasa itu bagi penduduk atau masyarakat luas. Memerlukan biaya administratif yang tinggiseluruh beban pelaksanaan dipikul oleh pemerintah
- Koproduksi barang dan jasa dengan keterlibatan aktif kelompok-kelompok warga masyarakat. Menghemat biaya finansial tertentu dipihak pemerintah, namun menuntut kerjasama aktif warganegara dan keluwesan pemerintah untuk memberikan peranan kepada masyarakat.
- Merangsang gairah sektor untuk menyediakan barang atau jasa. Biaya administratif yang lebih rendah, namun adanya sektor swasta yang lebih aktif untuk mendorong distribusi yang luas dan merata.
- Menggunakan sanksi atau hukuman untuk mengekang perilaku tertentu. Pemberian hukuman pada masyarakat yang tidak menaati prioritas dan rencana pemerintah.

Karena perencanaan merupakan upaya untuk memahami dan mengontrol komitmen-komitmen yang akan datang, harus dilakukan dalam kaitan dengan proses penganggaran. Hubungannya yang erat membuatnya untuk mempertimbangkan implikasi penganggaran ulang dari setiap proyek anggaran modal.

Ada dua cara desentralisasi/dekonsentrasi perencanaan nasional, adalah perencanaan sektoral dapat menjadi jalan untuk menggapai ke bawah guna melibatkan wilayah-wilayah subnasional lewat kancah fungsional. Dan perencanaan sektoral menuntut pelaku perencanaan sebagai negosiator yang terampil dalam memutuskan permasalahan. Perencanaan sentral yang baik adalah yang didasarkan pada perencanaan sektoral dan pada penyusunan strategi pengelolaan untuk memperbaiki koordinasi.

Untuk mengelola perencanaan subnasional secara efektif, dituntut sikap-sikap dari pelaku perencanaan, antara lain: penempatan pelaku perencanaan pada pemerintahan lokal atau regional untuk membantu atau memudahkan perencanaan

ditingkat lokal, pelaku perencanaan yang tidak berada dipusat harus bertidak terbuka serta fleksibel, dokumen-dokumen final secara teknis harus sederhana dan teliti yang merupakan hasil dari kegiatan empiris.

D. Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata

1. Pengertian Strategi

Setiap organisasi, baik organisasi publik, maupun organisasi privat mempunyai sejumlah langkah-langkah atau cara yang disusun secara menjalankan secara sistematis dalam rangka menjalankan segala aktivitas kegiatan. Langkah-langkah tersebut merupakan rangkaian kebijakan yang dituangkan dalam bentuk strategi. Strategi merupakan rangkaian dari perencanaan suatu kegiatan, yang meliputi berbagai kebijakan dalam rangka mencapai tujuan yang ditetapkan.

Siagian (2002:17) menjelaskan bahwa yang dimaksud strategi bagi organisasi ialah

“Rencana berskala besar yang berorientasi jangkauan masa depan serta ditetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang kesemuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang bersangkutan”.

Pengertian strategi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1997:964) adalah:

1. Ilmu dan seni menggunakan sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai.
2. Ilmu dan seni memimpin bala tentara untuk menghadapi musuh dalam perang, dalam kondisi yang menguntungkan.
3. Rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran yang khusus.
4. Tempat yang baik menurut siasat perang.

Stooner dan Gilbert (dalam Tjiptono, 200:3) mendefinisikan strategi berdasarkan dua perspektif yang berbeda, yaitu:

1. Dari perspektif yang organisasi ingin lakukan (*intends to do*)
Sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya.
2. Dari perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan (*eventually does*)
Sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu.

Tjokroamidjojo (1993:13) mendefinisikan strategi sebagai:

“Keseluruhan langkah (kebijaksanaan) dengan perhitungan yang pasti, guna mencapai suatu tujuan untuk mengatasi suatu permasalahan. Bintoro juga menjelaskan bahwa strategi merupakan rangkaian kebijaksanaan dan pelaksanaan (policy decision and execution) dalam mencapai tujuan atau memecahkan persoalan tersebut”.

Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah rangkaian kebijaksanaan atau langkah-langkah yang digunakan dalam usaha untuk memecahkan permasalahan, dalam mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan.

Johnson dan Scholes (dalam buku “*Exploring Corporate Strategy*”) misalnya mendefinisikan strategi sebagai arah dan cakupan jangka panjang organisasi untuk mendapatkan keunggulan melalui konfigurasi sumber daya alam dan lingkungan yang berubah untuk mencapai kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pihak yang berkepentingan (stakeholder).

Mintzberg mendefinisikan strategi sebagai 5P, yaitu: strategi sebagai perspektif, strategi sebagai posisi, strategi sebagai perencanaan, strategi sebagai pola kegiatan, dan strategi sebagai “penipuan” (*Ploy*) yaitu muslihat rahasia. Sebagai Perspektif, di mana strategi dalam membentuk misi, misi menggambarkan perspektif kepada semua aktivitas. Sebagai Posisi, di mana dicari pilihan untuk bersaing. Sebagai Perencanaan, dalam hal strategi menentukan tujuan performansi perusahaan. Sebagai Pola kegiatan, di mana dalam strategi dibentuk suatu pola, yaitu umpan balik dan penyesuaian.

Dari berbagai pengertian dan definisi mengenai strategi, secara umum dapat didefinisikan bahwa strategi itu adalah rencana tentang serangkaian manuver, yang mencakup seluruh elemen yang kasat mata maupun yang tak-kasat mata, untuk menjamin keberhasilan mencapai tujuan

2. Syarat Strategi

Orientasi strategi adalah bertumpu pada implikasinya di dalam kehidupan sehari-hari agar penyusunan strategi dapat berjalan dengan tepat sasaran dan diimplementasikan secara efektif, maka ada 4 hal mutlak yang perlu diperhatikan sesuai dengan Siagiaan (2002:102-103):

1. Strategi yang dirumuskan harus konsisten dengan situasi yang dihadapi organisasi.

2. Strategi yang dirumuskan harus mampu disatu pihak memperoleh manfaat dari berbagai peluang yang diperkirakan akan timbul dan dipihak lain memperkecil dampak berbagai faktor yang sifatnya atau bahkan berupa ancaman bagi organisasi dan kelangsungannya.
3. Strategi harus memperhitungkan secara realistis kemampuan suatu organisasi dalam menyediakan berbagai daya, sarana, prasarana dan dana yang diperlukan untuk mengoperasionalkan strategi tersebut.
4. Strategi yang telah ditentukan dioperasionalkan secara teliti.

Tolak ukur tepat tidaknya suatu strategi bukan terlihat pada proses perumusannya saja, akan tetapi juga mencakup pada operasional atau pelaksanaannya.

3. Pengembangan Wisata

a. Perlunya Daerah Wisata Dikembangkan

Alasan utama pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata, baik lokal, regional atau ruang lingkup nasional pada suatu Negara erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah atau Negara tersebut dari masuknya devisa bagi daerah, Negara, peningkatan pendapatan masyarakat dan pemerintah. Alasan kedua, pengembangan kepariwisataan lebih banyak bersifat non-ekonomis. Wisatawan yang akan datang berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata salah satu motivasinya adalah untuk menyaksikan dan melihat keindahan alam baik itu baik alam semesta maupun peninggalan budaya, alasan ketiga, ini lebih kepada yang umumnya saja. Alasan ketiga, perlu adanya pengembangan kepariwisataan yaitu pertukaran pikiran dan adanya interaksi antara penduduk setempat dan wisatawan yang datang berkunjung sehingga membuka pikiran penduduk setempat tentang banyak hal.

Sesuai dengan instruksi Presiden No. 9 Tahun 1979, pada pasal 2 disebutkan bahwa tujuan pengembangan kepariwisataan adalah:

1. Meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya dan pendapatan Negara pada umumnya, perluasan kesempatan lapangan kerja, mendorong kegiatan-kegiatan industri-industri lainnya.
2. Memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia.
3. Meningkatkan persaudaraan dan persahabatan nasional dan internasional.

Pengembangan pariwisata harus merupakan pengembangan yang berencana secara menyeluruh, baik dari segi ekonomi, sosial dan cultural.

Perencanaan tersebut harus mengintegrasikan pariwisata kedalam suatu program pembangunan ekonomi, fisik dan sosial dari suatu Negara. Disamping itu rencana tersebut harus mampu memberikan kerangka kebijaksanaan pemerintah untuk mendorong dan mengendalikan pengembangan pariwisata.

Program pengembangan usaha kepariwisataan menurut Perda Nomor 19 tahun 2001 tentang Rencana Strategik Daerah (Renstrada) Propinsi Jawa Timur 2001-2005, diperinci dalam 4 (empat) hal kegiatan pokok pengembangan, antara lain: (pariwisata Jawa Timur, 2001)

1. Mengintegrasikan kegiatan pengelolaan usaha pariwisata antar kabupaten/kota, antar propinsi dan antar Negara.
2. Intensifikasi dan ekstensifikasi promosi pariwisata.
3. Pengkajian dan pelatihan SDM pariwisata.
4. Pembinaan dan penataan obyek-obyek pariwisata lintas kabupaten/kota dan penyediaan sarana dan prasarana pendukungnya.

Untuk mencapai sebuah keberhasilan dalam pengembangan wisata perlu dilakukan pembangunan secara menyeluruh dan terpadu dengan sektor-sektor pembangunan lainnya serta usaha kepariwisataan yang kecil, menengah, dan besar agar saling menunjang. Partisipasi masyarakat sekitar daerah wisata sangat diperlukan untuk mendorong keberhasilan pembangunan.

Salah satu hal yang tidak boleh kita lupakan selain keuntungan ekonomi dalam pengembangan wisata tetap harus mewujudkan terpeliharanya kekepribadian bangsa dan kelestarian lingkungan, serta pariwisata dalam negeri harus senantiasa terus dikembangkan dan diarahkan untuk memupuk rasa cinta pada tanah air dan bangsa serta menanamkan jiwa semangat, nilai-nilai luhur bangsa dalam rangka memperkokoh persatuan dan kesatuan.

Dari berbagai penjelasan dan pengertian yang telah kita ketahui diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengembangan wisata diartikan sebagai upaya yang dilakukan baik pemerintah sendiri, pihak pemilik modal, swasta maupun masyarakat setempat guna mengembangkan potensi-potensi objek wisata yang ada di daerah yang dilakukan secara terpadu dan berdaya guna dengan tetap memperhatikan kepribadian bangsa.

b. Prinsip-prinsip Dasar Pengembangan Wisata

Menurut ketetapan MPR No. II/MPR/1983 tentang GBHN tentang pengembangan pariwisata prinsip-prinsip pengembangan wisata dalam buku Spillane (1987:75) ditetapkan sebagai berikut:

1. Pengembangan pariwisata perlu ditingkatkan untuk memperluas kesempatan kerja dan kesempatan berusaha, meningkatkan penerimaan devisa serta memperkenalkan alam dan kebudayaan Indonesia. Pembinaan serta pengembangan pariwisata dilakukan dengan tetap memperhatikan terpeliharanya kebudayaan dan kepribadian nasional serta kelestarian lingkungan hidup.
2. Pembinaan dan pengembangan pariwisata dalam negeri ditingkatkan dengan tujuan lebih mengenalkan alam dan kebudayaan bangsa dalam rangka memupuk cinta tanah air dan menanamkan jiwa semangat dan nilai-nilai 1945, disamping untuk memperluas lapangan kerja.
3. Dalam rangka pengembangan pariwisata perlu diambil langkah dan pengaturan lebih terarah berdasarkan kebijaksanaan yang terpadu, antara lain berupapeningkatan kegiatan promosi dan pendidikan kepariwisataan, penyediaan sarana dan prasarana serta peningkatan mutu dan kelancaran pelayanan

c. Kendala-kendala Pengembangan Wisata

Beberapa kendala-kendala atau permasalahan yang masih dihadapi dalam pengembangan wisata antara lain:

1. Belum terpadunya pola perencanaan pengembangan pariwisata antar daerah sehingga dapat menyulitkan dalam penataan dan penawaran produk pariwisata.
2. Masih terbatasnya kesiapan daerah dalam menyiapkan perangkat hukum pariwisata.
3. Masih rendahnya minat investasi masyarakat dalam negeri dibidang usaha pariwisata.
4. Belum terealisasinya kualitas produk pariwisata yang memiliki standarisasi nilai universal.
5. Masih rendahnya partisipasi usaha pariwisata Jawa Timur dalam berbagai event promosi pariwisata baik untuk skala nasional, regional maupun internasional.

6. Masih adanya kesenjangan kondisi antara kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang tersedia dengan tuntutan pasar yang memiliki sertifikasi kompetensi menurut keahlian masing-masing.
7. Adanya tuntutan pasar global terhadap tersedinya penawaran produk pariwisata yang memperhatikan nilai-nilai standart pelayanan universal, perlindungan konsumen dan ramah lingkungan serta kurangnya revitalisasi produk pariwisata.
8. Belum optimalnya penguatan citra pariwisata Jawa Timur sebagai daerah tujuan wisata andalan.
9. Pemahaman otonomi daerah pada tatanan aspek kewenangan telah menimbulkan beberapa permasalahan yang menyangkut belum terwujudnya standar regulasi perusahaan swasta.

d. Strategi Pengembangan Wisata

Strategi pengembangan menunjukkan langkah-langkah yang sistematis untuk mencapai tujuan atau sasaran pengembangan yang telah ditentukan sebelumnya. Menurut Kementerian Kebudayaan dan Kepariwisata, (2002:29) strategi pengembangan pariwisata terdiri dari:

1. Strategi Pengembangan Produk Pariwisata

Menunjukkan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk pengembangan obyek dan daya tarik wisata, pengembangan sarana akomodasi, pengembangan aksesibilitas atau angkutan wisata, usaha makan minum dan sebagainya.

Jenis usaha akomodasi menurut peraturan perundangan kepariwisataan masih dikelompokkan menjadi lima jenis usaha akomodasi yaitu jenis hotel bintang, hotel melati, pondok wisata (*homestay*), penginapan remaja (*youth hotel*), dan bumi perkemahan (*camping ground*).

2. Strategi Pengembangan Pasar dan Promosi

a. Strategi pengembangan pasar

Dalam strategi pengembangan pasar dirumsukan orientasi pasar yang akan diraih dan langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk meraih pasar

tersebut dengan mempertimbangkan jenis dan potensi obyek dan daya tarik potensial yang ada serta jenis/bentuk pariwisata yang dikembangkan.

b. Strategi promosi

Strategi promosi menjelaskan tentang langkah-langkah yang perlu dilakukan daerah dalam mempromosikan daerah. Strategi ini dilakukan dengan mempertimbangkan sasaran dan target wisatawan yang akan diraih.

Strategi promosi menurut Wahab (1997, 161-162) harus mendatangkan hasil sebesar mungkin dalam bentuk:

- Perhatian masyarakat pada produk itu
- Kesan yang menyenangkan dari masyarakat terhadap produk itu
- Hasrat untuk membeli jika keadaan memungkinkan
- Upaya masyarakat untuk menanyakan lebih rinci tentang produk itu

3. Strategi Pemanfaatan Ruang untuk Pariwisata

Strategi pengembangan ruang pariwisata pada lingkup kabupaten/kota memberikan gambaran dan indikasi lokasi-lokasi prioritas pengembangan, berdasarkan analisis terhadap potensi dan daya tarik wisata yang ada di wilayah tersebut, meliputi; penetapan pusat-pusat pengembangan, penetapan kawasan prioritas pengembangan, penetapan jalur/koridor pariwisata.

4. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia

Sesuai dengan landasan kewenangan sebagai daerah otonom menurut UU No. 22 Tahun 1999 yo. PP No. 25 Tahun 2000 antara lain adalah penyiapan SDM potensial. Yang dimaksud dengan SDM pariwisata yang potensial menurut konsepsi nasional adalah SDM pariwisata sebagai aset daerah yang memiliki standar kemampuan (*knowledge & skill*) menurut kompetensi keahlian yang diakui dan diterima oleh masyarakat pariwisata (*user*) serta dilandasi oleh dedikasi kebangsaan yang tinggi sehingga memiliki nilai kompetitif dan mampu berkiper dalam skala nasional dan internasional.

Strategi pengembangan SDM merupakan strategi yang mendukung pengembangan produk dan pemasaran. Pengembangan sumber daya manusia di bidang kepariwisataan sangat penting agar daerah yang akan mengembangkan pariwisata dapat menyediakan sendiri kebutuhan akan tenaga-tenaga pariwisata yang terlatih, sehingga dapat menyerap tenaga lokal, disamping itu akan meningkatkan apresiasi dan pengertian terhadap pariwisata. Sehingga dapat memberikan pelayanan sesuai dengan standar internasional.

Strategi pengembangan sumber daya manusia antara lain adalah:

1. Penyiapan tenaga-tenaga terampil dibidang perhotelan, restoran, biro perjalanan dan pemandu wisata.
 2. Peningkatan kemampuan berbahasa asing dikalangan stake holder yang bergerak dibidang pariwisata; seperti tenaga kerja di usaha pariwisata, dan pemerintah daerah.
 3. Peningkatan dan pemantapan kesiapan masyarakat sebagai tuan rumah.
 4. Peningkatan kemampuan teknis dibidang manajemen kepariwisataan.
 5. Peningkatan kemampuan dibidang perencanaan dan pemasaran pariwisata.
5. Strategi investasi

Berisikan langkah-langkah strategis yang diperlukan dalam rangka peningkatan investasi dibidang kepariwisataan, yang dilakukan baik oleh penanam modal yang berasal dari daerah itu sendiri, meliputi:

1. Meningkatkan iklim yang kondusif bagi penanam modal pada usaha pariwisata.
2. Memberikan insentif bagi pengusaha menengah kecil dan masyarakat yang akan berusaha dibidang kepariwisataan.
3. Menciptakan kepastian hukum dan keamanan.
4. Menciptakan infrastruktur antara lain: jaringan jalan, jaringan telekomunikasi, listrik dan lain sebagainya.

5. Memberikan subsidi bagi investor yang mau menanamkan modal bagi daerah-daerah yang kurang menarik bagi investasi tetapi memiliki potensi wisata.

6. Strategi Pengelolaan Lingkungan

Merupakan strategi umum yang mendasari pengembangan kepariwisataan yang dilakukan. Strategi ini mendukung kebijakan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dan merupakan langkah proaktif di dalam upaya pelestarian lingkungan, alam dan budaya.

Meliputi:

Pengembangan usaha pariwisata yang ramah lingkungan dan hemat energi.

1. Peningkatan kesadaran lingkungan di obyek dan daya tarik wisata.
2. Peningkatan dan pemantapan konservasi kawasan-kaawasan yang rentan terhadap perubahan.

e. Potensi Pengembangan Wisata Agro

Sebagai negara agraris, Indonesia memiliki kekayaan alam dan hayati yang sangat beragam yang jika dikelola dengan tepat, kekayaan tersebut mampu diandalkan menjadi andalan perekonomian nasional. Kondisi agroklimat di wilayah Indonesia sangat sesuai untuk pengembangan komoditas tropis dan sebagian sub tropis pada ketinggian antara nol sampai ribuan meter di atas permukaan laut. Komoditas pertanian (mencakup tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, kehutanan, peternakan dan perikanan) dengan keragaman dan keunikannya yang bernilai tinggi serta diperkuat oleh kekayaan kultural yang sangat beragam mempunyai daya tarik kuat sebagai Wisata Agro. Keseluruhannya sangat berpeluang besar menjadi andalan dalam perekonomian Indonesia.

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

Preferensi dan motivasi wisatawan berkembang secara dinamis. Kecenderungan pemenuhan kebutuhan dalam bentuk menikmati obyek-obyek

spesifik seperti udara yang segar, pemandangan yang indah, pengolahan produk secara tradisional, maupun produk-produk pertanian modern dan spesifik menunjukkan peningkatan yang pesat. Kecenderungan ini merupakan signal tingginya permintaan akan Wisata Agro dan sekaligus membuka peluang bagi pengembangan produk-produk agribisnis baik dalam bentuk kawasan ataupun produk pertanian yang mempunyai daya tarik spesifik.

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

- a. Kebijakan Dan Strategi Pemerintah Dalam Mengembangkan Kepariwisataaan
 1. Pengembangan wilayah dengan pendekatan pengembangan ekosistem, yaitu penataan penataan ruang dilakukan dengan pendekatan secara terpadu dan terkoordinasi, berkelanjutan dan berwawasan lingkungan.
 2. Peningkatan keterkaitan fungsi pengembangan kegiatan pariwisata yang baik dengan sektor lainnya untuk memberikan nilai efisiensi yang tinggi dan percepatan pertumbuhan ekonomi wilayah.
 3. Pengembangan pariwisata harus dikaitkan dengan pengembangan ekonomi nasional, wilayah dan lokal. Pada tingkat nasional sektor pariwisata harus berperan sebagai *prime mover* dan secara interaktif terkait dengan pengembangan sektor-sektor lain.
 4. Pengembangan pariwisata harus diupayakan dapat melibatkan seluruh stakeholder. Dalam konteks ini peran masyarakat terlibat dimulai sektor hulu (memberikan kegiatan produksi yang ekstraktif) sampai dengan hilir (kegiatan produksi jasa).
 5. Pemanfaatan rencana pengembangan wilayah secara nasional yang dalam hal ini harus terkait dengan Rencana Tata Ruang Wilayah Nasional (RTRWN). Didalam RTRWN ini diberikan arahan-arahan fungsi lindung dan budidaya. Kawasan lindung dapat dioptimalkan juga sebagai kawasan yang memberikan dukungan bagi kegiatan pengembangan pariwisata (*forets tourism*) dan

kawasan budidaya memberikan alokasi-alokasi ruang untuk pengembangan pariwisata, terutama dengan kawasan-kawasan andalan dengan sektor unggulannya adalah pariwisata.

6. Pengembangan dukungan sarana-prasarana transportasi secara terpadu intermoda dan terkait dengan struktur pengembangan wilayah.
- b. Hal-Hal Yang Perlu Diperhatikan Dalam Pengembangan Pariwisata

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan pariwisata agar daerah-daerah atau lokasi pariwisata nasional pengembangannya dapat berjalan dengan baik sesuai dengan apa yang diharapkan oleh masyarakat Indonesia. Hal-hal tersebut adalah sebagai berikut

1. Pengembangan kegiatan pariwisata harus memperhatikan arahan dalam rencana tata ruang.
2. Pengembangan kegiatan pariwisata harus memperhatikan daya dukung lingkungan.
3. Dalam menyelenggarakan kegiatan pariwisata harus melibatkan masyarakat setempat, sehingga manfaatnya dapat dirasakan langsung oleh masyarakat.
4. Untuk mencapai keberhasilan pengembangan kegiatan pariwisata, harus dilakukan secara koordinatif dan terpadu antar semua pihak yang terkait, sehingga wujud keterpaduan lintas sektoral dan menghindari terjadinya konflik antar sektor.
5. Mengingat sektor pariwisata merupakan sektor tersier dimana preferensi wisatawan sangat ditentukan oleh tingkat kenyamanan, maka dukungan sarana dan prasarana untuk meningkatkan aksesibilitas kelokasi objek wisata mutlak dibutuhkan.

- c. Faktor-Faktor Penghambat Dalam Mengembangkan Kepariwisataan Nasional

Beberapa faktor-faktor yang dapat menghambat dalam usaha pengembangan pariwisata nasional, antara lain :

1. Penataan kawasan wisata masih sering terlihat kurang mengikuti kaedah teknis penataan ruang, misalnya memanfaatkan kawasan yang mempunyai kemiringan lereng tidak layak untuk di kembangkan, namun tetap dibangun menjadi objek pariwisata, seperti pembangunan sarana akomodasi, yang dapat

menimbulkan dampak negatif terhadap upaya pariwisata itu sendiri. Contohnya permandian air panas di Kab. Mojokerto Jawa Timur yang beberapa waktu lalu terjadi bencana banjir bandang yang mengakibatkan kerugian jiwa dan material yang sangat besar. Contoh lain yaitu pengendalian yang masih belum efektif terhadap pembangunan fasilitas pariwisata yang merambah ke kawasan lindung yang diduga menjadi salah satu penyebab terjadinya erosi dan banjir, seperti yang terjadi di kawasan pariwisata puncak.

2. Pengembangan kegiatan pariwisata masih fokus hanya pada pengembangan aspek fisik saja, seperti hanya mengembangkan karena potensi alamnya, seperti Danau Toba, karena potensi situs seperti Borobudur. Saat ini dalam pengembangan kegiatan pariwisata belum terlihat upaya menciptakan obyek pariwisata baru yang bersifat non-fisik, seperti dengan mengembangkan potensi kebudayaan yang dimiliki oleh daerah tersebut, apakah upacara adat yang dimiliki atau kegiatan unik yang ada contohnya tempat penangkaran buaya di daerah Medan berpotensi untuk dikembangkan sebagai tempat wisata nasional. Sebenarnya masih banyak potensi-potensi pariwisata lainnya yang dapat dikembangkan yang terkait dengan aspek budaya, seperti misalnya Tanah Toraja, Taman Laut Bunaken, sebagaimana ditulis dalam RTRWN.
3. Konflik antar sektor juga masih sering terjadi dalam mengembangkan kegiatan pariwisata, seperti misalnya konflik antar sektor pertanian dengan sektor pariwisata yang terjadi di Bali, dimana pengembangan kawasan wisata di Bali mempengaruhi penyediaan air baku untuk kawasan pertanian.
4. Permasalahan-permasalahan dalam konteks lokal yang sering ditemui antara lain dalam pelaksanaan kegiatan pariwisata, masih banyak terjadi masyarakat yang berada di dalam kawasan wisata tersebut masih belum ikut “memiliki”, manfaat yang dihasilkan belum sepenuhnya dirasakan oleh masyarakat di sekitarnya hanya di rasakan oleh investor saja.
- d. Strategi Pengembangan Wisata Agro

Pembangunan agribisnis merupakan paradigma pembangunan pertanian yang didasarkan kepada prinsip-prinsip bisnis. Dengan demikian secara otomatis, strategi ini dibangun dengan mempertimbangkan dinamika untuk meningkatkan

daya saing agribisnis dalam perdagangan global, upaya pertama yang harus dilakukan adalah meningkatkan akses para pelaku agribisnis pada pasar baik pasar domestik maupun pasar global. Upaya ini dilakukan dengan meningkatkan kemampuan para pelaku agribisnis untuk mengidentifikasi peluang pasar dan menganalisis dinamika permintaan pasar.

Pada era persaingan global yang semakin kompleks ini, maka faktor efisiensi merupakan faktor kunci dalam pengembangan agribisnis, termasuk Wisata Agro. Pergerakan kearah efisiensi tersebut menuntut kemampuan manajerial, profesionalisme dalam pengelolaan usaha dan penggunaan teknologi maju. Dengan demikian, peran teknologi informasi dan promosi usaha serta kemampuan dalam menyiasati pasar dengan berbagai karakteristiknya akan menjadi komponen yang sangat penting untuk selalu dicermati. Pada bagian lain wisata agro cenderung dominan kepada menjual jasa sumberdaya alam, untuk itu aspek kelestarian alam harus mendapat perhatian utama.

Sesuai dengan cakupan tersebut, maka upaya pengembangan wisata agro secara garis besar mencakup aspek pengembangan sumberdaya manusia, sumberdaya alam, promosi, dukungan sarana san kelembagaan.

1. Strategi Pengembangan Produk Pariwisata

Perubahan pola wisata ini perlu segera disikapi dengan berbagai strategi pengembangan produk pariwisata maupun promosi baik disisi pemerintah maupun swasta. Dari sisi pemerintahan perlu dilakukan perubahan skala prioritas kebijakan sehingga peran sebagai fasilitator dapat dioptimalkan untuk mengantisipasi hal ini. Disisi lain ada porsi kegiatan yang harus disiapkan dan dilaksanakan oleh swasta yang lebih mempunyai *sense of business* karena memangsifat kegiatannya berorientasi bisnis. Dan dengan diberlakukannya Undang-undang No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah maka perlu pula porsi kegiatan untuk pemerintah daerah yang akibat adanya otonomi daerah lebih memiliki wewenang untuk mengembangkan pariwisata daerah. Secara sederhana pembagian upaya promosi misalnya akan dapat ditempuh langkah-langkah dimana untuk pemerintah pusat melakukan *country-image promotion* ,daerah melakukan *destination promotion* sesuai dengan keunggulan daerah

masing-masing, sedangkan industri atau swasta melakukan *product promotion* masing-masing pelaku industri.

Sebagai bagian dari usaha pertanian, usaha wisata agro sangat mengandalkan kondisi sumberdaya alam dan lingkungan. Sumberdaya alam dan lingkungan tersebut mencakup sumberdaya obyek wisata yang dijual serta lingkungan sekitar termasuk masyarakat. Untuk itu upaya mempertahankan kelestarian dan keasrian sumberdaya alam dan lingkungan yang dijual sangat menentukan keberlanjutan usaha wisata agro. Kondisi lingkungan masyarakat sekitar sangat menentukan minat wisatawan untuk berkunjung. Sebaik apapun obyek wisata yang ditawarkan namun apabila berada ditengah masyarakat tidak menerima kehadirannya akan menyulitkan dalam pemasaran obyek wisata. Antara usaha wisata agro dengan pelestarian sumberdaya alam dan lingkungan terdapat hubungan timbal balik yang saling menguntungkan. Usaha wisata agro berkelanjutan membutuhkan terbinanya sumberdaya alam dan lingkungan yang lestari, sebaliknya dari usaha bisnis yang dihasilkannya dapat diciptakan sumberdaya alam dan lingkungan yang lestari.

Usaha wisata agro bersifat jangka panjang dan hampir tidak mungkin sebagai usaha jangka pendek, untuk itu segala usaha perlu dilakukan dalam perspektif jangka panjang. Sekali konsumen/wisatawan mendapatkan kesan buruknya kondisi sumberdaya wisata dan lingkungan, dapat berdampak jangka panjang untuk mengembalikannya. Dapat dikemukakan bahwa wisata agro merupakan usaha agribisnis yang membutuhkan keharmonisan semua aspek.

Dukungan Sarana dan Prasarana

Kehadiran konsumen/wisatawan juga ditentukan oleh kemudahan-kemudahan yang diciptakan, mulai dari pelayanan yang baik, kemudahan akomodasi dan transportasi sampai kepada kesadaran masyarakat sekitarnya. Upaya menghilangkan hal-hal yang bersifat formal, kaku dan menciptakan suasana santai serta kesan bersih dan aman merupakan aspek penting yang perlu diciptakan.

Kelembagaan

Pengembangan wisata agro memerlukan dukungan semua pihak pemerintah, swasta terutama pengusaha wisata agro, lembaga yang terkait seperti perjalanan wisata, perhotelan dan lainnya, perguruan tinggi serta masyarakat. Pemerintah bertindak sebagai fasilitator dalam mendukung berkembangnya wisata agro dalam bentuk kemudahan perijinan dan lainnya. Intervensi pemerintah terbatas kepada pengaturan agar tidak terjadi iklim usaha yang saling mematikan. Untuk itu kerjasama baik antara pengusaha obyek wisata agro, maupun antara obyek wisata agro dengan lembaga pendukung (perjalanan wisata, perhotelan dan lainnya) sangat penting. Terobosan kegiatan bersama dalam rangka lebih mengembangkan usaha agro diperlukan.

Perbaikan image dan revitalisasi produk pariwisata.

Strategi ini dapat dilakukan melalui promosi di berbagai media, baik cetak maupun elektronik serta brosur/leaflet yang menyajikan informasi potensi wisata dan kondisi keamanan suatu daerah. Promosi merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran pariwisata yang tidak bisa berjalan sendiri dan terpisah dari indikator-indikator bauran pemasaran pariwisata yang lainnya. Strategi pengembangan pariwisata harus memberikan rasa aman dan ketenangan bagi wisatawan untuk dapat menikmati obyek wisata yang disajikan. Melalui cara ini, citra suatu daerah dapat di-tingkatkan, dan kesan baik bangsa lain terhadap bangsa kita dapat ditumbuhkembangkan. Berkembang atau tidaknya suatu daerah menjadi destinasi wisata bergantung pada produk pariwisata yang ditawarkan oleh daerah tersebut. Semakin bagus dan bersaingnya produk yang dihasilkan, semakin banyak wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut.

Produk pariwisata yang ada memerlukan sentuhan baru, dan dikemas lebih bervariasi agar tidak terkesan monoton dan murahan. Apabila ingin memperoleh kunjungan wisatawan yang lebih banyak, produk yang akan dijual harus mempunyai nilai tambah dan memiliki ciri khas yang membedakan dengan daerah lain. Sebagai ilustrasi, kalau selama ini kita menjual pulau Lombok yang oleh wisatawan identik dengan keindahan pantai Senggiginya, maka wisatawan yang berkunjung kebanyakan yang menyukai wisata pantai. Kedepan, Lombok juga

perlu memasarkan misalnya; cerita putri Nyale yang cantik jelita, perang topat, ayam taliwang, gerabah, tenunan khas daerah dan yang lainnya, sehingga wisata budaya, kuliner dan belanja juga dapat berkembang secara bersamaan yang pada akhirnya akan mampu membangkitkan gairah wisatawan untuk berkunjung dan memperpanjang masa tinggal.

Menentukan target dan segmen pasar.

Pemasaran yang efektif mencakup estimasi jumlah angka kunjungan dan calon wisatawan. Strategi komunikasi pemasaran yang tepat dan andal akan membantu mempertemukan komponen penawaran pariwisata dengan komponen permintaannya, yaitu jumlah wisatawan yang berkunjung, lama tinggal, dan anggaran pengeluaran. Rencana terpadu tersebut juga akan memberikan sinyal dan arahan kepada segenap pelaku industri pariwisata dalam menjalankan usahanya. Disamping itu, produk pariwisata yang ditawarkan harus bervariasi agar dapat memenuhi selera wisatawan, karena masing-masing segmen pasar menghendaki produk dan tema yang berbeda-beda.

Pemasaran pariwisata yang baik dapat mendorong peningkatan lapangan kerja yang memadai, karena di dalamnya terdapat kegiatan ekonomi produktif mulai dari kerajinan, kesenian, makanan, transportasi, travel, herbal, dan sebagainya. Pengembangan pariwisata perlu diarahkan pada terciptanya kesempatan kerja dan berusaha di daerah sekitar obyek wisata.

Oleh karena itu, penataan dan pemeliharaan obyek-obyek wisata perlu ditingkatkan baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Hambatan budaya yang dialami oleh masyarakat lokal dalam menangkap peluang bisnis pariwisata, maupun potensi budaya yang unggul pada sekelompok masyarakat setempat tertentu, perlu diidentifikasi, dipahami dan ditangani dengan segala kepekaan budaya secara tepat dan bijaksana.

Dengan memahami berbagai potensi dan hambatan kultural yang ada pada masyarakat setempat, maka potensi wisata di daerah kurang berkembang dapat dimaksimalkan. Pengembangan pariwisata bukan hanya tugas pemerintah saja, tetapi juga pelaku bisnis pariwisata diharapkan dapat berperan aktif dalam mengembangkan destinasi sekaligus melaksanakan strategi pemasaran yang tepat,

efisien, dan efektif terutama bagi ODTW yang potensial untuk dipasarkan. Dengan strategi tersebut daerah kurang berkembang akan menjadi daerah destinasi pariwisata yang mempesona dan menggairahkan.

2. Strategi Pengembangan Pasar dan Promosi

Konsep Pemasaran. Pangsa pasar produk industri adalah masyarakat lokal (Indonesia). Potensi penduduk sebanyak 220 juta jiwa merupakan pangsa pasar yang sangat besar dan belum tergarap. Selama ini, justru negara lain yang datang untuk berdagang produk industri pertanian ke Indonesia, karena kita selalu menganggap enteng potensi pasar yang dimiliki. Industri dari hasil pertanian sebagian besar berupa produk makanan dan minuman, yang hasilnya bisa dikonsumsi masyarakat Indonesia, jika produknya didukung kualitas, jaringan pasar dan informasi yang kuat.

Berbagai potensi wisata yang dimiliki oleh daerah destinasi wisata di tanah air, baik di daerah yang sudah maju maupun yang kurang berkembang kepariwisatannya adalah modal dasar pengembangan kepariwisataan Indonesia. Namun, mengandalkan kekayaan alam, budaya dan kesenian saja belum cukup untuk mendongkrak angka kunjungan wisatawan, diperlukan langkah strategis untuk memasarkan dan merancang pola pengembangan pariwisata yang sesuai dengan karakter daerah setempat. Tak ada objek wisata yang tak layak jual. Layaknya menjual sebuah produk, kepariwisataan perlu strategi pemasaran yang andal dan tepat sasaran.

Berbagai upaya startegis yang dapat dilakukan untuk memajukan kepariwisataan di daerah kurang berkembang antara lain: Pertama, mengidentifikasi dan menggali potensi Objek Daya Tarik Wisata (ODTW). Langkah ini harus dilakukan dengan cermat agar dapat mengetahui secara keseluruhan mengenai kekuatan, potensi dan daya tarik wisata yang dimiliki. Dikuti dengan pendataan berbagai fasilitas penunjang pariwisata seperti akomodasi, transportasi, restoran, pasar seni, kerajinan rakyat dan yang lainnya.

Berikutnya adalah memoles dengan sentuhan seni, menata ulang objek wisata secara fisik agar keindahan dan kebersihannya terjamin sehingga menarik dan nyaman untuk dikunjungi. Pengembangan sarana dan prasarana pariwisata

terus ditingkatkan tanpa mengorbankan kepentingan masyarakat setempat. Optimalisasi dan pengembangan potensi pariwisata di daerah kurang berkembang dapat dijadikan tantangan dan motor penggerak pembangunan guna mengejar ketertinggalan yang dialami masyarakat dan daerah itu sendiri.

Obyek wisata agro tidak hanya terbatas kepada obyek dengan skala hamparan yang luas seperti yang dimiliki oleh areal perkebunan, tetapi juga skala kecil yang karena keunikannya dapat menjadi obyek wisata yang menarik. Cara-cara bertanam tebu, acara panen tebu, pembuatan gula pasir tebu, serta cara-cara penciptaan varietas baru tebu merupakan salah satu contoh obyek yang kaya dengan muatan pendidikan. Cara pembuatan gula merah kelapa juga merupakan salah satu contoh lain dari kegiatan yang dapat dijual kepada wisatawan disamping mengandung muatan kultural dan pendidikan juga dapat menjadi media promosi, karena dipastikan pengunjung akan tertarik untuk membeli gula merah yang dihasilkan pengrajin. Dengan datangnya masyarakat mendatangi obyek wisata juga terbuka peluang pasar tidak hanya bagi produk dari obyek wisata agro yang bersangkutan, namun pasar dari segala kebutuhan masyarakat.

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

Kegiatan promosi merupakan kunci dalam mendorong kegiatan wisata agro. Informasi dan pesan promosi dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti melalui leaflet, booklet, pameran, cinderamata, mass media (dalam bentuk iklan atau media audiovisual), serta penyediaan informasi pada tempat public (hotel, restoran, bandara dan lainnya). Dalam kaitan ini kerjasama antara obyek wisata agro dengan Biro Perjalanan, Perhotelan, dan Jasa Angkutan sangat berperan. Salah satu metoda promosi yang dinilai efektif dalam mempromosikan obyek

wisata agro adalah metoda "*tasting*", yaitu memberi kesempatan kepada calon konsumen/wisatawan untuk datang dan menentukan pilihan konsumsi dan menikmati produk tanpa pengawasan berlebihan sehingga wisatawan merasa betah. Kesan yang dialami promosi ini akan menciptakan promosi tahap kedua dan berantai dengan sendirinya.

3. Strategi Penataan Ruang

Penataan ruang pada dasarnya merupakan sebuah pendekatan dalam mengembangkan wilayah yang bertujuan untuk mendukung komisi, ekonomi, sosial budaya dan lingkungan serta ditunjang dengan beberapa sarana prasarana demi mendapatkan tujuan yang diinginkan oleh masyarakat dan pemerintah nasional dalam pengembangan daerah-daerah pariwisata yang berada di daerah kepulauan Indonesia.

Penataan ruang untuk menunjang kepariwisataan nasional tidak hanya memberikan arahan lokasi investasi, tetapi juga harus memberikan jaminan terpeliharanya ruangan/daerah pengembangan pariwisata yang berkualitas dan mempertahankan keberadaan objek-objek pariwisata sebagai aset besar bangsa. Keterbatasan dukungan sarana dan prasarana penunjang merupakan juga salah satu yang perlu mendapat perhatian. Dimana dukungan sarana dan prasarana merupakan faktor penting untuk keberlanjutan penyelenggaraan kegiatan pariwisata, seperti penyediaan akses, akomodasi, angkutan wisata dan sarana prasarana pendukung lainnya. Masih banyak kawasan wisata yang sangat berpotensi, tetapi masih belum didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai. Selain itu sarana dan prasarana yang dibangun hanya untuk kepentingan likal saja, belum dapat melayani kebutuhan penyelenggaraan pariwisata diluar lokasi. Seperti misalnya penyediaan angkutan wisata hanya tersedia di area kawasan saja, tetapi sarana angkutan untuk mencapai kawasan tersebut dari akses luar belum tersedia.

Permasalahan yang Dihadapi Dalam Hal Penataan Ruang

1. Penataan kawasan wisata masih sering terlihat kurang mengikuti kaedahteknis penataan ruang, misalnya memanfaatkan kawasan yang mempunyai kemiringan lereng tidak layak untuk dikembangkan namun tetap dibangun

menjadi obyek pariwisata, seperti pembangunan sarana akomodasi, yang dapat menimbulkan dampak negatif terhadap upaya pariwisata itu sendiri. Contohnya permandian air panas di Kab. Mojokerto Jawa Timur yang beberapa waktu yang lalu terjadi bencana banjir bandang yang mengakibatkan kerugian jiwa dan material yang sangat besar. Contoh lain yaitu pengendalian yang masih belum efektif terhadap pembangunan fasilitas pariwisata yang merambah kekawasan lindung yang diduga menjadi salah satu penyebab terjadinya erosi dan banjir, seperti yang terjadi di kawasan pariwisata puncak.

