

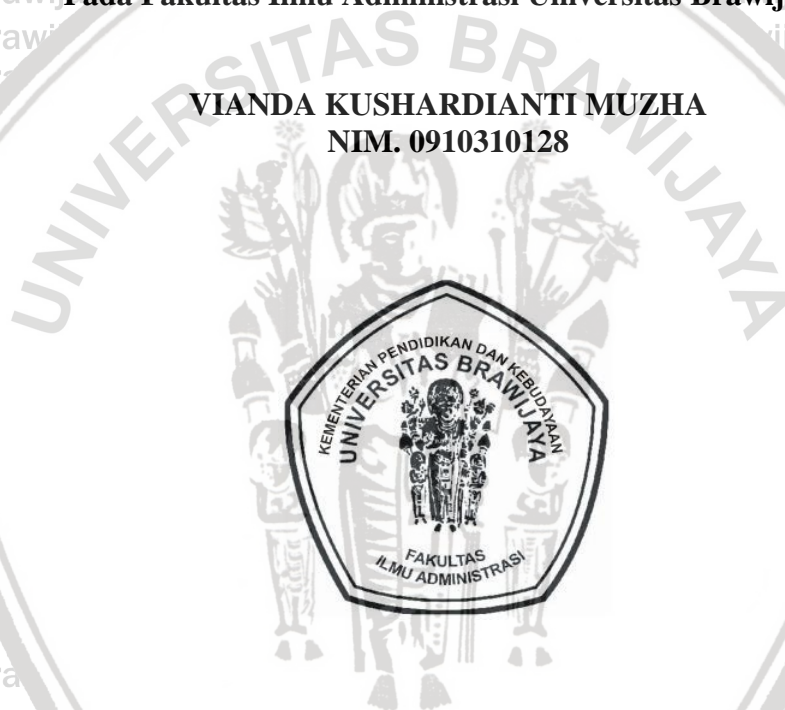
PENGEMBANGAN AGROWISATA DENGAN PENDEKATAN *COMMUNITY BASED TOURISM*

(Studi Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Menempuh Ujian Sarjana
Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

**VIANDA KUSHARDIANTI MUZHA
NIM. 0910310128**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI PUBLIK**

MALANG

2013

MOTTO

The Success
Of My Study and Career
Is a Must,
Because Success
Will invite a classy Love.



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengembangan Agrowisata dengan Pendekatan *Community Based Tourism* (Studi pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu)

Disusun oleh : Vianda Kushardianti Muzha

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Administrasi Publik

Malang, 23 April 2013

Dosen Pembimbing

Ketua



Drs. Heru Ribawanto, MS
NIP. 19520911 197903 1 002

Anggota



Drs. Minto Hadi, M.Si
NIP. 19540127 198103 1 003



TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 30 April 2013

Jam : 10.00 WIB

Skripsi atas nama : Vianda Kushardianti Muzha

Judul : Pengembangan Agrowisata Dengan Pendekatan *Community Based Tourism* (Studi Pada Dinas Pariwisata Kota Batu dan Kusuma Agrowisata Batu)

Dan dinyatakan lulus

MAJELIS PENGUJI

Ketua

Anggota


Drs. Heru Ribawanto, MS.
NIP. 19520911 197903 1 002


Drs. Minto Hadi, M.Si.
NIP. 19540127 198103 1 003

Anggota

Anggota


Prof. Dr. Agus Survono, MS.
NIP. 19521229 197903 1 0013


Drs. Abdullah Sa'id, M.Si.
NIP. 19570911 198503 1 003

RINGKASAN

Vianda Kushardianti Muzha, 2013, Pengembangan Agrowisata dengan Pendekatan *Community Based Tourism* (Studi pada Dinas Pariwisata Kota Batu dan Kusuma Agrowisata). Skripsi. Jurusan Administrasi Publik. Universitas Brawijaya Malang. Dosen pembimbing: (1.) Drs. Heru Ribawanto, MS (2.) Drs. Minto Hadi, M. Si (188 halaman + xi).

Kota Batu potensi unggulannya adalah pada bidang pertanian. Kota Batu sangat cocok diterapkan konsep agrowisata, yaitu perpaduan antara pertanian dengan wisata dengan hasil pertanian sebagai komoditas utamanya. Saat ini masyarakat hanya ditempatkan sebagai obyek dalam suatu kebijakan, dengan adanya *Community Based Tourism* diharapkan masyarakat ditempatkan sebagai subyek melalui pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kusuma Agrowisata.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, adapun yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah (1) Pengembangan Agrowisata Dengan Pendekatan *Community Based Tourism*, yang meliputi: (a) Program-program pemberdayaan masyarakat dalam mengembangkan agrowisata (b) Keterlibatan masyarakat di dalam proses perencanaan pengembangan agrowisata di kota Batu (c) Sarana dan prasarana pendukung pengembangan Agrowisata di kota Batu (d) Promosi agrowisata di kota Batu (e) Mendorong tumbuhnya *partnership* (kemitraan). (2) Faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan Agrowisata di kota Batu, yang meliputi: (a) Faktor pendukung yang terdiri dari: 1) Faktor pendukung internal berupa: letak geografis, kondisi iklim, dan transportasi 2) Faktor pendukung eksternal berupa: keramah tamahan penduduk dan keamanan. (b) Faktor penghambat yang terdiri dari: 1) Faktor penghambat internal berupa: Rendahnya kemampuan dan keterbatasan wawasan masyarakat dalam hal kepariwisataan 2) Faktor penghambat eksternal berupa: a) Belum mantapnya koordinasi kebijakan antara pemerintah dengan masyarakat b) Lemahnya kekuatan hukum.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa program-program pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan agrowisata yang dilakukan oleh pemerintah kota Batu maupun pihak swasta yaitu Kusuma Agrowisata sudah berjalan optimal, banyak diadakan pelatihan dan pembinaan terhadap masyarakat berkaitan dengan pengembangan agrowisata. Masyarakat dilibatkan dalam proses perencanaan melalui pokdarwis, ini menunjukkan bahwa masyarakat terlibat dalam suatu perencanaan walaupun tidak sepenuhnya. Promosi agrowisata dibuat semenarik mungkin agar wisatawan tertarik mengunjungi dengan berbagai *event-event* pariwisata. Sarana dan prasarana pendukung agrowisata sudah cukup memadai dari tahun ke tahun menunjukkan adanya suatu *progress*. Pengembangan agrowisata di kota Batu melibatkan pihak swasta, oleh karena itu, maka terjalinlah suatu kemitraan dengan Kusuma Agrowisata baik dari penyediaan barang maupun dalam promosi.

Dari hasil penelitian dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa pemberdayaan masyarakat baik berupa pelatihan maupun pembinaan yang dilakukan oleh pemerintah kota Batu melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu,

Badan Pemberdayaan Masyarakat, Perempuan, dan Keluarga Berencana (KB) serta dari pihak swasta (Kusuma Agrowisata) kepada masyarakat mengenai pengembangan agrowisata sudah direalisasikan dengan baik, terbukti dengan terbentuknya beberapa desa wisata yang dikelola oleh masyarakat sendiri



ABSTRACT

Vianda Kushardianti Muzha, Agro-Tourism Development by Community Based Tourism Approach (A Study on Tourism and Culture Departement, Batu and Kusuma Agrowisata). Thesis. Public Administration Major, Universitas Brawijaya, Malang, Supervisors: Drs. Heru Ribawanto, MS and Drs. Minto Hadi, M.Si.

Agriculture is the biggest potential in Batu City. Agrotourism which is a combination form of agriculture and tourism, is very suitable to be implemented here. The main commodity of agrotourism are some agricultural products. By using Community Based Tourism, the society is taken as a subject of society empowerment done by tourism department and PT. Kusuma Agrowisata.

The research I conduct is in form of descriptive research by using qualitative approach. The focus in this research are: (1) Agricultural development by using Community Based Tourism approach, which involves: (a) Society involvement in Agricultural activity, (b) Society involvement in Planning the Agricultural activity, (c) Supporting devices in agricultural activity, (d) Tourism advertising, (e) Partnership, (2) Supporting factors and boundaries in agricultural development, such us (a) Internal supporting factor (geography condition, climate, and transportation), 1) External supporting factor (resident's hospitality, security)Internal Boundaries, such us unskilled residents/society, (b) And external boundaries, such us poor coordination between the participants and government, and broken law.

From the research, I can infer that the attempt to increase the agricultural businesses quality by both society and government has already ran optimally, as there have been several agricultural training and seminars conducted in order to boost the agricultural development. The society's involvement in some planning activities shows that society has an important role in agricultural development attempt. Ago-tourism advertising has been maximally exhibited in some tourism events, in order to attract visitors. Agricultural development in Batu also attract private sector's involvement which can be seen in some activities such as supplying some particular products and advertising.

Based on the elaboration above, I can conclude that Community Based Tourism in form of the trainings and or drillings done by government of Batu (through Tourism and Culture Service), Female's movements, Planned Family [Keluarga Berencana]program, and private sector (PT. Kusuma Agrowisata), has been done well, proven by the creation of some autonomous tourism villages which are managed by its society.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengembangan Agrowisata dengan Pendekatan *Community Based Tourism* (Studi Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu).

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Publik (SAP) pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Sumartono, M.S. selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Bapak Dr. M.R. Khairul Muluk, S.Sos, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Bapak Drs. Minto Hadi, M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
4. Bapak Drs. Heru Ribawanto, MS. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini sampai selesai.
5. Bapak Drs. Minto Hadi, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini sampai selesai.

6. Bapak Drs. Heru Ribawanto, MS. selaku dosen penasihat akademik atas segala nasehat dan motivasi yang saya terima selama saya melaksanakan kewajiban akademik saya.

7. Seluruh Dosen Pengajar Administrasi Publik dan Staf Tata Usaha di lingkungan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

8. Pimpinan, Staf dan Karyawan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu, yang telah berkenan memberikan ijin dan bantuan selama proses penelitian.

9. Ayah dan Ibu tercinta yang telah begitu tulus memberi semangat, dorongan dan doa yang tiada henti sampai terselesainya skripsi ini.

10. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2009 yang telah banyak membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.

11. Semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 24 April 2013

Penulis.

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN.....	i
ABSTRACK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Kontribusi Penelitian	15
E. Sistematika Penulisan	15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Pembangunan	18
1. Konsep Pembangunan	18
2. Perencanaan Pembangunan.....	19
3. Konsep Pengembangan	20
B. Pariwisata.....	21
1. Pengertian Pariwisata.....	21
2. Jenis Pariwisata	22
3. Sarana dan Prasarana Pariwisata.....	25
a. Sarana Pariwisata	25
b. Prasarana Pariwisata	26
c. Promosi Pariwisata.....	27
4. Kepariwisataaan Dalam Pembangunan Indonesia.....	29
5. Pengembangan Pariwisata	30
C. Agrowisata	34
1. Konsep Agrowisata	34
2. Sejarah Agrowisata	36
3. Prinsip Agrowisata	37
4. Konsep Pengembangan Agrowisata	39
5. Dasar Filosofi Pengembangan Agrowisata di Dunia	40
6. Sisi Positif dan Negatif Agrowisata.....	48
D. <i>Community Based Tourism</i>	51
1. Pengertian Pemberdayaan	51
2. Pengertian Pemberdayaan Masyarakat	53

3. Faktor yang Mempengaruhi Pemberdayaan Masyarakat.....	54
4. Konsep <i>Community Based Tourism</i>	55
5. Sasaran <i>Community Based Tourism</i>	56
6. Tujuan <i>Community Based Tourism</i>	56
7. Pendekatan <i>Community Based Tourism</i>	57
8. Tahap-tahap Pemberdayaan Masyarakat pariwisata.....	60

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	62
B. Fokus Penelitian.....	63
C. Lokasi dan Situs Penelitian.....	65
D. Jenis dan Sumber Data.....	66
1. Jenis Data.....	66
2. Sumber Data.....	66
E. Teknik Pengumpulan Data.....	68
1. Observasi.....	68
2. Wawancara.....	68
3. Dokumentasi.....	68
F. Instrumen Penelitian.....	69
G. Analisis Data.....	70
1. Reduksi Data.....	70
2. Penyajian Data.....	70
3. Penarikan Kesimpulan.....	71

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi dan Situs Penelitian.....	72
1. Pemerintah Kota Batu.....	72
2. Visi dan Misi Pemerintah Kota Batu.....	74
3. Gambaran Umum Lokasi.....	75
4. Gambaran Umum Kepariwisata Kota Batu.....	80
5. Gambaran Umum Dinas Pariwisata Kota Batu.....	84
a. Deskripsi Situs.....	84
b. Visi dan Misi Dinas Pariwisata Tahun 2013.....	87
B. Penyajian Data Fokus Penelitian.....	88
1. Pengembangan Agrowisata di Kota Batu Dengan Pendekatan <i>Community Based Tourism</i>	88
a. Program-program Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mengembangkan Agrowisata.....	88
b. Keterlibatan Masyarakat di Dalam Proses Perencanaan Pengembangan Agrowisata di kota Batu.....	100
c. Sarana dan Prasarana Pendukung Agrowisata di Kota Batu.....	107

d. Promosi Agrowisata di Kota Batu	119
e. Mendorong Tumbuhnya <i>Partnership</i>	130
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Dalam pengembangan Agrowisata di kota Batu.....	133
a. Faktor Pendukung	133
1) Faktor pendukung internal.....	133
a) Letak Geografis.....	134
b) Kondisi Iklim.....	135
c) Transportasi	135
2) Faktor Pendukung Eksternal.....	138
a) Keramah-tamahan Penduduk.....	138
b) Keamanan	139
b. Faktor Penghambat	140
1) Faktor Penghambat Internal.....	140
Rendahnya Kemampuan dan Keterbatasan Wawasan Masyarakat Dalam Hal Kepariwisataaan	140
2) Faktor Penghambat Eksternal	141
a) Belum Mantapnya Koordinasi Kebijakan Antara Pemerintah Dengan Masyarakat	141
b) Lemahnya Kekuatan Hukum	143
C. Pembahasan.....	
1. Pengembangan Agrowisata di Kota Batu Dengan Pendekatan <i>Community Based Tourism</i>	144
a. Program-program Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mengembangkan Agrowisata	144
b. Keterlibatan Masyarakat di Dalam Proses Perencanaan Pengembangan Agrowisata di kota Batu	152
c. Sarana dan Prasarana Pendukung Agrowista di Kota Batu	157
d. Promosi Agrowisata di Kota Batu	160
e. Mendorong Tumbuhnya <i>Partnership</i>	164
2. Faktor Pendukung dan penghambat dalam pengembangan Agrowisata di kota Batu.....	169
a. Faktor Pendukung	169
1) Faktor pendukung internal.....	169
a) Letak Geografis.....	169
b) Kondisi Iklim.....	170
c) Transportasi	171
2) Faktor Pendukung Eksternal.....	172
a) Keramah-tamahan Penduduk.....	172
b) Keamanan	173
b. Faktor Penghambat	175
1) Faktor Penghambat Internal.....	175
Rendahnya Kemampuan dan Keterbatasan Wawasan Masyarakat Dalam Hal Kepariwisataaan	176
2) Faktor Penghambat Eksternal.....	178

a) Belum Mantapnya Koordinasi Kebijakan Antara Pemerintah Dengan Masyarakat	178
b) Lemahnya Kekuatan Hukum	180

BAB V PENUTUP

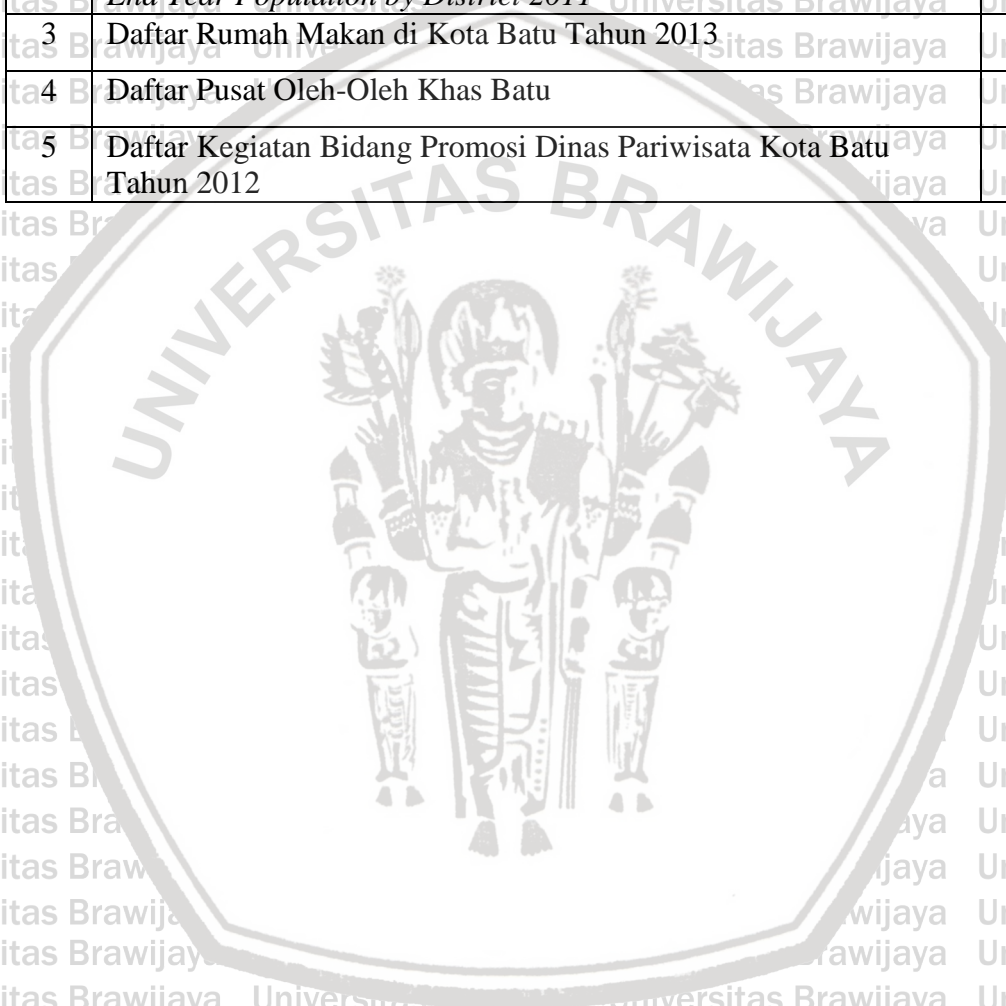
A. Kesimpulan	183
B. Rekomendasi	187

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN**



DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
1	Luas Wilayah Menurut Kecamatan (Ha) Tahun 2011	77
2	Penduduk Akhir Tahun Dirinci Menurut Kecamatan <i>End Year Population by District 2011</i>	79
3	Daftar Rumah Makan di Kota Batu Tahun 2013	112
4	Daftar Pusat Oleh-Oleh Khas Batu	118
5	Daftar Kegiatan Bidang Promosi Dinas Pariwisata Kota Batu Tahun 2012	124



DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
1	Jumlah Pengunjung Daya Tarik Wisata (DTW) di Kota Wisata Batu Tahun 2008-2011	7
2	Komponen Analisis Data	71
3	Peta Kota Batu	76
4	Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu 2013	86
5	Perkembangan Wisatawan yang Menginap di Hotel Tahun 2009-2012	110
6	Perkembangan Pengunjung Rumah Makan di Kota Wisata Batu Tahun 2010-2012	113
7	Pertumbuhan Kunjungan panti Pijat di Kota Wisata Batu Tahun 2009-2012	116
8	Peta Wisata Kota Batu	122
9	Panjang Jalan Dirinci Menurut Kondisi Permukaan Jalan <i>Length of Road by Type of Surface Condition 2011</i>	136
10	Struktur Partisipasi Masyarakat Dalam Perencanaan	153

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negara republik Indonesia merupakan negara kesatuan yang menganut asas desentralisasi dalam penyelenggaraan pemerintahan dengan memberikan keleluasaan kepada daerah untuk menyelenggarakan otonomi daerah, hal ini sesuai dengan pasal 18 UUD 1945 antara lain bahwa pembagian daerah Indonesia atau daerah besar dan kecil, dengan bentuk dan susunan pemerintahan yang ditetapkan dalam undang-undang, dengan memandang dan mengingat dasar permusyawaratan dalam sistem pemerintahan negara dan hak-hak dasar asal usul dalam daerah-daerah yang bersifat istimewa.