2. Permasalahan lainnya yaitu pengembangan kegiatan pariwisata masih focus hanya pada pengembangan aspek fisik saja, seperti hanya mengembangkan karena potensi alamnya seperti Danau Toba, karena potensi situs seperti Borobudur. Saat ini dalam pengembangan kegiatan pariwisata belum terlihat upaya menciptakan obyek pariwisata baru yang bersifat non-fisik, seperti dengan mengembangkan potensi kebudayaan yang dimiliki oleh daerah tersebut, apakah upacara adat yang dimiliki atau kegiatan unik yang ada contohnya tempat penangkaran buaya di daerah Medan berpotensi untuk dikembangkan sebagai tempat wisata nasional. Sebenarnya masih banyak potensi-potensi pariwisata lainnya yang dapat dikembangkan yang terkait dengan aspek budaya, seperti misalnya Tanah Toraja, Taman Laut Bunaken, sebagaimana diusulkan dalam RTRWN.
3. Konflik antar sektor juga masih sering terjadi dalam mengembangkan kegiatan pariwisata, seperti misalnya konflik antar sektor pertanian dengan sektor pariwisata yang terjadi Bali, dimana pengembangan kawasan wisata di Bali mempengaruhi penyediaan air baku untuk kawasan pertanian.
4. Permasalahan-permasalahan dalam konteks lokal yang sering ditemui antara lain dalam pelaksanaan kegiatan pariwisata, masih banyak terjadi masyarakat yang berada di dalam kawasan wisata tersebut masih belum ikut “memiliki”, manfaat yang dihasilkan belum sepenuhnya dirasakan oleh masyarakat di sekitarnya hanya dirasakan oleh para investor saja.
5. Keterbatasan dukungan sarana dan prasarana penunjang merupakan juga salah satu permasalahan yang perlu mendapat perhatian. Dimana dukungan sarana

dan prasarana merupakan faktor penting untuk keberlanjutan penyelenggaraan kegiatan pariwisata, seperti penyediaan akses, akomodasi, angkutan wisata, dan sarana prasarana pendukung lainnya. Masih banyak kawasan wisata yang sangat berpotensi tetapi masih belum didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai. Selain itu sarana dan prasarana yang dibangun hanya untuk kepentingan lokal saja, belum dapat melayani kebutuhan penyelenggaraan pariwisata di luar lokasi. Seperti misalnya penyediaan angkutan wisata hanya tersedia di area kawasan wisata saja, tetapi sarana angkutan untuk mencapai kawasan tersebut dari akses luar belum tersedia.

Kebijakan dan Strategi Penataan Ruang untuk Mendukung Pengembangan Pariwisata Dalam mendukung pengembangan pariwisata, kebijakan penataan ruang meliputi hal-hal sebagai berikut :

1. Pengembangan wilayah dengan pendekatan pengembangan ekosistem, yaitu penataan ruang dilakukan dengan pendekatan secara terpadu dan terkoordinasi, berkelanjutan dan berwawasan lingkungan.
2. Peningkatan keterkaitan fungsi pengembangan kegiatan pariwisata yang baik dengan sektor lainnya untuk memberikan nilai efisiensi yang tinggi dan percepatan pertumbuhan ekonomi wilayah.
3. Pengembangan pariwisata harus dikaitkan dengan pengembangan ekonomi nasional, wilayah dan lokal. Pada tingkat nasional sektor pariwisata harus berperan sebagai prime mover dan secara interaktif terkait dengan pengembangan sektor-sektor lainnya.
4. Pengembangan pariwisata harus diupayakan dapat melibatkan seluruh stakeholder. Dalam konteks ini peran masyarakat terlibat dimulai sektor hulu (memberikan kegiatan produksi yang ekstraktif) sampai dengan kegiatan hilir (kegiatan produksi jasa).
5. Pemanfaatan rencana pengembangan wilayah secara nasional yang dalam hal ini harus terkait dengan dengan Rencana Tata Ruang Wilayah Nasional (RTRWN). Di dalam RTRWN ini diberikan arahan-arahan fungsi lindung dan budidaya. Kawasan lindung dapat dioptimalkan juga sebagai kawasan yang memberikan dukungan bagi kegiatan pengembangan pariwisata (forets

tourism) dan kawasan budi daya memberikan alokasi-alokasi ruang untuk pengembangan pariwisata, terutama dengan kawasan-kawasan andalan dengan sektor unggulannya adalah pariwisata.

6. Pengembangan dukungan sarana-prasarana transportasi secara terpadu intermoda dan terkait dengan struktur pengembangan wilayah.

Sedangkan strategi penataan ruang dalam pengembangan kegiatan pariwisata mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. Pemanfaatan RTRWN, RTRW Provinsi/Kab/Kota untuk mendukung pengembangan pariwisata terutama dalam penyesuaian dengan arahan alokasi pemanfaatan ruang.
2. Peningkatan koordinasi lintas sektoral dalam pengembangan pariwisata untuk mewujudkan keserasian dan keterpaduan program-program sektor yang dapat meminimalkan konflik-konflik antar sektor yang terjadi.
3. Pengembangan jaringan transportasi nasional, wilayah, dan lokal untuk mendukung pengembangan pariwisata terutama terkait dengan arahan pengembangan jaringan transportasi darat, laut, dan udara, termasuk juga arahan pengembangan alokasi bandara dan pelabuhan.
4. Peningkatan peran serta masyarakat dalam pengembangan pariwisata dari proses perencanaan dan pelaksanaan pembangunan.
5. Peningkatan keterpaduan program dengan keterlibatan berbagai sektor dalam pengembangan pariwisata.
6. Penyusunan rencana tata ruang yang lebih detail untuk pengembangan pariwisata dengan mengacu kepada arahan RTRWN dan RTRW Provinsi untuk tingkat yang lebih makro, dan mengacu kepada arahan RTRW dan RDTR Kawasan di Kabupaten/Kota untuk tingkat yang lebih detail.
7. Pemanfaatan standar teknis sektoral dalam menyusun rencana detail/rinci pengembangan kawasan pariwisata

4. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM)

Selain didukung oleh penataan ruang dan sarana-sarana yang menunjang dalam kegiatan pengembangan pariwisata juga didukung oleh beberapa sumber-sumber, yakni sumber daya manusia, sumber keuangan dan sumber materi atau

fisik. Ketiga sumber itu sangat berkaitan satu sama yang lainnya. Oleh karena itu ketiganya harus benar-benar bisa terpenuhi, karena pengembangannya sangat berpengaruh besar bagi kepariwisataan nasional kita.

Konsep Pemanfaatan Sumber Daya Manusia (SDM). SDM yang digunakan hendaknya direkrut dari SDM lokal (asal Indonesia). Kita bangsa Indonesia terdiri dari berbagai suku yang masing-masing mempunyai keahlian (bakat alami) sesuai adat istiadat setempat. Perlu menempatkan SDM pada tempat yang tepat sesuai keahliannya, dan meningkatkan SDM melalui program pendidikan dan pelatihan secara kontinyu. Gunakan sesedikit mungkin atau tidak sama sekali tenaga-tenaga dari luar negeri karena biayanya sangat besar. Kalaupun ada SDM luar negeri, segera diserap ilmu dan pengalaman mereka untuk diajarkan kepada SDM lokal. Dengan cara ini, SDM lokal miliki nilai keahlian yang lebih untuk bekerja di bidang menejerial menengah ke atas.

Sumberdaya manusia mulai dari pengelola sampai kepada masyarakat berperan penting dalam keberhasilan pengembangan wisata agro. Kemampuan pengelola wisata agro dalam menetapkan target sasaran dan menyediakan, mengemas, menyajikan paket-paket wisata serta promosi yang terus menerus sesuai dengan potensi yang dimiliki sangat menentukan keberhasilan dalam mendatangkan wisatawan. Dalam hal ini keberadaan/peran pemandu wisata dinilai sangat penting. Kemampuan pemandu wisata yang memiliki pengetahuan ilmu dan keterampilan menjual produk wisata sangat menentukan. Pengetahuan pemandu wisata seringkali tidak hanya terbatas kepada produk dari obyek wisata yang dijual tetapi juga pengetahuan umum terutama hal-hal yang lebih mendalam berkaitan dengan produk wisata tersebut.

Ketersediaan dan upaya penyiapan tenaga pemandu wisata agro saat ini dinilai masih terbatas. Pada jenjang pendidikan formal seperti pendidikan pariwisata, mata ajaran wisata agro dinilai belum memadai sesuai dengan potensi wisata agro di Indonesia. Sebaliknya pada pendidikan pertanian, mata ajaran kepariwisataan juga praktis belum diajarkan. Untuk mengatasi kesenjangan tersebut pemandu wisata agro dapat dibina dari pensiunan dan atau tenaga yang

masih produktif dengan latar belakang pendidikan pertanian atau pariwisata dengan tambahan kursus singkat pada bidang yang belum dikuasainya.

5. Strategi Pengembangan Kemitraan/Kerjasama

Potensi Wisata Agro yang sangat tinggi ini belum sepenuhnya dikembangkan dan dimanfaatkan secara optimal. Untuk itu, perlu dirumuskan langkah-langkah kebijakan yang konkrit dan operasional guna tercapainya kemantapan pengelolaan Obyek Wisata Agro di era globalisasi dan otonomi daerah. Sesuai dengan keunikan kekayaan spesifik lokasi yang dimiliki, setiap daerah dan setiap obyek Wisata Agro dibutuhkan kerjasama sinergis diantara pelaku yang terlibat dalam pengelolaan Wisata Agro, yaitu masyarakat, swasta dan pemerintah.

Konsep Permodalan. Industri pertanian hendaknya didukung permodalan dari bank dalam negeri, yang uangnya bersumber dari dana masyarakat. Uang yang dipinjamkan secara perlahan akan membesar sesuai kemajuan perusahaan. Untuk mengembangkan industri pertanian tidak diperlukan modal yang besar karena faktor produksi seperti bahan baku, sumber daya manusia. Industri juga harus didirikan dari kecil dan perlahan menuju yang besar. Modal yang dimaksud bukan semata-mata uang yang dibutuhkan dari bank, tapi jauh lebih penting adalah modal kreatifitas, ilmu pengetahuan dan modal keberanian untuk menjalankan usaha. Bila semua modal itu cukup kuat dan saling menopang, jelas memberikan nilai tambah secara terus-menerus kepada produk, dan itulah yang menghasilkan penjualan dan keuntungan bagi sebuah perusahaan.

Menjalin kemitraan dengan berbagai pihak. Pengembangan kawasan wisata merupakan salah satu konsep pengembangan jaringan (Baiquni, 2004). Pola pengembangan jaringan pariwisata memerlukan kerjasama antar pemerintah daerah maupun sektor swasta secara sinergis. Pengelolaan pariwisata secara parsial oleh suatu daerah karena alasan kewenangan dan kepentingan daerah merupakan penyekatan terhadap pengembangan ODTW dan akan menghambat pengembangan sektor pariwisata. Landasan pola pikir yang diperlukan dalam pengembangan dunia pariwisata adalah berorientasi pada kebersamaan (*mutuality*). Melalui pola pikir ini diupayakan dapat meningkatkan kerjasama

antara jenis jenis usaha pariwisata sebagai suatu kekuatan bersama yang bersinergi dalam membangun pariwisata daerah kurang berkembang.

f. Partisipasi Masyarakat

Memperhatikan konsep pengembangan berbasis masyarakat, dimana menempatkan masyarakat sebagai pelaku dalam kegiatan pariwisata maka dibutuhkan kemauan dan kesiapan masyarakat itu sendiri agar dapat berperan serta secara aktif dalam pengembangan pariwisata.

Penggalangan, peningkatan peran serta masyarakat dalam kepariwisataan dapat dibedakan menurut aspek ekonomis yang diimplementasikan kedalam penjabaran program pariwisata inti rakyat dan desa wisata serta aspek non ekonomis yang diimplementasikan kedalam program pengembangan kelompok sadar wisata serta program pariwisata remaja.

Cohen dan Hoff, sebagaimana dikutip oleh Syamsi (1996:114) menyebutkan partisipasi merupakan keterlibatan nyata orang-orang dalam proses pembuatan keputusan mengenai apa yang dilakukan dan bagaimana cara melakukannya, yang diartikan sebagai keterlibatan mereka dalam menikmati hasil serta partisipasi mereka dalam melakukan evaluasi.

Begitu halnya dengan pengembangan kepariwisataan, masyarakat dan swasta memegang peranan penting dalam sektor tersebut. Agar industri pariwisata dapat berkembang dengan baik maka masyarakat dan swasta harus terlibat didalamnya. Untuk itu pemerintah harus mendidik masyarakat dan swasta menjadi masyarakat yang "sadar wisata", artinya mereka sadar dan mengerti bahwa sektor pariwisata merupakan sektor yang menghasilkan devisa bagi Negara yang cukup besar dan diperlukan untuk membiayai pembangunan lokal maupun nasional serta dapat memperluas kesempatan bagi mereka.

Pola pengembangan kepariwisataan hendaknya dilakukan lebih berorientasi pada pendayagunaan masyarakat setempat untuk berperan aktif memanfaatkan dan mengelola sendiri sumber daya yang ada dan dimilikinya untuk menyediakan berbagai sarana fasilitas bagi penyediaan jasa pemenuhan kebutuhan pariwisata dan wisatawan. Melalui pola ini diharapkan masyarakat

setempat akan mampu menjadi subyek dan sekaligus penerima manfaat utama dari proses pengembangan pariwisata diwilayahnya sendiri.

Konsep pengembangan Pariwisata Inti Rakyat (PIR) merupakan salah satu pendekatan yang memiliki nilai strategis, yang diyakini akan mampu produk wisata yang bercirikan lokal sebagai dasar untuk memasarkan produk dalam era yang semakin kompetitif, dan akan menciptakan katahanan dan kestabilan sosio ekonomi masyarakat serta mengingat strata ekonomi rakyat ikut terlibat dalam usaha pariwisata sehingga menimbulkan perubahan sikap dan persepsi masyarakat terhadap makna pariwisata yang semula antipati menjadi simpati dan akhirnya menjadi empati. Konsep pengembangan desa wisata adalah pengembangan yang mengendalikan sumber kekuatan sosio alam, sosio budaya dan sosio ekonomi masyarakat pedesaan yang diangkat melalui kegiatan pariwisata.

Beberapa pendekatan lain yang dapat dipergunakan dalam menggalang peran serta masyarakat dalam pembangunan pariwisata anatar lain program pengembangan dan pemberdayaan kelompok masyarakat sadar wisata dengan peningkatan pengetahuan dan keahlian menurut bidang usahanya, meningkatkan kesadaran pentingnya lingkungan dan budaya, penggalangan peran serta pemuda remaja melalui model partisipasi dalam penyelenggaraan Desa Wisata daerah dan Putri Indonesia, dan penggalangan peran serta masyarakat pers melalui program kerjasama talk show dan peliputan kepariwisataan melalui media massa.

4. Kawasan Desa Wisata

a. Pengertian Kawasan

Kawasan (dari bahasa Jawa kuna, kawaśan yang berarti daerah waśa, dari bahasa Sansekerta: "memerintah") artinya daerah yang memiliki ciri khas tertentu atau berdasarkan pengelompokan fungsional kegiatan tertentu, seperti kawasan industri, kawasan perdagangan, dan kawasan rekreasi. Misalnya: "Kebayoran Baru merupakan 'kawasan' perumahan elite."

b. Pengertian Desa

Menurut definisi universal, adalah sebuah aglomerasi permukiman di area perdesaan (rural). Di Indonesia, istilah desa adalah pembagian wilayah administratif di Indonesia di bawah kecamatan, yang dipimpin oleh Kepala Desa.

Sejak diberlakukannya otonomi daerah istilah desa dapat disebut dengan nama lain, misalnya di Sumatera Barat disebut dengan istilah nagari, dan di Papua disebut dengan istilah kampung. Begitu pula segala istilah dan institusi di desa dapat disebut dengan nama lain sesuai dengan karakteristik adat istiadat desa tersebut. Hal ini merupakan salah satu pengakuan dan penghormatan Pemerintah terhadap asal usul dan adat istiadat setempat.

c. Desa wisata

Desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (Nuryanti, 1993, 2-3).

1. Komponen utama desa wisata

Terdapat dua konsep yang utama dalam komponen desa wisata :

1. Akomodasi : sebagian dari tempat tinggal para penduduk setempat dan atau unit-unit yang berkembang atas konsep tempat tinggal penduduk.
2. Atraksi : seluruh kehidupan keseharian penduduk setempat beserta setting fisik lokasi desa yang memungkinkan berintegrasinya wisatawan sebagai partisipasi aktif seperti : kursus tari, bahasa dan lain-lain yang spesifik.

Sedangkan Lanskeep, Edward dalam *Tourism Planning An Integrated and Sustainable Development Approach* memberikan definisi: “*Village Tourism, where small groups of tourist stay in or near traditional, often remote villages and learn about village life and the local environment. Inskip*” : Wisata pedesaan dimana sekelompok kecil wisatawan tinggal dalam atau dekat dengan suasana tradisional, sering di desa-desa yang terpencil dan belajar tentang kehidupan pedesaan dan lingkungan setempat.

2. Pendekatan pengembangan desa wisata

Pengembangan dari desa wisata harus direncanakan secara hati-hati agar dampak yang timbul dapat dikontrol. Berdasar dari penelitian dan studi-studi dari UNDP/WTO dan beberapa konsultan Indonesia, dicapai dua pendekatan dalam menyusun rangka kerja/konsep kerja dari pengembangan sebuah desa menjadi desa wisata.

a. Pendekatan Pasar untuk Pengembangan Desa Wisata

1. Interaksi tidak langsung

Model pengembangan didekati dengan cara bahwa desa mendapat manfaat tanpa interaksi langsung dengan wisatawan. Bentuk kegiatan yang terjadi semisal : penulisan buku-buku tentang desa yang berkembang, kehidupan desa, arsitektur tradisional, latar belakang sejarah, pembuatan kartu pos dan sebagainya.

2. Interaksi setengah langsung

Bentuk-bentuk one day trip yang dilakukan oleh wisatawan, kegiatan-kegiatan meliputi makan dan berkegiatan bersama penduduk dan kemudian wisatawan dapat kembali ke tempat akomodasinya. Prinsip model tipe ini adalah bahwa wisatawan hanya singgah dan tidak tinggal bersama dengan penduduk.

3. Interaksi Langsung

Menurut UNDP dan WTO (1981:69) tentang interaksi langsung dalam pendekatan pasar untuk pengembangan wisata, adalah:

“Wisatawan dimungkinkan untuk tinggal/bermalam dalam akomodasi yang dimiliki oleh desa tersebut. Dampak yang terjadi dapat dikontrol dengan berbagai pertimbangan yaitu daya dukung dan potensi masyarakat setempat. Alternatif lain dari model ini adalah penggabungan dari model pertama dan kedua”.

b. Kriteria Desa Wisata

Pada pendekatan ini diperlukan beberapa kriteria yaitu:

1. Atraksi wisata; yaitu semua yang mencakup alam, budaya dan hasil ciptaan manusia. Atraksi yang dipilih adalah yang paling menarik dan atraktif di desa.

2. Jarak Tempuh; adalah jarak tempuh dari kawasan wisata terutama tempat tinggal wisatawan dan juga jarak tempuh dari ibukota provinsi dan jarak dari ibukota kabupaten.
3. Besaran Desa; menyangkut masalah-masalah jumlah rumah, jumlah penduduk, karakteristik dan luas wilayah desa. Kriteria ini berkaitan dengan daya dukung kepariwisataan pada suatu desa.
4. Sistem Kepercayaan dan kemasyarakatan; merupakan aspek penting mengingat adanya aturan-aturan yang khusus pada komunitas sebuah desa. Perlu dipertimbangkan adalah agama yang menjadi mayoritas dan sistem kemasyarakatan yang ada.
5. Ketersediaan infrastruktur; meliputi fasilitas dan pelayanan transportasi, fasilitas listrik, air bersih, drainase, telepon dan sebagainya.

Masing-masing kriteria digunakan untuk melihat karakteristik utama suatu desa untuk kemudian menentukan apakah suatu desa akan menjadi desa dengan tipe berhenti sejenak, tipe one day trip atau tipe tinggal inap.

c. Pendekatan Fisik Pengembangan Desa Wisata

Pendekatan ini merupakan solusi yang umum dalam mengembangkan sebuah desa melalui sektor pariwisata dengan menggunakan standar-standar khusus dalam mengontrol perkembangan dan menerapkan aktivitas konservasi.

1. Mengonservasi sejumlah rumah yang memiliki nilai budaya dan arsitektur yang tinggi dan mengubah fungsi rumah tinggal menjadi sebuah museum desa untuk menghasilkan biaya untuk perawatan dari rumah tersebut. Contoh pendekatan dari tipe pengembangan model ini adalah Desa Wisata di Koanara, Flores. Desa wisata yang terletak di daerah wisata Gunung Kelimutu ini mempunyai aset wisata budaya berupa rumah-rumah tinggal yang memiliki arsitektur yang khas. Dalam rangka mengkonservasi dan mempertahankan rumah-rumah tersebut, penduduk desa menempuh cara memuseumkan rumah tinggal penduduk yang masih ditinggali. Untuk mewadahi kegiatan wisata di daerah tersebut dibangun juga

sarana wisata untuk wisatawan yang akan mendaki Gunung Kelimutu dengan fasilitas berstandar resor minimum dan kegiatan budaya lain.

2. Mengonservasi keseluruhan desa dan menyediakan lahan baru untuk menampung perkembangan penduduk desa tersebut dan sekaligus mengembangkan lahan tersebut sebagai area pariwisata dengan fasilitas-fasilitas wisata. Contoh pendekatan pengembangan desa wisata jenis ini adalah Desa Wisata Sade, di Lombok.
3. Mengembangkan bentuk-bentuk akomodasi di dalam wilayah desa tersebut yang dioperasikan oleh penduduk desa tersebut sebagai industri skala kecil. Contoh dari bentuk pengembangan ini adalah Desa wisata Wolotopo di Flores. Aset wisata di daerah ini sangat beragam antara lain : kerajinan tenun ikat, tarian adat, rumah-rumah tradisional dan pemandangan ke arah laut. Wisata di daerah ini dikembangkan dengan membangun sebuah perkampungan skala kecil di dalam lingkungan Desa Wolotopo yang menghadap ke laut dengan atraksi-atraksi budaya yang unik. Fasilitas-fasilitas wisata ini dikelola sendiri oleh penduduk desa setempat. Fasilitas wisata berupa akomodasi bagi wisatawan, restaurant, kolam renang, peragaan tenun ikat, plaza, kebun dan dermaga perahu boat.
3. Prinsip dasar dari pengembangan desa wisata
 1. Pengembangan fasilitas-fasilitas wisata dalam skala kecil beserta pelayanan di dalam atau dekat dengan desa.
 2. Fasilitas-fasilitas dan pelayanan tersebut dimiliki dan dikerjakan oleh penduduk desa, salah satu bisa bekerja sama atau individu yang memiliki.
 3. Pengembangan desa wisata didasarkan pada salah satu “sifat” budaya tradisional yang lekat pada suatu desa atau “sifat” atraksi yang dekat dengan alam dengan pengembangan desa sebagai pusat pelayanan bagi wisatawan yang mengunjungi kedua atraksi tersebut.

4. Jenis Wisatawan Pengunjung Desa Wisata

Karena bentuk wisata pedesaan yang khas maka diperlukan suatu segmen pasar tersendiri. Terdapat beberapa tipe wisatawan yang akan mengunjungi desa wisata ini yaitu :

a. Wisatawan Domestik

Wisatawan domestik; terdapat tiga jenis pengunjung domestik yaitu :

1. Wisatawan atau pengunjung rutin yang tinggal di daerah dekat desa tersebut. Motivasi

kunjungan : mengunjungi kerabat, membeli hasil bumi atau barang-barang kerajinan. Pada perayaan tertentu, pengunjung tipe pertama ini akan memadati desa wisata tersebut.

2. Wisatawan dari luar daerah (luar propinsi atau luar kota), yang transit atau lewat dengan motivasi, membeli hasil kerajinan setempat.

3. Wisatawan domestik yang secara khusus mengadakan perjalanan wisata ke daerah tertentu, dengan motivasi mengunjungi daerah pedesaan penghasil kerajinan secara pribadi.

b. Wisatawan Manca Negara

1. Wisatawan yang suka berpetualang dan berminat khusus pada kehidupan dan kebudayaan di pedesaan. Umumnya wisatawan ini tidak ingin bertemu dengan wisatawan lainnya dan berusaha mengunjungi kampung dimana tidak begitu banyak wisatawan asing.

2. Wisatawan yang pergi dalam grup (di dalam suatu biro perjalanan wisata). Pada umumnya mereka tidak tinggal lama di dalam kampung dan hanya tertarik pada hasil kerajinan setempat.

3. Wisatawan yang tertarik untuk mengunjungi dan hidup di dalam kampung dengan motivasi merasakan kehidupan di luar komunitas yang biasa dihadapinya.

5. Tipe Desa Wisata

Menurut pola, proses dan tipe pengelolanya desa atau kampung wisata di Indonesia sendiri, terbagi dalam dua bentuk yaitu tipe terstruktur dan tipe terbuka.

a. Tipe terstruktur (*enclave*)

Tipe terstruktur ditandai dengan karakter-karakter sebagai berikut :

1. Lahan terbatas yang dilengkapi dengan infrastruktur yang spesifik untuk kawasan tersebut. Tipe ini mempunyai kelebihan dalam citra yang ditumbuhkannya sehingga mampu menembus pasar internasional.
2. Lokasi pada umumnya terpisah dari masyarakat atau penduduk lokal, sehingga dampak negatif yang ditimbulkannya diharapkan terkontrol. Selain itu pencemaran sosial budaya yang ditimbulkan akan terdeteksi sejak dini.
3. Lahan tidak terlalu besar dan masih dalam tingkat kemampuan perencanaan yang integratif dan terkoordinir, sehingga diharapkan akan tampil menjadi semacam agen untuk mendapatkan dana-dana internasional sebagai unsur utama untuk “menangkap” servis-servis dari hotel-hotel berbintang lima.

Contoh dari kawasan atau perkampungan wisata jenis ini adalah kawasan Nusa Dua, Bali dan beberapa kawasan wisata di Lombok. Pedesaan tersebut diakui sebagai suatu pendekatan yang tidak saja berhasil secara nasional, melainkan juga pada tingkat internasional. Pemerintah Indonesia mengharapkan beberapa tempat di Indonesia yang tepat dapat dirancang dengan konsep yang serupa.

b. Tipe Terbuka (*spontaneus*)

Tipe ini ditandai dengan karakter-karakter yaitu tumbuh menyatunya kawasan dengan struktur kehidupan, baik ruang maupun pola dengan masyarakat lokal. Distribusi pendapatan yang didapat dari wisatawan dapat langsung dinikmati oleh penduduk lokal, akan tetapi dampak negatifnya cepat menjalar menjadi satu ke dalam penduduk lokal, sehingga sulit dikendalikan. Contoh dari tipe perkampungan wisata jenis ini adalah kawasan Prawirotaman, Yogyakarta.

E. Pembangunan Perekonomian Masyarakat Pedesaan

1. Pembangunan Desa

Dalam proses pembangunan ada tiga faktor utama yang diperlukan untuk melaksanakannya, yaitu : sumber daya manusia, alam dan modal. Namun yang terpenting dari ketiga unsur tersebut adalah manusia, sebab manusia sebagai subjek dan objek pembangunan. Pembangunan dilaksanakan dengan tujuan untuk menyediakan ruang yang memadai bagi sarana nilai-nilai lokal, kultur setempat, dan sejarah masyarakat yang bersangkutan. Dengan demikian pembangunan lebih diarahkan kepada optimalisasi setiap wilayah berdasarkan kondisi sumber daya alam, manusia dan lingkungan, sedangkan dalam pelaksanaan tergantung dari kreativitas dan inisiatif masyarakat sendiri.

Hampir semua negara di dunia termasuk negara-negara yang sedang berkembang telah mengusahakan pembangunan negaranya termasuk juga pembangunan masyarakat desanya, yang mana usaha-usaha pada masyarakat desa perlu mendasarkan pada landasan yang kuat dan luas. Dengan maksud dalam melakukan pembangunan masyarakat desa perlu partisipasi dan mengikutsertakan orang banyak atau seluruh masyarakat pedesaan yang bersangkutan untuk membangun demi kepentingan masyarakat itu sendiri.

Berdasarkan definisi ini maka yang aktif berbuat adalah masyarakat desanya dalam melaksanakan pembangunan. Hakekat pembangunan masyarakat desa yaitu usaha mendorong rakyat untuk memperbaiki kehidupannya, yang meliputi segala macam pembangunan yang dipilih dan ditentukan secara bebas dan dilaksanakan oleh masyarakat itu sendiri yaitu pembangunan yang berdimensi kerakyatan, yaitu rakyat yang mempunyai kekuasaan mutlak dalam menetapkan jalannya pembangunan.

Dengan adanya pembangunan yang berfokus pada kerakyatan, rakyat telah diposisikan sebagai penentu dan sumber informasi dalam proses pembangunan yang sedang dilakukan, sebab selama mereka tidak menjadi penggerak atau secara langsung terlibat dalam proses pembangunan maka hasil yang diperoleh akan sangat terbatas bahkan mungkin akan menjadi kontra produktif. Agar partisipasi

masyarakat dapat terwujud, pemerintah diharapkan mampu memahami kebutuhan-kebutuhan masyarakat, merumuskan kehendak mereka mengorganisasi usaha-usaha, meningkatkan kepentingan-kepentingan mereka yang sah, menjamin kondisi demi penghidupan mereka yang lebih baik dan memainkan peranan penting dalam pemecahan masalah mereka sendiri.

Adapun salah satu konsep yang dapat menampung kebutuhan rakyat tersebut berhasil diintoduser oleh UNDP seperti yang dinyatakan dalam *Annual Report Development Report* pada tahun 1993, yang diformulasikan dengan identitas "Pembangunan Manusia Berkelanjutan" (PMB). Menurut Suman dan Yustika (1997:7) adapun konsepsinya adalah pembangunan yang dilaksanakan pada saat ini harus memberikan empati kepada upaya-upaya pemerataan, perbaikan lingkungan, pemberdayaan masyarakat, prioritas kepada orang miskin dan memperluas pilihan dan kesempatan partisipasi masyarakat dalam setiap pengambilan keputusan yang mempengaruhi kehidupan mereka. Yang mana PMB ini menfokuskan pada pertumbuhan ekonomi dengan mempertimbangkan aspek yang dapat menciptakan lapangan kerja, lingkungan, pemberdayaan dan pemerataan.

Membahas tentang desa (lokal) apabila dikaitkan dengan konsep pembangunan pedesaan pada dasarnya merupakan bagian yang tak terpisahkan dari pembangunan nasional. Strategi dan pendekatan yang demikian, lebih berfokus pada keunggulan potensi untuk memperbaiki proses pelaksanaan pembangunan dengan memberikan kekuatan, kesempatan, dan kekuasaan individu, kelompok, sasaran lokal, masyarakat serta struktur kelembagaan pembangunan agar berpartisipasi dalam proses pembangunan.

Namun perlu diingat, bahwa masyarakat pedesaan mempunyai tradisi dan adat istiadat tersendiri, karenanya dalam usaha pembangunan masyarakat desa tidak ada suatu rumus atau cara yang dapat diterapkan secara umum. Oleh karena itu, usaha-usaha pembangunan desa harus memperhatikan keadaan lingkungan masing-masing desa. Selain itu, yang harus ada dalam melakukan usaha pembangunan masyarakat desa harus tetap memperhatikan 3 hal antara lain, yaitu:

1. Mengusahakan agar yang baik-baik di desa tetap terpelihara;

2. Menyaring hal-hal yang datang dari kota dan dunia luar pada umumnya, yang baik kita manfaatkan dan yang buruk kita cegah masuk;
3. Meningkatkan kesejahteraan di desa supaya orang tidak tertarik mengadu nasib ke kota.

Pembangunan pedesaan diarahkan pada kelembagaan dan partisipasi masyarakat miskin dalam meningkatkan kesejahteraan pada satuan wilayah pedesaan yang jumlah penduduk tinggal di pedesaan sekitar 70-80% penduduk dunia terutama Negara berkembang dan terbelakang bermukim di pedesaan. Keadaan Negara-negara tersebut pada umumnya taraf pendidikannya sangat rendah, kebanyakan buta huruf dan buta pengetahuan dasar yang menjadi permasalahan global.

Selanjutnya, Lee (dalam Wahab, 1994:161) dan Supriatna, (2000:71) merumuskan pembangunan masyarakat pedesaan sebagai berikut :”*Community rural development is a improving standard of mass of low-income population residing in rural areas and making the process of their development self sustaining*”. Dalam hal ini, pembangunan masyarakat pedesaan sebagai upaya perbaikan standart kehidupan bagi sebagian penduduk yang berpenghasilan rendah yang tinggal didaerah pedesaan seraya menciptakan pembangunan berkelanjutan. Kata kunci dari pembangunan pedesaan tersebut ialah *self sustaining*, yang artinya pembangunan dimaksudkan untuk mengentaskan masyarakat miskin dari belenggu kemiskinannya didaerah harus berangkat dari kebutuhan dan kekuatan masyarakat sendiri. Yang pada intinya pembangunan pedesaan merupakan segala proses yang dilakukan untuk menjadikan masyarakat lebih mandiri dalam arti seluas-luasnya.

Melakukan pembangunan pedesaan diperlukan adanya suatu pendekatan-pendekatan. Dimana pendekatan ini membutuhkan pemenuhan empat aspek pembangunan manusia untuk mempengaruhi masa depannya, yang dijabarkan sebagai berikut :

1. *Capacity*, yakni kemampuan untuk melakukan pembangunan;
2. *Equity*, yakni pemerataan hasil-hasil pembangunan;

3. *Empowerment*, yakni pemberian hak atau wewenang untuk menentukan hal-hal yang dianggap penting; dan
4. *Sustainable*, yakni kemampuan untuk hidup terus. Dengan demikian, pendekatan ini merupakan proses membentuk manusia untuk mengaktualisasikan potensi, prakarsa, dan kreativitasnya menumbuhkan partisipasi dalam mengambil keputusan dan membatasi ketergantungan.

Apapun bentuk pendekatan itu, tujuan pembangunan pedesaan adalah untuk memerangi kemiskinan dan keterbelakangan. Karena kemiskinan dan keterbelakangan hanya bisa dikurangi kalau penduduk desa mampu mengembangkan dirinya untuk mandiri dan mampu dalam menguasai lingkungan sosialnya.

Pembangunan pedesaan tidak dapat berdiri sendiri melainkan saling terkait dengan pembangunan manusia karena manusia secara kodrati mempunyai kecenderungan untuk hidup bermasyarakat sesuai dengan kedudukannya sebagai individu, kelompok, dan komunitas yang saling berinteraksi dan saling berkomunikasi satu sama lain baik secara terorganisir maupun tidak terorganisir dalam upaya pemenuhan hidup. Dalam suatu masyarakat selalu ditekankan pada kebersamaan, pemerataan, keberdayaan, kemandirian, dan saling ketergantungan (Supriatna, 2001,100:75). Sehubungan dengan hal itu, dalam pembangunan masyarakat haruslah selalu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi bagi perubahan sosial dan masyarakat.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi sosial tersebut menurut Mubyarto (1994) dapat dikembangkan 7 (tujuh) indikator pembangunan pedesaan, yaitu :

1. Perubahan produktivitas pedesaan;
2. Perubahan tingkat kesempatan kerja;
3. Perubahan dalam pembagian pendapatan;
4. Perubahan struktur kekuasaan;
5. Perubahan tingkat mobilitas sosial;
6. Perubahan dalam nilai, kepercayaan dan sikap terhadap lingkungan sosial yang lebih luas;
7. Perubahan sasaran pelayanan sosial.

Demikian, konsep pembangunan pedesaan tidak saja memberikan karakteristik yang spesifik yang membedakan konsep pembangunan pada umumnya, tetapi secara eksplisit menunjukkan beberapa indikator keberhasilan pembangunan desa dikatakan berhasil apabila :

1. Partisipasi aktif masyarakat dalam pembangunan;
2. Rasa tanggung jawab dalam pembangunan;
3. Kemampuan masyarakat untuk berkembang;
4. Prasarana fisik dan;
5. Lingkungan hidup yang serasi telah dapat dibangun dan dipelihara.

Selanjutnya Inayatullah (dalam Hagul, 1992:11) pengembangan pedesaan adalah suatu proses yang membawa peningkatan kemampuan penduduk pedesaan menguasai lingkungan sosial yang disertai meningkatnya tingkat hidup mereka sebagai akibat dari penguasaan tersebut. Dimana definisi tersebut mempunyai beberapa implikasi penting. Pertama, adanya penekanan pada kemampuan menyeluruh dari penduduk pedesaan dalam mempengaruhi lingkungan mereka, dan hal ini dapat dicapai kalau pembangunan pedesaan merupakan proses pengembangan kemandirin mereka. Kedua, peningkatan pendapatan sebagai akibat peningkatan kemampuan menguasai lingkungan tidak terbatas pada kelompok kuat dipedesaan melainkan harus merata di antara penduduk. Upaya pengembangan pedesaan memang diharapkan akan meningkatkan kualitas hidup warga desa dan individu.

Pada umumnya masyarakat desa mempunyai cara sendiri dalam mencapai kemakmuran dan kesejahteraan. Dengan kebiasaan hidup bergotong royong yang merupakan hubungan sosial, sudah menjadi kebiasaan yang melekat pada masyarakat pedesaan. Diawali dari hidup bergotong royong inilah maka hubungan sosial yang saling membutuhkan dan saling membantu ini dapat membantu masyarakat kemakmuran, karena hubungan sosial tadi meningkat menjadi hubungan ekonomi yang saling membantu. Dimana hubungan ekonomi masih didasari pada sifat yang saling membantu tanpa memperhatikan imbalan atau lainnya.

Sementara itu permasalahan kemiskinan pada khususnya di pedesaan menurut Sumodiningrat (1999:150) disebabkan oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal menyangkut permasalahan dan kendala yang berasal dari dalam individu atau masyarakat miskin yang bersangkutan seperti rendahnya motivasi, minimnya modal, lemahnya penguasaan aspek manajemen dan teknologi. Dan faktor eksternal terkait dengan permasalahan infrastruktur, berbelitnya prosedur atau peraturan yang ada dan lain sebagainya

Sedangkan menurut Mubyarto dalam Hagul (1992:34) menyatakan tentang gambaran nyata dari adanya kemiskinan dan keterbelakangan di pedesaan, mengemukakan bahwa pendapatan mayoritas penduduk pedesaan yang rendah, adanya kesenjangan antara yang kaya dan yang miskin dalam usaha pembangunan. Adapun penyebab dari kemiskinan dan keterbelakangan, antara lain :

- 1) Kurangnya pengembangan sumber daya manusia;
- 2) Kurangnya pengembangan sumber daya alam;
- 3) Kurangnya lapangan/pekerjaan/kesempatan kerja dan berusaha.

Melihat dari fenomena dan teori tersebut, pembangunan pedesaan perlu lebih ditingkatkan dengan harapan taraf hidup masyarakat desa dapat meningkat juga. Walaupun demikian, masyarakat pedesaan dalam meningkatkan pendapatan dan taraf hidup serta kesejahteraannya pada dasarnya mereka tidak kaku untuk menerima pembaharuan dari luar, asalkan pendekatan yang digunakan memadai dan dapat diterima dengan baik dan terbuka oleh masyarakat pedesaan setempat.

2. Konsep Pembangunan Perekonomian Pedesaan

a. Konsep Pemberdayaan

Pemberdayaan adalah terjemahan dari kata *empowerment*, yang berasal dari kata *empower* yang mengandung dua pengertian: (i) *to give power to* (memberi kekuasaan, mengalihkan kekuatan atau mendelegasikan otoritas pada pihak lain). (ii) *to give ability to, enable* (usaha untuk memberi kemampuan)

(Oxford English Dictionary). Secara tersirat, makna tersebut menyatakan bahwa konsep pemberdayaan lahir sebagai antitesis terhadap model pembangunan dan model industri yang kurang memihak pada rakyat mayoritas.

Menurut Ife (1995), pemberdayaan adalah *“empowerment means providing people with the resources, opportunities, knowledge and skills to increase their capacity to determine their own future, and to participate in and affect the life of their community. Empowerment should be aim of all community development”*.

Dan strategi pemberdayaan lebih lanjut menurut Ife (1995) adalah:

“a complete strategy of empowerment requires the barriers to people exercising power be understood, addressed and overcome. These include the structures of oppression (class, gender and race / ethnicity), language, education, personal mobility, and the domination by elites of power structures of society. Understood in these theme, then, empowering is a form of radical change, whing would overturn exiting strcutres of domination”.

Pemberdayaan masyarakat dapat dideskripsikan sebagai berikut menurut Vitayala (2000) adalah:

Pemberdayaan masyarakat (*Community Empowerement*) adalah perwujudan *capacity building* masyarakat yang bernuansa pada pemberdayaan sumberdaya manusia melalui pengembangan kelembagaan pembangunan mulai dari tingkat pusat sampai tingkat pedesaan seiring dengan pembangunan sistem sosial ekonomi rakyat, prasarana dan sarana, serta pengembangan Tiga-P; Pendampingan yang dapat menggerakkan partisipasi total masyarakat, Penyuluhan dapat merespon dan memantau ubahan-ubahan yang terjadi di masyarakat dan Pelayanan yang berfungsi sebagai unsur pengendali ketepatan distribusi aset sumberdaya fisik dan non fisik yang diperlukan masyarakat.

Menurut kaidah ekonomi, pemberdayaan masyarakat adalah proses perolehan pelaku ekonomi untuk mendapatkan surplus value sebagai hak manusia yang terlibat dalam kegiatan produksi. Upaya ini dilakukan melalui distribusi penguasaan faktor-faktor produksi (melalui kebijakan politik ekonomi yang tepat dengan kondisi dan tingkatan sosial budaya).

b. Konsep Industri Kecil Berbasis Agro industri

Industri kecil adalah badan usaha yang menjalankan proses produksi untuk menghasilkan barang dan jasa dalam skala kecil. Apabila dilihat dari sifat dan bentuknya, maka industri kecil menurut Bantacut dalam Haeruman (2001) :

1. berbasis pada sumber daya lokal sehingga dapat memanfaatkan potensi secara maksimal dan memperkuat kemandirian
2. dimiliki dan dilaksanakan oleh masyarakat lokal sehingga mampu mengembangkan sumberdaya manusia
3. menerapkan teknologi lokal (*indigenous technology*) sehingga dapat dilaksanakan dan dikembangkan oleh tenaga lokal dan
4. tersebar dalam jumlah yang banyak sehingga merupakan alat pemerataan Pembangunan yang efektif

Departemen Perindustrian dalam Pelita VI menetapkan kriteria prioritas bagi Industri kecil yang akan dikembangkan sebagai berikut:

1. Industri yang ketersediaan bahan bakunya terjamin dan teknologi dasar untuk memproduksi telah dikuasai serta nilai tambahnya dapat ditingkatkan.
2. Industri yang menunjang ekspor
3. Industri yang mempunyai keterkaitan luas, baik dengan industri besar/menengah maupun dengan sektor ekonomi lain.
4. Industri yang padat karya.
5. Industri yang dapat menunjang pengembangan/pemerataan kegiatan ekonomi wilayah.
6. Industri yang berkaitan dengan nilai-nilai budaya.