Penegasan tersebut kemudian dijabarkan dalam Undang-Undang No.32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, dimana menurut undang-undang ini prinsip otonomi yang dianut adalah dengan memberikan kewenangan nyata, luas dan bertanggung jawab kepada daerah secara proporsional. Sehingga setiap daerah dituntut untuk bersaing secara kompetitif untuk meningkatkan kemampuannya dalam mengelola dan menggali serta mengembangkan potensi daerahnya khususnya pertanian, kelautan, industri, dan pariwisata guna terwujudnya peningkatan

kesejahteraan masyarakat, dan peningkatan pelayanan pemberdayaan dan peran serta masyarakat.

Saat ini perkembangan pembangunan pariwisata berjalan cukup pesat setelah disadari, bahwa industri pariwisata merupakan penghasil devisa non migas terbesar di dunia. Idealnya, pariwisata dapat meningkatkan kualitas masyarakat dan menyejahterakan masyarakat, mendukung kelestarian lingkungan, mengembangkan perekonomian, dengan dampak negatif yang minimal. Pemerintah diharapkan dapat memberdayakan, mengayomi dan memberlakukan peraturan-peraturan, tidak sekedar untuk mengarahkan perkembangan, melainkan juga untuk perintisan atau untuk mendorong sektor-sektor pendukung dalam mewujudkan pengembangan pariwisata, yaitu mempunyai fungsi koordinasi, pemasaran, termasuk di dalamnya promosi, pengaturan harga untuk komponen-komponen tertentu, pengaturan sistem distribusi ataupun penyediaan informasi.

Seperti yang diungkapkan oleh Mc Lennon dalam Marpaung dan Bahar (2002:45-46) bahwa kan tercipta suatu pariwisata yang layak jika pariwisata tersebut memenuhi prinsip-prinsip yang diantaranya pengembangan pariwisata harus memberdayakan penduduknya sebagai basis perkembangan tersebut, lebih lanjut Mc Lennon mengungkapkan suatu pariwisata yang layak adalah suatu pariwisata yang memenuhi prinsip-prinsip yang mencakup beberapa hal antara lain:

1. Secara aktif mendorong kelangsungan peningkatan di suatu daerah, kebudayaan, sejarah, dan alam.
2. Menekankan dan menampilkan identitas daerah sebagai sesuatu yang unik.
3. Dilakukan berdasarkan pada keterampilan interpretasi peninggalan yang ada.
4. Memberdayakan masyarakat lokal untuk menginterpretasikan warisan mereka kepada tamu.
5. Membangun rasa bangga masyarakat lokal akan warisan mereka dan meningkatkan hubungan dengan tamu serta keterampilan pelayanan.
6. Membantu memelihara gaya hidup dan nilai-nilai setempat.
7. Memberdayakan masyarakat lokal untuk merencanakan dan memfasilitasi pengalaman berdimensi ganda yang otentik dan bermakna kepada pengunjung.
8. Bersifat antar budaya, yang berarti tamu dan tuan rumah sama-sama menerima pengalaman yang saling memperkaya.
9. Mewakili program yang dapat ditetapkan di setiap tingkat pengembangan pariwisata dan semua kondisi pariwisata.
10. Menampilkan pendekatan bernilai tambah terhadap pariwisata yang berarti meningkatkan kedalaman dan level pelayanan yang diberikan kepada wisatawan.
11. Menampilkan suatu pendekatan kearah pengembangan pariwisata berkelanjutan. Karena menekankan dan menghormati peninggalan suatu daerah serta memberdayakan penduduknya sebagai basis pengembangan pariwisata yang sejati.

Hal senada juga diungkapkan oleh Lupiyanto (www.IRDItag.blogspot.com)

“Daerah dapat membuka investasi dan melakukan promosi terhadap negara lain maupun daerah lain, disini industrialisasi pariwisata menjadi sebuah kemestian. Industrialisasi tidaklah selamanya adalah modernisasi, karena pariwisata mempunyai kekhasan berupa penekanan penonjolan orisinalitas potensi wisata sebagai daya tarik yang tidak dapat dijumpai di daerah lain. Luasnya skala pengaruh sektor pariwisata memerlukan strategi yang mantap dalam pengelolaannya, seperti penyediaan fasilitas pelayanan dan penanganan komprehensif yang melibatkan seluruh elemen pemerintahan maupun masyarakat. Di sinilah dituntut adanya pemberdayaan masyarakat lokal yang mempunyai nilai pengaruh tinggi terhadap masa depan pariwisata”

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata menjadi suatu industrialisasi yang merupakan

sebuah keharusan akan tetapi tidak sebatas modernisasi serta tidak hanya kerja sama dengan pihak swasta maupun kegiatan promosi kepariwisataan kedaerah bahkan ke negara lain. Akan tetapi, dibutuhkan adanya pemberdayaan masyarakat lokal yang mempunyai nilai pengaruh tinggi terhadap masa depan pariwisata.

Agrowisata merupakan bagian dari objek wisata yang memanfaatkan usaha pertanian sebagai objek wisata. Tujuannya adalah untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi, dan hubungan usaha dibidang pertanian. Melalui pengembangan agrowisata yang menonjolkan budaya lokal dalam memanfaatkan lahan, pendapatan petani dapat meningkat bersamaan dengan upaya melestarikan sumberdaya lahan, serta memelihara budaya maupun teknologi lokal (*indigenous knowledge*) yang umumnya telah sesuai dengan kondisi lingkungan alaminya.

Rangkaian kegiatan pertanian dari budidaya sampai pasca panen dapat dijadikan daya tarik tersendiri bagi kegiatan pariwisata. Dengan menggabungkan kegiatan agronomi dengan pariwisata banyak perkebunan-perkebunan besar di Indonesia dikembangkan menjadi obyek wisata agro. Bagi daerah yang memiliki tanah subur, panorama indah, mengembangkan agrowisata akan mempunyai manfaat ganda apabila dibandingkan hanya mengembangkan pariwisata dengan obyek dan daya tarik keindahan alam, seni dan budaya. Manfaat lain yang dapat dipetik dari mengembangkan agrowisata, yaitu disamping dapat menjual jasa dari

obyek dan daya tarik keindahan alam, sekaligus akan menuai hasil dari penjualan budidaya tanaman agro, sehingga disamping akan memperoleh pendapatan dari sektor jasa sekaligus akan memperoleh pendapatan dari penjualan komoditas pertanian.

Pada era otonomi daerah, agrowisata dapat dikembangkan pada masing-masing daerah tanpa perlu ada persaingan antar daerah, mengingat kondisi wilayah dan budaya masyarakat di Indonesia sangat beragam. Masing-masing daerah bisa menyajikan atraksi agrowisata yang lain daripada yang lain. Pengembangan agrowisata pada gilirannya akan menciptakan lapangan pekerjaan, karena usaha ini dapat menyerap tenaga kerja dari masyarakat pedesaan, sehingga dapat menahan atau mengurangi arus urbanisasi yang semakin meningkat saat ini. Manfaat yang dapat diperoleh dari agrowisata adalah melestarikan sumberdaya alam, melestarikan teknologi lokal, dan meningkatkan pendapatan petani atau masyarakat sekitar lokasi wisata (http://www.panduan-bisnis-internet.com/bisnis/agro_bisnis.html).

Di beberapa negara, agrowisata bertumbuh sangat pesat dan menjadi alternatif terbaik bagi wisatawan, hal ini disebabkan, agritourism akan membawa seseorang mendapatkan pengalaman yang benar-benar berbeda dari rutinitas kesehariannya. Mereka ingin keluar dari kejenuhan, tekanan kemacetan lalulintas, telepon selular, suasana kantor dan hiruk pikuk keramaian. Orang tua ingin anak-anak mereka dapat mengetahui dari mana sebenarnya makanan itu berasal atau mengenalkan bahwa susu itu dari seekor sapi bukan rak supermarket (www.farmstop.com).

Kota Batu adalah sebuah kota kecil yang berada di dataran tinggi. Kota Batu sekarang lebih dikenal dengan sebutan Kota Wisata Batu (KWB). Kota Batu yang biasa disebut *De Kleine Switzerland* (Swiss Kecil di Pulau Jawa), kota yang memancarkan pesona wisata yang luar biasa.

Pesona alam yang indah, keramahan masyarakat merupakan magnet untuk menarik siapapun untuk mengenal dan berpetualang menikmati keindahan setiap sudut kota Batu. Potensi yang dimiliki ini merupakan kekayaan yang terus dijaga, dirawat, dilestarikan dan dikembangkan dengan harapan dapat memajukan pariwisata yang akhirnya bermuara pada kesejahteraan masyarakat. Banyaknya tempat wisata yang terdapat di kota Batu, mulai dari wisata alam hingga wisata buatan semuanya ada di kota kecil ini.

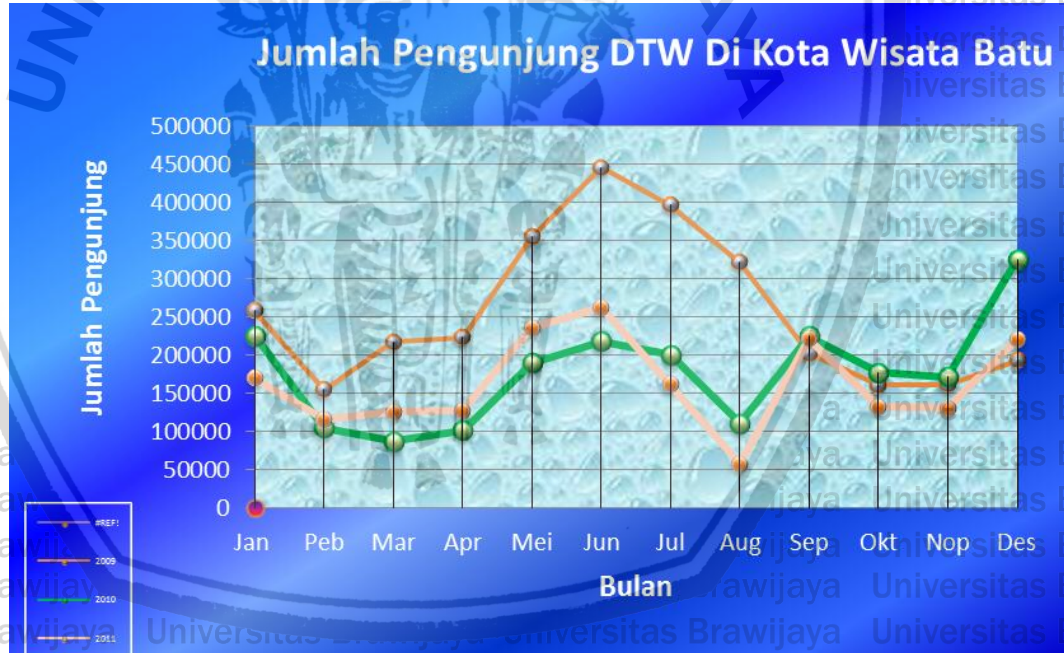
Selain itu, kota Batu merupakan sebuah kota yang kaya akan hasil pertanian karena berada di daerah pegunungan. Hasil pertanian dan perkebunan yang melimpah juga menjadikan kota Batu menjadi sebuah kawasan agropolitan. Kawasan agropolitan ini juga dimanfaatkan sebagai tempat wisata, dalam hal ini memadukan antara hasil pertanian dengan pariwisata sehingga disebut agrowisata. Apabila melihat potensi ekologis kota Batu dengan curah hujan yang cukup, maka mengembangkan kawasan agrowisata di kota Batu akan lebih banyak manfaatnya, disamping dapat menjual jasa dari obyek keindahan alam, seni dan budaya yang dimiliki, mengembangkan agrowisata berwawasan lingkungan sekaligus melakukan konservasi tanah.

Kota Batu, walaupun berstatus kota, mata pencaharian penduduknya sebagian besar berasal dari hasil memanfaatkan usaha pertanian (agro) dengan sistem pengolahan tanah yang sangat sederhana.

Bila kemajuan teknologi pertanian diajarkan kepada masyarakat niscaya

kelak petani kota Batu akan menjadi tulang punggung perekonomian dalam meningkatkan pendapatan asli daerah, melalui komoditas pertanian yang mencakup antara lain: 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 agrowisata. Keseluruhannya sangat berpeluang besar menjadi andalan dalam meningkatkan perekonomian kota Batu.

Gambar 1
Jumlah Pengunjung Daya Tarik Wisata (DTW) di Kota Wisata Batu
Tahun 2008-2011



Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu

Berdasarkan grafik diatas, jumlah pengunjung daya tarik wisata kota Batu dari tahun 2008 sampai dengan tahun 2011. Pada tahun 2009 mengalami peningkatan yang cukup tinggi, terutama pada bulan Juni yaitu

dengan jumlah pengunjung sebanyak 450.000 orang. Secara umum jumlah pengunjung di kota Batu menunjukkan progres yang signifikan. Kota Batu memiliki potensi besar untuk mengembangkan agrowisata di Indonesia, karena posisi geografisnya di khatulistiwa, serta kondisi alam hayatnya yang tersedia. Kondisi seperti ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan petani sekaligus melestarikan sumberdaya lahan yang tersedia. Demikian pula dengan kondisi tanah dan iklim udara yang sejuk, peluang untuk mengembangkan berbagai komoditas pertanian pun semakin besar dengan menerapkan sistem pengelolaan lahan yang ramah lingkungan. Hal ini tercermin pada berbagai teknologi pertanian lokal yang berkembang di masyarakat Batu menyesuaikan dengan tipologi lahan. Keunikan-keunikan tersebut merupakan aset yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung atau berwisata ke kota Batu.

Community Based Tourism (CBT) sebagai sebuah pendekatan pemberdayaan yang melibatkan dan meletakkan masyarakat sebagai pelaku penting dalam konteks paradigma baru pembangunan yakni pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development paradigm*) pariwisata berbasis masyarakat merupakan peluang untuk menggerakkan segenap potensi dan dinamika masyarakat, guna mengimbangi peran pelaku usaha pariwisata skala besar. Pola CBT ini dikembangkan oleh Bank Dunia. Awalnya, pada bulan Juli 2000, Bank Dunia mulai memikirkan bagaimana caranya menanggulangi masalah kemiskinan

melalui sektor pariwisata yang kemudian dikenal dengan CBT. Bank

Dunia selanjutnya mengidentifikasi adanya tiga kegiatan pariwisata yang

dapat mendukung konsep CBT yakni *adventure travel* (wisata

petualangan), *cultural travel* (wisata budaya) dan *ecotourism* (ekowisata).

Dibahas pula kaitannya dengan akomodasi yang dimiliki oleh masyarakat

atau disebut *small family-owned hotels* yang biasanya berkaitan erat

dengan tiga jenis kegiatan tersebut. Bank Dunia yakin bahwa peningkatan

wisata petualangan, budaya dan ekologi akan mampu meningkatkan

pendapatan masyarakat setempat dan sekitarnya sekaligus memelihara

budaya, kesenian dan cara hidup masyarakat di sekitarnya. *Community*

Based Tourism (CBT) atau pariwisata berbasis masyarakat tidak berarti

merupakan upaya kecil dan lokal semata, tetapi perlu diletakkan dalam

konteks kerjasama masyarakat secara global. Dari beberapa ulasan

tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa *Community Based Tourism*

(CBT) atau pariwisata berbasis masyarakat adalah pariwisata dimana

masyarakat atau warga setempat memainkan peranan penting dan

utama dalam pengambilan keputusan mempengaruhi dan memberi

manfaat terhadap kehidupan dan lingkungan mereka. Dalam konsep

pariwisata berbasis masyarakat terkandung didalamnya adalah konsep

pemberdayaan masyarakat, upaya pemberdayaan masyarakat pada

hakikatnya selalu dihubungkan dengan karakteristik sasaran sebagai

suatu komunitas yang mempunyai ciri, latar belakang, dan

pemberdayaan masyarakat, yang terpenting adalah dimulai dengan bagaimana cara menciptakan kondisi suasana, atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat untuk berkembang.

Tantangan mewujudkan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat adalah memerlukan pemberdayaan masyarakat yang sungguh-sungguh dilakukan oleh, dari, dan untuk masyarakat secara partisipatif muncul sebagai alternatif terhadap pendekatan pembangunan yang serba sentralistik dan bersifat top down. Munculnya proses partisipasi dalam rangka pemberdayaan masyarakat mendasarkan atas dua perefektif, Pertama; pelibatan masyarakat setempat dalam pemilihan, perancangan, perencanaan dan pelaksanaan, program yang akan mewarnai kehidupan masyarakat. Kedua; partisipasi transformasional sebagai tujuan untuk mengubah kondisi lemah dan marjinal menjadi berdaya dan mandiri.

Dengan dilaksanakannya otonomi daerah, maka pengembangan dan pembangunan obyek wisata atas dasar CBT ini menjadi salah satu tugas pemerintah daerah. Tugas pemerintah daerah ini memang hanya sampai sebatas sebagai fasilitator, yang tujuannya adalah untuk menarik investor swasta guna melakukan kegiatan-kegiatan tersebut. Agenda-agenda kegiatan pariwisata harus disusun secara konsisten sehingga dapat dijadikan acuan para pelaku pariwisata untuk menjualnya ke berbagai pasar pariwisata dunia. Tanpa agenda yang tetap dan berkualitas maka

akan sulit menarik pengunjung ke lokasi tersebut. Selain itu prasarana pariwisata pun harus ditingkatkan kualitasnya terutama yang terkait dengan kesehatan, kebersihan, keamanan dan kenyamanan.

Selanjutnya menurut Kuswara terdapat isu-isu strategis dalam pengembangan pariwisata (www.myindonesia.com).

“Belum optimalnya pelibatan dan peran masyarakat, potensi dan posisi masyarakat lokal sebagai pelaku atau subyek penting dalam pengembangan pariwisata masih belum terwujud secara nyata dan optimal; belum optimalnya nilai manfaat pariwisata bagi masyarakat lokal, kedudukan masyarakat sebagai penerima manfaat dalam pengembangan pariwisata juga masih sering terabaikan dan belum mendapat manfaat secara memadai; belum kuatnya komitmen sadar wisata dikalangan masyarakat, sadar wisata sebagai bentuk komitmen strategis dalam pengembangan pariwisata masih belum mengakar, dipahami dan disikapi secara tepat dan konkret dikalangan masyarakat; koordinasi/sinergi lintas sektor dan daerah yang belum efektif. Belum kuatnya komitmen sadar wisata dikalangan masyarakat, masih muncul ego sektoral dan kedaerahan dalam pengembangan pariwisata, upaya pemberdayaan masyarakat masih menjadi sasaran sekunder upaya pengembangan yang belum terintegritasi”.

Berdasarkan penjelasan diatas, dalam pengembangan potensi pariwisata masih menempatkan masyarakat sebagai objek bukan sebagai subjek atau pelaku penting dalam pengembangan pariwisata. Upaya pemberdayaan masyarakat hanya menjadi sasaran sekunder upaya pengembangan pariwisata. Hal ini menyebabkan masyarakat lokal belum menerima nilai manfaat pengembangan pariwisata secara optimal dan memadai. Oleh karena itu, dalam pengembangan pariwisata harus menjadikan pemberdayaan masyarakat sebagai pendekatan utamanya tidak hanya sebatas modernisasi dengan prasarana pendukung yang lebih

lengkap serta tidak hanya dengan kerja sama dengan pihak swasta maupun kegiatan promosi kepariwisataan ke daerah bahkan ke negara lain agar masyarakat lokal mendapatkan manfaat dari pengembangan pariwisata, sehingga pengembangan pariwisata selain memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah juga memberikan kontribusi terhadap pemberdayaan masyarakat lokal. Sedangkan menurut Tim Deliveri (2004) proses pemberdayaan masyarakat merupakan suatu proses yang bertitik tolak untuk memandirikan masyarakat agar dapat meningkatkan taraf hidupnya dengan menggunakan dan mengakses sumber daya setempat sebaik mungkin. Proses tersebut menempatkan masyarakat sebagai pihak utama atau pusat pengembangan (*people or community centered development*) (<http://subejo.staf.ugm.ac.id>).

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan masyarakat itu melibatkan masyarakat lokal dalam merencanakan, memutuskan, dan mengelola sumber daya lokal yang dimiliki, dan pada akhirnya mereka akan memiliki kemampuan dan kemandirian secara ekonomi dan sosial. Dalam hal ini, yang menjadi sumber daya lokal yang dimiliki oleh masyarakat kota Batu salah satunya adalah potensi wisatanya. Lebih lanjut menurut Ardika dalam Damanik dkk., (2005:37-39) strategi dalam pengembangan industri pariwisata yang berbasis pemberdayaan masyarakat antara lain penerapan konsep

Community Based Tourism yang merupakan dasar dari *Sustainable*

Tourism Development yang mencakup beberapa hal antara lain :

1. Penyusunan perencanaan dalam skala lokal, yang mampu mengakomodasi semua kebutuhan dalam kerangka tujuan jangka pendek, menengah, dan panjang serta perencanaan disusun bersama dengan komunitas yang ada.
2. Program-program pelatihan yang harus dapat secara praktis mendorong tumbuhnya wiraswastawan-wiraswastawan (*entrepreneur*) lokal yang lebih mampu bersaing.
3. Mendorong timbulnya *partnership*. Kemitraan tidak berarti dalam bentuk *charity* yang justru memperlemah kemampuan masyarakat, namun harus dalam bentuk ikatan usaha yang saling menguntungkan dalam suatu hubungan kerja yang saling bersinergi. Beberapa bentuk kemitraan yang dapat dipertimbangkan anatara lain : a) antar skala usaha (besar-kecil), b) antar daerah antar kawasan, c) antar sektor, d) antar jenis usaha, e) pengembangan sumber daya manusia manusia, ilmu pengetahuan dan teknologi. Banyak kegiatan yang bisa dilakukan disini misalnya, ide kemitraan anatar hotel dengan pedagang kaki lima untuk perbaikan kualitas makanan yang dijual, ataupun pembinaan atraksi travel biro.
4. Mendorong kekuatan lokal untuk bersaing, kekuatan pariwisata adalah keunikannya yang tidak dimiliki oleh pesaing. Oleh sebab itu, memperkuat *local identity* harus merupakan fokus utama dalam upaya pemberdayaan masyarakat.

Berdasarkan penjelasan diatas, pemberdayaan masyarakat itu menghendaki adanya peningkatan kemandirian masyarakat agar dapat meningkatkan taraf hidupnya sendiri, memenuhi kebutuhan dasarnya sendiri sehingga mereka memiliki kebebasan (*freedom*) dalam arti bukan saja bebas mengemukakan pendapat, melainkan bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan, dan bebas dari kesakitan, mampu menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang dan jasa yang mereka perlukan dengan menggunakan dan mengakses sumber daya

setempat sebaik mungkin. Maka dengan pengembangan industri pariwisata yang berbasis pada pemberdayaan masyarakat akan dapat tercapai suatu kemandirian masyarakat karena dalam pengembangan mencakup hal-hal yang mendukung dan memungkinkan terjadinya kemandirian masyarakat melalui penyusunan perencanaan dalam skala lokal, program-program pelatihan yang harus dapat secara praktis mendorong tumbuhnya wiraswastawan-wiraswastawan (*entrepreneur*) lokal, mendorong timbulnya *partnership* serta mendorong kekuatan lokal untuk bersaing yang pada akhirnya mereka memiliki kemampuan dan kemandirian secara ekonomi dan sosial. Dengan adanya potensi yang dimiliki oleh kota Batu, masyarakat kota Batu diharapkan dapat berpartisipasi dalam mengembangkan agrowisata. Pemerintah dan swasta adalah sebagai perantara dalam melakukan pemberdayaan kepada masyarakat agar nantinya masyarakat dapat memanfaatkan peluang yang ada tersebut.

Berdasarkan apa yang telah penulis uraikan diatas, maka dalam penulisan skripsi ini penulis berusaha untuk mengulas tentang

“Pengembangan Agrowisata Dengan Pendekatan *Community Based Tourism* (Studi pada Dinas Pariwisata Kota Batu)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengembangan agrowisata dengan menggunakan pendekatan *Community Based Tourism* di kota Batu?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan agrowisata dengan menggunakan pendekatan *Community Based Tourism* di kota Batu?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mendiskripsikan dan menganalisis upaya pengembangan agrowisata dengan menggunakan pendekatan *Community Based Tourism* di Kota Batu.
2. Untuk mendiskripsikan dan menganalisis faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan agrowisata dengan menggunakan pendekatan *Community Based Tourism* di Kota Batu.

D. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat serta memberikan kontribusi bagi pihak-pihak terkait, yang terdapat pada :

1. Manfaat Akademis
 - a. Memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan bagi pembaca dan bagi penulis sendiri.

- b. Memberikan sumbangan referensi bagi penelitian-penelitian yang akan datang dengan topik yang sama.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai bahan kajian dan sumbangan pemikiran bagi upaya pengembangan Ilmu Administrasi Publik, khususnya pengembangan konsep perberdayaan masyarakat dalam pelaksanaan pengembangan potensi daerah.
- b. Sebagai bahan masukan bagi Pemerintah Daerah, khususnya kota Batu dalam pembangunan daerah dan pengembangan potensi daerah dalam pelaksanaannya serta menggunakan pemberdayaan masyarakat sebagai pendekatan utamanya.

E. Sistematika Penulisan

Di dalam sub bab ini, akan diuraikan secara garis besar pokok-poko isi yang terkandung di dalam setiap bab. Adapun sistematika pembahasan dalam penulisan ini antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Membahas latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Mengemukakan serta menjabarkan teori-teori atau temuan-temuan yang berkaitan dengan topik dan pembahasan

penelitian. Dalam hal ini, tinjauan pustaka berisi tentang landasan teori yang mendukung masalah yang ada, serta sebagai kerangka pemikiran penulis yang terdiri dari tinjauan tentang konsep agrowisata, konsep *Community Based Tourism* serta unsur-unsur yang terkandung di dalamnya.

BAB III

METODE PENELITIAN

Membahas tentang penelitian yang digunakan, meliputi jenis penelitian, pemilihan lokasi atau lokasi pemilihan, variabel penelitian, dimensi waktu dan data, metode pengumpulan data, serta teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengemukakan mengenai data-data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, berkaitan dengan tujuan penelitian dan sesuai dengan fokus penelitian. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dan diinterpretasikan.

BAB V

PENUTUP

Mengemukakan tentang kesimpulan atas penelitian yang telah dilakukan dan saran yang dapat dijadikan sumbangan pemikiran serta masukan bagi Dinas Pariwisata Kota Batu dalam pengembangan agrowisata.



UNIVERSITAS BRAWIJAYA

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pembangunan

1. Konsep Pembangunan

Menurut Siagian dalam Agus Suryono (2004:21) pembangunan merupakan 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. Dengan demikian, berdasarkan pendapat diatas pembangunan merupakan suatu proses yang dilakukan secara sadar dan terencana dan tujuan dari pembangunan adalah suatu usaha membina bangsa dalam rangka pencapaian tujuan bangsa dan negara yang telah ditentukan.

“Pembangunan memang merupakan proses menurut waktu, suatu proses transformasi yang merupakan “*breakthrough*” dari keadaan ekonomi yang terhenti (stagnan) kesuatu pertumbuhan kumulatif yang bersifat terus-menerus. Inheren dalam proses ini adalah keharusan bagi masyarakat yang bersangkutan untuk mengadakan pilihan di antara berbagai kecepatan pertumbuhan ekonomi, yang pada dirinya adalah pilihan mengenai kecepatan pertambahan produksi barang dan jasa. Oleh karena itu, tingkat produksi barang dan jasa adalah suatu fungsi tingkat investasi. Oleh karena investasi pada waktu sekarang, yang akan menimbulkan pertambahan produksi pada masa kemudian itu, pada hakikatnya mengandung implikasi mengenai pengendalian konsumsi pada masa kini, maka pilihan itu adalah pilihan diantara berbagai alternatif mengenai tinggi rendahnya tingkat konsumsi pada masa sekarang guna mencapai pertambahan produksi dan konsumsi pada masa yang akan datang”, Widjojo Nitisastro (2010:9-10).

Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa masyarakat dalam suatu pembangunan tidak dapat menghindarkan diri dari suatu pengambilan keputusan mengenai pilihan alternatif yang berkenaan dengan kesediaannya untuk mengendalikan tingkat konsumsi pada saat ini untuk memungkinkan pertambahan produksi dan konsumsi dalam masa yang akan datang.

Tjokroamidjojo (1995 : 8) menyimpulkan bahwa pembangunan nasional merupakan: (1) proses pembangunan berbagai bidang kehidupan, baik sosial, ekonomi, politik dan lainnya; (2) Proses perubahan sosial yang merupakan proses perubahan masyarakat dalam berbagai kehidupannya ke arah yang lebih baik, lebih maju, dan lebih

adil; (3) Proses pembangunan dari, oleh dan untuk masyarakat atau adanya partisipasi aktif masyarakat.

Dengan demikian, berdasarkan pendapat diatas maka pembangunan nasional meliputi berbagai bidang baik sosial, ekonomi dan politik. Pembangunan itu merupakan proses yang terjadi secara bertahap dan berkelanjutan guna mewujudkan hal yang lebih baik seiring dengan dimensi waktu.

2. Perencanaan Pembangunan

Riyadi dan Bratakusumah (2004: 6) mengemukakan bahwa “perencanaan pembangunan merupakan suatu tahapan awal proses pembangunan. Sebagai tahapan awal, maka perencanaan pembangunan merupakan pedoman/acuan/dasar bagi pelaksanaan kegiatan pembangunan. Karena itu perencanaan pembangunan hendaknya bersifat implementatif (dapat melaksanakan) dan aplikatif (dapat diterapkan), serta perlu disusun dalam suatu perencanaan strategis dalam arti tidak terlalu mengatur, penting, mendesak dan mapu menyentuh kehidupan masyarakat luas, sekaligus mampu mengantisipasi tuntutan perubahan baik internal maupun eksternal, serta disusun berdasarkan fakta riil di lapangan. Dalam hubungannya dengan suatu daerah sebagai area pembangunan sehingga terbentuk konsep perencanaan pembangunan daerah, keduanya menyatakan bahwa perencanaan pembangunan daerah adalah suatu konsep perencanaan pembangunan yang dimaksudkan untuk melakukan perubahan menuju arah perkembangan yang lebih baik bagi suatu komunitas masyarakat, pemerintah, dan lingkungannya dalam daerah tertentu dengan memanfaatkan atau mendayagunakan berbagai sumber daya yang ada, dan harus memiliki orientasi yang bersifat menyeluruh, lengkap tetapi berpegang pada asas prioritas”.

Berdasarkan definisi diatas, perencanaan pembangunan tidak mungkin hanya dilakukan di atas kertas tanpa melihat realitas di lapangan.

Data di lapangan sebagai data primer merupakan ornamen-ornamen penting yang harus ada dan digunakan menjadi bahan dalam kegiatan perencanaan pembangunan. Dengan demikian perencanaan pembangunan

dapat diartikan sebagai suatu proses perumusan alternatif-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 (mental spiritual) dalam rangka pencapaian tujuan yang lebih baik.

3. Konsep Pengembangan

“Konsep pengembangan (*developing concept*) sering dikaitkan dengan istilah negara yang sedang berkembang (*developing countries*). Berdasarkan pendekatan antropologis negara ini dianalogkan dengan kondisi masyarakat primitif yang kemudian diubah menjadi masyarakat sederhana. Demikian pula halnya dengan bangsa, semua bangsa yang masih dianggap primitif disebut negara terbelakang (*backward countries*). Sebutan ini kemudian diubah dengan istilah negara yang belum berkembang atau negara kurang maju (*underdeveloped countries*). Sebutan-sebutan itu dianggap mengandung unsur negatif dan eksploitatif, karena ternyata negara dunia ketiga pada umumnya berkebudayaan tinggi dan memiliki potensi serta sumber-sumber yang berlimpah-limpah, disamping kemerdekaan nasionalnya yang dapat dipakai sebagai modal utamanya. Kelemahan negara dunia ketiga terutama terletak pada bidang pengembangan teknologi dan ilmu pengetahuan”, Agus Suryono (2004:34).

Berdasarkan pendapat di atas, konsep pengembangan negara dianalogkan dengan kondisi masyarakat primitif yang kemudian diubah menjadi masyarakat sederhana, begitu juga dengan negara dunia ketiga pada umumnya berkebudayaan tinggi dan memiliki potensi serta sumber-sumber yang berlimpah-limpah, disamping kemerdekaan nasionalnya yang dapat dipakai sebagai modal utamanya. Kelemahan negara dunia ketiga terutama terletak pada bidang pengembangan teknologi dan ilmu pengetahuan.

B. Pariwisata

1. Pengertian Pariwisata

Pengertian pariwisata menurut A.J. Norval dalam Muljadi dan Siti Nurhayati (2002:80) adalah "keseluruhan kegiatan yang berhubungan dengan masuk, tinggal, dan pergerakan penduduk asing di dalam atau di luar suatu negara, kota, atau wilayah tertentu. Menurut Yoeti (1982:103), secara etimologis pariwisata terdiri dari dua suku kata yaitu, "pari" dan "wisata", dimana dijelaskan bahwa pari berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar lengkap (ingat kata paripurna). Wisata berarti perjalanan, bepergian. Atas dasar itu maka kata pariwisata seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari satu tempat ke tempat lain".

Di dalam Undang-Undang No.9 tahun 1990 tentang Kepariwisata dalam Pasal 1 Ayat 5, "usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan obyek dan daya tarik wisata, usaha barang pariwisata dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut".

Dari beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan secara umum tentang pengertian pariwisata, yaitu kegiatan yang melibatkan orang-orang melakukan perjalanan untuk sementara waktu, dari satu tempat ke tempat yang lain dengan maksud bukan untuk tinggal menetap atau mencari nafkah, tetapi untuk menikmati perjalanan guna untuk

kesenangan atau menikmati keindahan suatu tempat yang dikunjunginya dan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

2. Jenis Pariwisata

Menurut Pendit (1994:67) setiap daerah memiliki potensi yang berbeda-beda antara daerah yang satu dengan daerah yang lain. Termasuk di dalamnya jenis pariwisata di daerah mempunyai ciri-ciri sendiri untuk dikembangkan oleh pemerintah daerah masing-masing. Untuk keperluan perencanaan dan pembangunan jenis-jenis pariwisata tersebut harus dibedakan, sehingga dengan demikian dapat ditentukan kebijakan apa yang mendukung sektor pariwisata tersebut. Hal tersebut juga berpengaruh terhadap fasilitas yang perlu dipersiapkan dalam pengembangan industri pariwisata tersebut. Potensi-potensi wisata yang berbeda antara daerah yang satu dengan daerah yang lain dipengaruhi oleh letak geografis dari kawasan wisata tersebut.