Adapun undang-undang yang mengatur industri kecil di Indonesia:

1. UU No.5 tahun 1984 tentang Perindustrian menyebutkan bahwa (1) Pemerintah menetapkan bidang usaha industri yang masuk ke dalam kelompok industri kecil yang dapat diusahakan hanya oleh WNI dan (2) Pemerintah menetapkan jenis industri yang khusus dicadangkan bagi kegiatan industri kecil yang dijalankan oleh masyarakat pengusaha dari golongan ekonomi lemah.
2. UU No. 9 tahun 1995 tentang Usaha industri kecil memberikan dasar hukum bagi pemberian fasilitas kemudahan dana, keringanan tarif, tempat usaha, bidang dan kegiatan usaha, dan pengadaan barang dan jasa untuk usaha industri kecil.

Sedangkan arah pengembangan industri agro menurut Direktorat Jenderal Industri Kimia, Agro dan hasil Hutan, Departemen Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia adalah:

1. Sinkronisasi pengembangan agroindustri dan produk hasil pertanian dalam menghadapi pasaran internasional
2. Meningkatkan pendapatan daerah melalui pengembangan wilayah produksi bahan baku agroindustri
3. Meningkatkan partisipasi aktif dalam mendorong berputarnya kembali roda perekonomian nasional yang mengakar di masyarakat
4. Mengupayakan ketersediaan kebutuhan pokok yang terjangkau daya beli masyarakat

Agroindustri merupakan solusi penting untuk menjembatani keinginan konsumen dan karakteristik produk pertanian yang variatif dan tidak bisa disimpan. Agroindustri mempunyai rentang pengertian yang amat lebar. (Joewono.H.H, 2001) Dari yang sangat *soft* berupa pengolahan pasca-panen seperti pembuatan ikan asin yang cuma perlu teknologi pengawetan, sampai yang punya *value added* tinggi di mana produk pertanian diekstrak dan dikombinasi dengan produk lain seperti pada industri parfum

Dari konsep industri kecil berbasis agro industri di atas, secara jelas menunjukkan keberadaan industri kecil sebagai pelaku ekonomi di pedesaan yang perlu mendapat perhatian pemerintah untuk diberdayakan dan dikembangkan.

c. Program Kemitraan

Kemitraan adalah jalinan kerjasama dari dua atau lebih pelaku usaha yang saling menguntungkan. Kebijakan yang memberi peluang berkembangnya kelembagaan semacam ini telah ada, yaitu dengan diluncurkannya Gerakan Kemitraan Nasional oleh Bapak Presiden Suharto. UU No 9 Tahun 1995 menyebutkan bahwa kemitraan kerjasama usaha kecil dan usaha menengah atau besar disertai pembinaan dan pengembangan yang berkelanjutan oleh usaha menengah atau besar. Kemitraan didasarkan pada prinsip saling memperkuat. Kegiatan ini meliputi:

Pola Inti Plasma

Pola inti plasma merupakan pola hubungan kemitraan antara kelompok mitra usaha sebagai plasma dengan perusahaan inti yang bermitra. Perusahaan inti menyediakan lahan, sarana produksi, bimbingan teknis dan manajemen, serta menampung, mengolah dan memasarkan hasil produksi, disamping memproduksi kebutuhan perusahaan. Kelompok mitra usaha memenuhi kebutuhan perusahaan sesuai dengan persyaratan yang telah disepakati.

Pola dagang umum

Merupakan hubungan kemitraan dalam memasarkan hasil usaha kelompok usaha yang dibutuhkan perusahaan. Beberapa kegiatan agribisnis hortikultura menerapkan pola ini. Kelompok tani bermitra dengan Toko Swalayan atau mitra usaha dagang lainnya. Pola yang sama dan disebut "*Contract Farming*" untuk komoditas hortikultura banyak berhasil dikembangkan oleh para pengusaha di Thailand. Kiat tersebut secara nyata dipraktekannya dalam membina petani produsen mitra (contohnya bisnis terong), oleh Bob Sadino.

Pola Sub Konrak

Pola hubungan kemitraan yang dibangun oleh perusahaan dengan kelompok mitra usaha yang memproduksi kebutuhan yang diperlukan oleh perusahaan sebagai bagian dari komponen produksinya. Ciri khas dari bentuk sub kontrak ini adalah membuat kontrak bersama yang mencantumkan volume, harga dan waktu. Pola ini mempunyai keuntungan yang dapat mendorong terciptanya alih teknologi, modal dan ketrampilan serta menjamin produk kelompok mitra usahanya.

Pola Keagenan

Merupakan salah satu bentuk hubungan kemitraan dimana industri kecil diberi hak khusus untuk memasarkan barang dan jasa dari usaha menengah atau usaha besar sebagai mitranya yang bertanggungjawab terhadap produk yang dihasilkan, sedangkan industri kecil diberi kewajiban untuk memasarkan barang atau jasa tersebut, bahkan disertai dengan target yang harus dipenuhi, sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati.

Waralaba

Merupakan salah satu bentuk hubungan kemitraan antara kelompok mitra dengan perusahaan pemberi hak lisensi, merek dagang, saluran distribusi perusahaannya kepada kelompok mitra usaha sebagai penerima waralaba yang disertai dengan bantuan manajemen. Pemilik waralaba bertanggungjawab terhadap sistem operasi, pelatihan, program pemasaran, merek dagang dan hal lainnya kepada mitra pemegang usaha.

Pemegang waralaba hanya mengikuti pola yang ditetapkan pemilik serta memberikan sebagian pendapatan berupa royalti dan biaya yang terkait dengan kegiatan usaha tersebut.

d. Penciptaan iklim usaha yang kondusif

Diperlukan suatu kebijakan yang mendorong iklim usaha yang kondusif bagi agroindustri. Kebijakan tersebut berkaitan dengan penyederhanaan prosedur perijinan melalui pendelegasian wewenang ke daerah (otonomi daerah), fasilitas khusus bagi agriindustri pedesaan yang berkaitan dengan permodalan (kredit lunak), penyebaran teknologi tepat guna/teknologi sederhana ke seluruh pedesaan, menyediakan informasi yang akurat, jelas dan berkesinambungan mengenai peluang usaha, pemasaran dan teknologi.

Pengaturan tataniaga seyogyanya memihak pada petani/masyarakat pedesaan, bukan mengarah pada konglomerasi atau pemusatan ekonomi. Pengalaman terhadap pengaturan tataniaga cengkeh, jeruk dapat menjadi pengalaman yang sangat berharga bagi bangsa Indonesia, juga kacaunya tataniaga cabe, bawang putih dan bawang merah. Intervensi pemerintah yang memihak petani/masyarakat perlu dilakukan, antara lain dengan penyediaan informasi yang akurat. Maka untuk itu harus ada strategi pengembangan “market intelligence”, sistem promosi dan penyebar-luasan informasi pasar yang akurat.

Pemerintah telah menerapkan kebijakan fiskal, moneter, administratif dan riil berikut yang ditujukan untuk memberikan pelayanan terhadap industri kecil (Bappenas, 1995), kebijakan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Kebijakan fiskal diarahkan untuk mendorong pemakaian produk industri kecil dalam rangka ekspor dan subkontraktng, mendorong pertumbuhan

bisnis-inkubasi serta pengembangan *ancillary industries*" melalui keringanan perpajakan.

2. Kebijakan moneter diarahkan untuk mendukung pembiayaan modal investasi dan modal kerja melalui skema kredit khusus yang lebih fleksibel, pengembangan lembaga pembiayaan (*venture-capital, factoring* dan lain-lain) serta kebijaksanaan suku bunga yang lebih rendah dan jaminan perkreditan. Dalam kaitan tersebut perlu optimalisasi pemanfaatan dana 1-5% dari laba bersih BUMN bagi pengembangan industri kecil.
3. Kebijakan sektor riil meliputi regulasi yang mendorong berkembangnya usaha industri kecil, pertanian, kelautan, perdagangan, ekspor, impor dan ketenagakerjaan.
4. Kebijakan administratif terutama diarahkan untuk penyederhanaan prosedur perijinan dan investasi, prosedur impor-ekspor, pengembangan patungan dengan industri besar dalam negeri maupun luar negeri, pelaksanaan UU Usaha Kecil, terutama dalam menata pola perdagangan dan pola pembayaran melalui pencadangan pasar. Paket-paket deregulasi diarahkan secara lebih adil bagi kepentingan kelompok industri kecil. Dari hasil *Content Analysis* yang dilakukan terhadap program yang berkaitan dengan kebijakan industri kecil di atas, terlihat bahwa secara umum pengembangan industri kecil selama ini mempunyai ciri-ciri menurut Setiana (2001) sebagai berikut:

1. Pemerintah berusaha terlibat dalam berbagai permasalahan yang dihadapi oleh IK-agro industri
2. Banyak intervensi pemerintah tidak mempunyai justifikasi ekonomi, seperti : penyisihan laba BUMN untuk membina industri kecil, pemberian fasilitas khusus bagi IK dengan argumen 'IK sebagai golongan lemah', himbauan bagi IB untuk menjual saham kepada koperasi.
3. Bantuan berupa subsidi, jaminan kredit atau penyertaan modal merupakan intervensi pemerintah dalam perekonomian dan hanya efektif jika pemerintah mempunyai kemampuan dalam menjalankannya.
4. Kebanyakan bantuan pemerintah adalah membantu mengkompensasi kelemahan internal perusahaan IK, sedangkan masalah yang menyangkut lingkungan usaha, seperti persaingan yang tidak sehat kurang diperhatikan.

e. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Angkatan kerja di sektor pertanian masih dominan (46,1%), sebagian besar (72%) tamat SD kebawah dan hanya 2,7% yang berpendidikan perguruan tinggi. Sementara itu sentra produksi agroindustri umumnya berlokasi dipedesaan, maka diperlukan suatu kebijakan yang kondusif dalam meningkatkan kualitas sumberdaya manusia yang akan berperan langsung dalam pembangunan

agroindustri. Sesuai dengan pendapat Kurniawati (2002) Untuk memberdayakan SDM-agro hambatan utama yang dihadapi adalah rendahnya pendidikan, kebervariasian kultur dan budaya, masih dominannya budaya masyarakat agraris dan sebagian besar SDM-agro berada pada kelompok masyarakat agraris yang lemah dalam berbagai hal, termasuk lemah dalam hal akses terhadap faktor produksi, distribusi, teknologi dan pemasaran.

Strategi Sumber Daya Manusia Agroindustri (SSDM-Agro) dikembangkan untuk dapat mengantisipasi perubahan tantangan yang dihadapi serta mewujudkan sistem pertanian yang terintegrasi dalam bentuk pertanian modern yang berbudaya industri untuk membangun industri pertanian berbasis pedesaan. Permasalahan utama dalam penyusunan pengembangan SDM-Agro, pertama, bagaimana menggeser sistem dan pola kerja SDM tradisional menjadi SDM pertanian, yang selanjutnya menjadi SDM industri. Kedua, menentukan pandangan pola pengembangan SDM agroindustri secara terpadu dan seimbang, baik antarsektor, subsektor maupun antarwilayah. Dan ketiga, mengubah SDM yang berwawasan mengeksploitasi sumber daya alam menjadi SDM mengelola sumber daya alam berdasarkan mutu dan nilai tambah.

Pengembangan SDM-Agro lebih mudah diarahkan untuk mampu mendorong pergeseran-pergeseran dalam pembangunan pertanian, yaitu pergeseran dari usaha tani subsistem ke usaha tani komersial, selanjutnya dari usaha tani tradisional ke arah usaha tani dengan teknologi modern, serta dari sistem pertanian yang terpisah menjadi sistem pertanian yang terintegrasi dengan industri pertanian. Sesuai dengan tantangan dan perkembangan yang dihadapi, dibutuhkan suatu reorientasi pengembangan SDM yang dititikberatkan pada pergeseran kultur budaya dari kultur pertanian ke kultur budaya industri, peningkatan kemampuan untuk menguasai dan mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi dan penerapan nilai-nilai industri dalam pengembangan agrobisnis.

Salah satu kebijakan dalam pengembangan SDM yang telah dijalankan adalah pembentukan Forum Orientasi Pengkajian dan Penerapan Teknologi untuk Pembangunan Daerah (FOPPTPD) yang merupakan kerjasama antara BPPT

dengan Direktorat Jenderal Pengembangan Daerah, Depdagri. Melalui forum ini ditentukan komoditas andalan untuk tiap wilayah, diikuti dengan pembinaan SDMnya.

3. Pendekatan Perekonomian Melalui Sektor Agribisnis

a. Konsep Pengembangan Agribisnis

1. Perubahan Lingkungan Strategis

Dewasa ini sedang terjadi industrialisasi yang ditandai oleh ciri berikut. Pertama, berubahnya orientasi kegiatan ekonomi dari orientasi peningkatan produksi kepada orientasi pasar; kedua, berkembangnya kegiatan ekonomi yang menghasilkan dan memperdagangkan sarana produksi pertanian primer serta kegiatan ekonomi yang mengolah hasil pertanian primer dan perdagangannya (*off farm agribusiness*), baik di pasar domestik maupun pasar internasional; ketiga, semakin kuatnya keterkaitan antara kegiatan produksi dan perdagangan sarana produksi pertanian primer dengan usahatani, antara pertanian primer dengan kegiatan pengolahan hasil pertanian primer dan perdagangannya serta keterkaitannya dengan konsumen; keempat, motor penggerak (*prime mover*) kegiatan ekonomi berbasis sumberdaya hayati sedang mengalami proses perubahan, jika di masa lalu penggerak utama adalah pertanian primer maka sekarang beralih ke industri pengolahan hasil pertanian primer (agroindustri hilir).

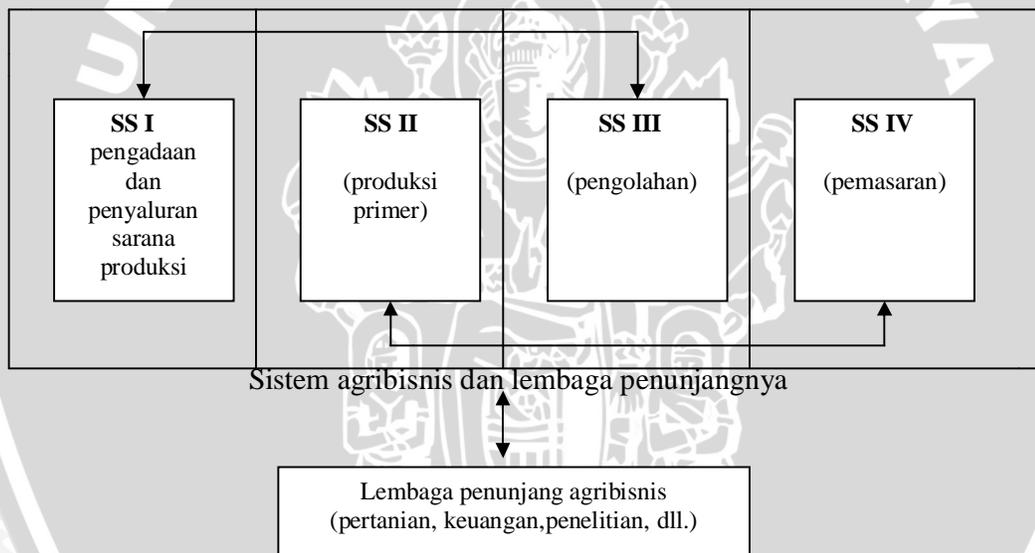
Menurut Simatupang (1995) dalam Syafa'at (1998), tiga perubahan mendasar lingkungan strategis internasional meliputi : 1) Liberalisasi ekonomi yang ditandai oleh ratifikasi kesepakatan GATT/WTO oleh Indonesia; 2) Perubahan preferensi konsumen yang ditunjukkan oleh pergeseran permintaan dari komoditi menjadi permintaan terhadap produk; dan 3) Kemajuan telekomunikasi dan informasi. Sementara itu, menurut Suryana (1996) dalam Syafa'at (1998) perubahan lingkungan strategis nasional ditandai dengan : 1) struktur ekonomi yang mengarah pada makin beratnya beban sektor pertanian dalam menanggung tenaga kerja nasional; 2) struktur demografi; dan 3) struktur sosial politik.

2. Konsep dan Pengembangan Agribisnis

Sektor agribisnis mencakup "..... *the sum total off all operation involved in the manufacture and distribution of farm supplies, production activities on the farm, storage, processing and distribution of farm commodities and items for them*" (Drilon Jr., 1971 dalam Saragih, 1998).

Menurut Soeharjo (1997) dalam Gumbira dkk (2001), persyaratan-persyaratan untuk memiliki wawasan agribisnis adalah seperti dipaparkan di bawah ini.

- Memandang agribisnis sebagai sebuah sistem yang terdiri dari atas beberapa subsistem (Gambar 1). Sistem tersebut akan berfungsi baik apabila tidak ada gangguan pada salah satu subsistem (SS dalam Gambar 1).



- Setiap subsistem dalam sistem agribisnis mempunyai keterkaitan ke belakang dan ke depan. Tanda panah ke belakang (ke kiri) pada subsistem pengolahan (SS III pada Gambar 1) menunjukkan bahwa SS III akan berfungsi dengan baik apabila ditunjang oleh ketersediaan bahan baku yang dihasilkan oleh SS II.
- Agribisnis memerlukan lembaga penunjang, seperti lembaga pertanahan, pembiayaan/keuangan, pendidikan, penelitian, dan perhubungan.

Lembaga pendidikan dan pelatihan mempersiapkan para pelaku agribisnis yang profesional, sedangkan lembaga penelitian memberikan sumbangan berupa teknologi dan informasi. Lembaga-lembaga penunjang kebanyakan berada di luar sektor pertanian, sehingga sektor pertanian semakin erat terkait dengan sektor lainnya.

- Agribisnis melibatkan pelaku dari berbagai pihak (BUMN, swasta, dan koperasi) dengan profesi sebagai penghasil produk primer, pengolah, pedagang, distributor, importir, eksportir, dan lain-lain.

Dalam GBHN 1993, kata agribisnis digabungkan dengan kata agroindustri. Memang pengertian agroindustri dekat dengan pengertian agribisnis. Menurut Benyamin White seperti dikutip oleh Syafa'at (1998), "*Agro-industry can be defined loosely as certain forms of agricultural (live stock, fisherish) production itself. In particular, those which are tending toward and industrial character, highly commercialised and normaly involving significant investment and/or working capital. The agricultural production unit themselves are not necessary large scale*".

b. Konsep Pembangunan Pertanian Berkelanjutan

Menurut Saragih (1998), dalam upaya perwujudan konsep pembangunan pertanian berkelanjutan di Indonesia, diperkirakan akan terwujud melalui pendekatan strategi pembangunan sektor agribisnis nasional.

Pertama, pengembangan agroindustri sebagai motor penggerak sektor agribisnis. Di masa lalu, ketika orientasi pembangunan pertanian terletak pada peningkatan produksi, yang menjadi motor penggerak sektor agribisnis adalah usahatani. Dewasa ini dan di masa yang akan datang, orientasi sektor telah berubah kepada orientasi pasar. Dengan berlangsungnya perubahan preferensi konsumen yang semakin menuntut atribut produk yang lebih rinci dan lengkap, maka motor penggerak sektor agribisnis harus berubah dari usahatani kepada industri pengolahan (agroindustri).

Kedua, pengembangan strategi pemasaran. Pembangunan sektor agribisnis yang berorientasi pasar menyebabkan strategi pemasaran menjadi sangat penting, bahkan paling menentukan keberhasilan. Pengembangan strategi

pemasaran ini semakin penting peranannya terutama menghadapi masa depan, di mana preferensi konsumen terus mengalami perubahan.

Ketiga, pengembangan sumberdaya agribisnis. Agar sektor agribisnis mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan pasar, diperlukan pengembangan sumberdaya agribisnis, khususnya pemanfaatan dan pengembangan teknologi, serta pembangunan kemampuan sumberdaya manusia (SDM) agribisnis sebagai aktor pengembangan sektor agribisnis.

Keempat, penataan dan pengembangan struktur agribisnis. Struktur agribisnis nasional yang "terkotak-kotak", telah menciptakan masalah transmisi dan margin ganda, yang secara keseluruhan akan merugikan perkembangan sektor agribisnis nasional. Oleh sebab itu, penataan dan pengembangan sektor agribisnis perlu memperoleh perhatian yang serius.

Penataan dan pengembangan struktur agribisnis nasional diarahkan pada dua sasaran pokok, yaitu : (1) Mengembangkan struktur agribisnis yang terintegrasi secara vertikal mengikuti suatu aliran produk (produk line) sehingga subsistem agribisnis hulu, subsistem agribisnis pertanian primer dan subsistem agribisnis hilir berada dalam suatu keputusan manajemen.; (2) Mengembangkan organisasi bisnis (ekonomi) petani agar dapat merebut nilai tambah yang ada pada subsistem agribisnis hulu dan subsistem agribisnis hilir.

Kelima, pengembangan pusat pertumbuhan agribisnis. Selama ini, lokasi perkembangan agroindustri nasional umumnya berorientasi pada konsentrasi konsumen seperti sektor perkotaan dan di Pulau Jawa yang merupakan pusat-pusat konsumen. Di masa yang akan datang, orientasi lokasi agroindustri tersebut telah diubah, dari orientasi pusat-pusat konsumen ke orientasi sentra produksi bahan baku.

Keenam, pengembangan infrastruktur agribisnis. Untuk mendukung pengembangan pusat-pusat pertumbuhan sektor agribisnis tersebut, diperlukan pengembangan infrastruktur agribisnis, seperti jaringan jalan dan transportasi (laut, udara, sungai, dan darat), jaringan listrik, air, pelabuhan perikanan dan peternakan, pelabuhan ekspor, dan lain-lain.

Pengembangan agribisnis dalam perspektif pembangunan pertanian yang berkelanjutan, perlu memperhatikan beberapa aspek penting berikut.

Pertama, aspek sumberdaya (*resource endowment*). Memperhatikan aspek *resource endowment* adalah penting termasuk di dalamnya menjaga kelestariannya, yang meliputi : 1) meningkatkan produktivitas pertanian (*productivity*) dengan rekayasa teknis atau sosial ekonomi; 2) meningkatkan kestabilan produktivitas (*stability*); 3) mempertahankan aspek kesinambungan (*sustainability*) dari perusahaan pertanian; 4) Mempertahankan dan meningkatkan pemerataan (*equitability*).

Kedua, aspek teknologi (*technological endowment*). Produksi pertanian tidak dapat meningkat bila pelaksanaannya tidak menguasai teknologi. Oleh karena itu proses adopsi inovasi terhadap teknologi baru sangat penting, dan dalam hal ini peranan penyuluh pertanian menjadi sangat strategis.

Ketiga, aspek kelembagaan (*institutional endowment*). Di dalam mengembangkan konsep agribisnis, sebaiknya produsen atau juga petani mampu untuk mengusahakan sendiri produksi pertaniannya, mengolah hasilnya dan sekaligus memasarkannya pada kondisi harga yang menguntungkan.

Keempat, aspek yang berkaitan dengan kebudayaan (*cultural endowment*). Aspek ini sering dilupakan orang dan oleh karenanya banyak analis yang mengasumsikan masalah *culture* adalah konstan. Padahal justru aspek ini berkembang secara dinamis.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian merupakan cara ilmiah yang pada hakekatnya merupakan wahana untuk menemukan kebenaran atau membenarkan kebenaran. Dengan cara ilmiah itu, peneliti diharapkan akan mendapatkan data yang obyektif, valid dan reliable. Sehingga tujuan penelitian dapat tercapai sesuai dengan yang direncanakan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang berupaya mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap suatu fenomena tanpa mencari hubungan antara pengaruh dua *variable* atau lebih.

Menurut Nasir (1999:63), metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu system pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa masa sekarang. Sedangkan menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2007:3) menjelaskan bahwa metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Pemilihan pendekatan kualitatif ini dikarenakan beberapa alasan, diantaranya:

1. Metode kualitatif lebih mudah menyesuaikan apabila nantinya berhadapan dengan kenyataan ganda.
2. Metode kualitatif ini menyajikan secara langsung hakekat hubungan antara peneliti dengan responden.
3. Metode kualitatif lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman-penajaman, pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.

Dari berbagai pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan dengan menggunakan metode deskriptif diharapkan mampu menggambarkan dan menganalisa strategi pengembangan kawasan desa wisata adenium terhadap

pembangunan perekonomian masyarakat pedesaan di pandang dari sudut perpaduan antara unsur pariwisata maupun unsur agribisnis.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan suatu lingkup permulaan yang dijadikan sebagai wilayah penelitian, sehingga peneliti akan memperoleh gambaran secara menyeluruh tentang situasi yang akan diteliti. Penetapan fokus penelitian juga sebagai upaya pencegahan terjadinya pembiasan didalam mendeskripsikan dan membahas masalah yang sedang diteliti. Dengan adanya penetapan fokus penelitian akan mempermudah peneliti untuk mengetahui secara tepat dalam usahanya mengumpulkan data dilapangan.

Dalam penelitian kualitatif fokus digunakan untuk membatasi masalah studi agar tidak membias ke hal-hal yang sebenarnya tidak perlu dikaji. Adapun fokus pada penelitian ini adalah:

1. Strategi yang digunakan dalam penataan dan pengembangan kawasan desa wisata adenium dalam menunjang pembangunan perekonomian masyarakat pedesaan.
 - § Strategi pengembangan produk
 - § Strategi pengembangan pasar dan promosi
 - § Strategi pemanfaatan ruang kawasan desa wisata adenium
 - § Strategi pengembangan sumber daya manusia
 - § Strategi Pengembangan Kemitraan/Kerjasama Dengan Pihak-pihak Terkait
2. Faktor pendukung maupun penghambat yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi pengembangan kawasan desa wisata adenium dalam menunjang pembangunan perekonomian masyarakat pedesaan.
 1. Kebijakan pemerintah mengenai pelaksanaan pengembangan pariwisata kawasan desa wisata adenium
 2. Sarana prasarana
 3. Promosi
 4. Iklim usaha

5. Budaya masyarakat

C. Lokasi Dan Situs Penelitian

Di dalam penelitian ini, lokasi penelitian adalah Kawasan Desa Wisata Adenium (desa Karang andong, desa Menunggal, desa Banyu urip dan desa Kesamben) sebagai representasi dari kawasan desa wisata adenium. Adapun pemilihan terhadap lokasi penelitian tersebut didasarkan atas pertimbangan bahwa pengembangan kawasan desa wisata adenium ini bisa dikatakan obyek wisata yang langka, karena disamping sebagai desa wisata yang mengandalkan 1 jenis bunga yaitu bunga adenium sebagai target pengembangan budidaya disepanjang kawasan yang terdiri dari 5 (lima) desa utama juga menjadi kawasan agribisnis. Di Indonesia pun menurut pengamatan peneliti masih belum ada model obyek wisata semacam ini dan adanya pengakuan dari para pakar Indonesia yang mengatakan bahwa adenium Kabupaten Gresik adalah pusat pengembangan budidaya adenium terbesar di wilayah Indonesia (baik secara produk, sumber daya manusia maupun iklim daerah yang sangat cocok untuk tempat pengembangan budidaya adenium) dan merupakan adenium unggulan (bonggol).

Sedangkan situs penelitian adalah pokok permasalahannya dimana sebenarnya peneliti menangkap keadaan sebenarnya dari objek yang diteliti (Noor, 1991:34). Dengan situs penelitian utamanya adalah pada Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik sebagai fasilitator Obyek Daerah Tujuan Wisata (ODTW) yang berperan dalam pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium sebagai salah satu produk wisata unggulan Kabupaten Gresik. Dan guna mendukung keakuratan analisis yang dilakukan, peneliti juga akan melakukan penelitian di Bappeda, Dinas Pertanian, Dinas Koperasi dan UKM dan masyarakat (perangkat pemerintahan desa, petani, pedagang, maupun pemerhati) pada kawasan desa wisata adenium guna mendukung data yang ada. Karena, dalam menetapkan dan merumuskan langkah-langkah atau strategi pengembangan kawasan desa wisata adenium dalam rangka mendukung pembangunan perekonomian masyarakat pedesaan diperlukan adanya kerjasama antara Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik dengan lembaga-

lembaga pemerintahan yang terkait maupun campur tangan penduduk lokal kawasan pengembangan desa-desa adenum agar tercipta sinkronisasi elemen pariwisata dengan iklim agribisnis dan supaya dapat ditentukan kebijakan-kebijakan yang mendukung arah pembangunan baik pembangunan kepariwisataan maupun pembangunan perekonomian masyarakat pedesaan dan tak lupa juga peran serta masyarakat maupun pihak swasta sebagai salah satu instrumen pokok dari terwujudnya pelaksanaan pengembangan pariwisata tersebut.

D. Jenis Dan Sumber Data

Sumber data adalah orang atau benda yang dipilih sebagai nara sumber untuk memperoleh data yang diperlukan. Pemilihan tersebut berdasarkan anggapan bahwa mereka adalah pihak yang menguasai bidang permasalahan dalam penelitian ini.

Pengumpulan data dilakukan pada saat jam kerja masing-masing orang yang menjadi sumber data. Jenis data dalam penelitian ini adalah:

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer ini disebut juga data asli atau data baru (Hasan, 2002:82). Jadi untuk memperoleh data-data informasi yang sesuai dengan fokus penelitian dapat dilakukan dengan wawancara secara langsung dengan pihak yang berkaitan.

Adapun sumber data yang digunakan adalah:

- a) Kepala/staff Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik
- b) Pihak-pihak yang dapat dijadikan nara sumber dan ada relevansinya dengan penelitian.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini, biasanya

diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan peneliti terdahulu. Data sekunder disebut juga data tersedia (Hasan, 2002:82)

Adapun sumber data yang digunakan adalah:

- a. Dokumen-dokumen
- b. Laporan-laporan
- c. Informasi lain yang ada relevansinya dengan penelitian.

Data sekunder secara umum dapat berupa data statistik, monografi wilayah, serta kondisi sosial ekonomi, budaya dan sistem religinya. Dokumen tersebut digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan bahkan untuk meramalkan. Alasannya karena dokumen-dokumen tersebut diatas merupakan sumber yang stabil, kaya dan mendorong, juga berguna sebagai bukti untuk suatu pengjian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian diperlukan teknik pengumpulan data yang tepat agar nantinya data yang diperoleh dapat sesuai dengan yang diharapkan dan dapat menyelesaikan masalah yang ada. Adapun teknik-teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a). Metode observasi langsung (pengamatan langsung)

Adalah cara pengumpulan data menggunakan mata atau pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut. Teknik observasi ini dilakukan dalam rangka untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang objek di lapangan agar diketahui objek yang sebenarnya. Dengan demikian teknik observasi dalam penelitian ini adalah pengamatan terhadap objek yang diteliti

- b). Metode interview (wawancara)

Adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab dengan responden pelaksanaannya ada 2 (dua) yaitu: interview langsung dan tidak langsung.

c). Dokumentasi

Guna melengkapi data yang diperoleh dari observasi dan interview digunakan teknik dokumentasi. dengan teknik ini dapat terkumpul data yang tidak diperoleh pada nara sumber, tetapi terdapat pada berbagai sumber tertulis seperti buku, dokumen-dokumen yang dikeluarkan, laporan-laporan dan arsip-arsip lain

F. Pengolahan dan Analisa Data

Pada penelitian ini, pertanyaan-pertanyaan yang dibuat dalam kuesioner merupakan gabungan antara pertanyaan-pertanyaan yang bersifat *open-ended* dan *close-ended*. Hasil dari pertanyaan yang bersifat *open-ended* adalah data kualitatif, yaitu data-data berupa kalimat. Sedangkan hasil dari pertanyaan yang bersifat *close-ended* adalah jawaban dari pilihan yang disediakan pada kuesioner atau jawaban lain dari responden yang memiliki standar samadengan pilihan jawaban kuesioner.

Untuk menganalisa data-data ini secara sistematis, ada 4 tahapan yaitu:

1. Mengorganisir data

Pada tahap ini hasil kuesioner yang diperoleh ditentukan terlebih dahulu mana yang sah dan mana yang tidak sah, berdasarkan kelengkapan jawaban yang diberikan oleh responden. Dari hasil kuesioner yang dianggap sah, data masih perlu dipisahkan lagi, apakah data itu dapat digunakan untuk menjawab *research question* atau tidak. Data yang tidak dapat digunakan untuk menjawab *research question* adalah jawaban-jawaban yang tidak sesuai dengan teori-teori psikologi yang dipakai sebagai landasan penelitian.

Selanjutnya hasil kuesioner tersebut dikelompokan berdasarkan data kontrol yang telah ditentukan. Selain itu, hasil kuesioner tersebut juga dikelompokan berdasarkan sifat pertanyaan yang ada, untuk memudahkan pelaksanaan pengukuran datanya. Hal terakhir yang dilakukan pada tahap ini adalah mengetik ulang hasil kuesioner yang telah diklasifikasikan, sehingga peneliti dapat lebih mudah membaca jika ia perlu membaca jawaban-jawaban responden berulang kali.

2. Mengubah data menjadi informasi

Setelah data tersebut diorganisir, langkah selanjutnya adalah menentukan tipe dari jawaban yang diberikan. Jawaban tersebut dikategorikan berdasarkan jawaban yang memiliki karakteristik sama atau serupa. Dalam kasus ini, jawaban-jawaban yang ada dikategorikan berdasarkan teori yang dipakai sebagai landasan penelitian, yaitu teori Freud mengenai id, ego, super ego, teori Modelling atau kelompok di luar kedua teori tersebut. Untuk jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang bersifat open-ended, setiap jawaban kuesioner yang sesuai dengan teori tersebut diturus masing-masing kemudian dihitung jumlahnya. Untuk jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang bersifat *clos-ended*, dari seluruh jawaban yang didapat, ditentukan jumlahnya (frekuensi kemunculan jawaban), lalu direpresentasikan dalam bentuk presentase. Dengan demikian, peneliti akan lebih mudah mengetahui hubungan dari setiap kelompok jawaban.

3. Menginterpretasikan data dan membuat rangkuman dari keseluruhan data

Setelah memperoleh gambaran yang cukup jelas mengenai tipe jawaban berdasarkan kategori-kategori di atas, dibuat rangkuman dari informasi yang telah didapat. Rangkuman yang dibuat bukan dalam bentuk kuantifikasi seperti, “setengah dari responden menjawab...”. Tetapi dicari ruang lingkup dari jawaban-jawaban tersebut. Hal yang perlu diperhatikan adalah semua opini dan pandangan harus direpresentasikan dalam rangkuman tersebut.

4. Menarik kesimpulan dari informasi

Pada tahap ini, penting bagi seluruh kelompok untuk berkumpul dan berdiskusi, untuk mencegah terjadinya pengambilan kesimpulan yang salah atau asumsi-asumsi yang tidak tepat. Dengan mendiskusikannya dalam kelompok, pengetahuan yang telah diperoleh sebelumnya digabungkan dengan informasi yang baru diperoleh akan meningkatkan pengetahuan, sehingga bisa ditarik kesimpulan yang tepat.

Ada dua hal yang mempengaruhi penarikan kesimpulan, yaitu data kontrol dan kategori berdasarkan teori yang digunakan. Data kontrol juga mempunyai peranan dalam penarikan kesimpulan karena informasi yang terdapat pada data kontrol yaitu fakultas, tingkat/semester, penghasilan per bulan, dan besaran dana

per bulan yang dialokasikan untuk membeli perangkat lunak dapat berpengaruh pada perilaku dan pembentukan psikologi seseorang.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang dipergunakan dalam menggali data yang diperlukan di dalam penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrumen penelitian yang tepat dan sesuai dengan teknik pengumpulan data, sehingga data yang dikumpulkan mempunyai validitas dan reliabilitas yang tinggi.

Adapun instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Instrumen Penelitian Utama

Instrumen ini adalah peneliti sendiri yang melakukan pengumpulan data. Dalam penelitian kualitatif, Moleong (2000:4) mengemukakan bahwa instrumen penelitian atau alat pengumpul data adalah peneliti sendiri. Jika tidak memasukkan peneliti sebagai instrumen penelitian, sangat tidak mungkin, sebab tidak dapat menyesuaikan diri dengan kenyataan yang ada di lapangan.

2. Instrumen Penelitian Penunjang, meliputi:

- a. Pedoman wawancara (*interview guide*), yaitu serangkaian pertanyaan-pertanyaan yang memfokuskan pada permasalahan penelitian yang digunakan sebagai pedoman bagi peneliti dalam melakukan wawancara dengan informan.
- b. Catatan lapangan (*field notes*), dipergunakan untuk mencatat hasil wawancara, hasil pengamatan dan pandangan penulis terhadap apa yang dilihat dan didengar melalui wawancara atau observasi tersebut.
- c. Alat tulis menulis untuk membantu dalam pencatatan hal-hal penting di lapangan.

H. Analisa Data

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data secara penuh dan tidak terpusat pada satu sumber saja, akan tetapi data diambil dari berbagai sumber secara luas agar ditemukan data yang kebenarannya tidak meragukan.

Data mentah yang telah dikumpulkan oleh peneliti tidak akan ada gunanya jika tidak dilanjutkan dengan kegiatan menganalisis terhadap data-data tersebut.

Analisis data menurut Patton (Maleong, 2003:103) adalah proses mengatur urutan data untuk mengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar.

Fungsi dari analisis data adalah memperlakukan data empiris ke dalam suatu bentuk data yang dapat diinterpretasikan dan dapat pula memberikan kejelasan dalam memecahkan masalah, untuk mencapai tujuan penelitian. Dengan demikian maka perhatian dari analisis data ini adalah dari kata, ungkapan, kalimat ataupun perilaku dari obyek penelitian.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pendapat Miles (1992, h.16), yang menjelaskan bahwa analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan, yaitu :

1. Reduksi data

Reduksi data diartikan sebagai proses penelitian, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Dalam hal ini, reduksi data berlangsung terus-menerus selama kegiatan penelitian kualitatif berlangsung.

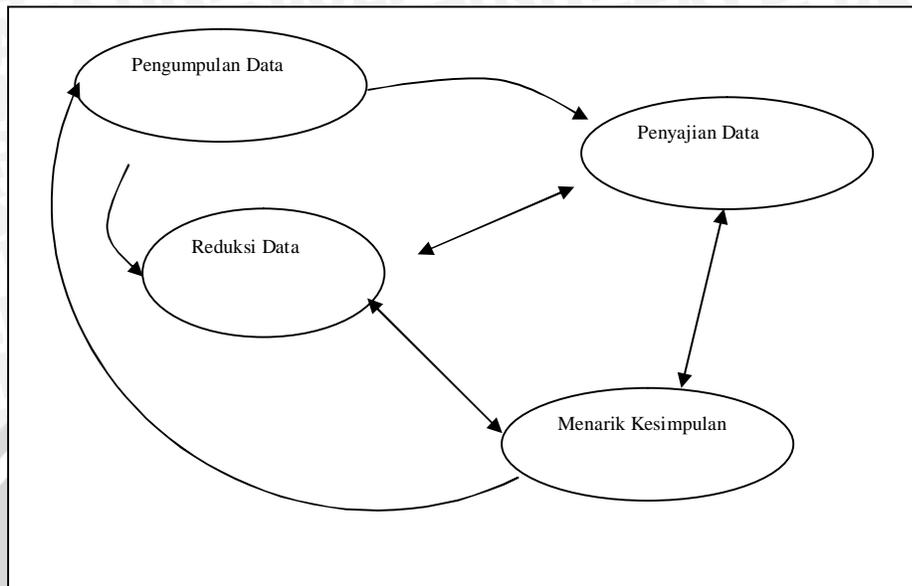
2. Penyajian data

Penyajian data adalah sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan penyajian data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang sedang terjadi dan harus melakukan apa untuk menganalisis lebih lanjut suatu tindakan, yang didasarkan atas pemecahan tersebut.

3. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Kegiatan analisis ketiga yang penting adalah menarik kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan baru ditarik setelah tidak lagi ditemukan informasi mengenai kasus yang diteliti. Kesimpulan yang telah ditarik akan diverifikasikan baik dengan kerangka pikir peneliti maupun catatan lapangan yang ada sampai tercapai konsensus pada tingkat optimal antara peneliti dengan sumber informasi. Pendeknya, makna yang muncul dari data yang telah diuji dengan berbagai cara sehingga diperoleh validitasnya.

Bagan 1. Komponen Analisis Data Model Interaktif



Sumber : Miles dan Huberman, 1992, h.20

Dengan melihat bagan di atas dari ketiga hal tersebut yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan merupakan sesuatu yang jalin-menjalin pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk sejajar, untuk membangun wawasan umum yang disebut "analisis". Dalam pandangan ini tiga jenis kegiatan analisis dan kegiatan pengumpulan data itu sendiri merupakan proses siklus dan interaktif. Peneliti harus siap bergerak diantara empat "sumbu" kumparan itu selama pengumpulan data, selanjutnya bergerak bolak-balik diantara kegiatan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan/verifikasi selama sisa waktu penelitian.

Oleh karena itu dalam penelitian ini data-data yang diperoleh mengenai bagaimana Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenyum dalam Menunjang Pembangunan Perekonomian Masyarakat Pedesaan (Studi Tentang Korelasi Pariwisata dan Agribisnis), lembaga pemerintah sebagai pembuat kebijakan (*decision maker*) tentang langkah atau strategi pengembangan pariwisata sebagai wadah eksplorasi dan pengembangan pihak swasta maupun masyarakat sebagai pelaksana kebijakan dan sebagai elemen yang merasakan

dampak pelaksanaan kebijakan tersebut dengan menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman melalui reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan atau verifikasi. Ketiga tahapan tersebut akan coba dianalisis secara lebih dalam agar memperoleh hasil penelitian yang memuaskan.

Dalam metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dengan pertimbangan peneliti berusaha menggambarkan **”Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium dalam Menunjang Pembangunan Perekonomian masyarakat Pedesaan (Studi Tentang Korelasi Pariwisata dan Agribisnis)**

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



BAB IV PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

I. Gambaran Umum Kabupaten Gresik

Kota Gresik sudah dikenal sejak abad ke- 11 Masehi, dan dikenal sebagai Kota Pelabuhan dan kota dagang, dan dikunjungi berbagai Pedagang dari Negara Cina, Arab, Gujarat, Calcuta, Siam, Bangkok, Campa dan lain-lain, sedangkan Agama Islam mulai masuk ke Tanah Jawa melalui Kota Gresik.

Kerajaan Giri Kedaton di bawah Pemerintahan Sunan Giri yang bergelar Prabu Satmoko atau Sultan Ainul Yaqin, Gresik mengalami Zaman kejayaan pada Tahun 1485 s/d 1513 Masehi. Penobatan Sunan Giri sebagai Prabu Satmoko atau Sultan Ainul Yaqin pada Tahun 1485, dianggap sebagai hari jadi Kota Gresik, sehingga Kota Gresik saat ini telah berusia 519 tahun.