Menurut Pendit (2003:38), jenis-jenis pariwisata antara lain:

a. Pariwisata Budaya

Ini dimaksudkan agar perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan, untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka.

b. Pariwisata Kesehatan

Hal ini dimaksudkan perjalanan seorang wisatawan dengan tujuan demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani, dengan mengunjungi tempat peristirahatan seperti mata air panas mengandung mineral yang dapat menyembuhkan, tempat yang mempunyai iklim udara menyehatkan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas kesehatan lainnya.

c. Pariwisata Olahraga

Ini dimaksudkan wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga disuatu tempat atau negara seperti Asian Games, Olympiade, Thomas Cup dan lain-lain.

d. Pariwisata Komersial

Dalam jenis ini termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.

e. Pariwisata Industri

Perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awan ke suatu kompleks atau daerah perindustrian dimana terdapat pabrik-pabrik atau bengkel-bengkel besar dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian termasuk dalam golongan pariwisata industri ini.

f. Pariwisata Politik

Jenis ini meliputi perjalanan yang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil bagian secara aktif dalam peristiwa kegiatan politik misalnya peringatan ulang tahun suatu negara.

g. Pariwisata Konvensi

Pariwisata konvensi erat kaitannya dengan pariwisata politik, berbagai negara dewasa ini membangun wisata konvensi dengan menyediakan fasilitas bangunan beserta ruangan-ruangan tempat bersidang bagi para peserta suatu konferensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan lainnya baik yang bersifat nasional maupun internasional.

h. Pariwisata Sosial

Jenis ini termasuk pula wisata remaja (*youth tourism*). Yang dimaksud dengan jenis pariwisata ini adalah pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberi kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah (atau dengan kata lain tidak mampu membayar segala sesuatu yang bersifat mewah) untuk mengadakan perjalanan, seperti misalnya bagi kaum buruh, pemuda, pelajar atau mahasiswa, petani dan sebagainya.

i. Pariwisata Pertanian

Pariwisata pertanian ini adalah pengorganisasian adalah pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan dan sebagainya dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun melihat-lihat keliling sambil menikmati segarnya tanaman beraneka warna dan suburnya pembibitan berbagai jenis sayur-mayur dan palawija disekitar perkebunan yang dikunjungi.

j. Pariwisata Maritim (Marina) atau Bahari

Jenis pariwisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olahraga air, lebih-lebih didanau, bengawan, pantai, teluk, atau laut lepas seperti memancing, berlayar, menyelam sambil melakukan pemotretan, kompetisi berselancar, balapan mendayung, berkeliling melihat-lihat taman laut dengan pemandangan indah dibawah permukaan air lainnya.

k. Pariwisata Cagar Alam

Pariwisata ini banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usahanya dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung,

hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariaannya dilindungi undang-undang.

l. Pariwisata Buru

Pariwisata buru ini diatur dalam bentuk safari buru ke daerah atau hutan yang ditetapkan pemerintah negara yang bersangkutan. Pemerintah yang bijaksana mengatur pariwisata buru ini demi keseimbangan hidup satwa yang diburu tidak punah dengan memperhitungkan perkembangbiakannya satwa tersebut, antara yang lahir dan yang diburu tetap seimbang.

m. Pariwisata Pilgrim

Pariwisata ini sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat-istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Wisata pilgrim banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin sebagai manusia ajaib penuh legenda.

n. Pariwisata Bulan Madu

Suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan-pasangan merpati, pengantin baru, yang sedang berbulan madu, dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan dan kunjungan mereka.

o. Pariwisata Petualangan

Dikenal dengan istilah *Adventure Tourism*, seperti masuk hutan belantara yang tadinya belum pernah dijelajahi penuh binatang buas, mendaki tebing teramat terjal, terjun ke dalam sungai yang sangat curam, anak-anak muda remaja “mengemudi tank-tank raksasa” bekas Perang Dunia II ke pedalaman Rusia, arung jeram (*rafting*) di sungai-sungai yang arusnya liar, dan lain sebagainya.

Kekayaan alam dan keindahan alam yang dimiliki berbagai daerah di Indonesia seperti yang dijelaskan di atas, sangat menarik bagi para calon wisatawan baik asing maupun domestik untuk mengunjungi daerah-daerah tujuan wisata tersebut, sehingga apabila itu dapat dikelola dan dikembangkan dengan baik maka akan dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah dari sektor pariwisata.

3. Sarana dan Prasarana Pariwisata

a. Sarana Pariwisata

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1994:880), “Sarana adalah segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai tujuan, alat, media”. Adapun yang dimaksud dengan sarana pariwisata menurut Yoeti (1993:184) adalah, “Perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung dan hidup serta kehidupannya banyak tergantung pada kedatangan wisatawan”.

Sedangkan menurut Wahab dalam Yoeti (1993:129). “Sarana pariwisata adalah semua bentuk perusahaan yang dapat memberikan pelayanan wisatawan, tetapi hidup dan kehidupannya tidak selamanya tergantung pada wisatawan”.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan sarana pariwisata adalah perusahaan-perusahaan yang kegiatannya melayani wisatawan dan kehidupannya tidak selamanya tergantung pada wisatawan.

Yoeti (1982:2) membagi sarana pariwisata dalam tiga kelompok, yaitu:

1. Sarana Pokok Pariwisata

Yang termasuk ke dalam sarana ini adalah perusahaan yang kelangsungan hidupnya tergantung pada wisatawan.

Perusahaan itu adalah:

- Perusahaan yang mempersiapkan dan merencanakan pelayanan wisatawan, seperti *travel agent*, *tourism bus*.

- Perusahaan yang memberi pelayanan di tempat tujuan wisata seperti hotel, losmen, wisma, pondok wisata dan restoran.
- 2. Sarana Pelengkap Pariwisata
Sarana pelengkap pariwisata adalah semua fasilitas yang fungsinya dapat melengkapi sarana pokok kepariwisataan meliputi:
 - Sarana rekreasi, meliputi: taman bunga, tempat hiburan
 - Sarana olahraga, meliputi: kolam renang, lapangan tenis
 - Sarana ketangkasan, meliputi: permainan bola sodok
- 3. Sarana Penunjang Pariwisata
Sarana penunjang pariwisata adalah perusahaan yang menunjang sarana pelengkap atau sarana pokok dan berfungsi tidak hanya membuat wisatawan betah tinggal disuatu tempat, tetapi fungsinya yang lebih penting adalah agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan atau membelanjakan uangnya ditempat yang dikunjunginya, termasuk dalam kelompok ini toko souvenir, dan pedangan cinderamata.

b. Prasarana Pariwisata

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1994:786),” Prasarana adalah segala yang merupakan penunjang terselenggaranya proses (usaha, pembangunan, dan sebagainya)”.

Prasarana pariwisata menurut Yoeti (1993:181) adalah “semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana pariwisata dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beranekaragam”.

Selanjutnya menurut Wahab (1997:74), membagi sarana pariwisata dalam beberapa bentuk, yaitu:

1. Prasarana Umum
Prasarana umum meliputi: sistem pengaduan air, kelistrikan, jalur lalu lintas, sistem telekomunikasi.
2. Kebutuhan Pokok Pola Hidup Modern

Kebutuhan pokok pola hidup modern meliputi: rumah sakit, apotik, bank, pusat-pusat perbelanjaan, salon, kantor-kantor pemerintahan dan pompa bensin.

3. Prasarana Khusus

Prasarana khusus meliputi: tempat penginapan wisatawan, tempat informasi wisatawan, tempat rekreasi dan olahraga, sarana transportasi penunjang.

Dengan tersedianya sarana prasarana pariwisata yang memadai, maka dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke daerah tujuan wisata karena sarana prasarana tersebut sangat dibutuhkan bagi para wisatawan.

c. Promosi Pariwisata

Bauran promosi merupakan alat komunikasi yang terdiri dari kombinasi alat-alat promosi yang digunakan oleh produsen. Terdapat perbedaan pendapat diantara ahli-ahli mengenai komposisi dari alat-alat promosi, namun pada umumnya sepakat bahwa alat promosi yang satu dengan alat promosi yang lainnya memiliki hubungan yang erat, sehingga diantaranya tidak dapat terpisahkan karena bersifat saling mendukung dan melengkapi. Berikut merupakan beberapa definisi promosi yang diungkapkan oleh beberapa ahli:

1. Menurut Kotler dan Keller (2009:510) “Promosi adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen langsung atau tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual.”
2. Menurut Kotler dan Armstrong (2010:84) “Promosi adalah aktivitas mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk konsumen sasaran untuk membelinya.”
3. Menurut Fandy Tjiptono (2008:219) “Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi,

mempengaruhi, atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atau perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.” Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan konsumen sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Secara singkat promosi berkaitan dengan upaya untuk mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk perusahaan, lalu memahaminya, berubah sikap, menyukai, yakin, kemudian akhirnya membeli dan selalu mengingat produk tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2009:512), “bauran komunikasi pemasaran promosi terdiri atas tujuh cara komunikasi utama yaitu :

1. *Advertising*
2. *Sales Promotion*
3. *Public Relations and Publicity*
4. *Direct Marketing*
5. *Personal Selling*
6. *Word of Mouth Marketing*
7. *Event and Experiences*

Berdasarkan definisi dari beberapa ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa promosi adalah bertujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan konsumen sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Secara singkat promosi berkaitan dengan upaya untuk mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk perusahaan, lalu memahaminya, berubah sikap, menyukai, yakin, kemudian akhirnya membeli dan selalu mengingat produk tersebut. Dengan adanya promosi tersebut suatu daerah pariwisata dapat di kenalkan kepada masyarakat luas dengan berbagai cara agar masyarakat tertarik mengunjungi daerah pariwisata tersebut.

4. Kepariwisataan Dalam Pembangunan Indonesia

Menurut Muljadi A.J (2010:37) sistem kepariwisataan nasional dilandasi oleh konsep kehidupan bangsa Indonesia yang berkesinambungan, yaitu hubungan manusia dengan masyarakat dan manusia dengan lingkungan alam, baik yang berupa sumber daya alam maupun kondisi geografi dengan menggunakan pendekatan ketahanan nasional. Hubungan secara vertikal manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa, menempatkan nilai-nilai agama sebagai nilai tertinggi dalam pembangunan kepariwisataan nasional. Segala usaha dan kegiatan pembangunan kepariwisataan nasional. Segala usaha dan kegiatan pembangunan kepariwisataan digerakkan dan dikendalikan oleh keimanan dan ketakwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa sebagai nilai luhur yang menjadi landasan spiritual, moral, dan etika kepariwisataan nasional.

Menurut Muljadi A.J (2010:37-38) kepariwisataan nasional yang bertumpu pada masyarakat sebagai kekuatan dasar, menjadikan kepariwisataan bertumpu pula pada semua aspek kehidupan masyarakat, yaitu ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya, dan hankam.

Kepariwisataan mampu membangun kondisi semua aspek kehidupan bangsa dan pariwisata akan turut mampu membangun:

1. Ketahanan ideologi, yaitu kondisi mental bangsa Indonesia yang berlandaskan keyakinan dan kebenaran ideologi Pancasila yang

mengandung kemampuan untuk menggalang dan memelihara persatuan dan kesatuan nasional dan kemampuan untuk menangkal penetrasi ideologi asing serta nilai-nilai yang tidak sesuai dengan kepribadian bangsa.

2. Ketahanan politik, yaitu kondisi kehidupan politik bangsa yang berlandaskan demokrasi yang mengandung kemampuan memelihara stabilitas politik yang sehat dan dinamis, serta kemampuan menerapkan politik luar negeri yang bebas dan proaktif.
3. Ketahanan ekonomi, yaitu kondisi perekonomian bangsa yang berlandaskan ekonomi kerakyatan yang mengandung kemampuan memelihara stabilitas ekonomi, kemampuan daya saing yang tinggi dan mewujudkan kemakmuran rakyat yang adil dan merata.
4. Ketahanan sosial budaya, yaitu kondisi kehidupan sosial budaya bangsa yang dijiwai kepribadian nasional yang mengandung kemampuan membentuk dan mengembangkan sosial budaya manusia dan masyarakat Indonesia yang beriman dan bertakwa terhadap Tuhan Yang Maha Esa, rukun, bersatu dalam kehidupan yang serba selaras, serasi dan seimbang serta kemampuan menangkal penetrasi budaya asing yang tidak sesuai dengan kebudayaan nasional.
5. Ketahanan Hankam, yaitu kondisi daya tangkal bangsa yang dilandasi kesadaran bela Negara seluruh insan pariwisata yang mengandung kemampuan memelihara stabilitas keamanan, mengamankan pembangunan dan hasil-hasilnya, mempertahankan kedaulatan Negara dan menangkal segala bentuk ancaman.

Berdasarkan pendapat di atas sistem kepariwisataan nasional dilandasi oleh konsep kehidupan bangsa Indonesia yang berkesinambungan yaitu hubungan manusia dengan masyarakat dan manusia dengan lingkungan alam, baik yang berupa sumber daya alam maupun kondisi geografi dengan menggunakan pendekatan ketahanan nasional, kepariwisataan nasional yang bertumpu pada masyarakat sebagai kekuatan dasar, menjadikan kepariwisataan bertumpu pula pada semua aspek kehidupan masyarakat, yaitu ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya, dan hankam.

5. Pengembangan Pariwisata

Menurut Mussanef (1995:1), bahwa pengembangan pariwisata adalah “segala kegiatan dari usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan, semua sarana dan prasarana barang dan jasa, fasilitas yang digunakan untuk melayani kebutuhan wisatawan”.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dimaksud pengembangan sektor pariwisata adalah segala kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik minat wisatawan agar berkunjung ke daerah tujuan wisata.

Kegiatan dari usaha pariwisata tersebut menurut Mussanef (1995:1) adalah:

- a. Kegiatan usaha yang dihubungkan dengan pengelolaan dan pengembangan obyek dan daya tarik wisata alam. Obyek dan daya tarik wisata budaya serta obyek dan daya tarik wisata minat khusus.
- b. Usaha yang berhubungan dengan menyediakan sarana dan prasarana wisata seperti penyediaan akomodasi, makanan dan minuman, penyediaan angkutan wisata, jasa biro perjalanan, penginapan, perhotelan, souvenir, dan lainnya.
- c. Usaha lain yang terkait dengan kegiatan pengembangan sektor pariwisata seperti pengembangan sumber daya manusia, upaya promosi dan pemasaran produk pariwisata.

Kegiatan pariwisata tersebut diatas menggunakan fasilitas, sarana dan prasarana, serta faktor penunjang lainnya yang disediakan dan diadakan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat. Sehingga diperlukan adanya pengaturan, pengurusan dan pelayanan yang baik serta memadai sesuai yang dibutuhkan wisatawan.

Pengembangan pariwisata akan dapat memberikan sumbangan yang lebih berarti bagi pembangunan nasional apabila dilakukan secara menyeluruh, lebih terencana dan lebih terkendali. Sehingga dapat memberikan manfaat yang optimal bagi masyarakat, baik dari segi ekonomi, sosial maupun budaya. Perencanaan pembangunan pariwisata harus mengintegrasikan pengembangan pariwisata ke dalam suatu program pembangunan ekonomi, fisik sosial dan budaya dari suatu negara. Selain itu, rencana tersebut harus mampu memberikan kerangka kerja kebijakan pemerintah untuk mendorong dan mengendalikan pengembangan pariwisata.

Upaya pengembangan sektor pariwisata harus memperhatikan Pedoman Dasar Pengembangan Pariwisata, Spillane (1994:134) :

1. Perencanaan pariwisata harus menyeluruh, sehingga seluruh segi pengembangan pariwisata diperhitungkan dengan memperhatikan pula perhitungan untung rugi apabila dibandingkan dengan sektor lain.
2. Pengembangan pariwisata harus diintegrasikan kedalam pola dan program pembangunan ekonomi, fisik dan sosial suatu negara, karena pengembangan pariwisata saling berkait dengan sektor lain dan dapat mempengaruhi pembangunan sektor lain.
3. Pengembangan pariwisata harus diarahkan sedemikian rupa, sehingga dapat membawa kesejahteraan ekonomi yang tersebar dalam masyarakat.
4. Pengembangan pariwisata harus sadar lingkungan, sehingga pengembangannya mencerminkan ciri-ciri khas budaya dan lingkungan alam suatu negara.
5. Pengembangan pariwisata harus diarahkan sedemikian rupa, sehingga pertentangan sosial dapat dicegah seminimal mungkin, sedapat mungkin harus menampakkan perubahan sosial yang positif.

Disamping itu, peran lingkungan dalam pengembangan pariwisata sangat besar dan mempunyai hubungan timbal balik yang erat. Dengan mengembangkan pariwisata mengembangkan suatu industri. Sebagai suatu industri pariwisata mempunyai produk-produk yang beraneka ragam yang dapat dijual seperti tari-tarian tradisional, keindahan alam, keunikan budaya, dan kerajinan masyarakat, dan lingkungan alam. Dengan demikian lingkungan sangat berperan dalam kepariwisataan. Karena hal tersebut akan mempengaruhi berhasil atau tidaknya pembangunan pariwisata.

Dapat kita sadari bahwa tanpa lingkungan yang baik tidak mungkin pariwisata dapat berkembang. Oleh karena itu pengembangan pariwisata harus memperhatikan mutu lingkungan, sebab dalam industri pariwisata lingkungan tersebutlah yang sebenarnya dijual. Dengan dikembangkannya pariwisata kemungkinan terjadi pencemaran sangatlah besar, hal itu disebabkan oleh banyaknya kendaraan, kurangnya kesadaran wisatawan dalam membuang sampah sembarangan, dan kerusakan peninggalan bersejarah karena ulah wisatawan yang tidak bertanggung jawab.

Pengembangan dan daya tarik wisata meliputi kegiatan pembangunan obyek beserta sarana dan prasarana yang diperlukan atau kegiatan mengelola obyek dan daya tarik wisata yang ada. Dalam rangka pengembangan obyek dan daya tarik wisata menurut Mussanef (1995:176) perlu memperhatikan beberapa hal sebagian berikut:

1. Layak finansial

Yaitu studi kelayakan dimana harus memenuhi kriteria komersil dengan membandingkan biaya operasional dan hasil usaha untuk mengembangkan modal.

2. Layak sosial ekonomi

Yaitu suatu kelayakan dengan memperhatikan perbandingan rasio bagi pembangun obyek wisata dibanding pengembangan ekonomi.

3. Layak teknis

Yaitu dimana obyek wisata tersebut dapat dipertanggungjawabkan atau tidak.

4. Layak lingkungan

Analisis dampak lingkungan, bahwa apabila dampak kegiatan lingkungan tidak dapat ditanggulangi berdasarkan ilmu dan teknologi yang lebih besar dibanding dampak positifnya maka instansi yang bersangkutan dapat menolak rencana kegiatan pengembangan tersebut.

Kepariwisata sebagai salah satu kegiatan pembangunan diupayakan dapat sejalan dengan konsep dan prinsip pembangunan berkelanjutan, menurut *hand out* mata kuliah strategi pengembangan dan pengelolaan *resort and leisure* Gumelar S. Sastrayuda (2010:1-2) perlu menerapkan kaidah-kaidah sebagai berikut:

1. Pengembangan pariwisata berorientasi jangka panjang dan menyeluruh (*holistic*) tidak hanya memanfaatkan tetapi sekaligus melestarikan obyek dan daya tarik wisata yang memberikan manfaat secara adil bagi semua.
2. Pengembangan pariwisata yang sesuai dengan karakter wilayah, kondisi lingkungan, konteks sosial dan dinamika budaya.
3. Penciptaan keselarasan, sinergitas antara kebutuhan wisatawan dan penyedia oleh masyarakat lokal, yang memunculkan hubungan timbal balik dan saling menghargai nilai, adat istiadat, kebiasaan, warisan, budaya, dan lain-lain.
4. Pemanfaatan sumber daya pariwisata yang memperhitungkan kemampuan kelestariannya yang pengelolaannya *secara eco-efficiency* (*reduce, reuse, dan recycle*) sehingga mencapai *eco-effectivity* (*redistribute, reactual*).
5. Pengelolaan kegiatan pariwisata yang tanggap terhadap perubahan yang terjadi dari kedua sisi permintaan (pasar) dan penawaran (produk).

C. Agrowisata

1. Konsep Agrowisata

Agrowisata merupakan bagian dari objek wisata yang memanfaatkan usaha pertanian sebagai objek wisata. Tujuannya adalah untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi, dan hubungan usaha dibidang pertanian. Melalui pengembangan agrowisata yang menonjolkan budaya lokal dalam memanfaatkan lahan, pendapatan petani dapat meningkat bersamaan dengan upaya melestarikan sumberdaya lahan, serta memelihara budaya maupun teknologi lokal (*indigenous knowledge*) yang umumnya telah sesuai dengan kondisi lingkungan alaminya, dalam *Hand Out Mata Kuliah Concept Resort And Leisure*, Gumelar S. Sastrayuda: (2010:1)

Sementara definisi lain mengatakan, "*agritourism* adalah sebuah alternatif untuk meningkatkan pendapatan dan kelangsungan hidup, menggali potensi ekonomi petani kecil dan masyarakat pedesaan" (www.farmstop.com). Di Indonesia, Agrowisata atau *agroturisme* didefinisikan sebagai sebuah bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan usaha agro (agribisnis) sebagai objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, rekreasi dan hubungan usaha di bidang pertanian. Agrowisata merupakan bagian dari objek wisata yang memanfaatkan usaha pertanian (agro) sebagai objek wisata. Tujuannya adalah untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi, dan hubungan usaha dibidang pertanian. Melalui pengembangan agrowisata yang menonjolkan budaya lokal dalam memanfaatkan lahan, diharapkan bisa meningkatkan pendapatan petani sambil melestarikan sumber daya lahan, serta memelihara budaya maupun teknologi lokal

(*indigenous knowledge*) yang umumnya telah sesuai dengan kondisi lingkungan alamnya (<http://database.deptan.go.id>).

Agrowisata dapat dikelompokkan ke dalam wisata ekologi (*eco-tourism*), yaitu kegiatan perjalanan wisata dengan tidak merusak atau mencemari alam dengan tujuan untuk mengagumi dan menikmati keindahan alam, hewan atau tumbuhan liar di lingkungan alamnya serta sebagai sarana pendidikan (Deptan, 2005).

2. Sejarah Agrowisata

Agritourism bermula dari *ecotourism*. *Ecotourism* adalah yang paling cepat bertumbuh diantara model pengembangan pariwisata yang lainnya di seluruh dunia, dan memperoleh sambutan yang sangat serius. *Ecotourism* dikembangkan di negara berkembang sebagai sebuah model pengembangan yang potensial untuk memelihara sumber daya alam dan mendukung proses perbaikan ekonomi masyarakat lokal. *Ecotourism* dapat menyediakan alternatif perbaikan ekonomi ke aktivitas pengelolaan sumber daya, dan untuk memperoleh pendapatan bagi masyarakat lokal (U.S. Kongres OTA 1992) dalam I Gusti Ngurah Rai Utama (2011:4).

Agritourism telah berhasil dikembangkan di Switzerland, Selandia Baru, Australia, dan Austria. Sedangkan di USA baru tahap permulaan, dan baru dikembangkan di California. Beberapa Keluarga petani sedang

merasakan bahwa mereka dapat menambah pendapatan mereka dengan menawarkan pemondokan bermalam, menerima manfaat dari kunjungan wisatawan. Pengembangan *agritourism* merupakan kombinasi antara pertanian dan dunia wisata untuk liburan di desa. Atraksi dari *agritourism* adalah pengalaman bertani dan menikmati produk kebun bersama dengan jasa yang disediakan, Rilla 1999 dalam I Gusti Ngurah Rai Utama (2011:4).

Agrowisata merupakan bagian dari objek wisata yang memanfaatkan usaha pertanian (agro) sebagai objek wisata. Tujuannya adalah untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi, dan hubungan usaha dibidang pertanian. Melalui pengembangan agrowisata yang menonjolkan budaya lokal dalam memanfaatkan lahan, kita bisa meningkatkan pendapatan petani sambil melestarikan sumber daya lahan, serta memelihara budaya maupun teknologi lokal (*indigenous knowledge*) yang umumnya telah sesuai dengan kondisi lingkungan alaminya.

Potensi objek wisata dapat dibedakan menjadi objek wisata alami dan buatan manusia. Objek wisata alami dapat berupa kondisi iklim (udara bersih dan sejuk, suhu dan sinar matahari yang nyaman, kesunyian), pemandangan alam (panorama pegunungan yang indah, air terjun, danau dan sungai yang khas), dan sumber air kesehatan (air mineral, air panas).

Objek wisata buatan manusia dapat berupa fasilitas atau prasarana,

peninggalan sejarah dan budidaya, pola hidup masyarakat dan taman-taman untuk rekreasi atau olah raga.

3. Prinsip Agrowisata

Antara *ecotourism* dan *agritourism* berpegang pada prinsip yang sama. Prinsip-prinsip tersebut, menurut Wood, dalam I Gusti Ngurah Rai Utama (2011:2) adalah sebagai berikut:

- a) Menekankan serendah-rendahnya dampak negatif terhadap alam dan kebudayaan yang dapat merusak daerah tujuan wisata.
- b) Memberikan pembelajaran kepada wisatawan mengenai pentingnya suatu pelestarian.
- c) Menekankan pentingnya bisnis yang bertanggung jawab yang bekerjasama dengan unsur pemerintah dan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan penduduk lokal dan memberikan manfaat pada usaha pelestarian.
- d) Mengarahkan keuntungan ekonomi secara langsung untuk tujuan pelestarian, manajemen sumberdaya alam dan kawasan yang dilindungi.
- e) Memberi penekanan pada kebutuhan zone pariwisata regional dan penataan serta pengelolaan tanam-tanaman untuk tujuan wisata di kawasan-kawasan yang ditetapkan untuk tujuan wisata tersebut.
- f) Memberikan penekanan pada kegunaan studi-studi berbasis lingkungan dan sosial, dan program-program jangka panjang, untuk mengevaluasi dan menekan serendah-rendahnya dampak pariwisata terhadap lingkungan.
- g) Mendorong usaha peningkatan manfaat ekonomi untuk negara, pebisnis, dan masyarakat lokal, terutama penduduk yang tinggal di wilayah sekitar kawasan yang dilindungi. Berusaha untuk meyakinkan bahwa perkembangan pariwisata tidak melampaui batas-batas sosial dan lingkungan yang dapat diterima seperti yang ditetapkan para peneliti yang telah bekerjasama dengan penduduk lokal.
- h) Mempercayakan pemanfaatan sumber energi, melindungi tumbuh-tumbuhan dan binatang liar, dan menyesuakannya dengan lingkungan alam dan budaya.

Selanjutnya agrowisata ruangan terbuka dapat dikembangkan dalam dua versi/pola, yaitu alami dan buatan, yang dapat dirinci sebagai berikut:

1. Agrowisata Ruang Terbuka Alami

Objek agrowisata ruangan terbuka alami ini berada pada areal di mana kegiatan tersebut dilakukan langsung oleh masyarakat petani setempat sesuai dengan kehidupan keseharian mereka. Masyarakat melakukan kegiatannya sesuai dengan apa yang biasa mereka lakukan tanpa ada pengaturan dari pihak lain. Untuk memberikan tambahan kenikmatan kepada wisatawan, atraksi-atraksi spesifik yang dilakukan oleh masyarakat dapat lebih ditonjolkan, namun tetap menjaga nilai estetika alaminya. Sementara fasilitas pendukung untuk kenyamanan wisatawan tetap disediakan sejauh tidak bertentangan dengan kultur dan estetika asli yang ada, seperti sarana transportasi, tempat berteduh, sanitasi, dan keamanan dari binatang buas. Contoh agrowisata terbuka alami adalah kawasan Suku Baduy di Pandeglang dan Suku Naga di Tasikmalaya, Jawa Barat; Suku Tengger di Jawa Timur; Bali dengan teknologi subaknya; dan Papua dengan berbagai pola atraksi pengelolaan lahan untuk budi daya umbi-umbian.

2. Agrowisata Ruang Terbuka Buatan

Kawasan agrowisata ruang terbuka buatan ini dapat didesain pada kawasan-kawasan yang spesifik, namun belum dikuasai atau disentuh oleh masyarakat adat. Tata ruang peruntukan lahan diatur sesuai dengan daya dukungnya dan komoditas pertanian yang dikembangkan memiliki nilai jual untuk wisatawan. Demikian pula teknologi yang diterapkan diambil dari budaya masyarakat lokal yang ada, diramu sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan produk atraksi agrowisata yang menarik. Fasilitas pendukung untuk akomodasi wisatawan dapat disediakan sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern, namun tidak mengganggu keseimbangan ekosistem yang ada. Kegiatan wisata ini dapat dikelola oleh suatu badan usaha, sedang pelaksana atraksi parsialnya tetap dilakukan oleh petani lokal yang memiliki teknologi yang diterapkan (I Gusti Ngurah Rai Utama(2011:3).

4. Konsep Pengembangan Agrowisata

Pada hakikatnya kehidupan masyarakat pedesaan masih memiliki sifat gotong royong yang mendalam, yang membuktikan

bahwa kehidupan selalu dibarengi dengan berbagai upaya yang dapat menghasilkan upaya yang dapat menghasilkan bekal, bagi kelangsungan hidup. Pertanian adalah salah satu usaha yang sejak lama dan turun temurun, menjadi bagian mata pencaharian masyarakat di pedesaan, usaha pertanian telah membentuk pola hidup masyarakat tidak hanya sekedar mengolah ladang, kebun, persawahan, dan hutan, tetapi apa yang mereka kerjakan dengan tanpa disadari telah membentuk satu daya tarik bagi orang lain yang melihatnya. Misalnya seorang petani yang „ngawuluku“ (membajak) sawah dengan menggunakan kerbau sebagai binatang penghela bajak, telah memberikan nuansa tradisi budaya masyarakat yang orang lain menjadi daya tarik. Bentangan sawah ladang yang menghampar luas, telah membentuk nuansa alam. Kehijauan padi pada saat belum menjadi padi matang, nuansa kuning menghampar ibarat permadani yang tak terbatas setiap mata memandang membuat rona alam yang menakjubkan sehingga menjadi daya tarik. Hijaunya sayuran di lereng bukit telah pula membentuk kehijauan pada lereng-lereng bukit dan menambah keindahan. Ranumnya hasil buah-buahan pada kebun-kebun masyarakat, telah mampu memikat wisatawan untuk dapat menikmati kelezatannya. Semua itu adalah potensi produk pertanian yang mampu memadukan hasil pertanian dan menarik orang untuk berkunjung.

Inilah makna pertanian yang dapat membantu pengayaan produk

wisata dan menjadi bagian penting dalam diversifikasi produk pariwisata. Masyarakat petani dan hasil garapannya merupakan keterpaduan harmonis yang dapat mendorong perkembangan kepariwisataan I Gusti Ngurah Rai Utama (2011:7).

5. Dasar Filosofi Pengembangan Agrowisata di Dunia

Motivasi *agritourism* adalah untuk menghasilkan pendapatan tambahan bagi petani. Bagaimanapun, *agritourism* juga merupakan kesempatan untuk mendidik orang banyak/masyarakat tentang pertanian dan *ecosystems*. Pemain Kunci didalam *agritourism* adalah petani, pengunjung/wisatawan, dan pemerintah atau institusi. Peran mereka bersama dengan interaksi mereka adalah penting untuk menuju sukses dalam pengembangan *agritourism*.

Keuntungan dari pengembangan *agritourism* bagi petani lokal menurut Lobo dkk, 1999 dalam I Gusti Ngurah Rai Utama (2011:8) dapat dirinci sebagai berikut:

- a. Agritourism dapat memunculkan peluang bagi petani lokal untuk meningkatkan pendapatan dan meningkatkan taraf hidup serta kelangsungan operasi mereka;
- b. Menjadi sarana yang baik untuk mendidik orang banyak/masyarakat tentang pentingnya pertanian dan kontribusinya untuk perekonomian secara luas dan meningkatkan mutu hidup;
- c. Mengurangi arus urbanisasi ke perkotaan karena masyarakat telah mampu mendapatkan pendapatan yang layak dari usahanya di desa (*agritourism*);
- d. Agritourism dapat menjadi media promosi untuk produk lokal, dan membantu perkembangan regional dalam memasarkan usaha dan

menciptakan nilai tambah dan “direct-marking” merangsang kegiatan ekonomi dan memberikan manfaat kepada masyarakat di daerah dimana agrotourism dikembangkan.

Sedangkan menurut Rilla (1999) dalam I Gusti Ngurah Rai Utama

(2011:8) adalah Manfaat Agritourism bagi pengunjung sebagai berikut:

- a. Menjalin hubungan kekeluargaan dengan petani atau masyarakat lokal.
- b. Meningkatkan kesehatan dan kesegaran tubuh
- c. Beristirahat dan menghilangkan kejenuhan
- d. Mendapatkan petualangan yang mengagumkan
- e. Mendapatkan makanan yang benar-benar alami (organic food)
- f. Mendapatkan suasana yang benar-benar berbeda
- g. Biaya yang murah karena agrowisata relatif lebih murah dari wisata yang lainnya.

Pengembangan agrowisata diharapkan sesuai dengan kapabilitas, tipologi, dan fungsi ekologis lahan sehingga akan berpengaruh langsung terhadap kelestarian sumber daya lahan dan pendapatan petani serta masyarakat sekitarnya. Kegiatan ini secara tidak langsung akan meningkatkan persepsi positif petani serta masyarakat sekitarnya akan arti pentingnya pelestarian sumber daya lahan pertanian. Pengembangan agrowisata pada gilirannya akan menciptakan lapangan pekerjaan, karena usaha ini dapat menyerap tenaga kerja dari masyarakat pedesaan, sehingga dapat menahan atau mengurangi arus urbanisasi yang semakin meningkat saat ini. Manfaat yang dapat diperoleh dari agrowisata adalah melestarikan sumber daya alam, melestarikan teknologi lokal, dan meningkatkan pendapatan petani/masyarakat sekitar lokasi wisata

(<http://database.deptan.go.id>)

Meskipun penjelasan beberapa penulis berbeda-beda, namun apa intinya adalah tenaga kerja sebagai salah satu kunci keberhasilan pembangunan obyek agrowisata adalah kemampuan pengelola yang terdiri dari tenaga pembina, pelaksana, dan pemandu wisata. Untuk itu penyediaan tenaga managerial dan pemandu agrowisata yang profesional sesuai dengan bidangnya mutlak diperlukan. Pola pengelolaan agrowisata yang dikembangkan atau dibangun perlu dilakukan dengan mengikutsertakan masyarakat setempat dalam berbagai kegiatan yang menunjang usaha agrowisata. Dengan keikutsertaan masyarakat di dalam pengembangan agrowisata diharapkan dapat ditumbuhkembangkan interaksi positif dalam bentuk rasa ikut memiliki untuk menjaga eksistensi obyek.

Peran serta masyarakat dapat dilakukan melalui :

1. Masyarakat desa yang memiliki lahan di dalam kawasan yang dibangun agar tetap dapat mengolah lahannya sehingga menunjang peningkatan hasil produk pertanian yang menjadi daya tarik agrowisata dan di sisi lain akan mendorong rasa memiliki dan tanggungjawab di dalam pengelolaan kawasan secara keseluruhan.
2. Melibatkan masyarakat desa setempat di dalam kegiatan perusahaan secara langsung sebagai tenaga kerja, baik untuk pertanian maupun untuk pelayanan wisata, pemandu dan lain-lain. Untuk itu pihak pengelola perlu melakukan langkah-langkah dan upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tenaga kerja khusus yang berasal dari masyarakat, I Gusti Ngurah Rai Utama (2011:9)..

Menurut I Gusti Ngurah Rai Utama (2011:9) menyediakan fasilitas dan tempat penjualan hasil pertanian, kerajinan dan cendera mata bagi masyarakat desa di sekitar kawasan, sehingga dapat memperkenalkan khas setempat sekaligus untuk meningkatkan penghasilan. Disamping itu, dapat pula diikutsertakan di dalam penampilan atraksi seni dan budaya setempat untuk disajikan kepada wisatawan.

Pada hakekatnya pengembangan agrowisata mempunyai tujuan ganda termasuk promosi produk pertanian Indonesia, meningkatkan volume penjualan, membantu meningkatkan perolehan devisa, membantu meningkatkan pendapatan petani, nelayan dan masyarakat sekitar, disamping untuk meningkatkan jenis dan variasi produk pariwisata Indonesia. Obyek agrowisata harus mencerminkan pola pertanian Indonesia baik tradisional ataupun modern guna memberikan daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Wisatawan. Di lokasi atau di sekitar lokasi dapat diadakan berbagai jenis atraksi/ kegiatan pariwisata sesuai dengan potensi sumber daya pertanian dan kebudayaan setempat. Sampai saat ini, berbagai obyek agrowisata yang potensial relatif belum banyak menarik pengunjung, antara lain karena terbatasnya sarana dan prasarana yang tersedia serta kurangnya promosi dan pemasaran kepada masyarakat luas baik di dalam maupun di luar negeri. Untuk itu perlu ditempuh suatu koordinasi promosi antara pengelola dengan berbagai pihak yang berkecimpung dalam bidang promosi dan pemasaran obyek-obyek agrowisata, baik instansi pemerintah maupun biro-biro perjalanan wisata.