Namun demikian dalam perkembangan selanjutnya Kabupaten Gresik, yang dahulunya bernama Kabupaten Surabaya dan berpusat di Jl. Genteng Kali Surabaya, seiring dengan diterbitkannya Peraturan Pemerintah Nomor 38 tahun 1974, seluruh kegiatan Pemerintahan dipindahkan ke Gresik dan Pemerintahannya bernama Pemerintah Daerah Kabupaten Gresik, sesuai Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 1974 tersebut, maka usia Pemerintah Kabupaten Gresik ndemic muda atau hingga saat ini, baru berusia 29 tahun.

Kabupaten Gresik ditetapkan sebagai bagian dari pengembangan wilayah Gerbangkertasusila dan ditetapkan pula sebagai sebagai wilayah industri, maka gema Kota Gresik menjadi lebih termasyhur, bukan hanya di persada Nusantara, tetapi di seluruh dunia yang ditandai dengan industri multi modern yang patut menjadi kebanggaan Bangsa Indonesia, sehingga Kabupaten Gresik mengemas program pembangunan daerahnya dengan motto “ *GRESIK BERHIAS IMAN* “ menuju pembangunan Kota yang bersih, hijau, indah, aman dan tertib, sehat dalam menyongsong dan memantapkan Gresik sesuai kota industri, maritim, agama dan niaga.

Adapun Bupati yang tercatat pernah memimpin Kabupaten Gresik adalah sebagai berikut :

- a. Kanjeng Poespo Negoro (tahun 1680) Bupati pertama (Antara tahun 1680 s/d 1934 catatan tentang Bupati Gresik tidak terdokumentasi, sedang ditelusuri);
- b. Rpa Soerjo Winoto (tahun 1934 – 1937);
- c. Rmt Moesono (tahun 1937 – 1948);
- d. Bambang Soeparto (tahun 1948 – 1953);
- e. R. Wida Gdo (tahun 1953 – 1960);
- f. R. Soekarso (tahun 1960 – 1968);
- g. R. Soesanto Bangun Negoro, SH (tahun 1968 – 1973);
- h. Letkol (L) Soefelan (tahun 1973 – 1978);
- i. Letkol (L) Wasiaji, SH (tahun 1978 – 1984);
- j. Kolonel (Marinir) H. Amaseno (tahun 1984 – 1989);
- k. Kolonel (L) Djuhansah (tahun 1989 – 1994);
- l. Kolonel (L) Soewarso (tahun 1994 – 2000);
- m. Drs. KH. Robbach Ma'sum (1 Maret 2000 – 2005) yang didampingi Wakil Bupati Ir. Sambari Halim Radianto, M.Si
- n. Drs. KH. Robbach Ma'sum (tahun 2006 – Sekarang) yang didampingi Wakil Bupati Sastro Soewito SH, Mkn

a. kondisi Geografis

Kabupaten Gresik terletak di antara 7° - 8° Lintang Selatan dan 112° - 113° Bujur Timur. Wilayahnya merupakan dataran rendah dengan ketinggian 2 – 12 meter di atas permukaan laut. Hampir sepertiga bagian dari wilayah Kabupaten Gresik merupakan daerah pesisir pantai.

Batas wilayah Kabupaten Gresik adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara : Laut Jawa;
- b. Sebelah Timur : Selat Madura;
- c. Sebelah Selatan : Kabupaten Sidoarjo, Kabupaten Mojokerto, Kota Surabaya,
- d. Sebelah Barat : Kabupaten Lamongan.

b. Topografi

Wilayah Kabupaten Gresik sebagian besar merupakan dataran rendah dengan ketinggian antara 0 - 25 meter diatas permukaan air laut (dpl). Berdasarkan konsepsi Wilayah Administrasi, Kabupaten Gresik dapat dikelompokkan dalam 5 (lima) wilayah :

- a. Wilayah dengan ketinggian 0 - 7 meter dpl terletak di Kecamatan Ujungpangkah, Sidayu, Bungah, Manyar dan Kabupaten Gresik.
- b. Wilayah dengan ketinggian 7 - 25 meter dpl meliputi wilayah Gresik bagian utara (Panceng dan sebagian Ujungpangkah) kemudian wilayah Gresik bagian barat dan selatan.
- c. Wilayah dengan ketinggian 25 - 50 meter dpl terdapat di Kecamatan Dukun, Kebomas, Kedamean, Driyirejo, Wringinanom dan kepulauan Bawean
- d. Wilayah dengan ketinggian 50 - 100 meter dpl meliputi Kecamatan Panceng, Ujungpangkah sebagian Kecamatan Dukun, Kebomas, Kedamean, Wringinanom dan kepulauan Bawean.
- e. Wilayah dengan ketinggian 100 dpl keatas terdapat di kepulauan Bawean.

Luas Wilayah Kabupaten Gresik

Untuk luas wilayah Kabupaten Gresik, sekitar 1.191,25 km² atau 119.125 ha, yang terdiri dari sebagai berikut :

- a. 2 Kecamatan seluas 196,20 km² atau 19.620 ha, berada di Pulau Bawean;
- b. 16 Kecamatan seluas 995,05 km² atau 99.505 ha, berada di dataran Pulau Jawa;

Tabel 01
Pemanfaatan Tanah di kabupaten Gresik

Nomor	Untuk Pemanfaatan Tanah meliputi	Dalam Hektar (Ha)
1.	Sawah Tehnis dan Semi tekhnis	7.118 ha
2.	Sawah Tadah hujan	5.316 ha
3.	Sawah sederhana	1.176 ha
4.	Tegal dan Kebun	31.669 ha
5.	Pemukiman	11.509 ha
6.	Perkebunan	403 ha
7.	Hutan	5.567 ha
8.	Kolam Ikan	167 ha
9.	Penggaraman	594 ha
10.	Tambak Ikan	17.479 ha
11.	Lain-lain (Industri, Perdagangan dll)	38.103 ha
	JUMLAH	119.125 ha

c. Pemerintahan

Pemerintah Kabupaten Gresik telah membentuk lembaga perangkat Daerah berdasarkan pertimbangan berbagai aspek, yang meliputi: kewenangan yang dimiliki daerah, karakteristik, potensi dan kebutuhan daerah, kemampuan keuangan daerah, ketersediaan sumber daya aparatur dan pengembangan pola kerja sama antar daerah dan/atau dengan pihak ketiga.

Dalam rangka melaksanakan tugas-tugas staf selaku unsur pembantu pimpinan daerah di Kabupaten Gresik telah ditetapkan Peraturan Daerah Nomor 25 Tahun 2000 tentang Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Daerah dan Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Gresik, sedangkan sebagai unsur pelaksana pemerintah daerah ditetapkan Peraturan Derah Nomor 26 Tahun 2000 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas-dinas Daerah di Kabupaten Gresik. Adapun pelaksanaan tugas-tugas penunjang

pemerintahan ditetapkan Peraturan Daerah Nomor 27 Tahun 2000 tentang Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Teknis Daerah.

Adapun susunan Organisasi Sekretariat Daerah berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 25 Tahun 2000 tentang Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Daerah dan Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Gresik adalah sebagai berikut :

1. Sekretaris Daerah;
2. Asisten Tata Praja (Asisten I) yang membawahi:
 - Bagian Pemerintahan Umum;
 - Bagian Pemerintahan Desa;
 - Bagian Hukum, dan
 - Bagian Humas.
3. Asisten Ekonomi dan Pembangunan (Asisten II) yang membawahi:
 - a. Bagian Perekonomian;
 - b. Bagian Pembangunan, dan
 - c. Bagian Sosial.
4. Asisten Administrasi (Asisten III) yang membawahi:
 - Bagian Organisasi;
 - Bagian Umum dan Perlengkapan, dan
 - Bagian Keuangan.

Sedangkan susunan organisasi Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Gresik terdiri dari:

1. Sekretaris DPRD;
2. Bagian Umum, serta
3. Bagian Risalah dan Persidangan.

Dalam Peraturan Daerah Nomor 26 Tahun 2000 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas-dinas Daerah di Kabupaten Gresik, dan Peraturan Daerah Nomor 17 Tahun 2005 sebagai berikut:

1. Dinas Perhubungan;
2. Dinas Pekerjaan Umum;

3. Dinas Kesehatan;
4. Dinas Pertanian;
5. Dinas Tenaga Kerja;
6. Dinas Kelautan dan Perikanan;
7. Dinas Koperasi, Pengusaha Kecil dan Menengah;
8. Dinas Pariwisata Informasi dan Komunikasi;
9. Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Penanaman Modal;
10. Dinas Pendidikan dan Kebudayaan;
11. Dinas Pendapatan;
12. Dinas Lingkungan Hidup, Pertambangan, dan Energi, serta
13. Dinas Pertanahan dan Pengembangan Wilayah.
14. Dinas Perijinan dan Penanaman Modal.

Dalam implementasinya terdapat satu dinas yang belum dapat dioperasionalkan yaitu Dinas Pertanahan dan Pengembangan Wilayah, karena berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 34 Tahun 2003 tentang Kebijakan Nasional Bidang Pertanahan menyatakan bahwa sebagian kewenangan bidang pertanahan yang diserahkan kepada Pemerintah Kabupaten/Kota dan penyerahan sebagian kewenangan pertanahan tersebut tidak disertai dengan pelimpahan pegawai dari Badan Pertanahan Nasional ke Kabupaten/Kota

Dalam rangka meningkatkan pelaksanaan tugas-tugas dinas daerah berdasarkan Keputusan Bupati Gresik telah dibentuk sebanyak 29 Cabang Dinas Daerah dan sembilan Unit Pelaksana Teknis Dinas.

Lembaga Teknis Daerah di Kabupaten Gresik berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 27 Tahun 2000 tentang Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Teknis Daerah dan Peraturan Daerah Nomor 16 Tahun 2005 terdiri dari:

1. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah;
2. Badan Pengawas Kabupaten;
3. Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah;
4. Badan Kepegawaian Daerah;
5. Kantor Polisi Pamong Praja;
6. Kantor Kesatuan Bangsa dan Perlindungan Masyarakat;

7. Kantor Kas Daerah;
8. Kantor Pemberdayaan Masyarakat;
9. Kantor Sosial;
10. Kantor Arsip dan Perpustakaan Umum;
11. Kantor Kependudukan dan Catatan Sipil;
12. Kantor Pengelolaan Pasar, dan
13. Kantor Keluarga Berencana dan Pemberdayaan Perempuan.

Selain tiga belas Lembaga teknis tersebut, terdapat satu lembaga yaitu Badan Pengelola Rumah Sakit Daerah yang melaksanakan kegiatan pemerintahan secara teknis dalam rangka pelayanan kesehatan kepada masyarakat sebagaimana diatur dalam Peraturan Daerah Nomor 14 Tahun 2001 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengelola Rumah Sakit Daerah Kabupaten Gresik.

Organisasi Perangkat Daerah yang lain di Kabupaten Gresik adalah Kecamatan dan Kelurahan sebagai mana diatur dengan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2001 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Kecamatan dan Kelurahan di Kabupaten Gresik. Di Kabupaten Gresik terdapat delapan belas Kecamatan Adapun secara keseluruhan dapat disebutkan sebagai berikut:

1. Kecamatan Gresik;
2. Kecamatan Kebomas;
3. Kecamatan Manyar;
4. Kecamatan Bungah;
5. Kecamatan Sidayu;
6. Kecamatan Dukun;
7. Kecamatan Ujung Pangkah;
8. Kecamatan Panceng;
9. Kecamatan Duduksampeyan;
10. Kecamatan Cerme;
11. Kecamatan Kedamean;

12. Kecamatan Wringinanom;
13. Kecamatan Menganti;
14. Kecamatan Balongpanggang;
15. Kecamatan Benjeng;
16. Kecamatan Driyorejo;
17. Kecamatan Sangkapura, dan
18. Kecamatan Tambak.

Sedangkan jumlah kelurahan di Kabupaten Gresik sebanyak 26 kelurahan yang tersebar di dua kecamatan dengan rincian enam belas kelurahan di Kecamatan Gresik dan sepuluh kelurahan di Kecamatan Kebomas.

Berbeda dengan kelurahan yang merupakan bagian dari lembaga perangkat daerah Kabupaten Gresik, Desa merupakan lembaga yang otonom di Kabupaten Gresik berdasarkan Undang-undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah dan Peraturan Pemerintah Nomor 76 Tahun 2001 tentang Pedoman Umum Pengaturan Mengenai Desa. Secara kelurahan di Kabupaten Gresik terdapat tiga ratus tiga puluh Desa yang tersebar di delapan belas kecamatan.

Di lingkungan Pemerintah Kabupaten Gresik terdapat instansi yang tugas dan fungsinya selain melayani masyarakat sekaligus sebagai sumber keuangan daerah dalam bentuk Perusahaan Daerah. Sampai saat ini Pemerintah Kabupaten Gresik memiliki dua Perusahaan Daerah (PD) yaitu: PD Bank Perkreditan Rakyat (BPR) yang dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 13 Tahun 2001 tentang Pendirian Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat dan PD Air Minum (PDAM) yang dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 1986 tentang Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Gresik.

d. Populasi Penduduk

Kota Santri dan Kota Wali adalah sebutan Kabupaten Gresik yang identik dengan masyarakatnya yang mayoritas memeluk Agama Islam, namun demikian juga ada pemeluk agama lain seperti : Kristen, Katolik, Hindu dan Budha. Kondisi kehidupan masyarakat Gresik sangat kondusif, dinamis, aman, terkendali dan tak

pernah terjadi perselisihan baik antar suku maupun antar agama, hal ini tak lepas dari peran serta tokoh agama dan para alim ulama yang peduli tentang keamanan dan ketertiban di masyarakat.

Data pemeluk agama :

1. Islam 982,893 orang
2. Kristen 3.698 orang
3. Katolik 2.077 orang
4. Hindu 1.632 orang
5. Budha 549 orang

Dari data pemeluk agama terdapat tempat peribadatan :

1. Masjid 900 buah
2. Langgar / Musholla 2.484/399 buah
3. Gereja Kristen/ Katolik 13 buah
4. Kuil / Pure 4 buah
5. Vihara - buah
6. Klenteng 1 buah

Jumlah penduduk Kabupaten Gresik pada Tahun 2001 969.205 jiwa. Terdiri dari 481.074 jiwa penduduk Laki-laki dan 488.131 penduduk Perempuan. Pada Tahun 2002 jumlahnya 989.788 jiwa terdiri dari 491.835 jiwa penduduk Laki-laki dan 497.953 penduduk Perempuan. Sedangkan pada tahun 2003 jumlah penduduk Kabupaten Gresik mencapai 1.031.716 jiwa yang terdiri dari 518.382 laki-laki dan 513.334 perempuan. Dengan kepadatan penduduk pada tahun-tahun tersebut adalah 812, 829. Dan 864 per kilometer persegi.

Hasil registrasi penduduk menunjukkan bahwa jumlah penduduk Kabupaten Gresik pada tahun 2005 sebesar 1.164.024 jiwa, yang terdiri dari 586.484 jiwa penduduk laki – laki dari 577.540 jiwa penduduk perempuan. Jumlah penduduk tersebut berada pada 286.986 keluarga. Dengan luas wilayah 1.191,25 km² dan jumlah penduduk yang mengalami kenaikan sebesar 14,29 persen dibanding tahun sebelumnya, maka pada tahun ini Kabupaten Gresik mempunyai kepadatan penduduk sebesar 977 jiwa/m². Walaupun secara nominal maupun presentase penduduk laki– laki pertumbuhannya lebih banyak dari pada penduduk

perempuan. Secara total pada tahun 2005 penduduk laki – laki jumlahnya lebih banyak dibandingkan penduduk perempuan dari 100 jiwa penduduk perempuan terdapat 102 jiwa penduduk laki–laki.

e. Budaya

Kabupaten Gresik memiliki khasanah kesenian daerah, tradisional dan modern yang cukup kaya serta variatif. Jenis kesenian yang ada sebagian bersifat modern seperti Band dan terbanyak Orkes Melayu namun jenis kesenian yang bercorak tradisional juga sangat banyak dan variatif, seperti Karawitan, Ludruk, Kuda Kencak, Reog, Wayang Kulit, Mocapat, Sandur Madura dan Pelandang

Secara religius juga terdapat unit kesenian yang berkarakteristik keagamaan seperti : Samroh, Hadrah dan Qosidah. Kekayaan kesenian daerah yang banyak dan variatif ini merupakan produk kebudayaan dan peradapan masyarakat yang heterogen dan kreatif. Dimasa depan potensi ini perlu dilestarikan, didukung bahkan dikembangkan dengan kebijakan serta program – program pemerintah daerah yang tepat. Dari sejarah dan nilai budaya yang ada di Kabupaten Gresik perlu dilestarikan dan diperlihara secara garis besar terdapat tidak kurang dari 25 naskah kuno, 10 jenis upacara tradisional, 8 cerita rakyat, 4 bangunan sejarah, 2 permainan rakyat dan I buah monument sejarah. Kabupaten Gresik mempunyai beberapa tempat untuk berziarah sekaligus dijadikan sebagai obyek wisata, adapun tempat berziarah yang terkenal antara lain :

- a) Kompleks Makam Sunan Giri di Desa Giri, Kebomas;
- b) Tempat Ziarah Kompleks Makam Maulana Malik Ibrahim di Gresik (Sunan Giri dan Maulana Malik Ibrahim merupakan dua diantara Wali Songo penyebar Agama Islam di Pulau Jawa)
- c) Tempat ziarah Makam Nyai Ageng Pinatih (Ibunda dari Sunan Giri) di Gresik;
- d) Tempat ziarah Makam Raden Santri di Gresik;
- e) Tempat ziarah makam kubur panjang Siti Fatimah Binti Maemun, terletak di Leran.

Sedangkan untuk obyek wisata, antara lain :

- a) Danau Kastoba di Pulau Bawean;
- b) Goa Kelelawar di Desa Suci Kecamatan Manyar;
- c) Obyek Wisata Telaga Ngipik di Kelurahan Ngipik Kecamatan Gresik, yang masih dalam tahap pengembangan.

f. VISI dan MISI

Visi Pembangunan Jangka Menengah

“Gresik yang Agamis, Cerdas, Demokratis dan Sejahtera”

Misi Pembangunan Jangka Menengah

- Misi k-1 : Mewujudkan masyarakat yang beriman, bertaqwa dan Berakhlakul Karimah
- Misi k-2 : Mewujudkan Sumber Daya Manusia Masyarakat yang Berilmu dan Sehat melalui Pengelolaan Pendidikan dan Kesehatan
- Misi k-3 : Mewujudkan Sumber Daya Manusia Aparatur yang Profesional, Dinamis dan Bermoral
- Misi k-4 : Meningkatkan peran serta dan Pemberdayaan Masyarakat dalam Pembangunan sesuai Hak dan Kewajiban
- Misi k-5 : Mewujudkan Tata Pemerintahan yang baik (*Good Governance*)
- Misi k-6 : Mewujudkan Kondisi Daerah yang Aman, Tertib dan Damai dengan Menegakkan Supremasi Hukum dan Hak Asasi Manusia.
- Misi k-7 : Penanggulangan Kemiskinan dan Meningkatkan Taraf Hidup Masyarakat.
- Misi k-8 : Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Dearah dengan Titik Berat Ekonomi kerakyatan.
- Misi k-9 : Mengembangkan dan Mendayagunakan Sumber Daya Alam dan Buatan secara Optimal dan Berkelanjutan.

g. Wilayah Pembangunan

Sesuai dengan kebijakan tata ruang dimaksudkan untuk menjamin laju perkembangan dan pertumbuhan daerah, serta memelihara keseimbangan dan kesinambungan pelaksanaannya secara menyeluruh, terarah dan terpadu. Dalam

kerangka ini, untuk penyebarluasan kegiatan pembangunan disesluruh wilayah Kabupaten Gresik, perlu adanya penentuan sub satuan wilayah pembangunan (SSWP)

Kebijaksanaan tata ruang Kabupaten Gresik yang tertuang dalam bentuk perwilayahan pembangunan bertujuan :

- a. Mengusahakan pemerataan pembangunan yang serasi didalam dan antar wilayah serta sub wilayah pembangunan, agar perbedaan pembangunan antar wilayah (yang maju dan terbelakang) dapat diperkecil.
- b. Mengusahakan dan mengarahkan kegiatan pembangunan wilayah sesuai dengan potensi, kondisi, serta fungsi yang terdapat di setiap wilayah dan sub wilayah pembangunan.
- c. Mengembangkan hubungan ekonomi antar wilayah dan sub wilayah pembangunan secara saling menguntungkan demi terjalinnya interaksi yang harmonis dalam kegiatan ekonomi, sosial budaya dan polkam, sehingga terwujudnya ekonomi daerah yang kuat dan mampu menunjang serta memperkokoh perkembangan regional dan Nasional.
- d. Mempertajam prioritas pembangunan pada daerah rawan, daerah terbelakang dan melalui program khusus yang tetap memperhatikan sepenuhnya upaya penyelamatan sumber daya alam dan lingkungan hidup.

Kebijakan tata ruang melalui perwilayahan pembangunan ini dilakukan dengan memperhatikan :

- a. Hambatan antara daerah pusat dan daerah terbelakang.
- b. Homogenitas atau kesamaan karakteristik wilayah.
- c. Kesamaan lingkungan yang membutuhkan penanganan lingkungan dalam bentuk terpadu.

Sesuai dengan potensi dan kondisi fisik alami daerah lingkungan yang ada serta prioritas wilayah, maka Kabupaten Gresik dalam kerangka pembangunan jangka panjang terbagi menjadi 4 (empat) Satuan Wilayah Pembangunan (SWP). Dewasa ini sejalan dengan perkembangan kegiatan ekonomi masyarakat, perlu kiranya pengembangan pola pembangunan dengan juga berpedoman pada pola

koridor ekonomi yang saat ini telah terbentuk sehingga kegiatan menerus yang diakibatkan adanya pola jaringan distribusi barang akan memberikan kontribusi yang lebih bagi pengembangan wilayah Kabupaten Gresik.

Sesuai dengan Revisi Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Gresik Tahun 1999/2000 - 2009/2010 guna mendukung pemerataan pembangunan di Kabupaten Gresik, maka disusunlah kesatuan wilayah pembangunan yang terbagi menjadi 4 (empat) Satuan Wilayah Pembangunan (SWP), yaitu :

a. Satuan Wilayah Pembangunan I

Meliputi wilayah Kecamatan Dukun, Panceng, Ujung Pangkah, Sidayu dan Bungah yang berpusat di Sidayu. Kegiatan utama yang dikembangkan di wilayah ini antara lain : pengembangan pertanian tanaman pangan, perkebunan, pertambangan, perikanan, perumahan, pariwisata dan industri kecil.

b. Satuan Wilayah Pembangunan II

Meliputi wilayah Kecamatan Manyar, Benjeng, Duduk Sampeyan, Gresik dan Kecamatan Kebomas berpusat di Kecamatan Gresik. Kegiatan utama yang dikembangkan di wilayah ini antara lain : perdagangan dan pemerintahan, disamping itu dikembangkan kegiatan industri perikanan, pertanian tanaman pangan, pertambangan, perumahan, pariwisata, maritim dan industri kecil.

c. satuan Wilayah III

Meliputi wilayah Kecamatan Cerme, Benjeng, Balongpanggang, Menganti, Kedamean, Wringinanom dan Driyorejo berpusat di Kecamatan Driyorejo. Kegiatan utama yang dikembangkan antara lain : perumahan juga dikembangkan industri, pertanian tanaman pangan, peternakan dan industri kecil.

d. Satuan Wilayah Pembangunan IV

Meliputi wilayah Kecamatan Sangkapura dan Tambak berpusat di Sangkapura. Kegiatan utama yang dikembangkan di wilayah ini antara lain : perkebunan rakyat dan pariwisata selain itu dikembangkan kegiatan pertambangan, pertanian tanaman pangan, perikanan dan maritim.

2. Sejarah Komoditas Adenium Di Kabupaten Gresik

Kabupaten Gresik terletak di antara $7^0 - 8^0$ Lintang Selatan dan $112^0 - 113^0$ Bujur Timur. Sebagian besar wilayahnya merupakan dataran rendah (2-12 meter diatas permukaan laut) dimana secara geologi, keadaan tanah di Kabupaten Gresik terdiri dari *Alluvial* yaitu tanah liat dan pasir yang beraneka ragam tanah kelabu kehitaman dengan tekstur liat berat dan sedikit plastis peruntukannya digunakan untuk persawahan dan empang, *Kompleks mediteran* yaitu batu liat napal berkadar organik rendah sampai sedang cocok untuk persawahan tadah hujan dan tegalan (kebun) disamping *Grumusol* yaitu kapur napal dan batuan liat dengan tekstur liat dan plastis yang sangat terbatas kemampuannya bila digunakan untuk pertanian.

Wilayah Gresik dipengaruhi oleh iklim tropis yang dibedakan dalam kondisi sebagai berikut :

- Ø Iklim Kemarau kering terjadi pada bulan Juni sampai dengan bulan September.
- Ø Musim penghujan basah terjadi pada bulan Desember sampai dengan bulan Maret.
- Ø Musim peralihan dari musim kemarau sampai dengan musim penghujan terjadi pada bulan Oktober dan November.
- Ø Musim peralihan dari musim penghujan ke musim kemarau.

Curah hujan berkisar sekitar 563,57 mm dengan banyaknya hari hujan sebesar 36 hari, terbanyak pada bulan januari sebanyak 8 hari diikuti pada bulan Pebruari, Maret dan April masing-masing 7 hari dan 6 hari.

Adapun Komposisi daratan terdiri dari :

- | | | |
|-----------------|---|------------|
| 1. Pemukiman | : | 121,63 Km2 |
| 2. Persawahan | : | 395,39 Km2 |
| 3. Tegall | : | 285,70 Km2 |
| 4. Ladang | : | 0,81 Km2 |
| 5. Hutan Rakyat | : | 38,15 Km2 |
| 6. Rawa/ waduk | : | 0,02 Km2 |

- | | | | |
|-----|--------------|---|------------------------|
| 7. | Tambak/kolam | : | 223,36 Km ² |
| 8. | Tambang | : | 1,15 Km ² |
| 9. | Perkebunan | : | 14,62 Km ² |
| 10. | Lain-lain | : | 110,42 Km ² |
| 11. | P. Bawean | : | 196,20 Km ² |

Dengan kondisi tersebut budidaya Adenium tidak akan banyak mengalami hambatan dan cocok serta potensial untuk dikembangkan.

Adenium termasuk famili *Apocynaceae* yang banyak tersebar di daerah tropis satu kerabat dengan *alamanda*, *carissa*, *beaumontia*, *mandevillea*, *plumeria* dan *nerium* sedangkan adenium yang umum dikenal di Indonesia adalah *Adenium obesum* di Thailand dikenal jenis *chuan chom*, di Taiwan disebut *sa-mo-mei-guei* dan yang paling dikenal adalah jenis *desert rose*. Pada periode 1990-1995 banyak bermunculan varietas baru namun karena kurangnya penampilan ragam maka gagal booming seperti sekarang ini.

Ragam adenium hasil persilangan induk dan seleksi semakin banyak, variasi adenium dengan perbedaan warna, corak dan motif bunga mulai merah, merah muda, merah tua hingga ungu dan biru. Dari hasil persilangan lanjutan itu diperoleh warna baru dan corak yang sangat beragam. Adenium spesies setidaknya ditemukan 8 spesies yaitu *A. Obesum*, *A. Multiflorum*, *A.swazicum*, *A.boehmianum*, *A.oleifolium*, *A.somelense* var. *Crispum*, *A.arabicum* dan *A.socotranum*. dimana Adenium *obesum* termasuk yang paling populer.

Para petani di Kabupaten Gresik yang notabene adalah petani padi dan tebu sejak tahun 1996 mulai melakukan diversifikasi usaha dengan budidaya adenium. Bertani bunga ini memerlukan ketekunan dan keuletan. Semula petani bunga yang membudidayakan adenium yang dikenal dengan sebutan kamboja jepang ini banyak tersebar di lima desa yaitu desa Karangandong Kecamatan Driyorejo, Desa Banyuurip dan desa Manunggal Kecamatan Kedamean serta desa sooko Kecamatan Wringin anom. Selanjutnya semakin menyebar sampai wilayah Kecamatan Menganti, Cerme, Kebomas, Gresik, Manyar dan Bungah. Saat ini tidak kurang dari seribu petani adenium dalam bentuk home pertanian.

Pada Kawasan Sentra Adenium yang berada 30 kilometer dari pusat kota sekarang dikembangkan menjadi Kawasan Wisata Adenium Kabupaten Gresik disepanjang tujuh kilo meter berhias bunga adenium dari berbagai varietas diselingi bunga-bunga jenis lain. Hampir setiap rumah memajang adenium sejuta warna menyejukkan mata memikat hati. Harga adenium yang paing murah biasanya Rp. 10.000,- per pohon sedangkan pecinta bunga yang berduit bisa membeli jenis lain dengan hitungan per tangkai, untuk satu tangkai adenium kuning bisa berharga Rp. 400.000,-

Untuk jenis obesum yang paing dicari kolektor karena mempunyai banyak keunikan adalah model Yaman, RCN dan Kaisoko.

Belajar dari pengalaman peristiwa usaha budi daya ikan hias Louhan yang mengalami booming sampai di tingkat nasional selanjutnya stagnan dan dalam waktu singkat industri louhan sudah tidak diminati lagi maka diperlukan upaya pembekalan agar petani bisa mengembangkan diri, menjaga kualitas dan membaca pangsa pasar.

Kunci sukses pengembangan budi daya adenium adalah peningkatan pengetahuan tiada henti, kreatifitasi dan inovasi yang tinggi serta jalinan komunikasi yang kuat dengan semua pihak sehingga tercipta pangsa pasar yang dinamis.

Pesatnya pertumbuhan agrobisnis khususnya Adenium di tanah air telah memicu melonjaknya permintaan pasar sehingga menjadikan sektor ini sebagai komoditi yang menjanjikan. Dalam perkembangannya Gresik telah tumbuh menjadi salah satu sentra Adenium di Jawa Timur bahkan dalam ruang lingkup nusantara. Semula perkembangan pesat komoditi adenium berada di 3(tiga) Kecamatan yaitu Driyorejo, Kedamean dan Wringinanom selanjutnya semakin menyebar sampai wilayah Kecamatan Menganti, Cerme, Kebomas, Gresik, Manyar dan Bungah. Saat ini tidak kurang dari seribu petani dalam bentuk home pertanian.

Oleh karena antusiasme masyarakat yang semakin membumi terhadap Adenium maka bertambahlah satu lagi predikat Kota Gresik selain Kota Santri,

Kota Wali, Kota Puduk , Kota industri dan lain sebagainya bersanding dengan predikat baru yaitu Predikat “Gresik sebagai Kota Adenium “.

Alasan yang mendasari predikat Kota Adenium diantaranya sebagai berikut :

Pertama.

Pengakuan dari para tokoh Adenium Nasional bahwa Adenium yang berkualitas baik dan mempunyai kuantitas yang cukup banyak dan tersebar ke berbagai kota di Indonesia berasal dari Gresik

Kedua.

Sudah meratanya petani Adenium dan pedagang adenium mulai dari pedagang kecil yang menjajakan dagangan dengan sepeda, gerobak dan gledeskan, pedagang sedang yang menjajakan dengan mobil maupun pedagang besar yang berjualan melalui media pameran, stand besar dan lewat show room, Klinik Adenium, Padepokan Adenium dan lain sebagainya disamping ketersediaan bibit yang berkualitas yang melimpah di Kawasan Sentra Adenium.

Ketiga.

Keberadaan Show room Adenium di Taman Wisata Giri Wana Tirta (Tlogo Ngipik).

Keempat.

Keberadaan organisasi Komunitas Pecinta Adenium Gresik (KOMPAG) yang sudah resmi tergabung dalam Perhimpunan Pecinta Adenium Indonesia (PPADI) yang beranggotakan :

- Petani Adenium ;
- Pedagang Adenium ;
- Penggemar Adenium dan
- Pemerhati Adenium.

Kelima.

Adanya jalinan kerjasama yang baik antara KOMPAG dengan Pemerintah Kabupaten Gresik, PT. Semen Gresik, PT. Petrokimia Gresik dan PT. Petrokimia Kayaku.

Dengan beberapa alasan tersebut diatas maka sudah sepatasnya predikat Kota Adenium disandang oleh Gresik sedangkan dampak positif yang diharapkan timbul akibat pesatnya pertumbuhan komoditas Adenium adalah :

1. Meningkatnya pendapatan petani, pedagang, penggemar maupun pemerhati Adenium ;
2. Penyerapan tenaga kerja yang significant ;
3. Mendukung penataan lingkungan menjadi hijau, asri, dan indah serta memberi kontribusi terhadap slogan Pemerintah Kabupaten Gresik yaitu “Membangun Desa, Menata Kota Mewujudkan Cita-Cita Warga “

3. Gambaran Umum Dinas Pariwisata, Informasi Dan Komunikasi Kabupaten Gresik

a. Struktur Organisasi

Berdasarkan peraturan daerah kabupaten Gresik nomor : 26 tahun 2000 tentang susunan organisasi dan tata kerja dinas daerah kabupaten Gresik, dinas Pariwisata, Informasi dan komunikasi kabupaten Gresik memiliki struktur sebagai berikut:

- 1 (satu) Kep Kepala Bagian (Kepala Dinas)
- 5 (lima) Kepala Sub Dinas
 1. Sub Dinas Penyusunan Program
 2. Sub Dinas Kepariwisataaan
 3. Sub Dinas Pengembangan Potensi Wisata
 4. Sub Dinas Pelayanan Informasi dan Komunikasi
 5. Sub Dinas Media Informasi dan Komunikasi
- 4 (empat) Kepala UPTD
 1. Wakil Kepala Dinas
 2. Bagian Tata Usaha
 3. Cabang Dinas dan UPTD
 4. Kelompok Jabatan Fungsional

b. Tugas Pokok dan Fungsi Organisasi

Dinas Pariwisata, Informais dan Komunikasi kabupaten Gresik dibentuk dengan Peraturan Daerah Kabupaten Gresik nomor 26 tahun 2000 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Dinas-dinas Daerah Kabupaten Gresik. Dalam kedudukannya sebagai satuan Kreja Perangkat Daerah Kabupaten Gresik, Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi mempunyai tugas pokok dan fungsi organic yang ditetapkan didalam keputusan Bupati Gresik nomor 13 tahun 2001, Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik mempunyai tugas pokok :

“ Melaksanakan sebagian urusan rumah tangga daerah dan tugas pembantuan dibidang Pariwisata, Informasi dan Komunikasi yang menjadi tanggung jawabnya”

Untuk menjalankan tugas pokok tersebut, fungsi Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik adalah :

- a. Perumusan kebijakan dalam rangka perencanaan pembinaan, bimbingan dan pengembangan teknis dibidang pariwisata, Informasi dan Komunikasi dalam rangka pelaksanaan pembangunan dan pemerintahan
- b. Pelaksanaan kebijakan operasional, pemberian bimbingan dan pembinaan, pemberian perijinan dibidang pariwisata, Informasi dan komunikasi sesuai kebijaksanaan yang ditetapkan oleh kepala Daerah berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku
- c. Pemantauan dan mengendalikan pelaksanaan tugas yang ditetapkan oleh Kepala Daerah berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku
- d. Penyusunan rencana pelaksanaan program dan evaluasi pengelolaan dan data bidang Pariwisata, informasi dan komunikasi
- e. Pelaksanaan pengawasan, pengendalian rencana dan program pembangunan Pariwisata, informasi dan komunikasi
- f. Pelaksanaan pengawasan, pengendalian rencana dan program pembangunan Pariwisata, informasi dan komunikasi

- g. Pelaksanaan pengawasan, pengendalian dan pemantauan pelayanan di bidang informasi dan komunikasi melalui mass media, baik video dan sejenisnya, drama tradisional, Kelompok komunikasi sosial dan media baru
- h. Pengkordinasian dan konsultasi serta hubungan kerjasama antar instansi, dunia usaha, komunikasi dan seluruh kegiatan mass media
- i. Pengelolaan administrasi umum meliputi ketatausahaan, keuangan, kepegawaian, perlengkapan dan peralatan dinas
- j. Pengelolaan administrasi umum meliputi ketatalaksanaan, keuangan, kepegawaian, peralatan dan perlengkapan dinas
- k. Pengelolaan Cabang Dinas dan UPTD pada Dinas Daerah
- l. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Daerah melalui Sekretaris Daerah sesuai dengan bidang tugasnya

B. DATA FOKUS PENELITIAN

1. Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium

a. Sebagai Obyek Daerah Tujuan Wisata (ODTW) Minat Khusus

Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik merupakan instansi yang berwenang mengelola obyek wisata di Kabupaten Gresik, baik berupa wisata alam, wisata budaya atau yang tersohor sebagai wisata religi maupun wisata minat khusus. Kawasan desa wisata adenium adalah termasuk di antara obyek wisata yang dikategorikan sebagai obyek wisata minat khusus yang mana obyek wisata kawasan desa wisata adenium ini merupakan obyek wisata yang inovatif dan produktif berdasarkan aktualisasi kemandirian pembangunan perekonomian lokal.

Dalam pengembangannya, kawasan desa wisata adenium ini tidak akan luput dari perhatian pemerintah yang dalam posisinya memberikan kewenangan terhadap Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik sebagai perpanjangan tangan pemerintah dalam rangka merencanakan, menciptakan, mengevaluasi dan selaku pengawas kebijakan-kebijakan yang notabene mempunyai dampak positif terhadap pengembangan obyek wisata di Kabupaten Gresik. Kebijakan-kebijakan yang bersifat mengayomi ini adalah salah satu

fasilitas pemerintah yang dituangkan dalam bentuk perencanaan dan penciptaan strategi-strategi demi mengadakan perubahan kearah yang lebih baik, sesuai dengan persepsi Tjokroamidjojo (1993:13) mengenai strategi adalah “keseluruhan langkah (kebijakan) dengan perhitungan yang pasti, guna mencapai suatu tujuan untuk mengatasi suatu permasalahan. Dan strategi merupakan rangkaian kebijakan dan pelaksanaan (*policy decision and execution*) dalam mencapai tujuan atau memecahkan persoalan tersebut”.

Strategi bisa dikatakan sebagai aktualisasi dari kebijakan pemerintah sebagai wadah informasi, yang mana perencanaan strategi tersebut dihadapkan dari persoalan dan permasalahan yang terjadi serta reaksi-reaksi yang ditimbulkan oleh masyarakat itu sendiri sebagai pelaksana atau pelaku kebijakan. Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik selaku instansi pemerintahan yang berfungsi dalam merumuskan kebijakan dalam rangka perencanaan pembinaan, bimbingan dan pengembangan teknis dibidang pariwisata, Informasi dan Komunikasi dalam rangka pelaksanaan pembangunan dan pemerintahan serta melaksanakan kebijakan operasional, pemberian bimbingan dan pembinaan, pemberian perijinan dibidang pariwisata, Informasi dan komunikasi sesuai kebijakan yang ditetapkan demi mendukung pembangunan pariwisata di Kabupaten Gresik.

Prinsip-prinsip dasar dalam strategi pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium ada 4 prinsip dasar, yaitu:

1) Harus ada kawasannya

Ada 3 wilayah yang menjadi pusat adenium. Kawasan desa wisata adenium di Kabupaten Gresik tersebut tersebar di lima (5) desa di tiga (3) kecamatan, yaitu kecamatan Kedamean (desa Banyu urip, desa Menunggal), kecamatan Driyorejo (desa Karang andong) dan kecamatan Wringin anom (desa Sooko dan desa Kesamben).

2) Harus ada petaninya

Saat ini, potensi pengembang adenium (petani dan pedagang) ± 15.000 orang dalam bentuk *home* pertanian adenium.

3) Membentuk kelompok sadar wisata

Sudah terbentuknya elemen kelompok sadar wisata yang terwakili dari pendukung aksesibilitas untuk menuju kekawasan desa wisata adenium (pangkalan ojek), pengembang adenium (petani), *guide* (masyarakat lokal) dan pedagang-pedagang yang mempunyai nursery (berfungsi untuk pengaturan tata ruang stan-stan).

4) Adanya kebijakan dari pemerintah

Pencanangan Kabupaten Gresik sebagai kota adenium (*new icon*) yang diresmikan sebagai salah satu Obyek Daerah Tujuan Wisata (ODTW) unggulan Kabupaten Gresik yang masuk kedalam wisata minat khusus sebagai “Kawasan Desa Wisata Adenium” pada tanggal 4 Juni 2007 dan peletakan prasasti pencanangan “Gresik Sebagai Kota Adenium” sesuai berita acara pencanangan tanggal 4 Juni 2007 Nomor : 556/709/403.60/2008. Yang kemudian diregulasi melalui Keputusan Bupati Gresik Nomor : 556/ 2 /HK/403.14/2008 tanggal 18 Januari 2008 tentang Pencanangan Gresik sebagai Kota Adenium.

Pada rencana kerja Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik terdapat 2 strategi umum dalam rangka mewujudkan pembangunan kepariwisataan, strategi-strategi tersebut berperan penting dalam pengembangan kawasan desa wisata adenium sebagai salah satu obyek wisata minat khusus di Kabupaten Gresik yang mana terciptanya pariwisata disamping mempunyai peran umum yaitu untuk menarik wisatawan dan mempererat hubungan dan komunikasi antara masyarakat dengan dunia luar akan kebutuhan informasi yang semakin global tapi mempunyai kontribusi dalam salah satu segi kehidupan yaitu di bidang ekonomi disamping mampu meningkatkan PAD daerah tapi dilain sisi yang tidak kalah pentingnya adalah mampu meningkatkan perekonomian masyarakat pedesaan, yang mana bisa dikategorikan ke dalam konsep pembangunan desa, yang menjadi jargon Kabupaten Gresik sebagai Kabupaten yang mempunyai konsep Membangun Desa Menata Kota, Mewujudkan Cita-cita Warga.