Hal ini mengingat agrowisata merupakan kegiatan yang tidak berdiri sendiri karena mempunyai lingkup yang luas dan keterkaitan dengan tugas serta wewenang berbagai instansi terkait seperti Departemen Pertanian,

Departemen/Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, dan instansi terkait lainnya, kalangan usaha serta masyarakat pada umumnya.

Di dalam melakukan pemasarannya perlu dilakukan pendekatan dengan berbagai pihak yang terkait secara terkoordinasi, mulai dari tingkat perencanaan, pengembangan, pengelolaan, pemasaran sampai dengan pengawasan dan pengendalian. Ditingkat perumusan kebijaksanaan dan pengendalian perlu ditingkatkan peranan panitia kerja agro pusat dan daerah sehingga pelaksanaannya sejalan dengan kebijaksanaan pengembangan sector pertanian dan pariwisata, baik dari aspek lokasi, kawasan kegiatan, maupun penyediaan sarana dan prasarana.

Upaya pengembangan Agrowisata secara garis besar mencakup aspek pengembangan sumberdaya manusia, sumberdaya alam, promosi, dukungan sarana dan kelembagaan (<http://database.deptan.go.id>).

Selanjutnya aspek-aspek tersebut dapat dirinci sebagai berikut:

a) Sumberdaya Manusia

Sumberdaya manusia mulai dari pengelola sampai kepada masyarakat berperan penting dalam keberhasilan pengembangan Agrowisata. Kemampuan pengelola Agrowisata 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 objek wisata yang dijual tetapi juga pengetahuan umum terutama hal-hal yang lebih mendalam berkaitan dengan produk wisata tersebut.

Ketersediaan dan upaya penyiapan tenaga pemandu Agrowisata saat ini dinilai masih terbatas. Pada jenjang pendidikan

formal seperti pendidikan pariwisata, mata ajaran Agrowisata dinilai belum memadai sesuai dengan potensi Agrowisata di Indonesia. Sebaliknya pada pendidikan pertanian, mata ajaran kepariwisataan juga praktis belum diajarkan. Untuk mengatasi kesenjangan tersebut pemandu Agrowisata 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.

b) Promosi

Kegiatan promosi merupakan kunci dalam mendorong kegiatan Agrowisata. 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 objek Agrowisata dengan Biro Perjalanan, Perhotelan, dan Jasa Angkutan sangat berperan. Salah satu metoda promosi yang dinilai efektif dalam mempromosikan objek Agrowisata 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.

c) Sumberdaya Alam dan Lingkungan

Sebagai bagian dari usaha pertanian, usaha Agrowisata sangat mengandalkan kondisi sumberdaya alam dan lingkungan. Sumberdaya alam dan lingkungan tersebut mencakup sumberdaya objek 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 Agrowisata. Kondisi lingkungan masyarakat sekitar sangat menentukan minat wisatawan untuk berkunjung. Sebaik apapun objek wisata yang ditawarkan namun apabila berada di tengah masyarakat tidak menerima kehadirannya akan menyulitkan dalam pemasaran objek wisata. Antara usaha Agrowisata dengan pelestarian sumberdaya alam dan lingkungan terdapat hubungan timbal balik yang saling menguntungkan. Usaha Agrowisata berkelanjutan membutuhkan terbinanya sumberdaya alam dan lingkungan yang lestari, sebaliknya dari usaha bisnis yang dihasilkannya dapat diciptakan sumberdaya alam dan lingkungan yang lestari.

Usaha Agrowisata 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 Agrowisata merupakan usaha agribisnis yang membutuhkan keharmonisan semua aspek.

d) 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.

e) Kelembagaan

Pengembangan Agrowisata memerlukan dukungan semua pihak pemerintah, swasta terutama pengusaha Agrowisata, lembaga yang terkait seperti perjalanan wisata, perhotelan dan lainnya, perguruan tinggi serta masyarakat. Pemerintah bertindak sebagai fasilitator dalam mendukung berkembangnya Agrowisata 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 objek Agrowisata, maupun antara objek Agrowisata dengan lembaga pendukung (perjalanan wisata, perhotelan dan lainnya) sangat penting. Terobosan kegiatan bersama dalam rangka lebih mengembangkan usaha agro diperlukan I Gusti Ngurah Rai Utama (2011:13-14).

Sedangkan faktor-faktor yang berhubungan dengan keberhasilan suatu agrowisata dalam kaitannya dengan atraksi yang ditawarkan sebagai objek wisata, Syamsu dkk, (2001) dalam I Gusti Ngurah Rai Utama (2011:13-14) mengidentifikasi faktor-faktor tersebut sebagai berikut:

a. Kelangkaan

Jika wisatawan melakukan wisata di suatu kawasan agrowisata, wisatawan mengharapkan suguhan hamparan perkebunan atau taman yang mengandung unsur kelangkaan karena tanaman tersebut sangat jarang ditemukan pada saat ini.

b. Kealamiah

Kealamaiahan atraksi agrowisata, juga akan sangat menentukan keberlanjutan dari agrowisata yang dikembangkan. Jika objek wisata tersebut telah tercemar atau penuh dengan kepalsuan, pastilah wisatawan akan merasa sangat tertipu dan tidak mungkin berkunjung kembali.

c. Keunikan

Keunikan dalam hal ini adalah sesuatu yang benar-benar berbeda dengan objek wisata yang ada. Keunikan dapat saja berupa budaya, tradisi, dan teknologi lokal dimana objek wisata tersebut dikembangkan.

d. Pelibatan Tenaga Kerja

Pengembangan Agrowisata diharapkan dapat melibatkan tenaga kerja setempat, setidaknya meminimalkan tergesurnya masyarakat lokal akibat pengembangan objek wisata tersebut.

e. Optimalisasi Penggunaan Lahan

Lahan-lahan pertanian atau perkebunan diharapkan dapat dimanfaatkan secara optimal, jika objek agrowisata ini dapat berfungsi dengan baik. Tidak ditemukan lagi lahan tidur, namun pengembangan agrowisata ini berdampak positif terhadap pengelolaan lahan, jangan juga dieksploitasi dengan semena-mena.

f. Keadilan dan Pertimbangan Pemerataan

Pengembangan Agrowisata diharapkan dapat menggerakkan perekonomian masyarakat secara keseluruhan, baik masyarakat petani/desa, penanam modal/investor, regulator. Dengan melakukan koordinasi didalam pengembangan secara detail dari input-input yang ada.

g. Penataan Kawasan

Agrowisata pada hakekatnya merupakan suatu kegiatan yang mengintegrasikan sistem pertanian dan sistem pariwisata sehingga membentuk objek wisata yang menarik.

Sedangkan untuk pemilihan lokasi wilayah pertanian yang akan dijadikan objek agrowisata perlu dipertimbangkan, di antaranya mempertimbangkan kemudahan mencapai lokasi, karakteristik alam, sentra produksi pertanian, dan adanya kegiatan agroindustri. Pemilihan lokasi juga dapat dilihat berdasarkan karakteristik alam, apakah merupakan dataran rendah atau dataran tinggi, pantai, dan danau/waduk.

Pemilihan juga dapat dilakukan dengan melihat potensi daerah seperti

sentra produksi pertanian, letak daerah yang strategis, sejarah dan budaya ataupun pemilihan dilakukan dengan melihat potensi agroindustri suatu wilayah (<http://lampungpost.com>).

Dataran rendah biasanya memiliki karakteristik iklim kering dan biasanya terdapat padang rumput yang luas (stepa) yang cocok untuk dikembangkan usaha peternakan, sedangkan dataran tinggi biasanya memiliki topografi yang berbukit-bukit atau berupa kawasan pegunungan yang sambung-menyambung. Umumnya daerah pegunungan memiliki tanah yang subur dan suhu relatif rendah, sehingga cocok bagi pertumbuhan berbagai jenis tanaman bunga dan sayuran. Untuk wilayah yang memiliki kawasan pantai yang sangat luas dapat dimanfaatkan untuk usaha budi daya perikanan laut dan tambak atau rumput laut. Untuk kawasan yang memiliki danau atau waduk untuk usaha teknik budi daya ikan air tawar dengan menyediakan sarana pemancingan (<http://lampungpost.com>).

6. Sisi Positif dan Negatif Agrowisata

Keuntungan ini termasuk perluasan kesempatan berusaha bagi masyarakat lokal (*diversification of local community*), kesempatan investasi kesadaran akan konservasi lingkungan. Lebih lanjut sisi positif dari pengembangan agrowisata dapat dijabarkan sebagai berikut (Deptan, 2005):

a. Melestarikan Sumber Daya Alam

Agrowisata pada prinsipnya merupakan kegiatan industri yang mengharapkan kedatangan konsumen secara langsung ditempat wisata yang diselenggarakan. Aset yang penting untuk menarik kunjungan wisatawan adalah keaslian, keunikan, kenyamanan, dan keindahan alam. Oleh sebab itu, faktor kualitas lingkungan menjadi modal penting yang harus disediakan, terutama pada wilayah-wilayah yang dimanfaatkan untuk dijelajahi para wisatawan. Menyadari pentingnya nilai kualitas lingkungan tersebut, masyarakat/petani setempat perlu diajak untuk selalu menjaga keaslian, kenyamanan, dan kelestarian lingkungannya. Karena agrowisata termasuk ke dalam wisata ekologi (*eco-tourism*), yaitu kegiatan perjalanan wisata dengan tidak merusak atau mencemari alam dengan tujuan untuk mengagumi dan menikmati keindahan alam, hewan atau tumbuhan liar di lingkungan alamnya serta sebagai sarana pendidikan. Oleh karena itu, pengelolaannya harus mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut:

- a) Pengaturan dasar alamnya, yang meliputi kultur atau sejarah yang menarik, keunikan sumber daya biofisik alamnya, konservasi sumber daya alam ataupun kultur budaya masyarakat.
 - b) Nilai pendidikan, yaitu interpretasi yang baik untuk program pendidikan dari areal, termasuk lingkungan alamnya dan upaya konservasinya.
 - c) Partisipasi masyarakat dan pemanfaatannya. Masyarakat hendaknya melindungi/menjaga fasilitas atraksi yang digemari wisatawan, serta dapat berpartisipasi sebagai pemandu serta penyedia akomodasi dan makanan.
 - d) Dorongan meningkatkan upaya konservasi. Wisata ekologi biasanya tanggap dan berperan aktif dalam upaya melindungi area, seperti mengidentifikasi burung dan satwa liar, memperbaiki lingkungan, serta memberikan penghargaan/falitis kepada pihak yang membantu melindungi lingkungan.
- b. Mengkonversi Teknologi Lokal
- Keunikan teknologi lokal yang merupakan hasil seleksi alam merupakan aset atraksi agrowisata yang patut dibanggakan. Bahkan teknologi lokal ini dapat dikemas dan ditawarkan untuk dijual kepada pihak lain. Dengan demikian, teknologi lokal yang merupakan indigenous knowledge itu dapat dilestarikan. Teknologi lokal seperti Talun Kebun atau Pekarangan yang telah berkembang di masyarakat Jawa Tengah dan Jawa Timur merupakan salah satu contoh yang bisa ditawarkan untuk agrowisata. Teknologi lokal ini telah terbukti cukup mampu mengendalikan kesuburan tanah melalui pendauran hara secara vertikal. Selain dapat mengefisienkan pemanfaatan hara, teknologi ini juga dapat memanfaatkan energi matahari dan bahan organik in situ dengan baik sesuai dengan tingkat kebutuhan. Dengan demikian, melalui agrowisata kita dapat

memahami teknologi lokal kita sendiri, sehingga ketergantungan pada teknologi asing dapat dikurangi.

c. Meningkatkan Pendapatan Petani dan Masyarakat Sekitar

Selain memberikan nilai kenyamanan, keindahan ataupun pengetahuan, atraksi wisata juga dapat mendatangkan pendapatan bagi petani serta masyarakat di sekitarnya. Wisatawan yang berkunjung akan menjadi konsumen produk pertanian yang dihasilkan, sehingga pemasaran hasil menjadi lebih efisien. Selain itu, dengan adanya kesadaran petani akan arti petingnya kelestarian sumber daya, maka kelanggengan produksi menjadi lebih terjaga yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan petani. Bagi masyarakat sekitar, dengan banyaknya kunjungan wisatawan, mereka dapat memperoleh kesempatan berusaha dengan menyediakan jasa dan menjual produk yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.

d. Atraksi wisata pertanian juga dapat menarik pihak lain untuk belajar atau magang dalam pelaksanaan kegiatan budi daya ataupun atraksi-atraksi lainnya, sehingga dapat menambah pendapatan petani, sekaligus sebagai wahana alih teknologi kepada pihak lain. Hal seperti ini telah dilakukan oleh petani di Desa Cinagara, Sukabumi dengan "Karya Nyata Training Centre". Pada kegiatan magang ini, seluruh petani dilibatkan secara langsung, baik petani ikan, padi sawah, hortikultura, peternakan, maupun perkebunan (<http://database.deptan.go.id>).

Jika Agrowisata dikembangkan dengan benar, harapan petani untuk dapat meningkat kesejahteraannya bisa terwujud, apa saja harapan petani tersebut? Sutjipta, (2001) dalam I Gusti Ngurah Rai Utama (2011:18) merinci sebagai berikut:

1. **Pemasaran Hasil Pertanian: diharapkan dengan perkembangannya pariwisata hasil pertanian dapat terserap pada sektor ini.**
2. **Teknologi yang dinamis: dengan berkembangnya pariwisata berkembang pula teknologi pertanian yang ada karena tuntutan dunia pariwisata.**
3. **Tersedianya sarana produksi**
4. **Perangsang produksi pertanian, dengan berkembangnya pariwisata harga produk pertanian diharapkan dapat dihargai cukup layak sehingga gairah petani untuk bekerja semakin meningkat.**

5. Pengangkutan, Insfrastruktur yang dibangun untuk pariwisata juga dapat dimanfaatkan oleh sektor pertanian.

Sebaliknya, kerugian yang ditimbulkan, antara lain penurunan kualitas lingkungan, terjadinya kesenjangan ekonomi serta perubahan sosial budaya yang negatif. Dalam kaitannya dengan pengembangan agrowisata sebagai kerangka pengembangan masyarakat petani pada kehidupan yang lebih baik, maka diperlukan gerakan serentak Sutjipta, (2001) dalam I Gusti Ngurah Rai Utama (2011:18) yang berupa:

1. Menjaga kelestarian lingkungan: Pengembangan Pariwisata harus memperhatikan kelestarian lingkungan karena jika lingkungan rusak mustahil pariwisata bisa terus berkembang.
2. Pemanfaatan sumberdaya alam secara bijaksana: Sumberdaya alam yang ada bukan untuk dinikmati oleh generasi sekarang saja tetapi untuk anak cucu kita juga, dari sinilah diharapkan kita tidak melakukan exploitasi alam dengan semena-mena.
3. Keseimbangan antara konsumsi dan produksi: Berproduksi sesuai dengan permintaan pasar, bukan melakukan penawaran secara berlebihan sehingga tercipta kondisi over suplay, jika kondisi ini terjadi maka segala sesuai akan bernilai rendah.
4. peningkatan Sumber daya manusia: Jika sumberdaya manusia tidak cakap, maka ada potensi dalam waktu panjang SDM yang ada akan tergusur oleh SDM global yang lebih potensi dan kompeten, disinilah diperlukan pengembangan SDM secara terus menerus.
5. pemberantasan kemiskinan: Program-program yang ditawarkan oleh pemerintah sebaiknya tidak hanya memberikan kemudahan bagi kapitalis tetapi juga sebaiknya memperhatikan masyarakat petani yang sebagian besar tergolong miskin bahkan melarat.

D. *Community Based Tourism*

1. Pengertian pemberdayaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1996:214), istilah pemberdayaan berasal dari kata berdaya, yang berarti berkekuatan, berkemampuan, bertenaga untuk melakukan sesuatu.

Mas'ood dalam Mubyarto (1994:199) mengatakan bahwa pemberdayaan merupakan upaya memberi daya atau kekuatan kepada rakyat (*empowerment*). Bentuk, jenis, dan cara pemberdayaan atau penguatan rakyat sangatlah beragam. Menurut Malik dalam Mubyarto (1994:199) upaya itu adalah berwujud adanya kemauan untuk mengubah struktur masyarakat yang selama ini berlaku. Oleh karena itu, usaha mengentaskan orang miskin dari kemiskinannya secara hakiki (bersifat mendasar) sama sulitnya dengan usaha memberdayakan mereka.

Jadi pemberdayaan adalah usaha memandirikan masyarakat dengan kemampuan dan potensi yang dimiliki dalam rangka memperbaiki kualitas hidup mereka agar terhindar dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan. Dengan adanya pemberdayaan akan menghindarkan masyarakat dari sifat ketergantungan sehingga masyarakat dapat menjalani kehidupan di dunia ini dengan kemampuan dan potensi yang ada pada diri mereka.

Dengan demikian pemberdayaan adalah sebuah proses dan tujuan. Sebagai proses, pemberdayaan adalah serangkaian kegiatan untuk memperkuat kekuasaan atau keberdayaan kelompok lemah dalam masyarakat termasuk individu-individu yang mengalami masalah

kemiskinan. Sebagai tujuan, maka pemberdayaan menunjuk pada keadaan atau hasil yang ingin dicapai oleh hasil perubahan sosial yaitu: masyarakat yang berdaya, memiliki kekuasaan atau pengetahuan dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik bersifat fisik, ekonomi maupun sosial seperti memiliki kepercayaan diri, mampu menyampaikan aspirasi, mempunyai mata pencaharian, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan mandiri dalam melaksanakan tugas-tugas dalam kehidupannya. Pengertian pemberdayaan sebagai suatu tujuan seringkali digunakan sebagai indikator keberhasilan pemberdayaan sebagai sebuah proses.

2. Pengertian pemberdayaan masyarakat

Menurut Chambers (1995) dalam Kartasmita (1996:142) pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Konsep ini mencerminkan paradigma baru pembangunan, yakni yang bersifat *people centered, participatory, empowering, and sustainable*.

Menurut Kartasmita (1996:18-20) upaya memberdayakan masyarakat harus dilakukan melalui tiga jalur, yaitu:

1. Menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Di sini titik tolaknya adalah pengenalan bahwa setiap manusia, setiap masyarakat memiliki potensi yang dapat berkembang. Artinya, tidak ada masyarakat yang sama sekali tanpa daya, karena apabila demikian akan menjadikan punah. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya itu, dengan mendorong (*encourage*), memotivasi dan

membangkitkan kesadaran (*awareness*), atau potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya.

2. Memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat (*empowering*). Dalam hal ini diperlukan langkah-langkah yang lebih positif, selain dari itu untuk menciptakan iklim dan suasana.
3. Memberdayakan mengandung pula arti melindungi. Dalam proses pemberdayaan harus dicegah yang lemah menjadi bertambah lemah, oleh karena kekurangberdayaan dalam menghadapi yang kuat. Oleh karena itu perlindungan dan pemihakan yang lemah amat mendasar sifatnya dalam konsep pemberdayaan masyarakat. Dalam rangka ini, adanya peraturan perundangan yang secara jelas dan tegas melindungi golongan lemah sangat diperlukan. Melindungi tidak berarti mengisolasi atau menutupi dari interaksi, karena itu justru akan mengerdilkan yang kecil dan melunglaikan yang lemah. Melindungi harus dilihat sebagai upaya untuk mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang, serta eksploitasi yang kuat atas yang lemah. Pemberdayaan masyarakat bukan membuat masyarakat miskin menjadi tergantung pada berbagai program pemberian. Karena pada dasarnya setiap apa yang dinikmati, harus dihasilkan atas usaha sendiri (yang hasilnya dapat diperuntukkan dengan pihak yang lain).

Sama halnya dengan Ginanjar dalam Mubyarto (1994:180) juga mengatakan bahwa pemberdayaan masyarakat khususnya yang kecil, lemah, dan miskin merupakan agenda utama kebijaksanaan dan strategi pembangunan nasional. Upaya yang dilakukan dalam hal ini mencakup tiga bidang, yakni:

1. Menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan masyarakat berkembang
2. Memperkuat potensi ekonomi yang dimiliki masyarakat itu
3. Melindungi kelompok ekonomi rakyat yang masih

Jika pengertian tersebut diatas dikaitkan dengan judul penelitian ini, maka pengertian pemberdayaan masyarakat adalah upaya memberi daya atau kekuatan kepada masyarakat sehingga mampu dan mandiri dengan

kemampuan dan potensi yang dimilikinya serta dengan menggunakan dan mengakses sumber daya setempat dalam hal ini pengembangan potensi obyek dan daya tarik wisata yang selama ini gencar dilaksanakan pemerintah Kota Batu dalam rangka memperbaiki kualitas hidup dan mencapai kemajuan.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan secara teoritik adalah upaya untuk memandirikan masyarakat melalui perwujudan potensi kemampuan yang mereka miliki. Konsep pemberdayaan ekonomi masyarakat di daerah industri pariwisata dapat dilihat dari tiga sisi, yaitu:

- a. Pemberdayaan dengan menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat lokal berkembang.
- b. Pemberdayaan untuk memperkuat potensi ekonomi atau daya yang dimiliki masyarakat lokal di daerah industri pariwisata. Dalam rangka untuk memperkuat potensi ini, upaya yang amat pokok adalah peningkatan taraf pendidikan, dan derajat kesehatan, serta akses terhadap sumber-sumber kemajuan ekonomi, seperti modal, teknologi, informasi, lapangan kerja dan pasar.
- c. Pemberdayaan melalui pengembangan ekonomi rakyat, dengan cara melindungi dan mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang, serta menciptakan kebersamaan dan kemitraan antara yang sudah maju yang belum berkembang (BP3, 2006:121-122) (www.IRDItag.blogspot.com).

4. Konsep *Community Based Tourism*

Strategi pemberdayaan masyarakat dalam konsep *Community Based Tourism* dalam mencapai tujuan pemberdayaan, berbagai upaya dapat dilakukan melalui berbagai macam strategi. Salah satu strategi yang memungkinkan dalam pemberdayaan masyarakat adalah pengembangan

pariwisata berbasis masyarakat yang secara konseptual memiliki ciri-ciri uni serta sejumlah karakter yang oleh Nasikun dalam *hand out* mata kuliah strategi pengembangan dan pengelolaan *resort and leisure*

Gumelar S. Sastrayuda (2010:3) dikemukakan sebagai berikut:

- a) Pariwisata berbasis masyarakat menemukan rasionalitasnya dalam properti dan ciri-ciri unik dan karakter yang lebih unik diorganisasi dalam skala yang kecil, jenis pariwisata ini pada dasarnya merupakan, secara ekologis aman, dan tidak banyak menimbulkan dampak negatif seperti yang dihasilkan oleh jenis pariwisata konvensional
- b) Pariwisata berbasis komunitas memiliki peluang lebih mampu mengembangkan obyek-obyek dan atraksi-atraksi wisata berskala kecil dan oleh karena itu dapat dikelola oleh komunitas-komunitas dan pengusaha-pengusaha lokal.
- c) Berkaitan sangat erat dan sebagai konsekuensi dari keduanya lebih dari pariwisata konvensional, dimana komunitas lokal melibatkan diri dalam menikmati keuntungan perkembangan pariwisata, dan oleh karena itu lebih memberdayakan masyarakat.

Yang perlu mendapatkan perhatian khusus dalam konsep CBT adalah wisatawan domestik (wisatawan nusantara) yang perannya sangat besar dalam menumbuhkan dan mengembangkan obyek-obyek wisata yang nantinya diharapkan akan dikunjungi oleh wisatawan mancanegara.

Obyek-obyek wisata yang sering dan padat dikunjungi oleh wisatawan nusantara akan memperoleh manfaat lebih besar dibandingkan dengan yang jarang dikunjungi wisatawan nusantara. Makin banyak wisatawan nusantara berkunjung, makin terkenal obyek tersebut dan pada akhirnya merupakan promosi untuk menarik datangnya wisatawan mancanegara.

4. Sasaran *Community Based Tourism*

Menurut *hand out* mata kuliah strategi pengembangan dan pengelolaan *resort and leisure* Gumelar S. Sastrayuda (2010:4) sasaran

Community Based Tourism adalah:

- a) Masyarakat yang memiliki kepedulian dalam pengembangan kebudayaan dan kepariwisataan
- b) Masyarakat dan organisasi non pemerintahan yang mengelola kegiatan kebudayaan dan kepariwisataan
- c) Masyarakat Usaha Kecil Menengah (UKM) yang bergerak dalam usaha penunjang kebudayaan dan kepariwisataan.
- d) Pendekatan Pemberdayaan masyarakat pariwisata merupakan konsep yang mudah dilontarkan tetapi sangat sulit untuk dilaksanakan.

5. Tujuan *Community Based Tourism*

Menurut *hand out* mata kuliah strategi pengembangan dan pengelolaan *resort and leisure* Gumelar S. Sastrayuda (2010:4) sasaran

Community Based Tourism adalah

- a. Pemberdayaan masyarakat adalah untuk menciptakan suasana kondisi atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat untuk berkembang dan dapat berperan aktif dalam pembangunan keberdayaan dan kepariwisataan secara berkelanjutan.
- b. Untuk membentuk individu dan masyarakat menjadi mandiri yang meliputi kemandirian berpikir, bertindak, dan mengendalikan apa yang mereka lakukan.

6. Pendekatan *Community Based Tourism*

Pemberdayaan masyarakat pariwisata merupakan konsep yang mudah dilontarkan tetapi sangat sulit untuk dilaksanakan, karena konsep ini merupakan suatu konsep yang holistik dan terus menerus untuk digali dan diberdayakan yaitu mulai dari anak-anak, remaja,

dewasa, bahkan kaum manula (masyarakat lanjut usia) harus ikut dilibatkan dan dipahamkan. Diberdayakan dalam arti filosofi hidup di masyarakat, pendidikan, keterampilan, sikap/tata krama, aturan bermasyarakat, adat, bahkan sampai pada penampilan masyarakat itu sendiri. Menurut Gumelar S. Sastrayuda (2010:5-11) dalam hand out mata kuliah strategi pengembangan dan pengelolaan resort and leisure, antara lain:

a. Filosofi hidup di masyarakat

Filosofi hidup di masyarakat perlu diarahkan dan diperhatikan, agar sesuai dengan filosofi pembangunan kepariwisataan karena apabila belum selaras akan menjadi ganjalan dan kendala. Mindset masyarakat dalam memandang tamu atau wisatawan harus diubah yang tadinya wisatawan sebagai saingan diubah menjadi aset dan sumber kehidupan. Perlu disadarkan bahwa wisatawan yang datang adalah masyarakat yang membawa biaya/uang yang akan dibelanjakan dan dapat menambah kesejahteraan masyarakat dan akan menciptakan berbagai lapangan pekerjaan. Harus ditanamkan pada masyarakat bahwa tamu atau turis merupakan lapangan pekerjaan, sehingga masyarakat mempunyai kewajiban untuk menghormati dan melayani agar tamu menjadi betah dan berlama-lama tinggal di tempat wisata.

b. Pendidikan generasi muda

Pendidikan sebagai media yang ampuh untuk menyiapkan generasi muda untuk melayani dan memenuhi kebutuhan informasi bagi wisatawan, baik informasi mengenai kondisi fisik daerah maupun kultural yang berkembang di masyarakat. Pendidikan yang ditekankan adalah pendidikan yang dapat memelihara kelestarian objek dan budaya, agar menjadi aset dan jasa yang bisa dijual. Banyak informasi yang terkandung di lokasi pariwisata (objek) tidak dapat dijual karena keterbatasan pendidikan yang dimiliki oleh masyarakat pariwisata. Bentuk pendidikan yang perlu dikembangkan baik berupa pendidikan formal maupun pendidikan non formal. Untuk dapat menjelaskan kepada wisatawan secara lengkap dan benar maka diperlukan pengetahuan dan ilmu yang cukup mengenai

berbagai kondisi alam dan historisnya, sehingga menjadi bekal dan pengetahuan yang berguna bagi pengunjung.

c. Keterampilan masyarakat

Keterampilan yang dimiliki oleh masyarakat sebagai kunci pengembangan kepariwisataan. Keterampilan yang dimaksud adalah keterampilan dalam menyediakan berbagai kebutuhan wisatawan, baik berupa keterampilan dalam menerima atau keterampilan dalam menyuguhkan berbagai atraksi maupun informasi yang dibutuhkan, sampai pada keterampilan dalam membuat berbagai cinderamata yang khas dan yang diminati oleh wisatawan. Keterampilan yang dimiliki oleh masyarakat sangat berkaitan erat dengan kreativitas dan ide-ide atau gagasan yang dimiliki oleh masyarakat, oleh karena itu pembinaan kreativitas harus selalu dipupuk dan dikembangkan.

d. Sikap/tata karma

Sikap/tata krama sangat berkaitan dengan filosofi yang dipegang oleh masyarakat itu sendiri. Oleh karena itu apa bila filosofinya sudah disesuaikan maka sikap dan tata kramanya pun akan sesuai. Masyarakat yang ada di sekitar objek atau tempat wisata ibarat tuan rumah yang sedang menerima tamu. Apabila tuan rumah memiliki sikap dan tata krama yang baik akan menyebabkan tamu menjadi betah dan mau tinggal berlama-lama di tempat wisata. Pada dasarnya pariwisata akan berkembang dengan baik apabila wisatawan memiliki waktu kunjungan yang lama dan mau tinggal di tempat wisata, artinya tamu akan banyak mengeluarkan biaya atau uang di tempat wisata. Oleh karena itu perlu secara terus menerus membina sikap/tata krama masyarakat ke arah yang lebih baik. Memang tidak berarti masyarakat sekitar daerah wisata harus merubah sikap/tata krama sesuai dengan sikap/tata krama yang dimiliki wisatawan melainkan harus menunjukkan kemuliaan agar wisatawan menjadi betah dan merasa aman di tempat wisata.

e. Aturan bermasyarakat

Banyak kalangan yang memandang jika pariwisata berkembang maka aturan bermasyarakat semakin longgar dan rusak. Pandangan semacam ini keliru dan perlu diluruskan, mestinya aturan bermasyarakat dapat dikemas menjadi daya tarik wisata, dan kadang-kadang wisatawan merasa tertarik dan ingin mempelajari aturan bermasyarakat yang dipegang teguh. Tidak berarti memaksa wisatawan untuk mengikuti aturan bermasyarakat yang ada di tempat wisata, tetapi menjadi media pendidikan bagi para wisatawan akan kemuliaan dan keunggulan aturan bermasyarakat yang dikembangkan.

f. Adat

Adat merupakan aset wisata, sehingga adat yang baik perlu terus dikembangkan dan diperkenalkan. Misalnya berbagai kepercayaan atau upacara yang dimiliki dan dilakukan oleh masyarakat. Banyak wisatawan yang ingin datang ke suatu lokasi wisata yang hanya tertarik oleh berbagai keunikan adat istiadat yang dipegang teguh oleh masyarakatnya. Adat biasanya muncul tidak serta-merta melainkan merupakan suatu hasil proses kehidupan bermasyarakat yang cukup panjang sepanjang kehidupan masyarakat itu sendiri, sehingga mengandung berbagai filosofi hidup dan mengandung nilai-nilai pendidikan yang luar biasa.

g. Penampilan

Penampilan merupakan akumulasi dari berbagai pemahaman dan pengetahuan termasuk keterampilan yang dimiliki oleh masyarakat, cerminan dari akumulasi tersebut akan nampak berupa penampilan sikap dan aura jiwa dari masyarakat tersebut. Pencitraan berupa penampilan masyarakat maupun penampilan lingkungan yang ada juga merupakan suatu daya tarik yang tidak kalah pentingnya dalam mendatangkan dan ketertarikan wisatawan. Oleh karena itu perlu dipelihara dan dipertahankan terutama penampilan yang membuat wisatawan merasa aman, tenteram, dan menimbulkan semangat hidup untuk berkarya dan bersikap ke arah yang lebih baik.

h. Partisipasi Masyarakat

Pola pembinaan pemberdayaan masyarakat menitikberatkan kepada partisipasi masyarakat, agar masyarakat dapat diajak terlibat guna mengarahkan kegiatan yang berhubungan langsung dengan mereka yang berkaitan dengan :

- 1) Perumusan persoalan lebih efektif
- 2) Mendapatkan informasi dan pemahaman realitas sumber asli.
- 3) Merumuskan alternatif penyelesaian masalah secara sosial diterima
- 4) Menumbuhkan rasa memiliki terhadap rencana sehingga memperlancar rencana sehingga memperlancar penerpaan
- 5) Menghindari pertentangan yang tajam
- 6) Menggalang swadaya akan lebih mudah
- 7) Memperkuat posisi pemberdayaan masyarakat agar setara dengan para stakeholder kuat.

7. Tahap-tahap Pemberdayaan Masyarakat Pariwisata

Pemberdayaan masyarakat tidak bersifat selamanya, melainkan sampai target masyarakat mampu untuk mandiri dan dilepas untuk mandiri, dengan demikian pemberdayaan melalui satu proses belajar, hingga mencapai status mandiri. Oleh karena pemberdayaan masyarakat akan berlangsung secara bertahap. Tahap-tahap yang harus dilalui menurut Ambar Teguh Sulistiyani dalam *hand out* mata kuliah strategi pengembangan dan pengelolaan *resort and leisure* Gumelar S. Sastrayuda (2010:9-10), meliputi:

- a. Tahap kesadaran dan pembentukan perilaku menuju perilaku sadar dan membutuhkan peningkatan kapasitas diri.
- b. Tahap, transformasi kemampuan berupa wawasan pengetahuan, kecakapan, keterampilan dasar sehingga dapat mengambil peran didalam pembangunan.
- c. Tahap peningkatan kemampuan intelektual, kecakapan, keterampilan sehingga terbentuklah inisiatif dan kemampuan INOVATIF untuk mengantarkan kepada kemandirian.

Menurut Ambar Teguh Sulistiyani dalam *hand out* mata kuliah strategi pengembangan dan pengelolaan *resort and leisure* Gumelar S. Sastrayuda (2010:11), konteks pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan, maka tahapan-tahapan pemberdayaan yang berkaitan dengan kedewasaan sikap masyarakat, merupakan tahapan yang perlu dicermati secara seksama mengingat dalam pemberdayaan masyarakat, masyarakat akan berproses secara bertahap, dalam waktu yang tidak singkat. Proses tahapan akan memberikan gambaran terhadap keterkaitan antara pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*) dan keterampilan (*practice*) dengan tahapan proses pemahaman masyarakat terhadap tahapan pembelajaran pada masing-masing tahapan mengenai sikap kedewasaan masyarakat, pada masing-masing tahapan dapat diamati pada model perlakuan untuk meningkatkan aspek afektif, konitif, psikomotorik dan konatif.

Berdasarkan dari pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan sesuatu yang berkaitan

dengan kedewasaan sikap masyarakat merupakan sesuatu yang perlu dicermati secara seksama dalam pemberdayaan masyarakat. Masyarakat akan berproses secara bertahap, dalam waktu yang tidak singkat.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pada dasarnya terdapat tiga macam metode penelitian yang utama yaitu metode historis, metode deskripsi, dan metode penelitian

eksperimental. Metode historis lebih menekankan pada gejala yang telah lampau, sedangkan metode deskriptif ditujukan pada masalah yang terjadi pada masa sekarang, dan metode eksperimental menekankan pada percobaan guna menemukan satu hasil atau lebih sesuai tujuan penelitian yang ditetapkan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Penelitian deskriptif merupakan pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian ini mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena, Whitney (1960) dalam Nazir (2005:54). Sementara itu penelitian deskriptif juga diartikan sebagai penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan variabel satu dengan variabel yang lain Sugiyono (2005:11).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif karena dapat digunakan untuk mengungkap dan memahami sesuatu dibalik fenomena yang sedikitpun belum diketahui. Metode ini dapat juga digunakan untuk mendapatkan wawasan tentang sesuatu yang baru sedikit diketahui. Penelitian dengan menggunakan kualitatif sebenarnya memiliki tujuan atau arah bukan untuk menguji suatu hipotesis yang didasarkan atas

teori tertentu melainkan untuk menemukan pola-pola yang mungkin dapat dikembangkan menjadi suatu teori.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian memuat yang menjadi pusat perhatian dari suatu penelitian, dan tidak ada satupun penelitian yang dilakukan tanpa adanya fokus, dimana fokus itu pada dasarnya adalah masalah Moleung (2005:237). Karena merupakan satu hal yang penting, maka sebaiknya fokus penelitian harus ditentukan sebelumnya agar peneliti memiliki arah yang jelas dan membantu peneliti membatasi bidang sasaran, sehingga permasalahan yang diteliti nantinya tidak meluas dan pengumpulan data yang tidak diperlukan dapat dihindari.