Sesuai dengan ungkapan Bupati Kabupaten Gresik Drs KH. Robbakh Ma'sum mengenai pengembangan kawasan desa wisata adenyum pada Anugrah Wisata Jawa Timur tahun 2007:

“Dengan hadirnya kawasan desa wisata adenyum berupaya menjadikan Kabupaten Gresik bergairah yang mampu menggairahkan masyarakatnya. Untuk itu ada motto yang disebut membangun desa menata kota, mewujudkan cita-cita warga. Terkait dengan wisata, pariwisata di Kabupaten Gresik sendiri mempunyai pariwisata yang sangat kompleks, luar biasa nilainya karena pariwisata di Kabupaten Gresik ini mempunyai 3 (tiga) macam wisata, yang terdiri dari : wisata budaya, wisata religi dan wisata minat khusus. dan kawasan desa wisata adenyum adalah yang termasuk kedalam wisata minat khusus, karenanya kami selaku lembaga pemerintah berupaya agar bagaimana di Kabupaten Gresik ini menjadi sentra adenyum khususnya di wilayah Jatim (regional). Kami merasakan bahwa adenyum merupakan satu potensi yang patut untuk dikembangkan, disinilah kemudian Kabupaten Gresik kemudian berupaya bagaimana menciptakan wadah dengan adanya istilah sentra yang disana akhirnya terwujud gagasan yang sekarang sudah terwujud yaitu dengan adanya desa adenyum (kawasan desa wisata adenyum). Jadi dengan adanya hal seperti ini, diharapkan lapangan kerja semakin berkembang luas dan mampu meningkatkan taraf kehidupan masyarakatnya”. (Sumber wawancara program Anugrah Wisata Jawa Timur tahun 2007)

Dalam Strategi Pengembangan Kepariwisataan ini Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik mempunyai beberapa program penentu yang secara umum dapat digambarkan sebagai berikut:

- Pemasaran Kepariwisataan
 1. Promosi wisata, tugasnya adalah:
 - (a) Berupaya mengembangkan pembangunan sarana promosi kepariwisataan dalam bentuk media cetak film slide, poster, feaflet, pameran, internet dan lain-lain sesuai dengan ketentuan undang-undang yang berlaku
 - (b) Melaksanakan promosi seni budaya, obyek wisata dan pameran produk-produk penunjang kepariwisataan
 - (c) Menyiapkan bahan penyusunan kebijakan dan strategi promosi bidang pariwisata
 - (d) Menyiapkan bahan negosiasi penjualan paket wisata
 - (e) Menyiapkan bahan pembinaan pemandu wisata
 - (f) Menyiapkan bahan pemantauan, pengawasan dan pengendalian pelaksanaan kegiatan promosi di bidang pariwisata

2. Kerjasama Kepariwisata, tugasnya adalah:
 - (a) Menyiapkan bahan dan naskah kerjasama dan perjanjian regional dan internasional di bidang pariwisata dalam mengembangkan pariwisata
 - (b) Menyiapkan bahan penyusunan petunjuk pelaksanaan kerjasama regional dan internasional di bidang pariwisata
 - (c) Menyiapkan bahan pemantauan, pengawasan dan pengendalian pelaksanaan kegiatan kerjasama regional dan internasional di bidang pariwisata
3. Informasi Pangsa Pasar Pariwisata, tugasnya adalah:
 - (a) Mengamati perkembangan pangsa pasar wisata regional dan internasional
 - (b) Menghimpun informasi pangsa pasar wisata regional dan internasional
 - (c) Menyiapkan bahan pusa informasi pangsa pasar wisata
 - (d) Menyebarkan informasi pangsa pasar wisata
 - (e) Menyiapkan bahan petunjuk pelaksanaan penyusunan informasi pangsa pasar wisata
 - (f) Menyiapkan bahan pemantauan, pengawasan dan pengendalian pelaksanaan kegiatan informasi pangsa pasar wisata
- Pengembangan Potensi Wisata
 1. Obyek wisata, tugasnya adalah:
 - (a) Menyiapkan bahan pembinaan dan pengembangan obyek wisata
 - (b) Menyiapkan bahan konsultasi dan perijinan di bidang perusahaan obyek wisata
 - (c) Memproses perijinan di bidang di bidang perusahaan obyek wisata
 - (d) Melaksanakan pemantauan di bidang obyek wisata
 - (e) Menyiapkan bahan laporan pelaksanaan pemantauan, evaluasi dan bimbingan di bidang obyek wisata
 - (f) Menyiapkan bahan pengawasan dan pengendalian kegiatan di bidang obyek wisata
 2. Usaha jasa dan usaha sarana, tugasnya adalah:
 - (a) Menyiapkan bahan pembinaan dan pengembangan usaha sarana dan jasa pariwisata

- (b) Menyiapkan bahan konsultasi dan perijinan di bidang saha jasa dan sarana pariwisata
 - (c) Memproses perijinan usaha jasa dan sarana pariwisata
 - (d) Melaksanakan pemantauan di bidang usaha jasa dan sarana pariwisata
 - (e) Menyiapkan bahan pengawasan dan pengendalian kegiatan usaha jasa dan sarana pariwisata
3. Standar mutu pelayanan wisata, tugasnya adalah:
- (a) Menyiapkan bahan pelaksanaan standar mutu pelayanan wisata
 - (b) Melaksanakan pemantauan di bidang standar mutu pelayanan wisata
 - (c) Menyiapkan bahan pengawasan dan pengendalian kegiatan di bidang standar mutu pelayanan wisata
 - (d) Menyiapkan bahan laporan pelaksanaan standar mutu pelayanan wisata.

b. Sebagai Daerah Agribisnis

Kawasan desa wisata adenium, sebuah produk yang berkembang dari kemandirian lokal masyarakatnya, sebagai daerah agribisnis yang ditunjang oleh keadaan geografis (lahan yang kering dan cocok untuk tanaman sejenis adenium), partisipasi masyarakat yang secara aktif berkembang secara luas (yang awalnya dari 1 desa kemudian merambah ke desa-desa tetangga), pemanfaatan potensi daerah yang terapresiasi apik oleh masyarakatnya (latar belakang produk adenium sudah ada sejak dulu sekitar tahun 1980an) dan dukungan dari lembaga-lembaga pemerintah maupun lembaga-lembaga swasta, baik berupa pemberdayaan masyarakat, penyerapan informasi dan teknologi, dukungan sarana prasarana dan dukungan insentif dana.

Sesuai dengan kondisi Kabupaten Gresik yang terletak di antara 70 - 80 Lintang Selatan dan 1120 - 1130 Bujur Timur. Sebagian besar wilayahnya merupakan dataran rendah (2-12 meter diatas permukaan laut) dimana secara geologi, keadaan tanah di Kabupaten Gresik terdiri dari *Alluvial* yaitu tanah liat dan pasir yang beraneka ragam tanah kelabu kehitaman dengan tekstur liat berat dan sedikit plastis peruntukannya digunakan untuk persawahan dan empang, *Kompleks mediteran* yaitu batu liat napal berkadar organik rendah sampai sedang

cocok untuk persawahan tadah hujan dan tegalan (kebun) disamping *Grumusol* yaitu kapur napal dan batuan liat dengan tekstur liat dan plastis yang sangat terbatas kemampuan lahannya bila digunakan untuk pertanian.

Wilayah Gresik dipengaruhi oleh iklim tropis yang dibedakan dalam kondisi sebagai berikut :

- Ø Iklim Kemarau kering terjadi pada bulan Juni sampai dengan bulan September.
- Ø Musim penghujan basah terjadi pada bulan Desember sampai dengan bulan Maret.
- Ø Musim peralihan dari musim kemarau sampai dengan musim penghujan terjadi pada bulan Oktober dan November.
- Ø Musim peralihan dari musim penghujan ke musim kemarau.

Curah hujan berkisar sekitar 563,57 mm dengan banyaknya hari hujan sebesar 36 hari, terbanyak pada bulan Januari sebanyak 8 hari diikuti pada bulan Pebruari, Maret dan April masing-masing 7 hari dan 6 hari.

Dengan kondisi tersebut budidaya Adenium tidak akan banyak mengalami hambatan dan cocok serta potensial untuk dikembangkan.

Adenium termasuk famili *Apocynaceae* yang banyak tersebar di daerah tropis satu kerabat dengan *alamanda*, *carissa*, *beaumontia*, *mandevillea*, *plumeria* dan *nerium* sedangkan adenium yang umum dikenal di Indonesia adalah *Adenium obesum* di Thailand dikenal jenis *chuan chom*, di Taiwan disebut *sa-mo-mei-guei* dan yang paling dikenal adalah jenis *desert rose*. Pada periode 1990-1995 banyak bermunculan varietas baru namun karena kurangnya penampilan ragam maka gagal booming seperti sekarang ini.

Ragam adenium hasil persilangan induk dan seleksi semakin banyak, variasi adenium dengan perbedaan warna, corak dan motif bunga mulai merah, merah muda, merah tua hingga ungu dan biru. Dari hasil persilangan lanjutan itu diperoleh warna baru dan corak yang sangat beragam. Adenium spesies setidaknya ditemukan 8 spesies yaitu A. *Obesum*, A. *Multiflorum*, A. *swazicum*, A. *boehmianum*, A. *oleifolium*, A. *somelense* var. *Crispum*,

A.arabicum dan A.socotranum. dimana Adenium obesum termasuk yang paling populer.

Perkembangan adenium di Kabupaten Gresik berawal dari tahun 1980an, sudah ada tanaman adenium lokal, biasanya tanaman adenium lokal tersebut dimanfaatkan oleh penduduk kawasan desa-desa adenium tersebut sebagai pagar rumah atau hanya dibiarkan sebagai ilalang. Untuk pembudidayaan tanaman adenium oleh penduduk desa adenium dimulai tahun 1991, masyarakat dusun Pendem desa Banyu urip merupakan pionir dalam awal mula terbentuknya pembudidayaan tanaman adenium ini. Yang pada akhirnya nanti menyebar ke desa-desa sekitarnya. Sudah mulai adanya penjualan adenium (kamboja) lokal pada tahun 1990an juga mulai ada pembeli dari berbagai kota (jawa-bali). Pada tahun 1995 mulai mengenal teknik sambung dan warna baru, yang membawa informasi tentang teknik sambung dan warna baru adalah tengkulak-tengkulak dusun miru yang mendapatkan pengetahuan tersebut dari hasil menjajakan dagangannya sampai ke luar kota yaitu Surabaya.

Perkembangan positif iklim usaha tanaman adenium terplot pada tahun 1998 – tahun 2006, dimana banyak masyarakat dalam ruang lingkup desa-desa adenium yang mengembangkan adenium sebagai lahan mata pencahariannya (yang awalnya bermata pencaharian sebagai petani palawija kemudian beralih profesi membudidayakan tanaman adenium), alih profesi sebagai pembudidaya adenium juga banyak dilakukan masyarakat yang terkena PHK pada waktu tahun 1998an karena kondisi krisis moneter yang merenggut lahan pekerjaan masyarakat yang pada awalnya sebagai tenaga kontrak/buruh di pabrik-pabrik, dan adanya faktor perkembangan tanaman adenium yang sangat pesat kebutuhannya sehingga menjadikan tanaman adenium menjadi tanaman yang tren pada masa-masa tersebut yang pada akhirnya menjangkiti masyarakat sekitarnya untuk ikut-ikutan mengembangkan tanaman adenium (*life style*). Disamping karena harga tanaman adenium yang masih sangat tinggi (sangat stabil sekali) walaupun hanya untuk penjualan tanaman adenium yang masih anakan atau belum terbentuk, pangsa pasar yang luas (kebutuhan akan permintaan tanaman adenium sangat pesat perkembangannya), tanaman adenium menjadi tanaman hias yang sangat tren

(tanaman hias yang paling diburu), tanamannya yang sangat unik dan variatif dari berbagai daun, bunga dan bonggol (bisa dikreasikan) daya tahan hidupnya yang lama serta cara pengembangannya yang mudah.

Akan tetapi iklim usaha yang paling kondusif (perdagangan adenium, maraknya pengunjung adenium dan harga adenium yang tinggi) terjadi pada tahun 2006 dan tahun 2007, kebutuhan akan tanaman adenium sangat tinggi sekali, banyak konsumen-konsumen (dalam kapasitasnya sebagai pedagang, pemerhati, kolektor) yang datang dari luar kota bahkan luar jawa untuk membeli tanaman adenium karena memang pada kenyataannya, desa-desa adenium di Kabupaten Gresik mampu menyediakan kebutuhan tingginya permintaan tanaman adenium dari berbagai wilayah di Indonesia dan terkenal secara kualitas. Hal tersebut merupakan salah satu tindakan positif dari intensitas promosi dari berbagai mass media (peliputan dari berbagai media cetak, media audio visual/televisi), dan pada awal terbentuknya desa-desa adenium tersebut pada awal tahun 2007an ditasbihkan menjadi kawasan desa wisata adenium oleh pemerintah Kabupaten Gresik sebagai produk unggulannya.

1.1. Strategi Pengembangan Produk Pariwisata Kawasan Desa Wisata

Adenium

Apabila membicarakan tentang produk pariwisata, dalam ruang lingkup pengembangan produk kawasan desa wisata adenium ini yang menjadi sasarannya adalah tentang bagaimana mempertahankan produk adenium pada tingkatan umum dan produk desa adenium sebagai gudang pengembangan produk wisata agar mampu berkembang menjadi lebih baik, inovatif, produktif dan mempunyai kemampuan untuk bersaing dari wisata-wisata sejenis baik secara regional, nasional maupun internasional.

Lembaga Desa Wisata sebagai salah satu strategi kelembagaan yang menunjang pengembangan produk ODTW Kawasan Desa Wisata Adenium yang tahapannya masih dalam sebatas wacana yang menjadi acuan dalam pengembangan desa wisata kedepannya, tetapi Lembaga Desa wisata sendiri merupakan dasar rujukan yang harus terisi pada sebuah pengembangan desa

wisata. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Eko selaku Kasubdin Pengembangan Potensi Wisata pada Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik:

“Strategi pengembangan potensi wisata Kawasan Desa Wisata Adenium, pengembangannya untuk wilayah sub pengembangan wilayah selatan Kabupaten Gresik. Pengembangan peningkatan perekonomian pada masyarakat Kawasan Desa Wisata Adenium dalam ruang lingkup petani dan pedagang (pengembang adenium) terutama masyarakat dikawasan agribisnis. Aspek promosi untuk memperkenalkan desa wisata agar lebih dikenal oleh masyarakat dari luar Gresik. Disparinkom sifatnya memfasilitasi, sosialisasi desa wisata dari Provinsi khusus mengumpulkan petani, unsur pemerintahan desa (Karang andong, Menunggal dan Banyu urip). Rencana kedepan sebagai bentuk wacana yang dikumpulkan dari penyerapan aspirasi masyarakat Kawasan Desa Wisata Adenium untuk realisasi Lembaga Desa Wisata adalah membuat semacam kios/ruang kosong yang rencananya bertempat didesa Karang andong dengan membuat showroom adenium (untuk memudahkan pengunjung), dari Disparinkom berupaya memfasilitasi showroom (sampling tanaman) adenium. Jangka panjang dari pengembangan desa wisata diharapkan seperti kawasan desa wisata Nongkojajar di Kabupaten pasuruan agar bisa diterima oleh domestik untuk menimbulkan *multiplayer effect* supaya bisa dinikmati oleh masyarakat”. (Wawancara pada tanggal 11 Desember 2008 pukul 10.30 di ruang kerjanya)

Lebih lanjut beliau menerangkan tentang sosialisasi Lembaga Desa Wisata, bahwa:

“Sudah adanya sosialisasi tentang desa wisata oleh Disparinkom kepada perangkat desa-desa adenium (yang masih terkoordinir). Apakah kedepannya akan adanya rencana pembentukan Lembaga Desa Wisata (Ladewi) yang menaungi interaksi antara Dinas Pariwisata, masyarakat lokal dan masyarakat luar (selaku konsumen atau orang-orang yang berkepentingan). Seharusnya lembaga seperti ini sudah sewajibnya dibentuk pada sebuah komunitas masyarakat desa wisata”. (Wawancara pada tanggal 11 Desember 2008 pukul 10.45 di ruang kerjanya)

Strategi yang dilakukan para pengembang adenium sendiri untuk mempertahankan produk tanaman adenium agar semakin menarik dan bervariasi, serta mampu bersaing baik didalam lingkup kawasan desa wisata adenium maupun diluar adalah dengan membuat varietas adenium yang baru dan unik, contohnya: mengembangkan tanaman adenium daun warna putih, hitam, kuning dan lain-lain, menjadikan bonggol adenium yang unik dan membentuk bonggol tanaman adenium dengan bermacam-macam bentuk (bentuk binatang, seperti

binatang buaya), untuk pembentukan bonggol tanaman adenium biasanya terbentuk secara alami tapi bisa juga lewat pengembangan usaha manusia dengan cara memposisikan biji adenium ketika dilakukan penanaman (posisi biji dalam keadaan miring) sehingga bentuk bonggol akan tumbuh sesuai dengan keinginan, untuk membentuk bonggol adenium dibutuhkan ketelatenan dan kesabaran. Sebab, kalau tidak sabar, adenium bisa stress, pertumbuhannya bisa lambat, bahkan tidak tertutup kemungkinan adenium mati. Sejak pembibitan hingga bonggol mulai terlihat, butuh waktu sekitar dua bulan, saat usia dua bulan, akar mesti harus selalu dilihat. Tujuannya, membentuk bonggol yang diinginkan. Yang terakhir dengan mengembangkan perpaduan jenis daun adenium. 3 (tiga) hal tersebut bisa dilakukan oleh para petani dirumahnya, maupun pedagang adenium yang mempunyai *nursery*.

Untuk produk adenium ini terdapat beberapa jenis adenium yang diklasifikasikan menurut kebutuhannya, diantaranya:

1) Tanaman adenium bakulan

Adenium jenis ini masih nampak biasa-biasa saja, belum terlihat bentuknya. Bisa disebut juga sebagai adenium anakan/adenium balita.

2) Tanaman adenium kolektor

Adenium jenis kolektor dibentuk langsung oleh manusia, atau bisa dibentuk selama pembibitan berlangsung. Benar-benar dipersiapkan sebagai tanaman untuk diperdagangkan yang biasanya diburu oleh konsumen atau kolektor tanaman.

3) Tanaman adenium kontes

Yang sudah terbentuk dan terbiasa mengikuti kontes adenium. Adenium ini biasanya mempunyai keunikan, berumur tua, jenis adenium yang rumit untuk pengembangannya dan variasi dari varietasnya yang bermacam-macam (dari segi bonggol, warna bunga atau warna daun, cabang dan batang)

Klasifikasi pengembang adenium yang berada di Kawasan Desa Wisata Adenium sendiri dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1) Petani

Orang yang membudidayakan adenium. Mulai dari anakan sampai besar. Biasanya para petani ini tersebar dikampung-kampung. Dan memanfaatkan lahan halaman rumahnya atau lahan kosong miliknya sebagai tempat pembudidayaan adenium.

2) Pedagang

Orang yang hanya memperdagangkan adenium, biasanya mempunyai *nursery*/stand adenium sendiri dan mendapatkan adenium dari para petani yang kemudian dikembangkan sendiri varietasnya. Biasanya memilih jenis adenium yang sudah besar.

Pedagang adenium sendiri terbagi menjadi beberapa kategori, yaitu :

a. Kategori kecil

Yang menjajakan dagangannya dengan sepeda (sepeda onthel atau sepeda motor).

b. Kategori sedang

Yang menjajakan dagangannya dengan mobil.

c. Kategori besar

Yang menjajakan adenium lewat showroom dan stand besar yang melakukan pengiriman barang secara rutin ke kota-kota di Indonesia.

3) Petani dan pedagang

Orang yang membudidayakan dan mengembangkan varietas adenium, kemudian menjualnya sendiri tanpa melalui campur tangan orang lain.

4) Tengkulak

Orang yang menjajakan bunga adenium berkeliling dalam 1 wilayah atau sampai ke luar kota dengan memakai sepeda onthel/motor sebagai kendaraan dagangnya. Biasanya tengkulak mengambil dagangannya dari petani adenium atau bisa dari pedagang adenium melalui *nursery*. Mencampurkan dagangannya dengan macam-macam tanaman hias lainnya tapi ada juga tengkulak yang spesialisasi berdagang tanaman adenium.

5) Broker

Makelar bunga adenium, berperan sebagai pihak kedua di antara petani/pedagang (pihak pertama) dan konsumen adenium (pihak ketiga). Yang mencarikan pesanan adenium dari konsumen sesuai dengan klasifikasi produk pesanan kemudian mencari dan mengambil produk adenium melalui petani/pedagang adenium.

6) Pemerhati

Orang yang mempunyai minat terhadap perkembangan tanaman adenium, yang terdiri dari : pecinta tanaman adenium (mempunyai hobi kepada tanaman adenium), praktisi/kalangan profesional, lembaga pemerintah (pemerintah daerah dan instansi terkait) dan lembaga swasta (wadah yang menaungi/perkumpulan para pecinta adenium dalam ruang lingkup kabupaten, regional, nasional maupun internasional).

Tabel 02

Prosentase (dalam bentuk %) **Pengembang** Adenium di Kawasan Desa Wisata Adenium

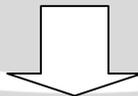
Nama desa pengembang adenium	Prosentase (%) jumlah pengembang adenium
Desa Karang andong	± 80 %
Desa Banyu urip	± 85 %
Desa Menunggal	± 95 %
Desa Sooko	± 60 %
Desa Kesamben	± 50 %

Sumber : hasil analisa peneliti

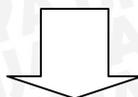
Gambar 02

Alur Kawasan Desa Wisata Adenium

Desa Karang andong (kecamatan Driyorejo)



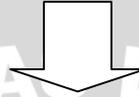
Desa Banyu urip (dusun Miru dan dusun Pendem) kecamatan Kedamean



Desa Menunggal (kecamatan Kedamean)



Desa Sooko (kecamatan Wringin anom)

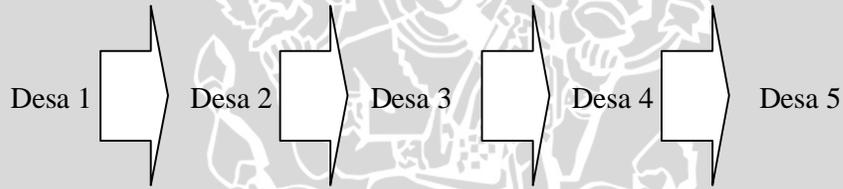


Desa Kesamben (kecamatan Wringin anom)

Sumber : hasil analisa peneliti

Gambar 03

Alur Kawasan Desa Wisata Adenium



Keterangan :

Desa 1 : desa Karang andong (kecamatan Driyorejo)

Desa 2 : desa Banyu urip (dusun Miru dan dusun Pendem) kecamatan Kedamean

Desa 3 : desa Menunggal (kecamatan Kedamean)

Desa 4 : desa Sooko (kecamatan Wringin anom)

Desa 5 : desa Kesamben (kecamatan Wringin anom)

Sumber : hasil analisa peneliti



1.2. Strategi Pengembangan Pasar dan Promosi

1. Pengembangan Pasar

Menurut penuturan Bapak Eko selaku penggiat adenium di desa Kesamben bahwa :

“Biasanya para penggiat adenium (petani dan pedagang khususnya) dalam mempertahankan dan menggiatkan pengembangan pasar adenium berupaya untuk selalu meng-uptodate produk adenium dengan sesering mungkin mencoba membuat varietas adenium yang baru dan unik, misalnya : mencoba membuat adenium dengan berdaun warna putih, hitam atau kuning, mengeksklore bonggol adenium dengan berbagai macam bentuk dan beraneka gaya, membuat perpaduan jenis daun adenium”. (Wawancara pada tanggal 23 Oktober 2008 pukul 13.00 di rumah beliau)

Inovasi dan Pengembangan Sentra Kawasan Wisata Adenium sebagai langkah pendekatan pengembangan pasar, dideskripsikan sebagai berikut :

1. Inovasi

Sebagaimana telah dikemukakan terdahulu bahwa untuk tetap bertahan dalam budi daya Adenium diperlukan keuletan dan ketekunan dalam berkreasi, menambah bekal pengetahuan sehingga mampu berkreasi dengan melakukan inovasi-inovasi yang cerdas disamping membaca pasar, menambah segmen pasar tertentu dalam pemasaran.

2. Pengembangan jenis Adenium yang berciri dasar tampil Indah Alami ;

Merupakan perwujudan sosok pohon adenium dewasa di alam yang utuh dan independen tanpa campur tangan, tumbuh bebas sampai pada tampilan kondisi yang optimal. Ciri-ciri dasarnya meliputi : First Impression, Karakter yang kuat, Mempunyai arah tumbuh/ alur, dimensi dan komposisi yang berimbang serta kesehatan yang baik.

3. Pengembangan Adenium murni keindahan dan variasi bunga ;

Sebagian besar publik menyukai Adenium murni dari keindahan dan variasi bunganya dimana perhatian minimum diberikan terhadap keindahan umbi, batang, maupun percabangan dari tanaman. Pengembangan ini di Kategorikan dengan sebutan bunga kompak. Dalam kelas ini diutamakan pada tampilan bunga, kesehatan bunga, kekompakan detail bunga serta kesehatan bunga secara keseluruhan. Kekompakan bunga bunga diartikan sejauhmana keserasian antara

ukuran bunga dengan pohon serta kekompakan warna antara bunga-bunga dalam pohon itu sendiri.

4. Pengembangan Adenium kategori unik ;

Salah satu unsur pembentuk keindahan yang paling utama dan khas terekspresikan dari keunikan yang dapat pula ditafsirkan dari keunikan yang dapat pula ditafsirkan secara berbeda mengenai keindahan bonggol dan keunikan bonggol Adenium yang bentuknya menyerupai sesuai fenomena alam dalam dimensi imaginasi dimana keberadaannya tidak dapat terlepas dari unsur lain seperti batang, cabang, ranting, daun dan bunga.

Pengembangan adenium unik ini dibedakan menjadi unik alami dan unik kreasi. Unik alami menitik beratkan pada keunikan yang muncul dari balik alamiah bonggol yang mampu menyampaikan pesan keindahan dimana keberadaan batang, cabang dan anatomi lainnya seringkali hanya sebagai barometer kehidupan Adenium.

Sedangkan unik kreasi diperlukan campur tangan berupa kreatifitas (rekayasa) dari manusia yang terekspose secara jelas dan tegas dalam membentuk karakter.

5. Pengembangan Sentra Kawasan Wisata Adenium

Antusiasme petani, pengusaha, pecinta dan pemerhati serta kolektor adenium untuk berinteraksi di lokasi Sentra Kawasan Adenium untuk saling melengkapi koleksi masing-masing sehingga lebih bervariasi, telah menggugah perhatian Pemerintah Kabupaten Gresik dalam hal ini Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi untuk lebih meningkatkan nilai jual kawasan sepanjang 7 Km tersebut mulai dari Desa Karang Andong Kecamatan Driyorejo, Desa Manunggal Kecamatan Kedamean sampai dengan Desa Sooko Kecamatan Wringinanom dikelola dan diagendakan menjadi *Sentra Kawasan Wisata Adenium*.

Upaya penataan/ pengaturan home pertanian dimana Adenium tersebar didepan, disamping, dan dihalaman belakang rumah penduduk diupayakan desain ulang agar berada sepanjang jalan Kabupaten tersebut dan tidak terdapat lokasi yang terlewat dari Adenium maupun tanaman hias lainnya.

Keberadaan Klinik Adenium, Show room Adenium juga apresiasi dengan peningkatan menjadi pasar desa menjadi tahun 2008 yaitu di Desa Manunggal Kecamatan Kedamean dan Desa Mondoluku Kecamatan Wringinanom.

Plant Tour (kunjungan wisata) juga, selalu menjadi agenda rutin kegiatan Pemerintah Daerah bekerjasama dengan PT. Petrokimia Gresik dalam hal ini agenda Kebon Percobaan Petro dan agenda kegiatan PT. Semen Gresik disamping kegiatan anak didik yang diarahkan untuk lebih cinta kepada lingkungan.

Untuk penataan kawasan/ lokasi lebih jauh juga secara komprehensif sudah dibahas untuk dimasukkan dalam rencana kerja Tahun mendatang (pada tahun 2009) berupa perbaikan/ peningkatan jalan Kabupaten, PJU, Pasar Desa bersanding dengan program pengembangan Kawasan Wisata Pantai Dalegan Panceng.

2. Pengembangan Promosi

Yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik dalam mengembangkan promosi obyek wisata kawasan desa wisata adenium salah satunya dengan adanya pemilihan cak dan yuk kabupaten Gresik setiap tahunnya. Pada pemilihan cak dan yuk tahun 2008 ini mengangkat tema, yaitu “melalui pemilihan cak dan yuk tahun 2008, kita tingkatkan potensi generasi muda dalam pengembangan kepariwisataan daerah kabupaten Gresik”.

Maksud dan tujuan:

- 1) Memilih duta wisata yang berprestasi dan berpotensi
 - Melestarikan kebudayaan daerah Gresik
 - Sebagai teladan bagi generasi muda untuk mengembangkan dan memperkenalkan pariwisata Gresik
 - Sebagai alat pemersatu
- 2) Pembinaan terhadap generasi muda mengantisipasi berbagai pengaruh budaya asing yang tidak sesuai dengan kepribadian bangsa melalui program pendidikan dan pelatihan:
 - Pembentukan etika dan kepribadian
 - Pengembangan kreativitas dibidang seni dan budaya
 - Pengembangan bakat dan minat

- Membentuk sumber daya manusia yang handal

- 3) Menjadikan acara ini sebagai salah satu hiburan yang dinantikan oleh masyarakat Gresik
- 4) Menjadikan sarana promosi yang tepat dan mudah bagi perusahaan dan instansi yang berkepentingan
- 5) Sebagai ajang prestasi pemuda pemudi Gresik khususnya dibidang seni, budaya dan pariwisata

Langkah-langkah lain yang dilakukan Dinas Disparinkom sebagai ajang mempromosikan obyek wisata kawasan desa wisata adenyum kabupaten Gresik, langkah yang diperuntukannya sebagai berikut:

- 1) Dengan membuat papan banner besar, brosur, leaflet dan majalah-majalah yang didalamnya tercantum obyek wisata kawasan desa wisata adenyum sebagai salah satu obyek wisata minat khusus kabupaten Gresik.
- 2) Mengikuti even-even wisata seperti pameran wisata, baik yang diadakan oleh pemerintah maupun lembaga privat.

Kemudian bekerjasama dengan mass media yang meliputi media cetak (Koran Disparinkom, Koran lokal dan Koran umum), media audio (radio lokal) maupun media audio visual (televisi lokal maupun televisi swasta).

Pada dasarnya, seluruh kegiatan tersebut adalah sangat berguna dalam peranannya mengembangkan wilayah promosi yang kemudian memberikan nilai lebih sebagai penarik pasar dengan penyebarluasan informasi kepariwisataan kabupaten Gresik khususnya kawasan desa wisata adenyum yang mempunyai produk unggulan yang terakui keunggulan produknya oleh seluruh Indonesia. Penyebarluasan informasi ini dimaksudkan memberikan wacana pengetahuan produk wisata kepada masyarakat luas untuk membangkitkan minat berkunjung ke obyek wisata tersebut.

- 3) Membentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) sebagai elemen pendukung pengembangan pariwisata pada obyek-obyek wisata. Anggota Pokdarwis ini meliputi segenap lapisan masyarakat, mulai dari pengelola obyek wisata (masyarakat pengembang yang meliputi petani, pedagang atau non-pengembang pada wilayah kawasan desa wisata adenyum yang meliputi

pemerhati dan masyarakat), tokoh masyarakat, karang taruna, wartawan dan para penyedia jasa.

Seperti yang diungkapkan Bapak Zainal Abidin selaku staff Subdin Pengembangan Potensi Obyek Wisata Dinas Pariwisata, Infomasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik:

“Pada obyek daerah tujuan wisata (ODTW) minat khusus Kawasan Desa Wisata Adenium sudah terbentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Dalam penerapannya, pembentukan Pokdarwis ini minimal ada 2 (dua) elemen. Beberapa elemen Pokdarwis yang berkembang dalam peranannya menunjang pembangunan kepariwisataan Kawasan Desa Wisata Adenium yang didukung dari penguatan kelompok ojek (pangkalan ojek) sebagai sarana transportasi menuju Kawasan Desa Wisata Adenium, petani-petani (penanam) adenium, memberdayakan masyarakat lokal sebagai *guide tour* wisata desa-desa adenium, dan beberapa pemilik nursery sepanjang jalan di Kawasan Desa Wisata Adenium yang bergabung dalam Pokdarwis dalam pemanfaatan penataan stan-stan untuk melakukan pengaturan Kawasan Desa Wisata Adenium. Pembinaan mengenai Kelompok Sadar Wisata ini dilakukan secara rutin, yaitu 6 bulan sekali yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik, kegiatan pembinaan Pokdarwis tersebut dilakukan secara berjenjang atau bertahap. Pembinaan Pokdarwis dari Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Timur sudah dilakukan sebanyak 2 kali, pembinaan Pokdarwis tersebut dilakukan secara periodik (pada tahun 2007 dan tahun 2008). Efek dari pembinaan Pokdarwis ini diharapkan mampu menumbuhkan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang diawali dari Pokdarwis ojek, sehingga menimbulkan efek Pokdarwis petani/pedagang untuk membuat stan-stan sepanjang jalan Kawasan Desa Wisata Adenium sebagai upaya pembangunan sistem kepariwisataan desa-desa adenium”. (Wawancara pada tanggal 17 Desember 2008 pukul 13.50 di ruang kerja beliau)

Pedoman dalam melebarkan sayap untuk mengembangkan promosi obyek wisata kawasan desa wisata adenium adalah “menata kota membangun desa, mewujudkan cita-cita warga”, dimana kawasan desa wisata adenium mempunyai 2 peran sekaligus sebagai obyek wisata dan industri agribisnis yang berpusat di wilayah pedesaan. Industri pariwisata dan industri agribisnis, langkah 2 in 1 yang dikembangkan pemerintah Gresik ini memberikan kontribusi yang luar biasa apabila pengembangannya ditanggapi dengan serius dan diperhatikan secara riil, dan diapresiasi aktif oleh masyarakatnya. Disamping ditujukan pada kegiatan industri ekonomi kepariwisataan, juga membangun ekonomi pedesaan dan memberikan ketrampilan sebagai modal untuk mampu mandiri, membangun

jaringan ekonomi lokal. Seperti yang diungkapkan oleh Kepala Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik tahun 2006-2008, Bapak Sunyoto:

“Membangun desa menata kota, bidang pariwisata adalah salah satu penunjang dari motto tersebut. Untuk itu, semua bidang pariwisata dikembangkan, termasuk wisata alam, budaya dan minat khusus. Karena minat khusus adalah potensi baru yaitu kawasan desa wisata adenium, maka adenium dikembangkan, antara lain: Diberdayakan petani adenium, diberdayakan paguyubannya, diberdayakan pamasarannya, serta diupayakan adanya banyak-banyak pameran supaya petani-petani adenium bisa berkembang dengan baik dan maju. Untuk menunjang wisata Obyek Daya Tarik Wisata (ODTW) adenium adalah salah satu andalan Kabupaten Gresik didalam mengembangkan wisata minat khusus karena dengan berkembangnya adenium banyak manfaat yang diperoleh, antara lain: meningkatkan lapangan kerja, memperluas lapangan kerja, memberdayakan petani-petani, meningkatkan income perkapita dan menumbuhkan perekonomian dipedesaan”. (Sumber wawancara program Anugrah Wisata Jawa Timur tahun 2007)

Adapun dalam melakukan usaha-usaha promosi diatas, diberikan juga wawasan tentang kepariwisataan sebagai upaya untuk mendorong masyarakat menjadi sadar akan potensi wisata dalam pembangunan nasional.

Sesuai yang diungkapkan oleh Bapak Tris selaku kepala Pemasaran Kepariwisataan Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik, bahwa :

Pengembangan non fisik yang dilaksanakan yaitu dengan promosi dan pembinaan masyarakat. Promosi ditempuh dengan berbagai media, melalui pembuatan buklet, banner, majalah dan dengan mengikuti, seperti mengikuti Anugrah Wisata Jawa Timur award pada tahun 2007 yang diikuti oleh seluruh kabupaten/kota diseluruh Jawa Timur (tingkat regional) dengan mengirimkan obyek wisata unggulannya pada tiap daerahnya. Even pariwisata tersebut diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Timur, dan obyek daerah tujuan wisata (ODTW) kawasan desa wisata adenium meraih penghargaan sebagai pengelola obyek dan daya tarik wisata dengan nominasi *the most exciting award* untuk kelompok wisata minat khusus. disamping itu, adanya pemilihan duta wisata dari kabupaten Gresik (Cak-Yuk) untuk memperkenalkan dan mempromosikan Kabupaten Gresik ditingkat regional. Jadi promosi dilaksanakan untuk mengundang wisatawan juga bertujuan untuk mengundang investor. Sedangkan pembinaan masyarakat ditempuh dengan memberikan pelatihan-pelatihan sesuai dengan kebutuhan pengembangan kawasan desa wisata adenium dan adanya pembentukan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam rangka sosialisasi Sapta Pesona yang merupakan jiwa dari pariwisata. (Wawancara pada tanggal 17 Desember 2008 pukul 12.00 di ruang kerja beliau)

1.3.Strategi Pemanfaatan Ruang Kawasan Desa Wisata Adenium

Strategi pengembangan ruang ini ditujukan pada pengembangan subwilayah kabupaten Gresik bagian selatan, yang mana tata ruangnya sendiri dasar pengembangannya sebagai kawasan sub pengembangan industri, ini yang lebih banyak mengisi baik lingkungan industri besar berupa dalam bentuk Perseroan Terbatas maupun lingkungan industri kecil dalam bentuk industri rumah tangga maupun agribisnis (pertanian, dalam bentuk pertanian asli dan pertanian bentukan), kemudian sebagai daerah perumahan.

Strategi penataan ruang ini dalam hubungannya dengan pengembangan kawasan desa wisata adenium adalah berupaya untuk menarik/mengundang investor guna membangun jaringan pasar yang lebih luas. Tapi seperti diungkapkan oleh ibu Tertiana Suryo Astuti (Kasi Promosi Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi) bahwa tata ruang kawasan desa wisata adenium sendiri sudah teratur, artinya desa-desa adenium yang merupakan 5 desa adenium sebagai obyek wisata ini terpusat dalam 1 wilayah jalan sepanjang 7 km tanpa tersebar (wawancara pada tanggal 12 November 2008 pukul 10.00 di ruang kerja beliau). Walaupun pada kenyataannya, desa-desa adenium tersebut bukan dalam ruang lingkup 1 kecamatan yang sama. Sehingga ada keteraturan tata wilayah secara alami pada kawasan desa wisata adenium tersebut.

Kawasan desa wisata adenium ini ditandai dengan adanya pemasangan reklame besar (dalam bentuk saxon) yang memberikan penegasan bahwa masuk pedesaan tersebut adalah ruang lingkup desa-desa adenium. Memasuki kawasan desa wisata adenium, kita akan disambut oleh desa Karang andong yang masuk pada kecamatan Driyorejo, sepanjang jalan desa baik jalan beraspal atau jalan paving desa masih bisa dikatakan masih bagus, dari desa Karang andong kita menuju desa Banyu urip yang terdiri dari 2 dusun yaitu dusun miru dan dusun pendem yang masuk kecamatan Kedamean. Jaringan jalan pada desa Banyu urip terbilang agak kurang layak, banyak sekali jalan aspal yang menghubungkan dengan desa-desa lainnya rusak, jalan yang bergelombang karena struktur tanah pedesaan, jalan aspal yang banyak bolong disana-sini dan lain-lain. Untuk menghubungkan jalur-jalur dalam desa dibuat konsep sebagai jalan paving,

namun jalan yang di dalam desa tersebut masih ada sebagian kecil yang belum dipaving.

Tabel 03
Tingkat Aksesibilitas Kecamatan Di Kabupaten Gresik

No	Kecamatan	Score Jarak ke pusat kota	Score Jumlah prasarana	Score Jumlah Jenis sarana	Score Rute	Total Score Tingkat Aksesibilitas	Status
1	Wringinanom	2	12	0	2	16	sangat rendah
2	Driyorejo	3	12	0	5	20	sangat rendah
3	Kedamean	4	7	0	2	13	sangat rendah
4	Balompanggung	3	7	0	4	14	sangat rendah
5	Benjeng	4	7	0	1	12	sangat rendah
6	Menganti	4	7	0	4	15	sangat rendah
7	Cerme	5	11	9	3	28	rendah
8	Duduksampeyan	5	16	0	1	22	sangat rendah
9	Kebomas	6	17	21	4	48	tinggi
10	Gresik	6	17	40	9	72	tinggi
11	Manyar	6	17	0	4	27	rendah
12	Bungah	5	12	0	3	20	sangat rendah
13	Sedayu	4	8	0	3	15	sangat rendah
14	Dukun	4	7	0	2	13	sangat rendah
15	Panceng	2	8	0	1	11	sangat rendah
16	Ujungpangkah	3	7	0	3	13	sangat rendah
17	Sangkapura	1	12	0	1	14	sangat rendah
18	Tambak	1	12	0	1	14	sangat rendah

Sumber : Hasil Analisa BAPPEDA Kabupaten Gresik

Berdasarkan pada tabel tingkat aksesibilitas kecamatan di kabupaten Gresik menurut hasil analisa dari Bappeda kabupaten Gresik, dapat kita lihat bahwa kecamatan-kecamatan yang meliputi kawasan desa wisata adenium yaitu Driyorejo, Kedamean dan Wringin anom merupakan kecamatan-kecamatan yang tingkat aksesibilitasnya bisa dikatakan sangat rendah. Padahal di daerah tersebut merupakan jaringan jalan yang tingkat penggunaannya masuk kategori padat dan banyak kendaraan berat yang melewati selatan daerah tersebut, hal ini dikarenakan daerah-daerah tersebut masuk pada jalur wilayah kabupaten Gresik bagian selatan yang merupakan wilayah perbatasan dengan Surabaya (arah timur), Sidoarjo (arah selatan) dan Mojokerto (arah barat) sehingga jalur lalu lintas sibuk apalagi ketika pagi dan sore hari. Wilayah selatan kabupaten Gresik ini juga adalah berpusatnya industri-industri besar.

Jaringan jalan pada wilayah selatan kabupaten Gresik banyak yang membutuhkan perbaikan fasilitas, dimulai pada awal jalan utama kecamatan Menganti kita masih menemui jaringan jalan yang layak, tapi ketika berjalan hampir 5 km kita akan menemukan banyak sekali kerusakan jaringan jalan, antara lain: jalan yang bergelombang, jalan yang berlubang, sepanjang samping kiri kanan jalan yang rusak. Hal tersebut berhenti sampai pada pertigaan antara menganti-surabaya-kedamean. Menuju daerah Kedamean kita menemukan jaringan jalan yang cukup lebar penataannya, tapi tidak ada penegasan pembatasan akan jalur kiri dan kanan, hal ini bisa saja menjadi boomerang karena kendaraan-kendaraan besar akan dengan seandainya melewati jalur lain untuk menyalip kendaraan lain. Jaringan jalannya juga tidak bisa dikatakan mulus-mulus saja, tapi masih terdapat jalan-jalan kecil bergelombang. Memasuki jalan utama kecamatan Driyorejo, jaringan jalan bisa dikatakan cukup memadai.

Untuk penataan ruang sebagai kawasan adenium ditunjang dengan perkembangan budidaya adenium pada hampir semua rumah penduduknya (Karandangong, Banyuurip, Menunggal, Kesamben, Sooko) dan banyaknya *nursery* (stan adenium) disepanjang jalan raya maupun didesa-desa adenium.

Tabel 04

Jumlah *nursery* (stan bunga adenium) di Kawasan Desa Wisata Adenium

Nama desa	Jumlah <i>nursery</i> adenium
Desa Karang andong	+ 10 <i>nursery</i>
Desa Banyu urip	± 5 <i>nursery</i>
Desa Menunggal	+ 5 <i>nursery</i>
Desa Sooko	± 3 <i>nursery</i>
Desa Kesamben	± 2 <i>nursery</i>

Sumber : Hasil analisa peneliti

1.4.Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM)

Strategi pengembangan SDM adalah salah satu elemen terpenting yang tidak boleh luput dari perhatian. Dalam pengembangan SDM pada petani adenium ini terfasilitasi oleh pengembangan kemampuan diri secara otodidak, melalui penyebaran informasi (melalui media teknologi informasi juga) dan pengembangan SDM yang difasilitasi oleh lembaga pemerintahan seperti oleh Dinas Pertanian yang memberikan pelatihan untuk meningkatkan ketrampilannya dengan cara:

- 1) Melakukan pengiriman pelatihan ke Lembang, Bandung. Akomodasi terfasilitasi.
- 2) Melakukan pengiriman pada pasar lelang Bank Jatim (komoditas pertanian/agribisnis) sebanyak 2x pada tahun 2006 dan tahun 2007. Akomodasi terfasilitasi oleh Dinas Pertanian Kabupaten Gresik.
- 3) Mengikuti pameran-pameran di sekitar kabupaten Gresik dalam bentuk penyediaan stan secara gratis oleh Dinas Pertanian dengan upaya kerjasama dengan pihak penyelenggara pameran.
- 4) Pada bulan Maret tahun 2008, mengadakan pelatihan adenium dengan mengikuti petani-petani pada basic wilayah adenium pada 3 kecamatan (Driorejo, Kedamean dan Wringin anom) yaitu sebanyak 60 petani/kecamatan. Topik informasi yang diberikan adalah “pelatihan

peningkatan teknologi pertanian khususnya budidaya adenium” dengan mendatangkan pembicara dari daerah Malang. Dengan materi yang diberikan berupa: membuat cabang seribu, membuat tanaman menjadi kompak dan harmonis, memilih bakalan adenium yang baik dan membuat pupuk organik yang cepat dan harmonis)

5) Pemberian bantuan bibit tanaman hias (adenium) pada bulan Juni 2008.

Pembinaan-pembinaan tersebut dimaksudkan sebagai penunjang sumber daya manusia (SDM) masyarakat lokalnya. Dalam terapannya, untuk melakukan penyuluhan dapat dilakukan oleh sumber daya-sumber daya tertentu atau berkualifikasi sesuai dengan yang tercantum pada program kerja dinas Pertanian, sesuai dengan yang dikatakan oleh bapak Bambang S. (Subdin IPP/Instansi Penyuluh Pertanian) bahwa penyuluh pertanian terbagi menjadi 3 macam, yaitu:

- 1) Penyuluh pertanian PNS (Pegawai Negeri Sipil)
Pegawai Negeri Sipil yang tugas fungsinya sebagai penyuluh.
- 2) Penyuluh pertanian THL (Tenaga Harian Lepas)
Penyuluhan yang diberikan oleh Tenaga Harian Lepas yang sifat kerjanya dikontrak oleh Departemen Pertanian. Tugas kerjanya kemudian dikembalikan kepada daerahnya sendiri untuk kemudian dijadikan sebagai penyuluh ditempatnya. Biasanya penempatan Tenaga Harian Lepas ada dibalai penyuluhan pertanian (tingkat kecamatan)
- 3) Penyuluh pertanian swakarya
Penyuluhan yang dilakukan dengan memberdayakan sumber daya manusia lokal sebagai penyuluh untuk memberikan penyuluhan sebagai bentuk penerangan dan pemahaman informasi kepada masyarakatnya. Atau bisa juga dikatakan bersifat sebagai relawan penyuluh dengan sistem pembayaran gaji penyuluh didapatkan dari iuran dari masyarakatnya. Wawancara pada tanggal 17 Desember 2008 pukul 10.00 di ruang kerja beliau)

Dinas pariwisata sendiri dalam kapasitasnya sebagai lembaga pemerintahan yang menaungi obyek wisata kawasan desa wisata adenium juga turut berperan dalam memfasilitasi pengembangan SDM dengan mengadakan pelatihan adenium di gedung Graha Sarana dengan materi yang diberikan yakni tata cara memilih dan merawat adenium, pelatihan prospek bisnis adenium serta melakukan *plant tour* atau kunjungan ke desa-desa senta adenium yang berada di kecamatan Driyorejo (desa Karang andong), Kedamean (desa Banyu urip dan Menunggal) dan Wringin anom (desa Kesamben dan Sooko). Tujuan kegiatan dari

pelatihan adenium ini bertujuan memberikan bekal secara teoritis kepada petani adenium sehingga sumber daya manusia (SDM) petani adenium meningkat. Pelatihan ini diberikan pada kegiatan pameran “Gresik Flora Expo 2007”.

Contoh nyata pembinaan atau lebih tepat disebut pembekalan dalam skala yang lebih luas dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata informasi dan komunikasi yang dilaksanakan pada tanggal 16 Nopember 2006 dan tanggal 3 Juni 2007.

Peserta pembekalan difokuskan kepada petani, pengusaha, pecinta dan pemerhati adenium. Adapun materi dan topik pembekalan meliputi :

- Ü Masa depan (prospek) peluang bisnis Adenium ;
- Ü Gambaran umum kontes Adenium ;
- Ü Jadikan Adenium cantik ;
- Ü Cara memilih dan merawat Adenium ;

Sedangkan narasumber yang dilibatkan adalah dari Kebun Percobaan PT. Petrokimia Gresik, Pataya Watu Putih Jogjakarta, Godong Ijo Nursey Banten, Komunitas Pecinta Adenium Gresik (KOMPAG) dan Perhimpunan Pecinta Adenium Indonesia Jawa Timur.

Pengembangan kinerja kepariwisataan dalam lembaga Disparinkom sendiri tersusun menjadi sebuah kerangka kebijakan tentang pentingnya pengetahuan kepariwisataan sebagai intisari jiwa diri, baik kepada masyarakat, para praktisi/kalangan professional yang memperhatikan pengembangan kepariwisataan, kalangan swasta maupun lembaga-lembaga pemerintahan. Sesuai dengan Konsepsi Manusia Pariwisata (Model Kompetensi) yang ada didalam Perda Pemkab Gresik dapat ditarik beberapa pengertian dari konsepsi manusia pariwisata, yaitu sebagai berikut:

5. Manusia Pariwisata adalah manusia yang sadar akan pentingnya pariwisata sebagai industri jasa yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian masyarakat. Oleh karena itu perlu keahlian (*skill*) dan moral agar bisa memberikan dedikasi terbaiknya bagi masyarakat.
6. Manusia Pariwisata adalah manusia yang terlibat dalam bidang kepariwisataan baik itu pelaku ataupun penyedia jasa pariwisata.
7. Manusia yang betul-betul mempunyai potensi untuk mengembangkan kepariwisataan.
8. Manusia Pariwisata adalah *stakeholders* yang melakukan usaha kepariwisataan agar wisatawan dapat menikmati karya cipta Tuhan Yang

Maha Esa dan memahami serta mensyukurinya sebagai bagian dari karunia Tuhan Yang Maha Esa.

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat dibuat beberapa catatan mengenai definisi manusia pariwisata sebagai model yang sedang dibangun oleh Dinas Pariwisata Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik. Catatan tersebut antara lain:

5. Manusia Pariwisata adalah semua pelaku dan penyedia pariwisata. Hal ini berarti bahwa SDM Pariwisata tidak hanya menyangkut pegawai di Disparinkom, tetapi juga termasuk pelaku dan penyedia pariwisata di luar dinas. Mereka bisa berasal dari kalangan dunia usaha, maupun masyarakat umum.
6. Mempunyai keahlian dalam bidang pariwisata sebagai kemampuan mendasar untuk lebih mengembangkan perekonomian masyarakat.
7. Manusia Pariwisata betul-betul memahami akan dunia pariwisata sebagai industri. Artinya bahwa kegiatan pariwisata yang dikelola oleh Dinas (Pemerintah), bagaimanapun tetap diarahkan pada kegiatan industri ekonomi kepariwisataan.
8. Masyarakat sebagai pemegang saham (*stakeholders*) juga menjadi sasaran pengembangan SDM Pariwisata oleh Disparinkom Gresik

1.5. Strategi Pengembangan Kemitraan/Kerjasama Dengan Pihak-pihak Terkait

Pemerintah Kabupaten Gresik secara intensif telah melaksanakan pembinaan, bimbingan, diklat pembekalan serta sosialisasi tiada henti kepada berbagai elemen masyarakat mengenai adenum disamping memberikan bantuan modal melalui berbagai program secara lintas satuan kerja, memfasilitasi pembentukan kelompok tani, gabungan kelompok tani maupun pra koperasi dan selanjutnya mengelola kawasan sentra adenum sebagai kawasan wisata serta mencanangkan Gresik sebagai Kota Adenum

Menurut penuturan Bapak Mad Hasan Bisri selaku pengurus Gapoktan dusun Pendem desa Banyuurip mengatakan bahwa :

Pembentukan Gapoktan atau gabungan kelompok tani desa Banyuurip berawal pada bulan Februari tahun 2008 yang tergabung dengan desa Manunggal, namun karena tidak boleh adanya penggabungan Gapoktan tapi harus perdesa oleh Dinas Pertanian Pusat sehingga Gapoktan desa Banyuurip berdiri sendiri pada bulan Agustus. Peran dengan adanya Gapoktan ini sebagai duta wisata untuk mengantarkan para pelancong/peneliti melihat Kawasan Desa Wisata Adenium dengan mengirimkan proposal. Gapoktan desa Banyuurip yang bernama Sekar Alam Adenia ini membawahi 4 dusun yaitu pendem, miru, wonosari dan banyuurip. Gapoktan tersebut juga memfokuskan pengembangan adenium khususnya terhadap petani dan pedagang kecil (tengkulak/pedagang keliling) berupa perantara bantuan pendanaan yang dikenal dengan PUAP (Program Usaha Agribisnis Petani) dari Dinas Pertanian Pusat (Jakarta) sebanyak 100 juta. Di samping masalah pendanaan, sistem kerjasama yang dilakukan adalah pengajuan proposal untuk mendapatkan mesin penghancur pupuk organik kepada kantor PMD (Pemberdayaan Masyarakat Desa). Gapoktan sendiri ditangani /difasilitasi oleh Dinas Pertanian Kabupaten dan PMD (Pemberdayaan Masyarakat Desa), peran PMD (Pemberdayaan Masyarakat Desa) adalah memfasilitasi Gapoktan untuk mengajukan proposal dana dan kebutuhan. Kemudian peran Dinas Pertanian Kabupaten adalah sebagai fasilitas perantara atau mediator untuk mendapatkan pendidikan seputar adenium dan untuk mendapatkan penyuluhan-penyuluhan seputar adenium. (Wawancara pada tanggal 5 November 2008 pukul 13.00 di rumah beliau)

Dalam hal bantuan modal kerja maupun dana bergulir untuk budi daya komoditas adenium juga sudah disalurkan secara simultan melalui lintas satuan kerja, diantaranya melalui Kantor Pemberdayaan Masyarakat Desa, Bagian Perekonomian dan Dinas Pertanian.

Sedangkan bantuan modal dilaksanakan melalui program UED-SP, UP2K-PKK, UPK Taskin, Pok Tan, BUMDes, Pasar Desa dan P4 K dengan perkembangan kondisi modal terakhir sebagai berikut :

Desa Mondoluku Kecamatan Wringinanom:

1. UED-SP	:	Rp.	8.000.000,-
2. UP2K-PKK	:	Rp.	12.050.000,-
3. UPK-Taskin	:	Rp.	17.694.000,-
4. Pok Tan	:	Rp.	14.000.000,-
5. BUMDes	:	Rp.	30.000.000,-
6. Pasar Desa	:	Rp.	30.000.000,-

Desa Menunggal Kecamatan Kedamean :

1. UED-SP : Rp. 2.761.525,-
2. UP2K-PKK : Rp. 6.153.275,-
3. SPP-PPK : Rp. 577.400.000,-

Desa Banyuurip Kecamatan Kedamean :

1. UED-SP : Rp. 4.000.000,-
2. UP2K-PKK : Rp. 8.789.825,-
3. UPK-Taskin : Rp. 22.000.000,-
4. SPP-PPK : Rp. 174.500.000,-

Program Pengembangan Kecamatan (PNPM-PPK) kegiatan Simpan Pinjam Kelompok Perempuan dengan usaha bunga kamboja (Adenium) disalurkan dana pinjaman sebagai berikut :

I. Kecamatan Kedamean :

TAHUN 2004 terdiri dari 2 Kelompok

Tabel 05

Dana bergulir budidaya adenium tahun 2004

No.	Desa	Kelompok	Pemanfaat	Pinjaman
1	Banyuurip	Adenium	15	15.000.000,-
2	Manunggal	Cemara	15	15.000.000,-
Jumlah			30	30.000.000,-

Sumber : Hasil analisa Ortala Kabupaten Gresik

TAHUN 2005 berkembang menjadi 6 Kelompok

Tabel 06

Dana bergulir budidaya adenium tahun 2005

No.	Desa	Kelompok	Pemanfaat	Pinjaman
1	Banyuurip	Adenium	15	15.000.000,-
2	Banyuurip	Adenium	15	15.000.000,-
3	Manunggal	Cemara	15	15.000.000,-
4	Manunggal	Cemara	15	15.000.000,-
5	Manunggal	Beringin	15	15.000.000,-
6	Manunggal	Beringin	15	15.000.000,-
			90	90.000.000,-

Sumber : Hasil analisa Ortala Kabupaten Gresik

TAHUN 2006 berkembang menjadi 8 kelompok

Tabel 07

Dana bergulir budidaya adenium tahun 2006

No.	Desa	Kelompok	Pemanfaat	Pinjaman
1	Banyuurip	Adenium	15	15.000.000,-
2	Banyuurip	Adenium	15	15.000.000,-
3	Banyuurip	Adenium	15	15.000.000,-
4	Manunggal	Cemara	15	15.000.000,-
5	Manunggal	Cemara	15	15.000.000,-
6	Manunggal	Beringin	15	15.000.000,-
7	Manunggal	Beringin	15	15.000.000,-
8	Manunggal	Beringin	15	15.000.000,-
Jumlah			120	120.000.000,-

Sumber : Hasil analisa Ortala Kabupaten Gresik

TAHUN 2007 berkembang menjadi 23 kelompok

Tabel 08

Dana bergulir budidaya adenium tahun 2007

No.	Desa	Kelompok	Pemanfaat	Pinjaman
1	Banyuurip	Adenium	14	15.000.000,-
2	Banyuurip	Adenium	12	15.000.000,-
3	Banyuurip	Adenium	17	20.000.000,-
4	Banyuurip	Adenium	10	12.000.000,-
5	Banyuurip	Adenium	15	15.000.000,-
6	Manunggal	Cemara	15	15.000.000,-
7	Manunggal	Cemara	12	15.000.000,-
8	Manunggal	Cemara	10	20.000.000,-
9	Manunggal	Cemara	8	10.000.000,-
10	Manunggal	Beringin	11	15.000.000,-
11	Manunggal	Beringin	12	15.000.000,-
12	Manunggal	Beringin	10	20.000.000,-
13	Manunggal	Beringin	15	15.000.000,-
14	Manunggal	Beringin	15	15.000.000,-
15	Manunggal	Al Hidayah	15	15.000.000,-
16	Manunggal	Al Hidayah	15	15.000.000,-
17	Manunggal	Al Hidayah	15	15.000.000,-
18	Manunggal	Al Hidayah	12	15.000.000,-
19	Manunggal	Al Hidayah	10	20.000.000,-
20	Manunggal	Al Hidayah	10	20.000.000,-
21	Manunggal	Intan	12	15.000.000,-
22	Manunggal	Intan	10	20.000.000,-
23	Manunggal	Bina Usaha	4	13.000.000,-
Jumlah			262	368.000.000,-

Sumber : Hasil analisa Ortala Kabupaten Gresik

Sedangkan melalui Bagian Perekonomian juga menyalurkan modal bergilir petani desa Sooko Kecamatan Wringin anom yaitu kepada Mistono, Sampurno hadi dan M.Ismail masing-masing sebesar lima jura rupiah. Di Desa Banyu urip Kecamatan Kedamean juga disalurkan dana bergilir atas nama Mianto kelompok tani Margomulyo sebesar 30 juta rupiah, An. Wahyudi kelompok tani Bogenvile sebesar Rp. 20 juta dan An. Supartono kelompok tani Cemara sebesar Rp, 20 juta

2. Faktor Pendukung Maupun Penghambat

a. Faktor Pendukung

1. Eksotisme bunga-bunga adenium sepanjang jalan 7 km yang dituturkan oleh Bapak Mujiono, selaku Sekretaris Desa dan Ketua Gapoktan Desa Banyu urip bahwa :

“Daya saing yang di unggulkan dari Kawasan Desa Wisata Adenium sebagai proyek baru Pemda Kabupaten Gresik adalah keindahan berlatarkan eksotisme yang dimanjakan dengan pemandangan bunga-bunga adenium sepanjang jalan 7 km mulai dari desa Karang andong, desa Banyu urip, desa Menunggal, Desa Sooko dan desa Kesamben”. (Wawancara pada tanggal 14 Desember 2008 pukul 14.00 di rumah beliau)

Sesuai dengan namanya, Kawasan Desa Wisata Adenium yang menampilkan ragam bentuk adenium di beberapa desa sentra adenium yang secara tata ruang desa-desa tersebut terkoordinir kedalam sebuah kawasan yang mengunggulkan produk agribisnisnya yaitu bunga adenium atau mawar gurun.

2. Berdasarkan penuturan Ibu Listyowati selaku Kasi Informasi Pangsa Pasar Wisata menerangkan bahwa langkah utama kebijakan untuk mendukung desa-desa adenium menjadi Obyek Daya Tarik Wisata (ODTW) adalah dengan :

“Adanya upaya pemerintah untuk menetapkan 5 desa (Karangandong, Banyu urip, Menunggal, Sooko dan Kesamben) pada 3 kecamatan (Driyorejo, Kedamean dan Wringin anom) sebagai kawasan desa wisata adenium pada tahun 2007 tepatnya bulan maret dan menobatkan gresik sebagai kota adenium (*new icon* kabupaten Gresik) dengan pemasangan pamflet berukuran besar yang berdiri didepan Kawasan Desa Wisata Adenium (depan desa Karang andong)”. (Wawancara pada tanggal 28 Oktober 2008 pukul 09.00 di ruang kerja beliau)

Upaya tersebut dilakukan untuk memberi payung hukum dan memasukkannya ke dalam bagian dari Obyek Daya Tarik Wisata (ODTW) unggulan Kabupaten Gresik. Hal tersebut dilakukan berdasarkan potensi yang dimiliki oleh Sentra Kawasan Adenium dan supaya pemerintah khususnya lembaga-lembaga pemerintah yang terkait mempunyai kewenangan untuk melakukan strategi-strategi pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium menjadi agrowisata.

3. Perencanaan dan penetapan strategi yang disesuaikan dengan kebutuhan obyek wisata yang secara garis besar terbagi menjadi 2 strategi yaitu strategi pemasaran kepariwisataan dan strategi pengembangan potensi wisata oleh Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik.
4. Sesuai pemaparan Bapak Bapak Eko selaku Kasubdin Pengembangan Potensi Wisata pada Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik bahwa :

“Kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan obyek wisata kawasan desa wisata adenium sebagai obyek wisata minat khusus yang bersifat inovatif dan produktif yang terangkum dalam misi Kabupaten Gresik yaitu “membangun desa menata kota, mewujudkan cita-cita warga”. Yang mana pariwisata sebagai salah satu komponen penunjang keberhasilan misi tersebut”. (Wawancara pada tanggal 12 Desember 2008 pukul 11.00 di ruang kerja beliau)

Dukungan kebijakan pemerintah terhadap Kawasan Desa Wisata Adenium sangat sesuai dengan program utama Kabupaten Gresik bahwa dengan adanya Kawasan Desa Wisata Adenium mampu berperan mengatasi masalah urbanisasi yang pada realitanya tak terbendung keberadaannya, disamping memberikan keleluasaan kepada masyarakat lokal guna berpartisipasi secara aktif dan bekerjasama dengan pemerintah dalam pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium.

5. Faktor pendukung sarana prasarana dalam pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium yang utama menurut Bapak A. Zainal Abidin, staff Pengembangan Potensi Wisata adalah :

“Aksesibilitas yang lumayan mudah yang dapat dicapai dengan jalan aspal, serta tersedia sarana transportasi berupa angkutan umum (hanya sampai pada depan kawasan desa wisata adenium) dan pangkalan ojek

(untuk masuk menuju kawasan desa wisata adenium). Tersedianya stan-stan bunga adenium atau rumah-rumah penduduk yang menyajikan bunga adenium dengan varietas yang bermacam-macam sepanjang perjalanan menempuh kawasan desa wisata adenium (sepanjang 7 km), sehingga baik pengunjung maupun pembeli dimanjakan dengan berbagai varietas yang memukau dengan berbagai penawaran yang ditawarkannya”. (wawancara pada tanggal 17 Desember 2008 pukul 14.00 di ruang kerja beliau)

Dengan dukungan sarana prasarana pada obyek wisata Kawasan Desa Wisata Adenium diharapkan mampu menjadikan daya tarik untuk menarik wisatawan berkunjung menikmati obyek wisata unggulan daerah Kabupaten Gresik tersebut.

6. Jaringan telekomunikasi yang sangat menunjang. Walaupun areal pedesaan tetapi jaringan komunikasi dari berbagai operator bisa masuk.
7. Adanya rencana pembangunan pasar wisata adenium berupa showroom didesa Karang andong Driyorejo, dimana pasar tersebut berfungsi sebagai wadah berkumpulnya para petani, pedagang, pembeli maupun pemerhati tanaman adenium didesa Menunggal (berdasarkan penuturan Bapak Eka selaku Kasubdin Pengembangan Potensi Wisata, wawancara pada tanggal 11 Desember 2008 pukul 11.00 di ruang kerja beliau).
8. Sarana pelengkap seperti pembangunan pasar sudah terealisasikan yang diungkapkan oleh Bapak Ruswandi, Kepala Desa Manunggal :

“Berdirinya pasar didesa Menunggal Kedamean yang pembangunannya dibiayai oleh Badan Pemberdayaan Masyarakat Desa, namun dalam fungsinya pasar tersebut sebagai penunjang kegiatan komoditi pertanian maupun kebutuhan-kebutuhan yang bersifat primer. Akan tetapi, pasar tersebut salah satu tujuannya juga diperuntukkan sebagai penunjang pemasaran adenium karena komoditi adenium termasuk salah satu komoditi unggulan desa Menunggal”. (Wawancara pada tanggal 14 Desember 2008 pukul 12.00 di rumah beliau)

Pembangunan pasar komoditi unggulan pedesaan yang berdiri di desa Manunggal merupakan salah satu bentuk atensi pemerintah guna mendukung iklim usaha budidaya adenium dan menjadi wadah berkumpulnya budidaya adenium (petani, pedagang, praktisi, maupun pemerhati tanaman adenium)

9. Pentingnya eksistensi Kawasan Desa Wisata Adenium sebagai Obyek Daya Tarik Wisata (ODTW) unggulan Kabupaten Gresik dituangkan kedalam

program promosi yang terus-menerus dieksploitasi secara positif baik melalui Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi maupun kerjasama dengan lembaga nonformal yang terkait seperti diungkapkan oleh Ibu Listyowati kasi Informasi Pangsa Pasar Wisata adalah sebagai berikut:

“Pengembangan promosi kawasan desa wisata adenium ini oleh Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik secara teknis dituangkan dalam strategi pemasaran kepariwisataan yang dalam implementasinya dapat berupa pemberdayaan duta wisata sebagai langkah aktif guna memperkenalkan pariwisata lokal kepada pihak luar, pembuatan peta wisata, booklet wisata, banner, reklame obyek wisata sebagai penegasan bahwa adanya obyek wisata, pembuatan media cetak, kerjasama dengan tv lokal untuk menayangkan obyek wisata serta peran media cetak dalam pengembangan promosi tentang kawasan desa wisata adenium kedepannya”. (Wawancara pada tanggal 28 Oktober 2008 pukul 10.00 di ruang kerja beliau)

Pengembangan promosi yang tiada henti dan diupayakan terus-menerus bertujuan memperkenalkan secara luas Kawasan Desa Wisata Adenium kekancah wisata nasional terutama tingkat daerah. Langkah-langkah fisik dan non fisik tersebut di atas diharapkan mampu menarik atensi masyarakat luas.

10. Pengembangan promosi dapat disebarluaskan melalui pameran-pameran, dengan mengikutsertakan para petani, pedagang atau pemerhati adenium yang terfasilitasi oleh lembaga-lembaga pemerintah yaitu dari dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi serta dinas Pertanian dengan maupun pameran-pameran yang mengandalkan kemampuan individual.
11. Faktor pendukung iklim usaha Sentra Bunga Adenium sebagai daerah agribisnis di ungkapkan Bapak Mujiono, Ketua Gapoktan dan Sekretaris Desa Banyu urip yang menerangkan sebagai berikut :

“Kawasan desa wisata adenium merupakan terdiri dari desa-desa adenium yang menjadikan budidaya adenium sebagai salah satu mata pencahariannya baik sebagai sumber penghidupan, sumber bisnis, maupun pengaruh budaya masyarakat. Desa-desa adenium tersebut masuk pada lingkungan industri kecil berbasis agribisnis dimana pemanfaatan potensi dan kemandirian berbasis pada sumber daya lokal/pedesaan dengan potensi utama berasal dari produk pertanian (holtikultura). Sehingga, semakin banyak ditemuinya petani-petani (dalam kapasitasnya sebagai pengembang adenium), pedagang, dan pemerhati tanaman adenium. Pada kawasan desa wisata adenium tersebar para petani, pedagang maupun pemerhati bunga adenium. Sehingga memberikan kontribusi yang cukup

besar bagi pengembangan budidaya adenium, penyebarluasan informasi dan teknologi maupun pembangunan pangsa pasar". (Wawancara pada tanggal 14 Desember 2008 pukul 14.15 di rumah beliau)

Berkembangnya iklim usaha didasarkan pada kebutuhan primer maupun sekunder masyarakat Kawasan Desa Wisata Adenium. Banyaknya masyarakat yang membudidayakan tanaman adenium baik berdasarkan sebagai sumber penghidupan, sumber bisnis maupun pengaruh dari budaya masyarakatnya, pada akhirnya Kawasan Desa Wisata Adenium terbentuk sebagai agrowisata salah satunya karena terplot menjadi lingkungan industri kecil yang terstruktur dengan apik.

12. Adanya pemahaman budaya dari masyarakatnya untuk mempertahankan dan tetap membudidayakan tanaman adenium walaupun tengah mengalami penurunan harga dan badai krisis global (berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Mujiono Ketua Gapoktan dan Sekretaris desa Banyuurip sekaligus praktisi adenium pada tanggal 14 Desember 2008 pukul 14.20 di rumah beliau).
13. Adanya pola pikir penerapan untuk memasukkan budidaya tanaman adenium sebagai salah satu mata pelajaran ketrampilan yang masuk ke dalam muatan lokal di Madrasah Tsanawiyah di desa Kesamben. Dengan tujuan memberikan ketrampilan sejak usia dini dan memperkenalkan budaya yang sedang berkembang pada masyarakatnya. Salah satu pelopor dari gagasan mempatenkan budidaya tanaman adenium sebagai mata pelajaran ketrampilan adalah bapak Eko, warga desa Kesamben yang kebetulan berprofesi sebagai pembudidaya tanaman adenium, penyuluh dan pedagang adenium yang sekaligus sebagai tenaga pendidik di Madrasah Tsanawiyah desa Kesamben kecamatan Wringin anom. Budidaya pengembangan adenium ini juga masuk pada kurikulum muatan lokal (pengetahuan lingkungan hidup/PLH) di SMA Semen Gresik.
14. Menurut Bapak Asdi pengusaha adenium asal desa Manunggal yang sudah 8 tahun bertani adenium bahwa mayoritas penduduk pada kawasan desa wisata adenium mempunyai ketrampilan sejak dini mengenai pembudidayaan bunga adenium, ketrampilan tersebut biasanya semakin terasah menginjak usia

dewasa. (Wawancara pada tanggal 27 Oktober 2008 pukul 10.00 di stan adenium milik beliau)

b. Faktor Penghambat

1. Belum ada wadah kelembagaan informal yang secara konkrit khusus menangani dan memfokuskan penelitiannya terhadap produk adenium pada kawasan desa wisata adenium, hal tersebut diungkapkan oleh Bapak Mujiono Sekretaris desa Banyuurip sekaligus praktisi adenium.
2. Menurut hasil wawancara dengan Bapak Bambang yang berprofesi sebagai tenaga penyuluh pertanian dan juga anggota dari KOMPAG (Komunitas Pecinta Adenium Gresik) bahwa terjadi iklim usaha yang tidak kondusif, terutama yang berkembang di wilayah internal pada sesama pengembang produk adenium (petani atau pedagang adenium). (wawancara dilakukan pada tanggal 11 Desember 2008 pukul 12.15 di ruang kerja beliau)
3. Menurut Bapak Nizam selaku ketua Kompag (Komunitas Pecinta Adenium Kabupaten Gresik) dan pengurus dari PPADI bahwa :

“Banyaknya Event Organizer (EO) di wilayah luar kota (Surabaya) yang menawarkan jasa pengembangan pasar sejenis untuk mengadakan pameran, banyaknya diadakannya pameran ini juga memicu penurunan harga produk adenium. Karena Event Organizer (EO) adalah lembaga swasta yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan (*profit oriented*) sebanyak-banyaknya. Kelemahan dari sering diadakannya pameran-pameran oleh Event Organizer (EO) adalah dapat merusak harga bunga adenium, sehingga berdampak buruk bagi petani, pedagang dan broker”. (Wawancara dilakukan pada tanggal 17 Desember 2008 pukul 14.30 di stan milik beliau yang berada di Telaga Ngipik)

Bertebarannya jasa pengembangan pasar dan promosi (pameran-pameran flora) yang semakin marak dan menjadi tren berdampak terhadap signifikansi penurunan harga tanaman adenium dipasaran nasional. Karenanya di satu sisi melemahnya perkembangan budidaya adenium di Kawasan Desa Wisata Adenium.

4. Menurut Bapak Bambang selaku anggota KOMPAG (Komunitas Pecinta Adenium Kabupaten Gresik) dan juga pemerhati sekaligus sebagai elemen

Dinas Pertanian, faktor-faktor yang mempengaruhi anjloknya pasar adenium disebabkan oleh beberapa faktor, yang bisa dijelaskan sebagai berikut:

1. Produk adenium hanya dijadikan sebagai kebutuhan sekunder
2. Terjadinya krisis global yang terjadi pada tahun 2008 juga memberikan dampak penurunan harga adenium dikarenakan menurunnya minat/daya beli konsumen (masyarakat) terhadap adenium.
3. Adanya persaingan harga diantara para petani dan pedagang (yang berada disekitar jalan raya)/yang dekat dengan jalan raya dengan para petani dan pedagang yang berada didalam Kawasan Desa Wisata Adenium, dengan asumsi pematokan harga yang tidak seimbang antara petani dan pedagang adenium yang terletak disekitar jalan raya (diluar) yang umumnya dijejali basic pedagang dengan petani/pedagang yang berada didalam (kampung-kampung) dengan menurunkan harga jual dibawah standar sehingga adanya faktor selisih harga yang lumayan tinggi. Dengan perbandingan, apabila pedagang adenium yang berada diuar menjual adenium dengan asumsi harga 100%, maka petani/pedagang adenium yang berada didalam/dikampung-kampung menjualnya dengan asumsi harga antara 50%-75%.
4. Pangsa pasar adenium yang semakin luas. Pengembangan budidaya adenium sudah banyak dikembangkan diberbagai daerah di pulau Jawa dan Bali. (Wawancara dilakukan pada tanggal 11 Desember 2008 pukul 12.20 di ruang kerja beliau)

Dalam perkembangannya, produk adenium juga tergilas arus modernisasi seperti dengan adanya krisis global yang melanda dunia sejak tahun 2008, sehingga adanya penurunan kebutuhan adenium menjadi kebutuhan sekunder. Persaingan yang terjadi secara tidak sehat dalam kapasitas internal dan pengembangan adenium yang menasionalisasi menyebabkan iklim usaha didalam desa-desa adenium mengalami hambatan.

5. Dasar hidup masyarakat pengembang adenium yang terbilang agak traadisional yang menjadi pedoman hidup dan kebutuhan masyarakatnya terutama masyarakat yang berprofesi sebagai petani adenium menurut Bapak Mujiono Sekretaris desa Banyuurip sekaligus praktisi adenium bahwa :

“Pola pikir masyarakat pedesaan (pada desa-desa adenium) yang mempunyai pola pikir bahwa budidaya adenium sebagai sumber kehidupan (*livelihood*) dengan prinsip “yang penting asap didapur bisa

mengepul” bukan sebagai sumber bisnis tanpa berpikir panjang tentang strategi pemasaran adenium karena asal untuk menutupi kebutuhan mendesak keluarga sehingga menyebabkan mereka melepas harga adenium dengan harga dibawah pasaran dikarenakan faktor desakan kebutuhan ekonomi keluarga dan budidaya adenium merupakan mata pencaharian utama”. (Wawancara dilakukan pada tanggal 14 Desember 2008 pukul 14.30 di rumah beliau)

6. Daerah Selatan Kabupaten Gresik yang lebih menekankan pada daerah agraris, kebanyakan penduduknya sedari awal sudah berprofesi sebagai petani sehingga pertanian palawija bisa dikatakan sudah menjadi urat nadi kehidupan masyarakatnya, sehingga budidaya adenium kurang di tanggapi secara serius oleh para budidaya adenium. Seperti yang tersirat dibawah ini:

Mindset (pola pikir) masyarakatnya yang masih mempertahankan pola pikir tradisional mengenai budaya pertanian palawija (padi/jagung), mereka lebih condong menjadikan palawija sebagai lahan yang menguntungkan dan produk unggulan penghidupan mereka daripada budidaya adenium, sehingga sulit berkembangnya baik secara pola pikir, prilaku, maupun dari segi tingkat kehidupan mereka karena kurang seriusnya terhadap pembudidayaan adenium (berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ruswandi, Kepala Desa Manunggal yang dilakukan pada tanggal 14 Desember 2008 pukul 12.30 di rumah beliau).

3. Analisa Data

1. Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium

Untuk lebih konprehensif dalam pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium serta mengikat seluruh Satuan Kerja Perangkat daerah untuk dijadikan icon daerah maka diregulasi melalui Keputusan Bupati Gresik Nomor : 556/ 2 /HK/403.14/2008 tanggal 18 Januari 2008 tentang Pencanaan Gresik sebagai Kota Adenium.

Program Pemerintah Kabupaten Gresik yang terkait dengan pengembangan komoditas Adenium, sebagaimana termaktub dalam Rencana Kerja Pemerintah Daerah diantara sebagai berikut :

1. Pemantapan Pemanfaatan Potensi Sumber Daya Perkebunan Dan Kehutanan Rakyat.

Arah Kebijakan program ini adalah program ini adalah untuk pemanfaatan potensi sumber daya perkebunan dan kehutanan seoptimal mungkin, adil dan berkelanjutan.

Sasaran

- a) Deversifikasi Perkebunan dan Hutan Rakyat pada Lahan Masyarakat
 - b) Pemasaran dan Pengendalian Peredaran Hasil Perkebunan dan Kehutanan
2. Pengembangan Pariwisata.

Arah Kebijakan program ini adalah program ini adalah untuk meningkatkan pengelolaan tempat tujuan wisata dan aset-aset budaya.

Sasaran

- a) Peningkatan Fasilitas, Promosi dan Investasi Pariwisata
 - b) Pengembangan Informasi dan Komunikasi serta Jejaring Kepariwisata dan Budaya
- 3 Pengembangan Dan Penciptaan Iklim Usaha Bagi Koperasi, Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah

Arah Kebijakan program ini adalah untuk memfasilitasi terselenggaranya lingkungan usaha yang efisien secara ekonomi, sehat dalam persaingan, dan non-diskriminatif bagi kelangsungan dan peningkatan kinerja Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Sasaran

- a) Fasilitasi Akses Usaha bagi Koperasi dan UMKM
 - b) Regulasi yang Berpihak pada Ekonomi Kerakyatan
4. Peningkatan Eksplorasi, Eksploitasi Dan Perlindungan Potensi Sumber Daya Alam Yang Ada

Arah Kebijakan program ini adalah program ini adalah untuk pemanfaatan potensi sumber daya Alam secara optimal dengan tetap memperhatikan kelestarian lingkungan dan Keberlanjutannya.

Sasaran

- a) Penataan Ruang pada Potensi Sumber Daya Alam.
- b) Peningkatan Pengelolaan Potensi Sumber Daya Alam

- c) Peningkatan Pembinaan, Pengendalian dan Pengawasan Kawasan dan Kegiatan Pengelolaan Potensi Sumber Daya Alam
 - d) Konsevasi dan Rehabilitasi Sumber Daya Alam
 - e) Pengendalian Banjir dan Abrasi Pantai atau Daya Rusak Air
5. Pengembangan Instrumen Pendukung Pembangunan Sumber Daya Alam

Arah Kebijakan program ini adalah program ini adalah untuk mengembangkan instrumen pendukung pembangunan Sumber Daya Alam yang meliputi; kebijakan dan peraturan perundangan, sistem, kelembagaan, SDM serta Iptek yang diperlukan dalam pengelolaan Sumber Daya Alam.

Sasaran

- a) Pengembangan dan Implementasi Sistem, Kebijakan dan Peraturan Perundang-undangan Pengelolaan Sumber Daya Alam
- b) Pengembangan Iptek, SDM dan Kelembagaan Pengelolaan Sumber Daya Alam

Atas dasar 5 (lima) program diatas yang dijabarkan dalam beberapa kegiatan oleh beberapa Satuan Kerja Perangkat Daerah diantaranya Dinas Pertanian, Dinas Pariwisata Informasi dan Komunikasi, Dinas Koperasi, Pengusaha Kecil dan Menengah, Kecamatan yang secara simultan memberikan dukungan atas pesatnya perkembangan komoditas Adenium di Kabupaten Gresik. Program-program tersebut merupakan bentuk kebijakan pemerintah daerah yang terwakili oleh dinas-dinas terkait guna menunjang stimulus pengembangan kawasan desa wisata adenium sebagai daerah yang berpotensi besar menciptakan lapangan pekerjaan, pemberdayaan masyarakat lokal dan tak lupa juga menyumbang pemasukan daerah bagi Kabupaten Gresik.

Upaya sinkronisasi kebijakan dan kerjasama antar lembaga pemerintah didalam pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium agar dioptimalkan guna mendukung keberhasilan dalam mengembangkan program, kebijakan, gagasan lokal yang cerdas, khas, dan *genuine* secara inovatif. Dengan hadirnya konsep Kawasan Desa Wisata Adenium ini setidaknya dapat memberikan stimulus bagi pelaksanaan otonomi di daerah dan membangkitkan optimisme bahwa pelaksanaan otoda mampu memberikan dampak yang positif terhadap

pembangunan ekonomi dan sosial. Kemampuan pemerintah daerah untuk membuat program/kebijakan yang dapat memberikan sumbangsih produktif kepada masyarakat sebagai bentuk dukungan yang nyata demi mendukung langkah progresif potensi daerahnya. Konsep otonomi daerah setidaknya sebagai inspirasi sebagai pembangunan berbasis otonomi yang berusaha memahami otonomi daerah dalam kerangka kompromi komprehensif untuk bebas dan untuk maju dalam sektor pembangunan.

a. Sebagai Obyek Daerah Tujuan Wisata (ODTW) Minat Khusus

Sebagai bentuk apresiasi atas aspirasi masyarakat akan perkembangan budidaya adenium sekaligus untuk mengapresiasi petani, pengusaha, pemerhati dan pecinta adenium di Kabupaten Gresik maka dilaksanakan penancangan Gresik sebagai Kota Adenium yang dilaksanakan pada tanggal 4 Juni 2007 dengan tajuk “Gresik Kota Adenium Flora Expo Tahun 2007” yang dilanjutkan dengan Bursa dan Kontes Adenium dan Tanaman hias Mulai tanggal 4 s/d 12 Juni 2007.

Disamping itu dalam rangka menindaklanjuti penancangan tersebut dikembangkan pula show room Adenium yang terletak pada lokasi obyek wisata Telaga Ngipik yang berdekatan dengan lokasi Kawasan Industri (KIG) di Desa Ngipik Kecamatan Gresik pada lokasi tersebut juga diletakkan prasasti penancangan “Gresik Sebagai Kota Adenium” sesuai berita acara penancangan tanggal 4 Juni 2007 Nomor : 556/709/403.60/2008.

Kawasan desa wisata adenium dalam lingkup pengembangan kepariwisataan Kabupaten Gresik ditetapkan sebagai salah satu obyek daerah tujuan wisata minat khusus. Definisi dari wisata minat khusus sendiri adalah wisata yang berkembang dari sebuah penciptaan produk yang unik, berinovasi dan mempunyai daya tarik tersendiri karena adanya sebuah kegiatan khusus dari produk atau masyarakatnya. Elemen dari wisata minat khusus didukung oleh adanya sebuah produk yang bisa dikembangkan untuk menjadi lebih baik atau lebih bermanfaat dan sebuah produk yang dihasilkan lewat aktualisasi ide-ide kreatif manusia.

Sebagai salah satu potensi pariwisata unggulan Kabupaten Gresik, Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik sebagai lembaga pemerintah yang menaungi dengan memberikan payung hukum dan aktif memberikan dukungan dengan langkah pemberdayaan yang optimal guna memberikan kontribusi secara aktif demi kemajuan pengembangan wisata kawasan desa wisata adenyum. Dalam pengembangan sebuah kepariwisataan mengacu kepada prinsip-prinsip pariwisata yang berkelanjutan, prinsip-prinsip tersebut disebutkan dibawah ini :

Prinsip-prinsip pariwisata yang berkelanjutan

- Partisipasi
- Keterlibatan semua pihak
- Kepemilikan lokal
- Sumber daya yang berkelanjutan
- Tujuan-tujuan dirumuskan oleh komunitas
- Daya dukung
- Monitoring dan evaluasi
- Tanggungjawab
- Pelatihan
- Promosi

Industri pariwisata berurusan dengan pergerakan manusia beserta pemenuhan kebutuhannya yang spesifik. Untuk bisa bertahan, pemain di industri dengan karakteristik ini dituntut untuk fokus pada pelanggan dan pasar. Sebagai penyedia jasa, pemain di industri ini harus memiliki pengetahuan yang mendalam tentang siapa pelanggannya yang bisa diketahui dengan segmentasi pasar. Setelah tahu segmennya, bisa ditentukan siapakah sasaran pelanggannya dan barulah beranjak pada apa kebutuhan/harapan utama mereka. Ekspektasi ini penting untuk menjamin pemenuhan kepuasan pelanggan. Dari pertanyaan yang diawali oleh siapa dan *need analysis* ini kemudian bisa ditingkatkan dengan menjawab bagaimana kualitas hubungan dengan pelanggan. Yang dilakukan dengan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dan pengumpulan keluhan pelanggan. Keluhan pelanggan (*feedback*) yang didapat kemudian ditindaklanjuti secara profesional dalam standar waktu dan kompensasi tertentu.

Beberapa hal penting yang menjadi dasar pertimbangan didalam menganalisis terhadap kebijakan Kawasan Desa Wisata Adenyum adalah sebagai berikut :

1. Pola pengembangan daerah Kabupaten Gresik telah ditetapkan bahwa Kawasan Desa Wisata Adenium merupakan kawasan wisata yang berbalut kondisi agribisnis masyarakatnya yang bisa dibilang merupakan penemuan wisata baru yang unik (agak langka) yang menjadi salah satu pariwisata unggulan disamping wisata religi/budaya dan wisata alam yang berada didaerah sub pengembangan wilayah selatan Kabupaten Gresik dan menjadi satu-satunya Obyek Daerah Tujuan Wisata (ODTW) pada wilayah tersebut.
2. Dalam jangka pendek, perlu adanya pengembangan kegiatan-kegiatan wisata lainnya sebagai instrumen penunjang desa wisata Kawasan Desa Wisata Adenium seperti pembentukan lembaga desa wisata, jasa
3. Kebijakan harus mengakomodasi dan mendukung pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium yang strategi pengembangannya meliputi strategi pengembangan produk (menciptakan kondisi yang sinkron antara wisata dan agribisnis), pasar dan promosi (menyebarkan informasi untuk menumbuhkan pangsa pasar/kunjungan), strategi tata ruang (basis kawasan desa-desa yang membutuhkan pengaturan tata letak agar lebih menarik), strategi sumber daya manusia (instrumen penunjang yang paling pokok guna membangun ketrampilan masyarakatnya agar menjadi lebih baik lagi sebagai aktor utama dalam pengembangan Kawasan desa Wisata Adenium) dan strategi pengembangan kemitraan/kerjasama dengan pihak-pihak terkait.
4. Penerapan Kawasan Desa Wisata Adenium sebagai obyek wisata minat khusus ditetapkan berdasarkan 4 prinsip dasar pokok, yaitu : ditunjang dengan adanya kawasan yang terdiri dari desa-desa adenium, adanya potensi besar pengembang adenium dalam kawasan tersebut, sudah ada pembentukan beberapa kelompok sadar wisata dari masyarakatnya dan adanya payung hukum mengenai Kawasan Desa Wisata Adenium yang diregulasi melalui Keputusan Bupati Gresik Nomor : 556/ 2 /HK/403.14/2008 tanggal 18 Januari 2008 tentang Pencanangan Gresik sebagai Kota Adenium.

5. Dua strategi umum kepariwisataan yang tercantum pada rencana kerja dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik dalam rangka mewujudkan pembangunan kepariwisataan. Penjabaran 2 strategi umum kepariwisataan adalah: pertama yang meliputi: strategi pemasaran kepariwisataan yang meliputi promosi wisata, kerjasama wisata, dan informasi pangsa pasar pariwisata. Dan yang kedua yang meliputi: pengembangan potensi wisata yang meliputi obyek wisata, usaha jasa dan usaha sarana, dan standar mutu pelayanan wisata.

b. Sebagai Daerah Agribisnis

Pada pengembangan sub wilayah Kabupaten Gresik secara umum terkondisikan sebagai daerah pedesaan yang didukung dengan usaha dibidang pertanian dan lingkungan industri (industri rumah tangga dan industri dalam kapasitas besar). Namun, dalam kurun waktu beberapa tahun ini telah berkembang produk agribisnis hortikultura dengan mengedepankan tanaman adenium sebagai lahan budidaya masyarakatnya, perkembangan budidaya adenium ini tersebar di beberapa desa yang masuk kedalam pengembangan sub wilayah selatan Kabupaten Gresik. Sebuah potensi yang kemudian diapresiasi menjadi produk pariwisata unggulan Kabupaten Gresik pada awal tahun 2007.

Belajar dari pengalaman peristiwa usaha budi daya ikan hias Louhan yang mengalami booming sampai di tingkat nasional selanjutnya stagnan dan dalam waktu singkat industri louhan sudah tidak diminati lagi maka diperlukan upaya pembekalan agar petani bisa mengembangkan diri, menjaga kualitas dan membaca pangsa pasar. Kunci sukses pengembangan budi daya adenium adalah peningkatan pengetahuan tiada henti, kreatifitas dan inovasi yang tinggi serta jalinan komunikasi yang kuat dengan semua pihak sehingga tercipta pangsa pasar yang dinamis.

Sebagai sektor agribisnis, Kawasan Desa Wisata Adenium erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian masyarakat lokal yang dapat diukur dengan parameter kehidupan ekonomi. Secara garis besar, parameter kehidupan ekonomi terdiri dari tiga indikator yaitu pertumbuhan, pemerataan, dan pemberdayaan &

pengentasan kemiskinan. Isu strategis pertumbuhan meliputi pendapatan daerah dan masyarakat, investasi, dan kesempatan kerja. Isu strategis dari indikator pemerataan meliputi distribusi pendapatan, akses modal, serta sarana dan prasarana. Sedangkan pemberdayaan meliputi potensi dan program ekonomi lokal, ekonomi lemah dan lokal, pemberdayaan ekonomi lokal, dan kapasitas ekonomi rakyat.

Ada dua kata kunci sehubungan dengan *inovasi*, *development* dan *freedom*. Jadi inovasi merupakan ukuran nyata keberhasilan otoda dalam menumbuhkembangkan *freedom for development* (kebebasan untuk melakukan pembangunan) and *development for freedom* (pembangunan yang berkebebasan). Inovasi bukan hanya diartikan sebagai kearifan dan kejeniusan lokal yang terlembaga, tapi jauh dari itu merupakan gambaran sebuah kemajuan. Inovasi adalah terobosan dan kreativitas. Terobosan menunjukkan ke arah terobosan (*development*), sedangkan kreativitas mencerminkan kebebasan (*freedom*).

Keunggulan adenium yang berasal dari Taiwan adalah Taiwan mempunyai bunga-bunga adenium yang bagus-bagus, Thailand dikatakan sebagai sumber adenium jenis-jenis unik dan Indonesia unggul di bentuk bonggolnya yang unik-unik dan mampu membentuk sesuai perkembangannya.

Pembangunan system dan usaha agribisnis diarahkan untuk mendayagunakan keunggulan komparatif dengan mengembangkan system secara simultan dan harmonis. Pembangunan agribisnis perlu ditempatkan bukan hanya sebagai pendekatan baru pembangunan pertanian, tetapi lebih dari itu pembangunan agribisnis perlu dijadikan sebagai penggerak utama (*grand strategy*) pembangunan ekonomi Indonesia secara keseluruhan. Pembangunan agribisnis akan mampu menarik penyebaran penduduk dan segala aktivitasnya sehingga dapat mencegah tekanan penduduk.

1.1. Strategi Pengembangan Produk Pariwisata Kawasan Desa Wisata Adenium

Adapun kebijakan pemerintah tentang kelembagaan desa wisata sebagai bentuk rencana konkrit dalam jangka pendek untuk menyambut persiapan

pembentukan lembaga desa wisata dikabupaten Gresik khususnya dikawasan desa wisata adenium sebagai salah satu obyek wisata minat khusus. sebagai langkah jangka panjang dari adanya lembaga desa wisata ini diharapkan adanya penguatan kelembagaan pada desa wisata, segala macam bentuk pembinaan dan kemudian nanti diharapkan adanya dana bergulir yang dialokasikan pemerintah khusus untuk pembangunan terutama pembangunan yang bersifat menunjang kawasan desa wisata.

Fungsi dengan adanya lembaga wisata ini, adalah :

1. Sebagai instrumen pokok pada sistem pariwisata
2. Penguatan elemen-elemen wisata melalui pembinaan dan pemberdayaan
3. Wadah pengalokasian dana bergulir pembangunan pariwisata oleh pemerintah

Bila perencanaan dan implementasi yang konsisten tidak dilakukan, besar kemungkinannya perkembangan wisata akan menghancurkan sumber daya tariknya dan menjadi tidak berkelanjutan. Kunci untuk memecahkan masalah wisata adalah dengan membuat industri wisata sadar akan pentingnya menyatukan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan pada perencanaan dan pelaksanaannya.

Kawasan Desa Wisata Adenium sebagai Obyek Daya Tarik Wisata yang bersifat agrowisata atau wisata agro yang merupakan usaha agribisnis yang membutuhkan keharmonisan semua aspek. Karena usaha wisata agro yang bersifat jangka panjang bukan bersifat jangka pendek, untuk itu segala bentuk usaha sangat diperlukan dalam perspektif jangka panjang. Sekali konsumen/wisatawan mendapatkan kesan buruknya kondisi sumber daya wisata dan lingkungan, dapat berdampak jangka panjang untuk mengembalikannya. Pengembangan wisata agro memerlukan dukungan semua pihak pemerintah, swasta terutama pengusaha wisata agro, lembaga yang terkait seperti perjalanan wisata, perhotelan dan lainnya, perguruan tinggi serta masyarakat. Pemerintah bertindak sebagai fasilitator dalam mendukung berkembangnya wisata agro dalam bentuk kemudahan perijinan dan lainnya. Intervensi pemerintah terbatas kepada pengaturan agar tidak terjadi iklim usaha yang saling mematikan. Untuk itu

kerjasama baik antara pengusaha obyek wisata agro, maupun antara obyek wisata agro dengan lembaga pendukung (perjalanan wisata, perhotelan dan lainnya) sangat penting. Terobosan kegiatan bersama dalam rangka mengembangkan usaha agro lebih diperlukan.

Pengembangan produk wisata adenium didasarkan pada siklus, yaitu penggabungan antara pariwisata dengan agribisnis. Harapan Disparinkom kedepannya terhadap Kawasan Desa Wisata Adenium ini adalah adanya perubahan sikap atau prilaku masyarakatnya sebagai elemen penting dalam kawah desa wisata untuk dapat diajak bekerjasama mengembangkan produk wisata adenium dengan jalan menyediakan fasilitas penunjang seperti penginapan untuk wisata (berwisata sambil belajar), dalam hal ini yang dimaksud penginapannya adalah menginap dirumah penduduk pengembang adenium sembari belajar pengembangan budidaya adenium kepada ahlinya langsung, sehingga adanya interaksi antara masyarakat desa adenium dengan masyarakat luar (pengunjung/wisatawan), yang dalam kapasitasnya disebut dengan *homestay*. Akan tetapi dalam menjalin kerjasama terhadap masalah penginapan tersebut harus memenuhi standar untuk bisa ataukah tidak dijadikan penginapan pengunjung/wisatawan.

Secara pengembangan produk dari adeniumnya sendiri, banyak kreasi-kreasi inovatif yang dikembangkan oleh masyarakat pegembang adenium. Kreasi-kreasi inovatif tersebut biasanya berdasarkan pengembangan sendiri, maupun dari informasi-informasi terkini, hal tersebut di maksudkan untuk menarik pangsa pasar, daya tarik, kebutuhan, dan mengembangkan teori-teori baru. Sesuai kebutuhan, adenium diklasifikasikan menjadi 3 macam, yaitu: adenium bakulan atau anakan, adenium kolektor atau yang sengaja terbentuk, dan adenium kontes atau adenium yang unik.

Adanya tempat khusus pembudidayaan adenium yang bertempat di desa Karang andong kecamatan Driyorejo dan tempat berkumpulnya adenium-adenium terbaik se-kabupaten Gresik yaitu di taman wisata giri telaga ngipik (taman adenium). Dan adanya kerjasama dengan Petro Kimia Kayaku lembaga penelitian

pengobatan dan kebun percobaan dan biro-biro riset petrokimia untuk penelitian varietas dan pengembangan tanaman adenium.

Pengembang adenium sendiri terdiri dari petani adenium, pedagang adenium, petani sekaligus pedagang adenium, tengkulak adenium, broker adenium dan pemerhati adenium. Para pengembang adenium tersebut adalah salah satu unsur yang memberikan kontribusi dalam kemandirian lokal perekonomian pedesaan. Peran aktif para pengembang adenium yang sebagian besar di wilayah desa-desa adenium tersebut menjadikan kawasan tersebut sangat berpotensi untuk dikembangkan menjadi kawasan desa wisata adenium secara permanen. Menurut data yang ada, populasi terbanyak pengembang adenium dalam kawasan desa wisata adenium adalah desa Menunggal sebanyak 95% atau mayoritas semua penduduknya adalah menjadi pengembang adenium, sedangkan di desa Kesamben pengembang adenium bisa dikatakan hanya separuh dari populasi penduduknya, dari kelima desa yang termasuk dalam kawasan desa wisata, desa Kesamben adalah desa minoritas pengembang adenium. Secara umum bisa di lihat bahwa perkembangan pengembang adenium di desa-desa kawasan desa wisata adenium mayoritas penduduknya mempunyai minat yang besar dalam hal membudidayakan tanaman adenium, entah sebagai pekerjaan utama, sampingan atau bahkan sebagai tanaman koleksi.

Berkembang atau tidaknya suatu daerah menjadi destinasi wisata bergantung pada produk pariwisata yang ditawarkan oleh daerah tersebut. Produk pariwisata yang ada memerlukan sentuhan baru, dan dikemas lebih bervariasi agar tidak terkesan monoton dan membosankan. Dan produk yang dijual harus mempunyai nilai tambah dan memiliki ciri khas yang membedakan dengan daerah lain, poin terakhir ini sudah dimiliki oleh Obyek Daerah Tujuan Wisata (ODTW) Kawasan Desa Wisata Adenium, sehingga tinggallah adanya perbaikan image dan revitalisasi produk pariwisata sentra adenium.

Dalam mengelola pengembangan produk pariwisata Kawasan Desa Wisata Adenium, membutuhkan dukungan strategi pembangunan utamanya proses perancangan dan pelaksanaan proyek dengan adanya pengumpulan data, dilakukan pemantauan dalam pelaksanaannya dan evaluasi secara berjenjang.

Proyek-proyek harus diseleksi dalam hubungan dengan kebutuhan-kebutuhan programnya, proyek harus dirancang untuk mendorong agar program dapat memanfaatkan kondisi dan selanjutnya dievaluasi agar efektif. Para administrator yang perhatiannya berorientasi pada masalah akan lebih suka menggunakan evaluasi sebagai bagian dari proyek dan bukannya mengidentifikasi diri dengan kebijakan atau rancangan proyek tertentu. Jika demikian yang terjadi, evaluasi dipandang sebagai bagian dari suatu proses belajar yang sedang dan terus berlangsung.

1.2. Strategi Pengembangan Pasar dan Promosi

1.2.1. Strategi Pengembangan Pasar

Bertambahnya kunjungan yang terus menerus seharusnya tidak lagi menjadi kriteria utama untuk pengembangan wisata. Yang diperlukan adalah pendekatan pengembangan wisata yang integratif yang bertujuan memproteksi lingkungan, menjamin bahwa wisata menguntungkan penduduk lokal dan membantu pelestarian warisan budaya di negara tujuan wisata. Dengan demikian perencanaan pengembangan wisata harus menyadari prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan sehingga, dalam prakteknya, keluarannya adalah keputusan-keputusan (swasta, publik, maupun korporasi) yang berkontribusi pada program pengembangan yang terkoordinasi untuk komunitas di tingkat, regional dan nasional. Pendekatan ini mengandung tiga prinsip:

1. Perencanaan strategis
2. Sistem kontrol yang kooperatif dan terintegrasi
3. Koordinasi mekanisme, terutama antara pemerintah, industri wisata, dan komunitas setempat.

Langkah-langkah pengembangan pasar kawasan desa wisata adenium: Inovasi, pengembangan jenis adenium yang berciri dasar tampil indah, pengembangan adenium murni keindahan dan variasi bunga, pengembangan adenium kategori unik dan pengembangan Sentra Kawasan Wisata Adenium. Strategi pengembangan pasar ini berupaya untuk mengembangkan segmentasi pasar secara luas dan agar semakin dikenal keberadaannya. Hal tersebut

dikukuhkan dengan mengelola dan mengagendakan desa-desa basis adenium sebagai kawasan desa wisata adenium dengan agenda-agenda jangka pendek maupun jangka panjang yang bersifat menunjang pengembangan nilai jual kawasan desa wisata adenium. Pembangunan pasar yang sudah jadi yang berada di desa Menunggal yang berfungsi sebagai wadah pemersatu komoditas unggulan produk lokal, dan adenium adalah salah satu komoditas unggulan. Sedangkan showroom-showroom yang tersebar sepanjang kawasan desa wisata adenium merupakan hak milik pribadi atau pengusaha-pengusaha tanaman adenium.

Berdasarkan pengamatan, pasar adenium terbagi ke dalam 4 kelas: penyedia batang bawah obesum-ada di paling bawah, pebisnis bunga, penyemai arabicum dan somalense, serta penyedia bahan lomba. Klinik-klinik adenium sebenarnya adalah bersatu dengan stan adenium, tapi tidak semua stan adenium menyediakan pelayanan berupa klinik adenium, biasanya yang menyediakan pelayanan tersebut terbatas pada stan yang memang khusus menjual tanaman adenium.

Dalam strategi pengembangan pasar, diperlukan langkah strategis untuk memasarkan dan merancang pola pengembangan pariwisata yang sesuai dengan karakter daerah setempat, Obyek Daerah Tujuan Wisata (ODTW) Kawasan Desa Wisata Adenium merupakan representasi awal untuk membuka peluang pasar pariwisata di daerah Kabupaten Gresik. Namun, perlunya berbagai upaya yang strategis agar pariwisata tersebut menjadi lebih berkembang, antara lain: pertama, mengidentifikasi dan menggali Obyek Daya Tarik Wisata (ODTW). Langkah ini harus dilakukan dengan cermat agar dapat mengetahui secara keseluruhan mengenai kekuatan, potensi dan daya tarik wisata yang dimiliki. Diikuti dengan pendataan berbagai fasilitas penunjang pariwisata seperti : akomodasi, transportasi, restoran, pasar seni, kerajinan tangan dan lainnya.

Berikutnya adalah memoles dengan sentuhan seni, menata ulang objek wisata secara fisik agar keindahan dan kebersihannya terjamin sehingga menarik dan nyaman untuk dikunjungi. Pengembangan sarana dan prasarana pariwisata terus ditingkatkan tanpa mengorbankan kepentingan masyarakat setempat. Obyek wisata agro seperti Kawasan Desa Wisata Adenium tidak hanya terbatas pada

hamparan tanaman adenium didesa-desa budidaya adenium, tetapi juga memanfaatkan keunikannya sehingga dapat menjadi obyek wisata yang menarik. Cara-cara budidaya adenium sejak pembibitan, menjadi anakan, hingga dewasa, serta cara-cara penciptaan varietas baru adenium merupakan salah satu contoh obyek yang kaya dengan muatan pendidikan dan ketrampilan. Kegiatan-kegiatan tersebut layak dijual kepada wisatawan disamping mengandung muatan pendidikan dan ketrampilan juga dapat menjadi media promosi, karena dipastikan pengunjung akan tertarik berwisata kedaerah agrowisata adenium.

Dengan demikian melalui wisata agro bukan semata merupakan usaha/agribisnis dibidang jasa yang menjual jasa bagi pemenuhan konsumen akan keunikannya yang indah, namun juga dapat berperan sebagai media promosi produk pertanian (tanaman/bunga), menjadi media pendidikan masyarakat, memberikan signal bagi peluang pengembangan diversifikasi produk agribisnis dan berarti pula dapat menjadi kawasan pertumbuhan baru wilayah. Dengan demikian wisata agro dapat menjadi salah satu sumber pertumbuhan baru daerah, sektor pertanian dan ekonomi nasional.

1.2.2. Strategi Pengembangan Promosi

Promosi adalah suatu usaha dari pemasar dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya. Tujuan Promosi, adalah:

1. Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial
2. Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit
3. Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan
4. Untuk menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar
5. Membedakan serta mengunggulkan produk dibanding produk pesaing
6. Membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan.

Promotional Mix / Bauran promosi merupakan gabungan dari berbagai jenis promosi yang ada untuk suatu produk yang sama agar hasil dari kegiatan promo yang dilakukan dapat memberikan hasil yang maksimal. Sebelum

melakukan promosi sebaiknya dilakukan perencanaan matang yang mencakup bauran promosi sebagai berikut :

1. Iklan seperti iklan koran, majalah, radio, katalog, poster, dll.
2. Publisitas positif maksimal dari pihak-pihak luar.
3. Promosi dari mulut ke mulut dengan memaksimalkan hal-hal positif.
4. Promosi penjualan dengan ikut pameran, membagikan sampel, dll.
5. *Public relation* / PR yang mengupayakan produk diterima masyarakat.
6. *Personal selling* / penjualan personil yang dilakukan tatap muka langsung.

kegiatan promosi merupakan kunci dalam mendorong kegiatan wisata agro. Informasi dan pesan promosi dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti melalui pendirian papan banner, leaflet, booklet, pameran, majalah/koran, mass media (dalam bentuk iklan atau media audiovisual), leaflet dan booklet ini sudah masuk kedalam agenda tahunan Disparinkom, biasanya isinya memaparkan wisata-wisata yang ada didaerah Kabupaten Gresik termasuk Kawasan Desa Wisata Adenium, penyebaran leaflet dan booklet sendiri diberikan kepada biro-biro wisata untuk kemudian disebarakan kepada konsumen dan kepada lembaga pemerintah kota-kota lain sebagai media promosi. Pameran, ada beberapa macam penyaluran dalam keikutsertaan pameran ini, ada yang memakai biaya sendiri untuk mengikuti pameran-pameran dan adapula yang merupakan kerjasama dengan lembaga pemerintah maupun swasta, biasanya pameran tersebut bertema tentang flora sesuai dengan produk adenium yang akan dijual. Adapula even-even wisata seperti pameran wisata yang diadakan oleh lembaga pemerintah maupun lembaga privat. Penyebaran informasi melalui mass media, pernah diliput oleh majalah kebunku, majalah agrobis, majalah agrotan, koran jawapos, koran Disparinkom, JTV (kerjasama dengan Disparinkom, bertujuan untuk meliput wisata dikabupaten dan kota di Jawa Timur sebagai event tahunan Anugrah Wisata pada tahun 2007 yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Timur), TransTV, SCTV (peliputan oleh mass media tersebut diliput atas eksistensi daya tarik obyek wisatanya).

Agenda promosi ini ada yang bersifat permanent atau terus-menerus dilakukan yang dalam kapasitasnya yang melakukan promosi tersebut adalah

instansi yang mempunyai peranan yaitu Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik dengan program-program promosi sesuai dengan kebutuhan, ada juga program yang membutuhkan kerjasama dengan masyarakat lokal seperti adanya pembentukan Pokdarwis (kelompok sadar wisata) dimana harus ada keterkaitan antara pemerintah yang difasilitasi oleh instansi terkait dengan masyarakat area kawasan desa wisata adenium dan ada yang bersifat sebagai penunjang yang berasal dari pihak masyarakat yaitu dengan keikutsertaan dalam pameran-pameran tanaman yang biasanya di ikuti oleh para pengusaha sekaligus menjadi pencinta dan pemerhati adenium, dan pihak luar seperti peliputan eksistensi kawasan desa wisata adenium oleh berbagai media cetak maupun elektronik baik media-media lokal ataupun media yang berskala besar.

Sejauh ini, efektivitas promosi kawasan desa wisata adenium terbilang cukup memuaskan walaupun secara promosi obyek wisata tersebut berdasarkan obyek alamiah, belum ada elemen-elemen pendukung sebuah tempat untuk berwisata secara aktif karena program-program pendukungnya masih akan direalisasikan. Kesatuan desa-desa adenium sebagai basis budidaya adenium merupakan sebuah kawasan wisata yang mempunyai keunikan, kemandirian dan kelangkaan tersendiri, hal tersebut merupakan poin plus promosi karena secara alami sudah terpoles sedemikian rupa sebagai kawasan dengan sentra tanaman adenium. Akan tetapi, perlu diwaspai dengan adanya promosi yang berlebihan dengan mengikuti berbagai pameran-pameran yang sekarang berkembang secara pesat diseluruh nusantara dapat memperlesu perkembangan pasar tanaman adenium.

Pedoman dalam melebarkan sayap untuk mengembangkan promosi obyek wisata kawasan desa wisata adenium adalah “menata kota membangun desa, mewujudkan cita-cita warga”, dimana kawasan desa wisata adenium mempunyai 2 peran sekaligus sebagai obyek wisata dan industri agribisnis yang berpusat di wilayah pedesaan. Industri pariwisata dan industri agribisnis, langkah 2 in 1 yang dikembangkan pemerintah Gresik ini memberikan kontribusi yang luar biasa apabila pengembangannya ditanggapi dengan serius dan diperhatikan secara riil, dan diapresiasi aktif oleh masyarakatnya. Disamping ditujukan pada kegiatan

industri ekonomi kepariwisataan, juga membangun ekonomi pedesaan dan memberikan ketrampilan sebagai modal untuk mampu mandiri, membangun jaringan ekonomi lokal.

Strategi pengembangan pasar dan promosi erat hubungannya dengan strategi pembangunan yang bertumpu pada perencanaan pembangunan dan pengelolaannya. Perencanaan pembangunan dibangun atas dasar supaya memiliki kapasitas untuk membuat pilihan-pilihan (kebijakan) agar sumber daya mampu bersaing ditingkat pembangunan, hal tersebut harus adanya dengan proses penganggaran.

1.3. Strategi Pemanfaatan Ruang Kawasan Desa Wisata Adenium

Strategi penataan ruang ini dalam hubungannya dengan pengembangan kawasan desa wisata adenium adalah berupaya untuk menarik/mengundang investor guna membangun jaringan pasar yang lebih luas. Karena penataan ruang pada dasarnya merupakan sebuah pendekatan dalam mengembangkan wilayah yang bertujuan untuk mendukung komisi, ekonomi, sosial budaya dan lingkungan serta ditunjang dengan beberapa sarana prasarana demi mendapatkan tujuan yang diinginkan oleh masyarakat dan pemerintah dalam pengembangan obyek Daya Tarik Wisata (ODTW).

Tata ruang kawasan desa wisata adenium sendiri yang sudah teratur, artinya desa-desa adenium yang merupakan 5 desa adenium sebagai obyek wisata ini terpusat dalam 1 wilayah jalan sepanjang 7 km tanpa tersebar. Walaupun pada kenyataannya, desa-desa adenium tersebut bukan dalam ruang lingkup 1 kecamatan yang sama. Sehingga ada keteraturan tata wilayah secara alami pada kawasan desa wisata adenium tersebut. Pemanfaatan ruang kawasan desa wisata adenium yang terjalin dengan harmoni secara alami tersebut hendaknya dibarengi dengan kebijakan tata ruang pendukung guna melengkapi tata ruang yang sekarang sudah tertata oleh peran masyarakat. Seperti : pembangunan sarana fisik jalan utama desa-desa yang masuk dalam kawasan desa wisata adenium, pembangunan penerangan untuk memberikan kemudahan aksesibilitas, pengembangan dan penataan stan-stan sepanjang arah kawasan desa wisata adenium.

Penataan ruang untuk menunjang pariwisata tidak hanya memberikan arahan lokasi investasi, tetapi juga memberikan jaminan terpeliharanya ruangan/daerah pengembangan pariwisata yang berkualitas dan mempertahankan keberadaan objek-objek pariwisata sebagai aset daerah. Keterbatasan dukungan sarana dan prasarana penunjang merupakan juga salah satu yang perlu mendapat perhatian. Dimana dukungan sarana dan prasarana merupakan faktor penting untuk keberlanjutan penyelenggaraan kegiatan pariwisata, seperti penyediaan akses, akomodasi, angkutan wisata dan sarana prasarana pendukung lainnya.

Menurut peneliti, penataan Kawasan Desa Wisata Adenium ini merupakan Obyek Daerah Tujuan Wisata (ODTW) yang sudah memenuhi kaedah teknis penataan ruang, pemanfaatan kawasan sudah sesuai dengan kondisi geografis dan sosial budayanya. Tidak adanya konflik yang ditimbulkan antara sektor pertanian dan pariwisata, keduanya dapat saling melengkapi satu sama lain, sehingga terciptanya peningkatan keterkaitan fungsi pengembangan kegiatan pariwisata yang baik dengan sektor lainnya untuk memberikan nilai efisiensi yang tinggi dan percepatan pertumbuhan ekonomi wilayah. Tidak adanya permasalahan-permasalahan dalam konteks lokal yang sering ditemui antara lain dalam pelaksanaan kegiatan pariwisata, yang terjadi adalah bahwa masyarakat yang berada di dalam kawasan wisata tersebut sudah terdoktrin dengan sendirinya untuk ikut memiliki kawasan pedesaannya sebagai kawasan desa wisata, sehingga memberikan kemudahan peran serta masyarakat dalam pengembangan pariwisata dari proses perencanaan dan pelaksanaan pembangunan pariwisata. Namun dalam pengembangan kegiatan pariwisata belum begitu fokus pada pengembangan aspek fisik, perlu adanya pengembangan dukungan sarana prasarana transportasi secara terpadu dan terkait dengan struktur pengembangan wilayah.

Kawasan desa wisata adenium ini ditandai dengan adanya pemasangan reklame besar (dalam bentuk saxon) yang memberikan penegasan bahwa masuk pedesaan tersebut adalah ruang lingkup desa-desa adenium. Memasuki kawasan desa wisata adenium, kita akan disambut oleh desa Karang andong yang masuk pada kecamatan Driyorejo, sepanjang jalan desa baik jalan beraspal atau jalan

paving desa masih bisa dikatakan masih bagus, dari desa Karang andong kita menuju desa Banyu urip yang terdiri dari 2 dusun yaitu dusun miru dan dusun pendem yang masuk kecamatan Kedamean. Jaringan jalan pada desa Banyu urip terbilang agak kurang layak, banyak sekali jalan aspal yang menghubungkan dengan desa-desa lainnya rusak, jalan yang bergelombang karena struktur tanah pedesaan, jalan aspal yang banyak bolong disana-sini dan lain-lain. Untuk menghubungkan jalur-jalur dalam desa dibuat konsep sebagai jalan paving, namun jalan yang di dalam desa tersebut masih ada sebagian kecil yang belum dipaving.

Untuk penataan ruang sebagai kawasan adenium ditunjang dengan perkembangan budidaya adenium pada hampir semua rumah penduduknya (Karangandong, Banyuurip, Menunggal, Kesamben, Sooko) dan banyaknya *nursery* (stan adenium) disepanjang jalan raya maupun didesa-desa adenium.

Proses perancangan dan pelaksanaan proyek sebagai strategi pembangunan yang mendukung pengembangan penataan ruang sistem pariwisata, Menyangkut struktur insentif bagi perilaku dalam suatu proyek agar selaras dengan tujuan proyek yang kondusif dan efektif. Dan melaksanakan evaluasi efisiensi, keadilan dalam proyek, tingkat imbalan investasi dan dampak serta distribusin manfaat-manfaat proyek sesuai dengan tujuan

1.4. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia

Sumberdaya manusia menjadi kunci utama pengembangan pariwisata. Di tengah tuntutan yang semakin tinggi terhadap perlunya peningkatan kinerja sektor pariwisata agar dapat memenuhi pencapaian target-target ekonometrik, terasa bahwa pembenahan sumber daya manusia dan birokrasi belum kuat disuarakan. Terdapat kesan yang cukup menonjol bahwa perhatian kita terutama masih bertumpu pada aspek kuantitatif, yakni seberapa besar devisa, kesempatan kerja, kunjungan wisatawan dan sebagainya, sementara aspek kualitatif yang antara lain dilihat dari perubahan positif mutu sumberdaya manusia cenderung diabaikan. Hal ini sebenarnya bertentangan dengan tujuan logika yang mendasari pembangunan

pariwisata itu sendiri, bahwa target-target ekonomi tersebut hanya dapat dicapai jika persoalan sumberdaya manusia lebih dulu ditangani.

Oleh karena itu, pembicaraan tentang masalah pengembangan sumber daya manusia pariwisata, apalagi dalam konteks perdagangan bebas, seharusnya juga diarahkan pada pembenahan sumberdaya manusia di tingkat birokrasi. Berbagai kajian menunjukkan bahwa salah satu titik lemah pembangunan sektor pariwisata kita terletak pada kemampuan birokrasi yang jauh dari memadai, baik untuk menyusun perencanaan pengembangan program kepariwisataan, regulasi, sampai koordinasi lintas-sektoral. Keterbatasan seperti ini jelas tidak akan mampu menghasilkan produk wisata yang berdaya- saing tinggi di pasar internasional

Mekanisme pengembangan sumber daya manusia antara lembaga pemerintah dan masyarakat desa-desa adenyum, diawali dengan pemfasilitasan pelatihan oleh lembaga pemerintah yang ditujukan kepada para pengembang adenyum, pengiriman pelatihan yang dilakukan pengiriman ke daerah Malang dan ke daerah Lembang (Bandung). Kemudian dari berbagai pelatihan tersebut disosialisasikan kepada masyarakat pengembang adenyum (petani, pengusaha, pemerhati). Dan juga pengembangan SDM pada petani adenyum ini terfasilitasi oleh pengembangan kemampuan diri secara otodidak, melalui penyebaran informasi (melalui media teknologi informasi).

Tenaga penyuluh, sebagai tenaga pembimbing merupakan salah satu elemen dasar dalam pembinaan sumber daya manusia agar semakin terampil dan ahli. Adapun tujuan kegiatan dari pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan oleh dinas-dinas terkait bertujuan memberikan bekal secara teoritis kepada petani adenyum sehingga sumber daya manusia (SDM) petani adenyum meningkat. Peserta-peserta pembekalan sendiri lebih difokuskan kepada petani, pengusaha, pecinta dan pemerhati adenyum. Pembinaan-pembinaan tersebut biasanya dilakukan secara terpadu antara lembaga pemerintah dengan lembaga swasta yang mempunyai peran signifikan terhadap pembangunan produk yang diusung.

Pengembangan kinerja kepariwisataan dalam lembaga Disparinkom sendiri tersusun menjadi sebuah kerangka kebijakan tentang pentingnya pengetahuan kepariwisataan sebagai intisari jiwa diri, baik kepada masyarakat,

para praktisi/kalangan professional yang memperhatikan pengembangan kepariwisataan, kalangan swasta maupun lembaga-lembaga pemerintahan. Bahwa, manusia pariwisata adalah semua pelaku dan penyedia pariwisata bersama-sama membahu kerjasama demi kemajuan pembangunan industri pariwisata sebagai langkah pengembangan perekonomian masyarakat dengan adanya pemberdayaan yang tiada henti.

Hubungan administrasi tingkat bawah dengan petugas lapangan menentukan pengembangan sumberdaya manusia dalam pembangunan, harus adanya jalinan yang kuat dan koordinasi yang efektif guna mendukung iklim pengembangan-pengembangan sumberdaya. Kemudian peranserta pihak masyarakat melalui komunikasi dua arah dengan saling menyebarkan arus informasi dan teknologi.

1.5. Strategi Pengembangan Kemitraan/Kerjasama dengan Pihak-pihak Terkait

Salah satu tujuan kebijakan desentralisasi dan otonomi daerah adalah memperbaiki pelayanan pemerintah kepada masyarakat agar lebih efektif dan efisien. Di dalamnya termasuk pula kebijakan dan pelayanan agar dunia usaha dapat berkembang ke arah yang lebih kondusif. Dengan terciptanya kondisi yang kondusif, maka dapat diharapkan adanya peningkatan aktivitas perekonomian yang pada gilirannya dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Jika kondisi ini tercapai maka salah satu esensi sasaran pelaksanaan otonomi daerah telah tercapai.

Dalam hal bantuan modal kerja maupun dana bergulir untuk budi daya komoditas adenium juga sudah disalurkan secara simultan melalui lintas satuan kerja, diantaranya melalui Kantor Pemberdayaan Masyarakat Desa, Bagian Perekonomian dan Dinas Pertanian dengan program-programnya yaitu UED-SP, UP2K-PKK, UPK Taskin, Pok Tan, BUMDes, Pasar Desa dan P4 K, Program Pengembangan Kecamatan (PNPM-PPK) kegiatan Simpan Pinjam Kelompok Perempuan dengan usaha bunga kamboja (Adenium). Dana bergulir tersebut dalam peranannya sebagai suntikan modal bagi pelaku usaha seperti petani

maupun pengusaha, dalam rangka menumbuh kembangkan usaha agribisnis adenium. Diharapkan dengan adanya dana bergulir yang bersifat meminjam tanpa bunga ini memberikan keringanan terhadap para pelaku agribisnis adenium dan memacu pengembangan agribisnis adenium agar semakin bergairah.

Pemberian dana bergulir secara periodik yang di mulai dari tahun 2004 tersebut mempunyai peran yang cukup signifikan dalam pembangunan kemandirian lokal masyarakatnya, dapat dilihat pada tabel 7, 8 dan 9 bahwa perkembangan agribisnis adenium mengalami peningkatan iklim usaha, semakin banyak masyarakat yang terjun menjadi pelaku agribisnis adenium. Akan tetapi, peningkatan pelaku agribisnis guna menunjang kepariwisataan tersebut hanya terfokus pada daerah tertentu saja penanaman modalnya, sedangkan desa-desa basis adenium lain belum mendapatkan jatah dana bergulir yang diberikan oleh pemerintah, entah karena kurang adanya tindakan yang aktif dari sistem masyarakatnya atau kebijakan dari instansi terkait yang hanya berlaku sebagai pemfasilitas tanpa memberlakukan cek dan ricek guna pemerataan.

Pengembangan kemitraan dengan penanaman modal dengan berbagai institusi ini terutama instistusi pemerintah melalui strategi pembangunan desentralisasi dan koordinasi. Dengan adanya dinamika, tanggung jawab merancang dan melaksanakan pembangunan sering dilakukan pada tingkat nasional. Bentuk dari manajemen proyek, adalah: penanganan proyek atau program oleh suatu badan pelaksana, menegakkan lembaga-lembaga semi otonom atau unit-unit proyek khusus yang dikontrol ditingkat nasional, dan proyek pembangunan pedesaan terpadu. Pelaksanaan sistem desentralisasi diharapkan memberikan wewenang yang efektif dan efisien bagi pemerintah lokalnya guna mengembangkan anggaran menjadi sederhana dan tidak rumit. Koordinasi antar sektor supaya diperhatikan secara maksimal dan optimal.

2. Faktor Pendukung Maupun Penghambat

a. Faktor Pendukung

1. Eksotisme bunga-bunga adenium sepanjang jalan 7 km adalah keunikan tersendiri yang ditampilkan oleh Kawasan Desa Wisata Adenium. Panorama

adenium sepanjang jalan di 5 desa menjadi daya inovasi yang dikembangkan keberadaannya. Penyebaran budidaya adenium di beberapa desa yang secara tata ruang desa-desa tersebut terkoordinir kedalam sebuah kawasan tersebut mulai menyebar pada awal tahun 2000-an, yang dimulai dari desa Banyu urip sebagai pionir pengembang adenium pada tahun 1991, kemudian desa Karang andong tahun 2001, desa Menunggal tahun 2003 dan menjalar ke desa-desa sekitarnya.

2. Upaya pemerintah untuk menetapkan 5 desa (Karangandong, Banyu urip, Menunggal, Sooko dan Kesamben) pada 3 kecamatan (Driyorejo, Kedamean dan Wringin anom) sebagai kawasan desa wisata adenium pada tahun 2007 tepatnya bulan maret dan menobatkan gresik sebagai kota adenium (*new icon* kabupaten Gresik) dengan pemasangan pamflet berukuran besar yang berdiri didepan Kawasan Desa Wisata Adenium (depan desa Karang andong). Hal tersebut merupakan langkah utama kebijakan yang di ambil oleh pemerintah untuk mendukung desa-desa adenium menjadi Obyek Daya Tarik Wisata (ODTW) adalah dengan :

Upaya tersebut dilakukan untuk memberi payung hukum dan memasukkannya ke dalam bagian dari Obyek Daya Tarik Wisata (ODTW) minat khusus unggulan Kabupaten Gresik. Hal tersebut dilakukan berdasarkan potensi yang dimiliki oleh Sentra Kawasan Adenium dan supaya pemerintah khususnya lembaga-lembaga pemerintah yang terkait mempunyai kewenangan untuk melakukan strategi-strategi pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium menjadi agrowisata.

Campur tangan lembaga pemerintah dalam pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium sebagai icon Kabupaten Gresik pada tahun 2007 memang adalah langkah tepat dengan melihat peluang yang ada, sesuai dengan slogan “membangun desa menata kota, mewujudkan cita-cita warga”, namun dalam kelanjutannya dibutuhkan kebijakan-kebijakan yang mendukung perkembangan kawasan wisata minat khusus tersebut.

3. Dua strategi yaitu strategi pemasaran kepariwisataan dan strategi pengembangan potensi wisata oleh Dinas Pariwisata, Informasi dan

Komunikasi Kabupaten Gresik merupakan program-program kebijakan yang berupaya menaungi, merencanakan, memelihara, dan mengembangkan Obyek Daya Tarik Wisata (ODTW), dengan mengupayakan pemasaran, promosi, pengembangan Sumber Daya Manusia, penataan tata ruang wisata sampai ke masalah pengusahaan pendanaan bagi pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata (ODTW) di Kabupaten Gresik.

4. Pengembangan obyek wisata kawasan desa wisata adenium sebagai obyek wisata minat khusus yang bersifat inovatif dan produktif yang terangkum dalam misi Kabupaten Gresik yaitu “membangun desa menata kota, mewujudkan cita-cita warga. Karena beberapa aspek positif yang ditimbulkan bagi arah pertumbuhan wilayah, seperti : terbukanya akses lapangan pekerjaan bagi masyarakat pedesaan dari berbagai arah entah itu sebagai pengembang adenium atau sebagai insan pariwisata, tumbuhnya perekonomian pedesaan, mengurangi dampak urbanisasi, adanya lapangan kerja alternatif yang dapat diperhitungkan dan memberikan keleluasaan kepada masyarakat lokal guna berpartisipasi secara aktif dan bekerjasama dengan pemerintah dalam pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium.
5. Aksesibilitas yang lumayan mudah yang dapat dicapai, serta tersedia sarana transportasi berupa angkutan umum (hanya sampai pada depan kawasan desa wisata adenium) dan pangkalan ojek (untuk masuk menuju kawasan desa wisata adenium). Tersedianya stan-stan bunga adenium atau rumah-rumah penduduk yang menyajikan bunga adenium dengan varietas yang bermacam-macam sepanjang perjalanan menempuh kawasan desa wisata adenium (sepanjang 7 km), kekompakan tersebut juga berujung didalam kampung-kampung. Namun, belum adanya penerangan disepanjang kawasan adenium menjadi hambatan tersendiri bagi pengembangannya.
6. Pembangunan pasar komoditi unggulan pedesaan yang berdiri di desa Manunggal merupakan salah satu bentuk atensi pemerintah melalui Pemberdayaan Masyarakat Desa (PMD) Kabupaten Gresik guna mendukung iklim usaha budidaya adenium sebagai produk unggulan dan menjadi wadah berkumpulnya budidaya adenium (petani, pedagang, praktisi, maupun

pemerhati tanaman adenium) desa-desa pengembang adenium (dalam jangka panjang) dan konsumen/wisatawan. Pembangunannya sudah dilakukan dan sudah jadi tinggal diresmikan baru bisa ditempati. Model bangunannya los yang nantinya akan disekat-sekat. Berdirinya pasar didesa Menunggal kurang menjadi minat warga pengembang adenium untuk memasarkan produknya, karena penataan tempat yang kurang sesuai dengan kebutuhan. Rencana pembangunan pasar adenium sendiri seperti showroom didesa Karangandong merupakan hasil rembukan bersama tetapi dalam tahap wacana yang akan diusahakan oleh Disparinkom Kabupaten Gresik.

7. Pentingnya eksistensi Kawasan Desa Wisata Adenium sebagai Obyek Daya Tarik Wisata (ODTW) unggulan Kabupaten Gresik dituangkan kedalam program promosi yang terus-menerus dieksploitasi secara positif. Pengembangan promosi yang tiada henti dan diupayakan terus-menerus bertujuan memperkenalkan secara luas Kawasan Desa Wisata Adenium kekancah wisata nasional terutama tingkat daerah. Pengembangan promosi Kawasan Desa Wisata Adenium yang gencar adalah dari pengaruh mass media seperti peliputan oleh majalah Disparinkom, majalah agroten, majalah kebunku, majalah trubus, JTV, TransTV dan SCTV.
8. Kawasan desa wisata adenium merupakan terdiri dari desa-desa adenium yang menjadikan budidaya adenium sebagai salah satu mata pencahariannya baik sebagai sumber penghidupan, sumber bisnis, maupun pengaruh budaya masyarakat. Semakin banyak ditemuinya petani-petani (dalam kapasitasnya sebagai pengembang adenium), pedagang, dan pemerhati tanaman adenium. Pada kawasan desa wisata adenium tersebar para petani, pedagang maupun pemerhati bunga adenium. Sehingga memberikan kontribusi yang cukup besar bagi pengembangan budidaya adenium, penyebarluasan informasi dan teknologi maupun pembangunan pangsa pasar. Kawasan Desa Wisata Adenium terbentuk sebagai agrowisata salah satunya karena terplot menjadi lingkungan industri kecil yang terstruktur dengan apik.

Pengenalan adenium yang semakin luas mampu memberi dampak perekonomian (pada awal-awal tahun 200-an), terjadinya perubahan sebesar

100%, yang mana perubahannya dapat dilihat dari segi kelayakan hidup (yang berawal rumah gedheg menjadi rumah gedhong, mempunyai mobil sebagai sarana transportasi). Untuk sekarang, pengembangan adenium mengalami pergeseran menjadi pengaruh budaya masyarakat yang masih tetap memelihara adenium (budidaya adenium).

9. Adanya pemahaman budaya dari masyarakatnya untuk mempertahankan dan tetap membudidayakan tanaman adenium walaupun tengah mengalami penurunan harga dan badai krisis global. Karena, walaupun bunga adenium tergantung tren (mengikuti arus perkembangan) tapi desa adenium tidak akan hilang karena masyarakatnya masih tetap memelihara adenium dan karena semurah-murahnya bunga adenium adalah lebih mahal dari jenis-jenis bunga lain (jadi, secara ekonomis tetap menguntungkan) tapi secara waktu memang dibutuhkan waktu yang cukup lama dalam proses tumbuhnya karena butuh pembesaran.
10. Masuknya budidaya tanaman adenium sebagai salah satu mata pelajaran ketrampilan ke dalam muatan lokal di Madrasah Tsanawiyah di desa Kesamben. Dengan tujuan memberikan ketrampilan sejak usia dini dan memperkenalkan budaya yang sedang berkembang pada masyarakatnya. Salah satu pelopor dari gagasan mempatenkan budidaya tanaman adenium sebagai mata pelajaran ketrampilan adalah bapak Eko, warga desa Kesamben yang kebetulan berprofesi sebagai pembudidaya tanaman adenium, penyuluh dan pedagang adenium yang sekaligus sebagai tenaga pendidik di Madrasah Tsanawiyah desa Kesamben kecamatan Wringin anom. Budidaya pengembangan adenium ini juga masuk pada kurikulum muatan lokal (pengetahuan lingkungan hidup/PLH) di SMA Semen Gresik. Muatan pendidikan melalui ketrampilan tersebut selayaknya mendapatkan tempat dilembaga-lembaga pendidikan lain.
11. Mayoritas penduduk pada kawasan desa wisata adenium mempunyai ketrampilan sejak dini mengenai pembudidayaan bunga adenium, ketrampilan tersebut biasanya semakin terasah menginjak usia dewasa. Hal tersebut juga

tidak luput dari penyerapan informasi yang terus-menerus dilakukan oleh para pengembang adenium.

b. Faktor Penghambat

1. Belum ada wadah kelembagaan informal yang secara konkrit khusus menangani dan memfokuskan penelitiannya terhadap produk adenium pada kawasan desa wisata adenium. Karena, mempertahankan dan mengembangkan budidaya adenium seharusnya adanya balai penelitian dan pembudidayaan untuk memantau perkembangan adenium.
2. Iklim usaha yang tidak kondusif dilingkungan internal pada sesama pengembang produk adenium (petani atau pedagang adenium). Hal tersebut mulai marak ketika banyaknya masyarakat yang mengembangkan adenium khususnya antara petani-petani yang berada didalam kampung dengan pedagang-pedagang yang berada diluar kawasan yang menjadi tempat strategis.
4. Banyaknya Event Organizer (EO) diwilayah luar kota (Surabaya) yang menawarkan jasa pengembangan pasar sejenis untuk mengadakan pameran, banyaknya diadakannya pameran ini juga memicu penurunan harga produk adenium. Karena Event Organizer (EO) adalah lembaga swasta yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan (*profit oriented*) sebanyak-banyaknya. Kelemahan dari sering diadakannya pameran-pameran oleh Event Organizer (EO) adalah dapat merusak harga bunga adenium, sehingga berdampak buruk bagi petani, pedagang dan broker.

Bertebarannya jasa pengembangan pasar dan promosi (pameran-pameran flora) yang semakin marak dan menjadi tren berdampak terhadap signifikansi penurunan harga tanaman adenium dipasaran nasional. Karenanya di satu sisi melemahnya perkembangan budidaya adenium di Kawasan Desa Wisata Adenium. Karena konsumen adenium mendapatkan kemudahan akses pembelian, akan tetapi pada satu sisi, lesunya pasar adenium yang berada di Kawasan Desa Wisata Adenium.

5. Faktor-faktor yang mempengaruhi anjloknya pasar adenium disebabkan oleh beberapa faktor, yang bisa dijelaskan sebagai berikut:

1. Produk adenium hanya dijadikan sebagai kebutuhan sekunder
2. Terjadinya krisis global yang terjadi pada tahun 2008 juga memberikan dampak penurunan harga adenium dikarenakan menurunnya minat/daya beli konsumen (masyarakat) terhadap adenium.
3. Adanya persaingan harga diantara para petani dan pedagang (yang berada disekitar jalan raya)/yang dekat dengan jalan raya dengan para petani dan pedagang yang berada didalam Kawasan Desa Wisata Adenium, dengan asumsi pematokan harga yang tidak seimbang antara petani dan pedagang adenium yang terletak disekitar jalan raya (diluar) yang umumnya dijejali basic pedagang dengan petani/pedagang yang berada didalam (kampung-kampung) dengan menurunkan harga jual dibawah standar sehingga adanya faktor selisih harga yang lumayan tinggi. Dengan perbandingan, apabila pedagang adenium yang berada di luar menjual adenium dengan asumsi harga 100%, maka petani/pedagang adenium yang berada didalam/dikampung-kampung menjualnya dengan asumsi harga antara 50%-75%.
4. Pangsa pasar adenium yang semakin luas. Pengembangan budidaya adenium sudah banyak dikembangkan diberbagai daerah di pulau Jawa dan Bali.

Dalam perkembangannya, produk adenium juga tergilas arus modernisasi seperti dengan adanya krisis global yang melanda dunia sejak tahun 2008, sehingga adanya penurunan kebutuhan adenium menjadi kebutuhan sekunder. Persaingan yang terjadi secara tidak sehat dalam kapasitas internal dan pengembangan adenium yang menasionalisasi menyebabkan iklim usaha didalam desa-desa adenium mengalami hambatan.

6. Pola pikir masyarakat pedesaan (pada desa-desa adenium) yang mempunyai pola pikir bahwa budidaya adenium sebagai sumber kehidupan (*livehood*) dengan prinsip “yang penting asap didapur bisa mengepul”, teori tersebut merupakan dilema tersendiri bagi masyarakat dan pemerhati, dimana lemahnya strategi pemasaran adenium oleh sebagian besar pengembang adenium.

7. Daerah Selatan Kabupaten Gresik yang lebih menekankan pada daerah agraris, kebanyakan penduduknya sedari awal sudah berprofesi sebagai petani sehingga pertanian palawija bisa dikatakan sudah menjadi urat nadi kehidupan masyarakatnya, sehingga budidaya adenium kurang di tanggap secara serius oleh para budidaya adenium.

Mindset (pola pikir) masyarakatnya yang masih mempertahankan pola pikir tradisional mengenai budaya pertanian palawija (padi/jagung), mereka lebih condong menjadikan palawija sebagai lahan yang menguntungkan dan produk unggulan penghidupan mereka daripada budidaya adenium, sehingga sulit berkembangnya baik secara pola pikir, prilaku, maupun dari segi tingkat kehidupan mereka karena kurang seriusnya terhadap pembudidayaan adenium.

4. Prestasi Adenium Kabupaten Gresik

Dengan semakin banyaknya pameran, seminar, kontes, dan bursa adenium di tingkat Nasional, Regional dan daerah maka sudah tidak terhitung lagi prestasi adenium dari Gresik.

Anugerah penghargaan yang paling terakhir diterima adalah Anugerah Wisata Jawa Timur Tahun 2007 mengenai pengelolaan obyek dan daya tarik wisata atas penetapan obyek wisata Sentra Bunga Adenium dari Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Timur bekerjasama dengan JTV Surabaya dalam Kategori Nominasi The Most Exciting Award untuk Kelompok Wisata Minat Khusus pada bulan September 2007 yang lalu.

Disamping itu Anugerah Petani Berprestasi Tahun 2007 dan bantuan modal 20 juta rupiah juga diterima dari Menteri Pertanian untuk 3(tiga) orang petani Kabupaten Gresik.

Selanjutnya dalam rangkaian kegiatan pemberian Anugerah Petani Berprestasi Tahun 2007 yang dilaksanakan pada tanggal 12 Pebruari 2007 oleh Bupati Gresik diterimakan penghargaan kepada :

1. SUTRISNO Kategori Petani Adenium
Desa Banyuurip Kecamatan
Kedamean
2. M. MUKHIT Kategori Petani Padi
Desa Lasem Kecamatan Sidayu Organik
3. SUP'I Kategori Pembenihan
Desa Wonorejo Kecamatan Kangkung
Balongpanggang
4. HASAN BISRI Kategori Petani Adenium
Ketua Gapoktan Adenium Desa
Manunggal Kedamean
5. SITI MUAWANAH Kategori Petani Adenium
Ketua Gapoktan Arum Sari
Desa Banjaran Driyorejo
6. EKO ARIFIYANTO Kategori Petani Adenium
Ketua Gapoktan Adenium Tani
Rahayu
Desa Kesamben Kulon
Wringinanom
7. MASHUDI, SPT Kategori Penyuluh Pertanian
Penyuluh Pertanian
Kecamatan Balongpanggang

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Kawasan Desa Wisata Adenium, sebuah sistem pariwisata minat khusus yang mengedepankan aspek agribisnis beberapa desa sebagai basis pengembangan adenium sebagai pesona utama yang ditampilkan karena kelangkaan (mayoritas masyarakat dari berbagai desa-desa basis adenium merupakan pengembang atau membudidayakan adenium) dan keunikan (sebuah produk yang berkembang dari kemandirian lokal masyarakatnya) yang terjalin antara komponen-komponennya. Penciptaan karakter tersebut memberikan stimulus positif bagi pengembangan kawasan desa wisata adenium sebagai daerah yang berpotensi besar menciptakan lapangan pekerjaan, pemberdayaan masyarakat lokal dan tak lupa juga menyumbang pemasukan daerah bagi Kabupaten Gresik. Pola pengembangan masih sebatas masalah perencanaan pengembangan infrastruktur kepariwisataan, pembinaan-pembinaan dan pendanaan dari berbagai instansi terkait.
2. Strategi pengembangan produk kawasan desa wisata adenium diutamakan sebagai destinasi wisata alami dengan kemandirian lokal masyarakatnya sebagai tujuan utama pada pengembangan produknya. Sampai saat ini masih program-program yang dilakukan masih bersifat jangka pendek, program-program yang bersifat jangka panjang seperti pembentukan lembaga desa wisata yang menjadi nilai mutlak dalam pengembangan wisata minat khusus masih dalam tahap awal.
3. Strategi pengembangan pasar dan promosi, 2 unsur yang saling berkaitan, yang Saling membangun keberadaannya. Pada pengembangan pasar, kawasan desa wisata adenium terutama mengembangkan inovasi atau daya kreativitas, kealamian produk serta pengembangan sentra kawasan wisata adenium. Secara kuantitas, produk adenium pada kawasan desa wisata adenium adalah sumber penghasil terbesar seantero nusantara, namun hal

tersebut kurang diimbangi dengan kualitas karena minimnya fasilitas pendukung

4. Upaya promosi ada yang dilakukan sesuai dengan program kerja dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi. Ada juga yang dilakukan sendiri oleh masyarakatnya, dan ada pula campur tangan dari pihak swasta atau pihak lain.
5. Pemanfaatan ruang kawasan desa wisata adenium tersebar secara alami mengikuti arus positif. Rendahnya tingkat aksesibilitas dan masih terbatasnya sarana prasarana pendukung, seharusnya pemerintah lebih serius untuk menggararap fasilitas penunjang semacam ini. Untuk penataan kawasan/ lokasi lebih jauh juga secara komprehensif sudah dibahas untuk dimasukkan dalam rencana kerja Tahun mendatang (pada tahun 2009) berupa perbaikan/ peningkatan jalan Kabupaten, PJU, Pasar Desa bersanding dengan program pengembangan Kawasan Wisata Pantai Dalegan Panceng.
6. Pembinaan sudah dilakukan secara periodik oleh dinas pertanian sebagai pemegang agribisnis, kemudian pada pencaanangan desa-desa adenium sebagai kawasan desa wisata adenium barulah dinas pariwisata, informasi dan komunikasi melakukan pembinaan-pembinaan. Pembinaan tersebut hasil dari kerjasama rutin dengan kompag (komunitas pecinta adenium gresik) dan tenaga-tenaga penyuluh yang berkompeten dibidangnya. Pembinaan tersebut belum sepenuhnya menjadi solusi utama peningkatan sumber daya manusia karena masih terkendala dengan pola pikir masyarakat yang sudah sejak dulu dilepaskan tanpa pengawasan dan masih kurangnya apresiasi dalam bentuk atensi atau perhatian dari tenaga-tenaga instansi terkait terhadap masyarakat kawasan desa wisata adenium.
7. Pengembangan kemitraan atau kerjasama dengan pihak-pihak terkait terfokus pada masalah pendanaan modal bantuan atau dana bergulir pada pelaku pengembangan adenium yang disalurkan melalui kelompok-kelompok usaha yang ada pada desanya. Akan tetapi, masalah pendanaan tersebut belum dimanfaatkan secara menyeluruh oleh masyarakat-masyarakat pengembang adenium di kawasan desa wisata adenium,

sehingga masih tercipta penganaktirian pemerataan dana bergulir tersebut. Pelaku-pelaku usaha besar umumnya meminjam modal kepada bank-bank pemerintah karena jangkauan keinginan peminjaman modal yang besar yang menjadi suntikan modal usaha dan tidak ada kerumitan yang berarti dalam tata cara peminjaman maupun pengembalian uang.

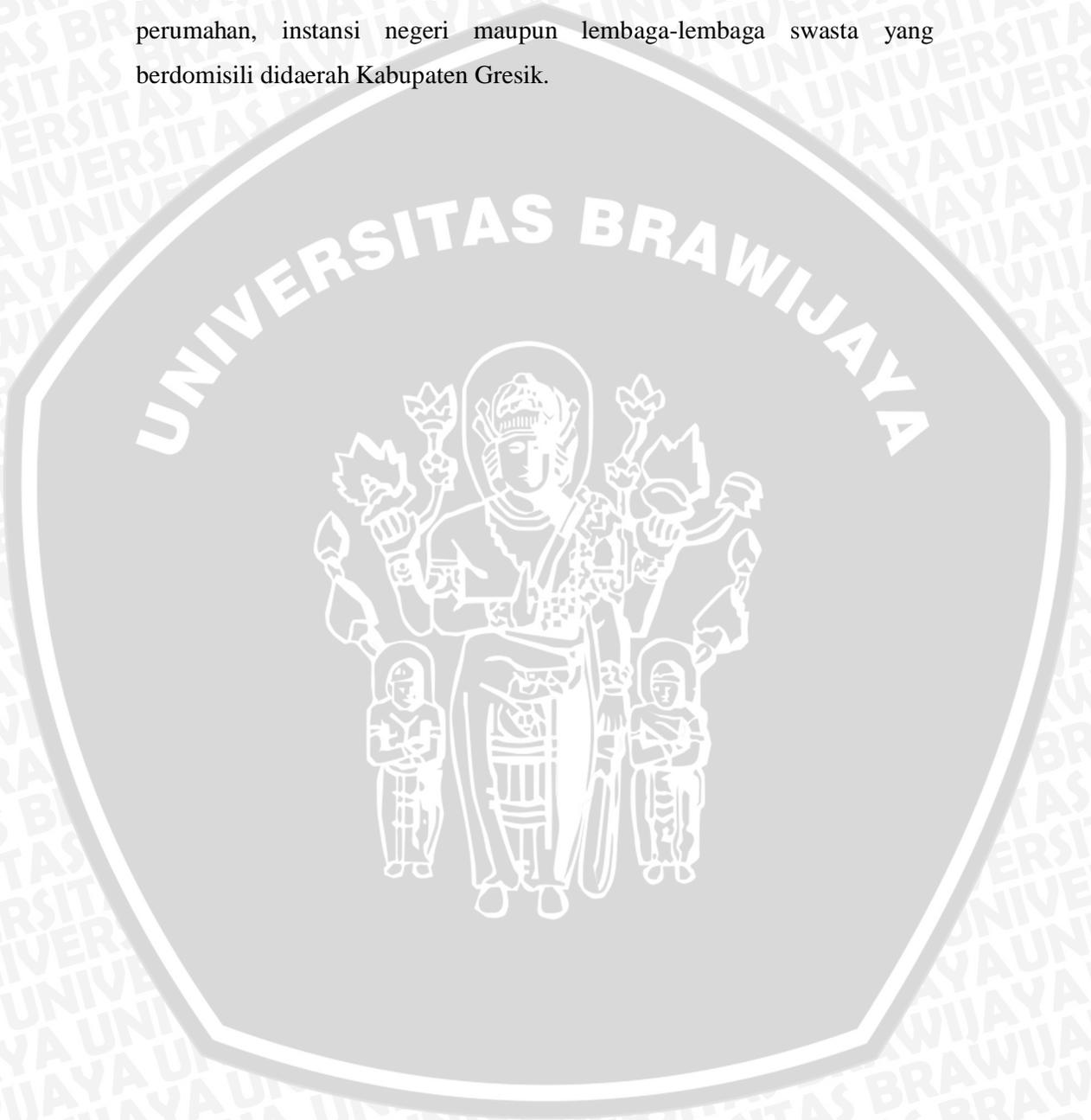
B. Saran

1. Menciptakan pariwisata integrasi disekitar Objek Daerah Tujuan Wisata (ODTW) Kawasan Desa Wisata Adenium, integrasi antar sektor wisata satu dengan sektor wisata yang lain. Penciptaan produk-produk wisata baru disekitar ODTW, seperti melakukan pengkondisian untuk menyangdingkan dengan diversifikasi produk-produk pertanian (buah mangga gadong yang menjadi salah satu produk unggulan Kabupaten Gresik juga sebaiknya dipusatkan pengembangannya didaerah yang berdekatan dengan Kawasan Desa Wisata Adenium). Menciptakan wisata-wisata inovasi yang mendukung pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium sebagai wisata utama didaerah selatan Kabupaten Gresik, seperti : men-wisatakan kegiatan-kegiatan alamiah penduduk (pertanian, peternakan dsb), membuat wisata outbound dan wisata inovasi lainnya. Integrasi pariwisata tersebut sangat di anjurkan supaya pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium tersebut tidak mandeg secara mendadak, sehingga diperlukan inovasi-inovasi wisata lain atau kegiatan yang diversifikasi guna menggairahkan potensi yang ada.
2. Menggiatkan pemasaran dan promosi wisata melalui *plant tour* Kawasan Desa Wisata Adenium dengan bekerjasama dengan instansi-instansi pemerintah, instansi-instansi swasta, lembaga-lembaga pendidikan maupun masyarakat luas sebagai bekal ketrampilan dan pengenalan komoditas pariwisata unggulan Kabupaten Gresik.
3. Menyediakan jasa tour guide (apabila masih awam masuk ke Kawasan Desa Wisata Adenium). Tour guide bisa memanfaatkan jasa panggilan/melalui Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik/Dinas Pertanian/Gapoktan-gapoktan desa-desa adenium. Yang menjadi tour guide

diutamakan dari masyarakat desa adenium sendiri (mungkin yang bergabung dengan Gapoktan maupun yang tidak bergabung dengan Gapoktan) setempat dengan memberikan pembekalan pendidikan khusus kepariwisataan dan mengetahui serta paham mengenai Kawasan Desa Wisata Adenium.

4. Dijadikan seperti Taman Safari (dalam hal untuk perjalanan pariwisatanya). Sebaiknya dipetakan alur kunjungan Kawasan Desa Wisata Adenium dengan sistem buang tutup (memasuki kawasan dari arah depan dimana terdapat saxon searah jalur desa-desa basis adenium dan keluar melalui arah Wringin anom atau tidak melakukan putat balik ke arah pertama) atau rute jalan dengan sistem masuk kemudian langsung dibuang (masuk melalui desa Karang andong → desa Banyuurip → desa Menunggal → desa Kesamben → desa Sooko → langsung keluar lewat daerah Wringin anom . Hal tersebut bertujuan agar penataan lalu lintas tidak menjadi semrawut atau ruwet dikarenakan jaringan jalan yang sempit dan rusak, memudahkan rute perjalanan, memperkenalkan secara luas seluruh desa adenium yang bernaung dalam ruang lingkup Kawasan Desa Wisata Adenium dan memberikan pelayanan kepada konsumen untuk memilih produk yang sesuai dan yang diinginkan. Namun untuk menciptakan hal-hal tersebut perlu adanya payung hukum dari pemerintah dan lebih baiknya apabila hal-hal tersebut dimasukkan kedalam paket wisata khusus wilayah selatan Kabupaten Gresik.
5. Keinginan masyarakat lokal (para petani) agar dibentuknya pasar khusus adenium tapi dengan sistem pasar jawa yaitu dalam 1 minggu diadakan pasar adenium sebanyak 2x (misalnya, pasar wage dan pasar kliwon).
6. Diharapkan adanya pembangunan sarana semacam laboratorium khusus tanaman adenium sebagai balai penelitian dan pembudidayaan untuk mempertahankan dan mengembangkan budidaya adenium sehingga perkembangannya bisa dipantau dan juga sebagai wadah bertemunya para pelaku budidaya adenium baik skala lokal, regional maupun internasional serta tempat rujukan bagi pengunjung yang ingin lebih tahu seluk beluk budidaya adenium.

7. Memasyarakatkan tanaman adenium sebagai komoditas kebangga daerah Kabupaten Gresik dengan menjadikan tanaman adenium sebagai hiasan-hiasan wajib disepanjang jalan Kabupaten Gresik dan menjadi tanaman pelengkap taman kota maupun sebagai tanaman hias pada pembangunan perumahan, instansi negeri maupun lembaga-lembaga swasta yang berdomisili didaerah Kabupaten Gresik.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Bryan, Coralie dan White Louis. 1987. *Manajemen Pembangunan untuk negara Berkembang*. Jakarta: LP3ES.
- Fakultas Ilmu Adminstrasi. 2005. *Pedoman Penyusunan Skripsi Fakultas Ilmu Administrasi*. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Gresik, Pemerintah Kabupaten. 2006. *Rencana Strategis Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Tahun 2006-2010*.
- Hagul, Peter. 1992. *Pembangunan Desa dan Lembaga Swadaya Masyarakat*. Yogyakarta: Yayasan Dian Desa.
- Mubyarto. 1994. *Keswadayaan Masyarakat Tertinggal*. Aditya Media.
- Moekijat. 1991. *Latihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung: CV Alumni.
- Moleong, Lexy J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cetakan ketujuh belas. Bandung: PT. Remja Rosda Karya.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Nasir, Muhammad. 1999. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Soekartawi. 1990. *Prinsip Dasar Perencanaan Pembangunan: Dengan Pokok Bahasan Perencanaan Pembangunan Daerah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soetomo. 1990. *Pembangunan Masyarakat: Beberapa Tinjauan Kamus*. Yogyakarta: Liberty.
- Sondang, P. Siagian. 1990. *Perencanaan Pembangunan*. Jakarta: Gunung Agung.
- Supriatna, Tjahja. 2000. *Strategi Pembangunan dan Kemiskinan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suryono, Agus. 2001. *Teori dan Isu Pembangunan*. Malang:UM Press.
- Tjokroawinoto, Moeljarto. 1999. *Pembangunan: Dilema dan Tantangan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Wahab, Saleh. 1996. *Manajemen Kepariwisataaan*. Jakarta: PT. Pradnya Pramita.

Yoety, Oka. 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Pramita.

Sumber Internet :

Akil, Ir Sjarifudin. *Implementasi Kebijakan Sektor Dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Dari Perspektif Penataan Ruang*. Makalah Dirjen PR Pariwisata. Di akses pada tanggal 29 Juni 2009.

Asriani, Putri Suci. 2003. *Konsep Agribisnis dan Pembangunan Pertanian Berkelanjutan Di Indonesia*. Agriseip volum 1 no. 2. di akses pada tanggal 18 Desember 2008.

Indonesia, Wikipedia. 2008. *Desa*. Di akses dari <http://id.wikipedia.org/wiki/Desa>.

Indonesia, Wikipedia. 2008. *Desa Wisata*. Di akses dari http://id.wikipedia.org/wiki/Desa_Wisata.

Indonesia, Wikipedia. 2008. *Kawasan*. Di akses dari <http://id.wikipedia.org/wiki/Kawasan>.

Karim, Sayit Abdul. 15 Januari 2009. *Strategi Pengembangan Dan Pemasaran Pariwisata Di daerah Kurang Berkembang*. Di akses dari www.sumbawanews.com pada tanggal 29 Juni 2009.

Niarwanti, Ni Luh Wayan. 2008. *Kebijakan Pemerintah Dalam Mengembangkan Kepariwisata Nasional*. Di akses dari [Emperdova's weblog](http://emperdova.com) pada tanggal 29 Juni 2009.

Santosa, Setyotanto P. 14 Februari 2009. *Pengembangan Pariwisata Di Indonesia*. Di akses pada tanggal 29 Juni 2009.

Pos, Jawa. 2008. *Desa Banyu urip, Kedamean, Dulu Desa Miskin Kini Jadi Desa Berprestasi*. Di akses dari www.jawapos.com pada tanggal 4 Mei 2008.

Pusat Data dan Informasi Pertanian Departemen Pertanian Republik Indonesia. *Strategi Pengembangan Wisata Agro Di Indonesia*. Direktori Wisata Agro Indonesia. Di akses pada tanggal 29 Juni 2009.

Wahono, Didik. 2008. *Bab V Tentang Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik*. Di akses dari <http://www.damandiri.or.id/file/didikwahonounairbab5.pdf>.

Sumber Undang-undang :

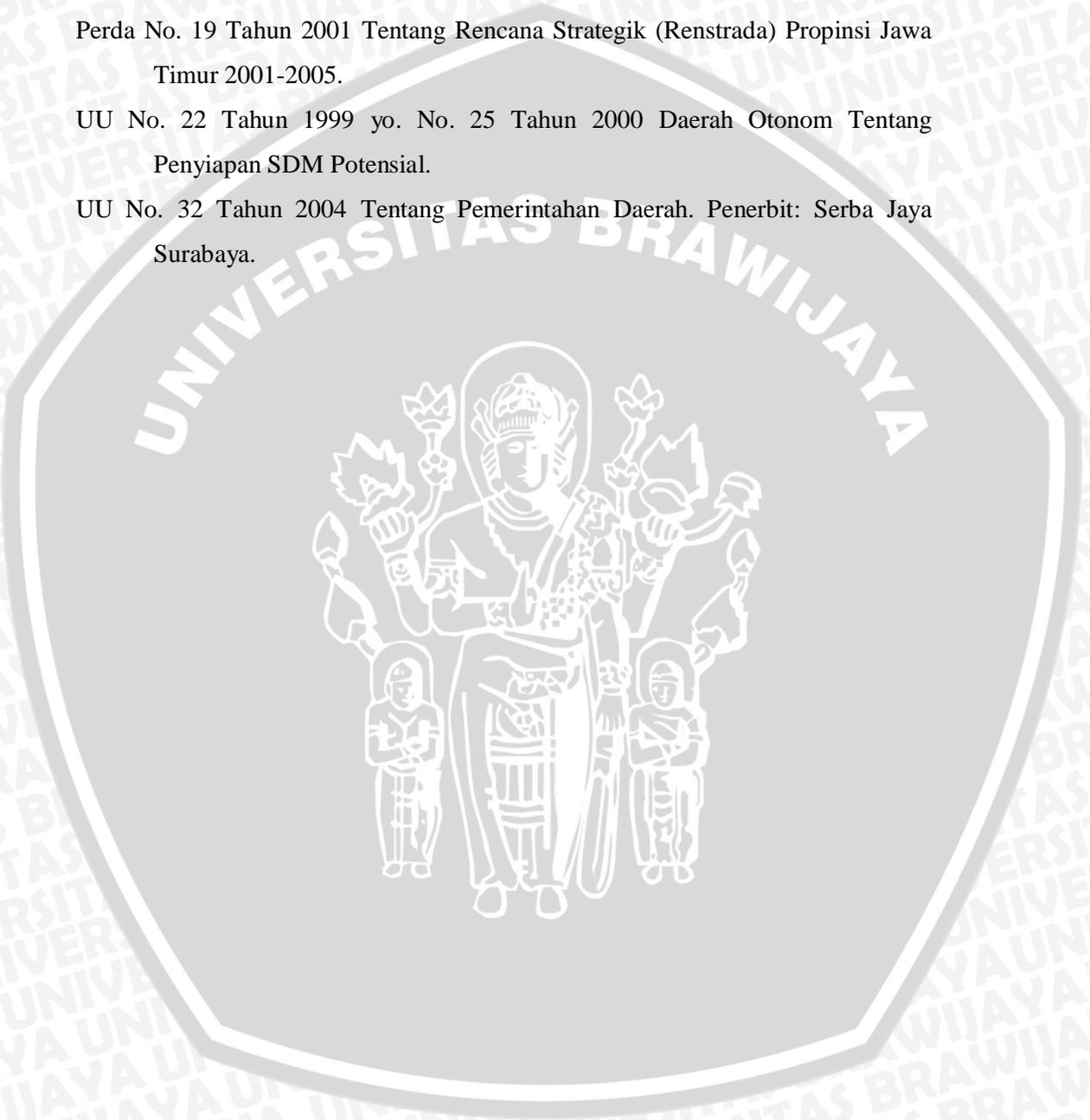
Instuksi Presiden No. 9 Tahun 1969 Tentang Pengembangan Kepariwisata.

Ketetapan MPR No. 11/MPR/1983 Tentang GBHN Tentang Pengembangan Pariwisata.

Perda No. 19 Tahun 2001 Tentang Rencana Strategik (Renstrada) Propinsi Jawa Timur 2001-2005.

UU No. 22 Tahun 1999 yo. No. 25 Tahun 2000 Daerah Otonom Tentang Penyiapan SDM Potensial.

UU No. 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah. Penerbit: Serba Jaya Surabaya.



PEDOMAN WAWANCARA (INTERVIEW GUIDE)

1. Menggambarkan dan menjelaskan tentang strategi-strategi pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium
 - a. Strategi pengembangan produk
 - b. Strategi pengembangan pasar dan promosi
 - c. Strategi penataan ruang Kawasan Desa Wisata Adenium
 - d. Strategi pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM)
 - e. Strategi pengembangan kemitraan/kerjasama dengan pihak-pihak terkait
2. Menjelaskan apa saja faktor-faktor pendukung dan penghambat mengenai pengembangan Kawasan Desa Wisata Adenium dalam sudut pandang sektor pariwisata maupun sektor agribisnis.
 - a. Tentang kebijakan pemerintah mengenai Kawasan Desa Wisata Adenium
 - b. Sarana-prasarana
 - c. Promosi
 - d. Budaya masyarakat
 - e. Iklim usaha

* Narasumber wawancara :

1. Staff Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik
2. Staff Dinas Pertanian Kabupaten Gresik
3. Anggota-anggota KOMPAG (Komunitas Pecinta Adenium Gresik)
4. Masyarakat pengembang adenium (petani, pedagang, pemerhati, praktisi, dan perangkat desa)



DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
FACULTY OF ADMINISTRATIVE SCIENCE

Jl. Mayjen Haryono No.163 Malang 65145
Telp. (0341) 551611 Pes. 205 dan (0341) 37 Fax. (0341) 553737
E-mail: fla@brawijaya.ac.id

Program Studi: S1 Adm. Publik-S1 Adm. Bisnis-DIII Kesekretariatan-DIII Pariwisata-Magister Ilmu Administrasi Publik & Bisnis dan-S3 Ilmu Administrasi

Nomor : 6103 /J.10/1.14/PG/2008
Lampiran : -
Hal : Riset

Kepada : Yth.
Kepala BALITBANGDA
Kabupaten Gresik

Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang mohon dengan hormat bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan kesempatan melakukan riset/survey bagi mahasiswa :

1. Nama : Lailatul Badriyah
 - a. NIM : 0410310069
 - b. Semester : 9
 - c. Jurusan : Administrasi Publik
 - d. Konsentrasi : Administrasi Pembangunan
 - e. Alamat : Desa Dermo Rt 1 Rw 1 Benjeng Gresik
2. Tema Riset : Strategi Pengembangan Objek Wisata (Kawasan Desa Wisata Adenium) dan Hubungannya dalam Pembangunan Perekonomian Masyarakat Pedesaan (Studi pada Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik)
3. Tempat Riset : Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik
4. Lamanya Riset : 2 bulan

Kami percaya bahwa demi Pembinaan Pendidikan kita, maka Bapak/Ibu/Saudara akan bersedia membantu kami.

Demikian atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara, kami ucapkan terima kasih

Malang, 25 Agustus 2008

a.n. Dekan

Ketua Jurusan Administrasi Publik



Prof. Dr. Solichin A. W., MA, P.h.D.,
NIP. 130 704 332

Tembusan :

1. Kepala Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik



PEMERINTAH KABUPATEN GRESIK
BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

Jl. KH. Wakhid Hasyim No. 17 Gresik Telp. (031) 3984053
G R E S I K

Gresik, 26 Agustus 2008

Nomor : 070/311 /403.72/2008
Sifat : Penting
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Ijin Melaksanakan
Penelitian/Survey/Research

Kepada
Yth. Sdr.  Dekan Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya Malang
2. Ka. DISPARINKOM Kab. Gresik
Di -

TEMPAT

Dasar :

1. Peraturan Daerah Kabupaten Gresik Nomor 27 Tahun 2000 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Gresik;
2. Keputusan Bupati Gresik Nomor 19 Tahun 2001 tentang Tugas Pokok dan Fungsi Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Kabupaten Gresik;
3. Surat Bupati Gresik Nomor 065/654/403.31/2001 perihal Rekomendasi Permohonan Ijin Penelitian;
4. Surat Bupati Gresik Nomor 065/1065/403.31/2001 perihal Ralat Keputusan Bupati Nomor 83 Tahun 2001;
5. Surat dari Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tanggal : 25 Agustus 2008 Nomor : 6103/J.10/1.14/PG/2008 perihal Permohonan Ijin Penelitian.

Maka dengan ini Balitbang Kabupaten Gresik menyatakan tidak keberatan atas dilakukannya penelitian yang dilakukan oleh :

1. Nama / NIM : LAILATUL BADRIYAH (0410310069)
2. Pekerjaan : Mahasiswa
3. Alamat : Dermo RT/RW. 001/001 Ds. Dermo
Kec. Benjeng Gresik.
4. Keperluan dilakukannya
Survey : Untuk Mengetahui Strategi Pengembangan Objek Wisata (Kawasan Desa Wisata Adenimum) dan Hubungannya dalam Pembnagunan Perekonomian Masyarakat Pedesaan (Studi pada Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik).

5. Tempat melakukan survey / research / penelitian : - DISPARINKOM Kab.Gresik
6. Waktu Pelaksanaan survey / research / penelitian : - 26 Agustus s/d 26 Oktober 2008
7. Pengikut : -

Dalam melakukan kegiatan survey / research / penelitian agar memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

1. Sebelum dan setelah dilaksanakannya survey / research / penelitian diwajibkan melapor kepada Camat setempat;
2. Tidak diperkenankan melaksanakan kegiatan lain diluar kegiatan survey / research / penelitian yang dilakukan;
3. Setelah melakukan survey / research / penelitian selambat - lambatnya 1 (satu) bulan agar menyerahkan 1 (satu) ex. / buku hasil survey / research / penelitian kepada Bupati Gresik melalui Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kabupaten Gresik.

Demikian untuk mendapatkan perhatian.

**A.n. KEPALA BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
KABUPATEN GRESIK**

Kabid. Pemberdayaan Masyarakat Desa,



Drs. MOKH. MANSUR

Pembina Tingkat I
NIP. 010 220 455

Tembusan Yth.:

1. Sdr. Ka. Kantor Kesbang Linmas Kab. Gresik.
2. Arsip



PEMERINTAH KABUPATEN GRESIK
BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

Jl. KH. Wakhid Hasyim No. 17 Gresik Telp. (031) 3984053
G R E S I K

Gresik, 3 Nopember 2008

Nomor : 070/392/403.72/2008
Sifat : Penting
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Perpanjangan Ijin
Melaksanakan Penelitian/Survey/
Research

Kepada
Yth. Sdr. 1. Dekan Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya Malang
2. Ketua Bappeda Kab. Gresik
3. Ka. Dinas Pertanian Kab. Gresik
4. Ka. Disparinkom Kab. Gresik
5. Ka. Dinas Koperasi & UKM
Kab. Gresik

Di -
TEMPAT

Dasar :

1. Peraturan Daerah Kabupaten Gresik Nomor 27 Tahun 2000 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Gresik;
2. Keputusan Bupati Gresik Nomor 19 Tahun 2001 tentang Tugas Pokok dan Fungsi Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Kabupaten Gresik;
3. Surat Bupati Gresik Nomor 065/654/403.31/2001 perihal Rekomendasi Permohonan Ijin Penelitian;
4. Surat Bupati Gresik Nomor 065/1065/403.31/2001 perihal Ralat Keputusan Bupati Nomor 83 Tahun 2001;
5. Surat dari Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tanggal : 25 Agustus 2008 Nomor : 6103/J.10/1.14/PG/2008 perihal Permohonan Ijin Penelitian.

Maka dengan ini Balitbang Kabupaten Gresik menyatakan tidak keberatan atas dilakukannya penelitian yang dilakukan oleh :

1. Nama / NIM : LAILATUL BADRIYAH (0410310069)
2. Pekerjaan : Mahasiswa
3. Alamat : Demo RT/RW. 001/007
Ds. Dermo Kec. Benjeng - Gresik
4. Keperluan dilakukannya
Survey : Untuk Mengetahui Strategis Pengembangan Objek Wisata (Kawasan Desa Wisata Adenimum) dan Hubungan dalam Pembangunan Perekonomian Masyarakat Pedesaan (Studi pada Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gresik).

5. Tempat melakukan survey / research / penelitian : - Bappeda Kab.Gresik
- Dinas Pertanian Kab. Gresik
- Disparinkom Kab. Gresik
- Dinas Koperasi & UKM Kab. Gresik
6. Waktu Pelaksanaan survey / research / penelitian : - 3 Nopember 2008 s/d 3 Pebruari 2009
7. Pengikut : -

Dalam melakukan kegiatan survey / research / penelitian agar memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

1. Sebelum dan setelah dilaksanakannya survey / research / penelitian diwajibkan melapor kepada Camat setempat;
2. Tidak diperkenankan melaksanakan kegiatan lain diluar kegiatan survey / research / penelitian yang dilakukan;
3. Setelah melakukan survey / research / penelitian selambat - lambatnya 1 (satu) bulan agar menyerahkan 1 (satu) ex. / buku hasil survey / research / penelitian kepada Bupati Gresik melalui Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kabupaten Gresik.

Demikian untuk mendapatkan perhatian.

**A.n. KEPALA BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
KABUPATEN GRESIK**

Kabid. Pemberdayaan Masyarakat Desa,



Drs. MOKH. MANSUR

Pembina Tingkat I

NIP. 010 220 455

Tembusan Yth.:

1. Sdr. Ka. Kantor Kesbang Linmas Kab. Gresik.
2. Arsip