Fokus penelitian dapat ditulis dengan berbagai bentuk, bahkan seringkali fokus penelitian ditulis dalam kalimat-kalimat yang meliputi beberapa alenia. Perlu ditekankan disini, walaupun fokus penelitian tidak dirumuskan secara ketat dan dapat mengalami perubahan selama proses penelitian, tetapi fokus penelitian harus ditetapkan pada awal penelitian karena fokus penelitian berguna dalam memberikan arah selama proses penelitian, utamanya pada saat pengumpulan data, yaitu untuk membedakan antara data mana yang relevan dengan tujuan penelitian kita.

Fokus penelitian ini selalu disempurnakan selama proses penelitian dan

bahkan memungkinkan untuk diubah pada saat berada di lapangan.

Adapun yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah :

1. Pengembangan Agrowisata di kota Batu dengan pendekatan

Community Based Tourism atau pemberdayaan masyarakat berbasis pariwisata, yang meliputi :

- a. Program-program pemberdayaan masyarakat dalam mengembangkan agrowisata
- b. Keterlibatan masyarakat di dalam proses perencanaan pengembangan agrowisata di kota Batu
- c. Sarana dan prasarana pendukung pengembangan Agrowisata di kota Batu.
- d. Promosi agrowisata di kota Batu
- e. Mendorong tumbuhnya *partnership* (kemitraan).

2. Faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan

Agrowisata di kota Batu.

a. Faktor pendukung yang terdiri dari:

- 1) Faktor pendukung internal berupa: letak geografis, kondisi iklim, dan transportasi.

- 2) Faktor pendukung eksternal berupa: keramah tamahan penduduk dan keamanan.

b. Faktor penghambat yang terdiri dari:

- 1) Faktor penghambat internal berupa:

Rendahnya kemampuan dan keterbatasan wawasan masyarakat dalam hal kepariwisataan.

2) Faktor penghambat eksternal berupa:

- a) Belum mantapnya koordinasi kebijakan antara pemerintah dengan masyarakat.
- b) Lemahnya kekuatan hukum.
- c) Rasa khawatir wisatawan yang berkunjung ke daerah pegunungan.

C. Lokasi dan Situs Penelitian

Lokasi penelitian dan situs penelitian adalah tempat dimana penelitian dilakukan dan dapat menangkap keadaan sebenarnya dari obyek yang diamati.

Adapun yang menjadi lokasi dalam penelitian ini adalah Kota Wisata Batu.

Pemilihan lokasi penelitian ini adalah dengan mempertimbangkan beberapa hal berikut :

1. Kota Batu merupakan kota yang gencar dalam melakukan pembangunan daerah khususnya dalam bidang pariwisata, begitu juga dalam pengembangan potensi pariwisatanya dengan memanfaatkan lahan pertanian sebagai obyek wisata.

2. Kemudahan dalam memperoleh data yang diperlukan sehingga penelitian ini akan lebih mudah dilaksanakan dengan keterbatasan yang ada, karena penulis tinggal dan berdomisili di kota Batu.

Sedangkan yang dimaksud dengan situs penelitian adalah tempat dimana sebenarnya peneliti dapat memperoleh atau menangkap keadaan atau fenomena dari obyek yang akan diteliti dengan demikian yang menjadi situs penelitian ini adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Penulis mengklasifikasikan jenis data yang diperoleh yang digolongkan sebagai berikut :

a. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Dalam penelitian ini, data primer yang diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian yaitu melalui wawancara maupun pernyataan langsung dengan pihak-pihak yang terkait.

Data primer yang didapat oleh penulis berasal dari :

- 1) Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu
- 2) Badan Pemberdayaan Masyarakat, Perempuan, dan Keluarga Berencana (KB) Kota Batu

b. Data Sekunder adalah dokumen-dokumen atau arsip-arsip yang terkait dengan penelitian ini. Dokumen digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen dapat dimanfaatkan untuk menguji, mentafsirkan bahkan untuk meramalkan. Alasan-alasannya adalah antara lain karena dokumen

merupakan sumber yang stabil, kaya dan mendorong. Dokumen juga berguna untuk suatu pengujian.

2. Sumber Data

Menurut pendapat Lofland dalam Moleong (2005:157) mengemukakan bahwa sumber data dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata atau tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.

Keberadaan data dapat dijadikan sebagai sumber informasi bahan kajian untuk mengetahui apa yang akan kita teliti.

Sumber data dalam penelitian ini dapat dibedakan sebagai berikut:

1. Informan

Dalam hal ini penulis memperoleh secara langsung dari sumber asli sehubungan dengan objek yang akan diteliti. Data ini didapat dari hasil wawancara antara penulis dengan pihak-pihak yang dapat memberi informasi terkait dengan pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan agrowisata.

2. Peristiwa

Selain keterangan dari informan, penulis memperoleh data atau informasi yang bersumber dari peristiwa atau fenomena yang dipandang sesuai dan bermanfaat untuk mengungkap permasalahan yang terdapat dalam fokus penelitian.

3. Dokumen

Data yang telah terlebih dulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang luar penulis sendiri, walaupun sepenuhnya merupakan data asli. Data ini merupakan informasi dalam bentuk catatan-catatan resmi misalnya, skema dan bagan keorganisasian, peraturan-peraturan yang tertulis, arsip-arsip yang relevan dengan penelitian ini, serta beberapa artikel yang diakses melalui internet yang berhubungan dengan pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan agrowisata.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan beberapa metode yang penggunaannya disesuaikan dengan jenis dan sifat yang diperoleh sehingga, data yang diperoleh nantinya akan benar-benar objektif. Teknik pengumpulan data pada penelitian kualitatif terbagi dalam tiga tipe dasar, yaitu:

1. Observasi (Pengamatan)

Merupakan teknik pengumpulan data melalui perbuatan mengamati dan mencatat hal-hal yang berkaitan dengan masalah penelitian secara sistematis dalam rangka melengkapi data yang diperlukan. Dalam penelitian ini metode observasi

digunakan dalam upaya memperoleh gambaran langsung mengenai obyek penelitian.

2. Wawancara

Yaitu suatu teknik penelitian dengan memberikan sejumlah pertanyaan kepada sumber penelitian yang dikehendaki.

Dimana tanggung jawab tersebut berlangsung secara bebas dan terbuka tanpa meninggalkan etika wawancara yang ada, dan pewawancara tersebut menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara).

3. Dokumentasi

Teknik seperti ini diperoleh dengan cara mengumpulkan data dari arsip-arsip, catatan-catatan atau gambaran monografi dari lokasi penelitian. Data ini dapat menjadi data pelengkap dalam menganalisa permasalahan yang ada dalam penelitian.

F. Instrumen Penelitian

Yang dimaksud dengan instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data dalam rangka memecahkan masalah dan mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini instrumen atau alat yang digunakan adalah:

1. Peneliti sendiri, peneliti adalah instrumen utama dalam sebuah penelitian kualitatif. Karena seorang peneliti merupakan perencana,

pelaksana pengumpulan data, analisis, penafsir data dan pada akhirnya ia menjadi pelapor hasil penelitiannya (Moleong, 2005:121).

2. Catatan lapangan (*field note*), catatan lapangan merupakan catatan tertulis tentang apa yang didengar, dilihat, dialami dan dipikirkan dalam rangka pengumpulan data dan refleksi terhadap data dalam penelitian kualitatif.
3. *Interview Guide*, dalam hal ini peneliti menggunakan petunjuk umum wawancara dengan membuat kerangka dan garis-garis besar pokok-pokok yang ditanyakan dalam proses wawancara Moleong (2005:136).
4. Dokumentasi, dalam hal ini peneliti menggunakan data sekunder yang tentunya berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Data ini dapat diperoleh dari arsip-arsip maupun dokumen yang mendukung dalam penelitian ini.

G. Analisis Data

Nasution (1982:126) mendefinisikan bahwa analisa data adalah “proses menyusun data agar dapat ditafsirkan. Melakukan analisa adalah pekerjaan yang sulit, memerlukan kerja keras, daya kreatif dan intelektual tinggi”.

Menurut Miles dan Huberman (1992:16) mengemukakan bahwa langkah-langkah yang diambil dalam proses analisa data antara lain:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Dalam kegiatan reduksi data ini dilakukan proses pemilihan, pemberian fokus, penyederhanaan. Abstraksi dan transformasi data mentah yang terdapat di dalam buku catatan lapangan.

Kegiatan ini berlangsung secara terus menerus dalam keseluruhan perjalanan kegiatan penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk mempertajam, menyortir, menetapkan fokus dan mengorganisir data yang telah diperoleh sehingga dapat dipergunakan untuk menarik kesimpulan akhir.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

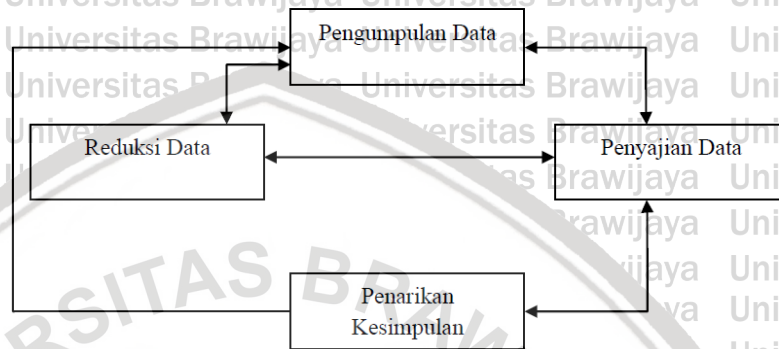
Data display adalah susunan informasi yang terorganisir yang memungkinkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan memeriksa data display, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang sedang terjadi dan harus melakukan apa yang didasarkan atas pemahaman tersebut.

3. *Conclusion Drawing* (Penarikan Kesimpulan)

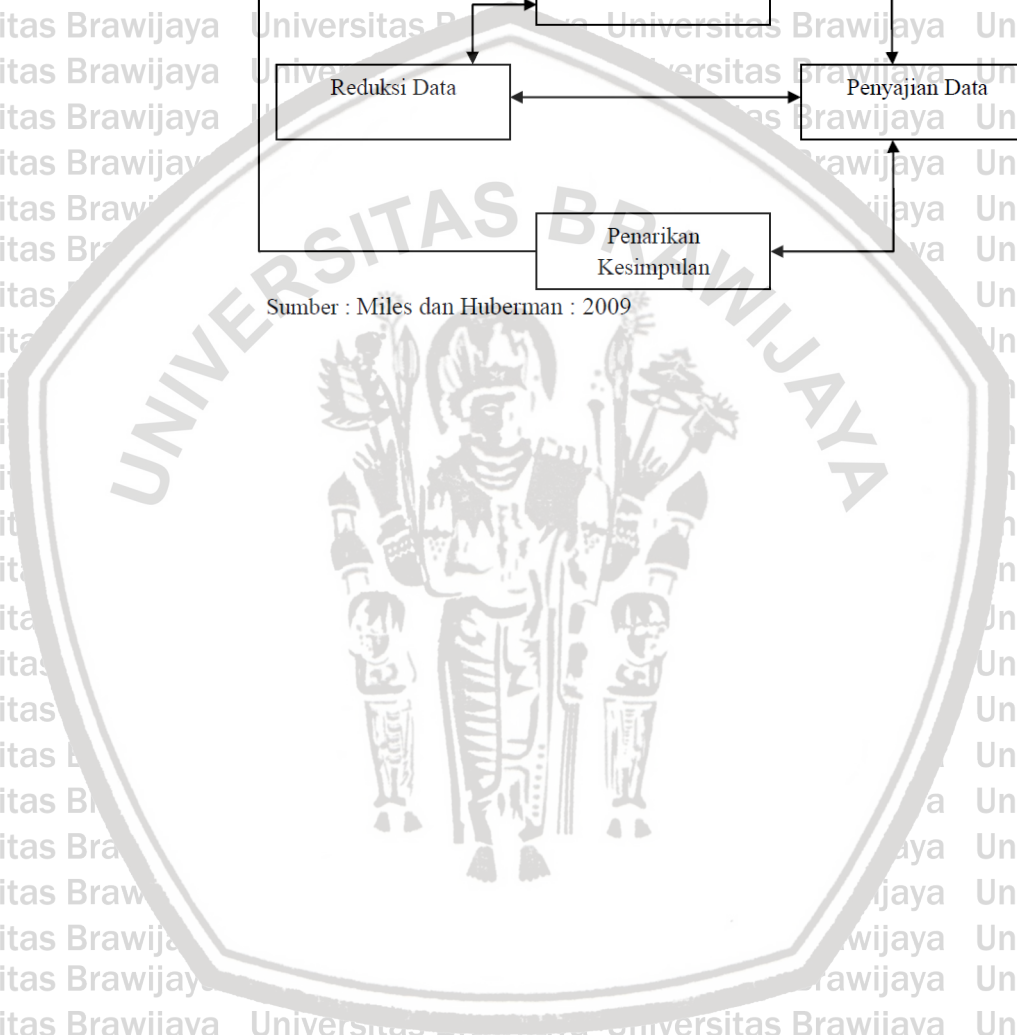
Kesimpulan akhir analisa data kualitatif ditarik setelah tidak ditemukan lagi data atau informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian. Kesimpulan yang telah diverifikasi baik dengan kerangka berfikir peneliti maupun dengan catatan-catatan lapangan yang ada sehingga diperoleh konsensus yang

optimal antara peneliti dengan sumber-sumber data atau informasi.

Gambar 2
Komponen Analisis Data



Sumber : Miles dan Huberman : 2009



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Lokasi dan Situs Penelitian

1. Gambaran Umum Pemerintah Kota Batu

a. Sejarah Pemerintah Kota Batu

Pada tahun 1950 berdasarkan Undang-Undang No.12 tahun 1950 tentang pembentukan daerah-daerah kabupaten dalam lingkungan Propinsi Jawa Timur, Batu masi merupakan kecamatan dalam lingkungan wilayah pemerintahan kabupaten Malang. Pada tahun 1993 kecamatan Batu sebagai kota administratif berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No 12 tahun 1993 tentang pembentukan kota administratif Batu dalam wilayah kabupaten Malang, yang meliputi tiga wilayah yaitu kecamatan Batu, Bumiaji, dan Junrejo. Pada tahun 2001 kota administratif statusnya menjadi Kota Batu berdasarkan Undang-Undang no.11 Batu disahkan oleh Presiden RI tanggal 21 Juni 2001. Maka pada tanggal 17 Oktober 2001 kota Batu secara resmi disahkan sebagai daerah otonom yang terpisah dari kabupaten Malang

yang meliputi meliputi tiga wilayah yaitu kecamatan Batu, Bumiaji, dan Junrejo yang terdiri dari 20 desa.

Kemudian pada tanggal 22 Oktober 2002 Gubernur Jawa Timur atas nama Menteri Otonomi Daerah melantik Drs. Imam Kabul sebagai walikota Batu. Setelah Batu ditingkatkan statusnya dengan pejabat walikotanya Drs.Imam Kabul, Batu ingin meningkatkan lagi pembangunannya, baik pembangunan fisik maupun non-fisik. Sejak setatusnya meningkat, Pemerintah Kota Batu bersama masyarakat mulai menyiapkan diri bagaimana agar pamor dan citra kota dingin ini tetap ada dan dikenang banyak orang baik domestik maupun luar negeri. Adapun kronologis terbentuknya Pemerintah Kota Batu, yaitu:

1. Pada tahun 1950 berdasarkan Undang-undang No.12 tahun 1950 tentang pembentukan daerah-daerah Kabupaten dalam lingkungan Provinsi Jawa Timur, Batu masih merupakan kecamatan dalam lingkungan wilayah Pemerintah Kabupaten Malang.
2. Pada tahun 1997 Kecamatan Batu sebagai daerah Kota Administratif berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No.12 tahun 1997 tentang pembentukan Kota Administratif Batu, dalam wilayah Kabupaten Malang, yang meliputi wilayah Kecamatan Batu, Kecamatan Bumiaji dan Kecamatan Junrejo.
3. Pada tahun 2001 kota Administratif Batu Statusnya kemudian berubah menjadi Kota Batu berdasarkan Undang-undang No.11

Tahun 2001 tentang pembentukan Kota Batu yang disahkan oleh Presiden Republik Indonesia tanggal 21 Juni 2001, maka tanggal 17 Oktober 2001 telah diresmikan Kota Batu menjadi Daerah Otonom yang terpisah dari Kabupaten Malang yang meliputi tiga kecamatan (Kecamatan Batu, Kecamatan Junrejo dan Kecamatan Bumiaji) terdiri dari 19 desa serta kelurahan.

4. Pada hari Jumat tanggal 30 Agustus 2002 diadakan pemilihan anggota DPRD Kota Batu. Dan selanjutnya pada hari Senin tanggal 16 September 2002 DPRD Kota Batu dilantik. Setelah DPRD Kota Batu terbentuk, maka secara resmi dan sah Pemerintah Kota Batu telah memiliki Badan Legislatif dan secara sah pula DPRD berhak dan mengadakan pemilihan Kepala Daerah.
5. Pada hari Senin tanggal 4 November 2002 diadakan Pemilihan Kepala Daerah dan terpilih Drs.H.Imam Kabul M.Si yang berpasangan dengan Drs.M.Khudhori sebagai Walikota dan Wakil Walikota pertama.
6. Pada hari Senin tanggal 25 November 2002 dilaksanakan pelantikan Walikota dan Wakil Walikota Batu oleh Gubernur Imam Utomo.
7. Setelah Drs.H.Imam Kabul M.Si berakhir masa jabatannya kemudian digantikan dengan Edi Rumpoko periode 2007-2012.

b. Visi dan Misi Pemerintah Kota Batu

Visi Kota Batu tahun 2013 Kota Batu Sentra Pertanian Orgabik Berbasis Kepariwisataan Internasional, ditunjang oleh pendidikan yang tepat guna dan berdaya saing. Ditopang oleh sumber daya (alam, manusia, dan budaya) yang tangguh diselenggarakan oleh pemerintahan yang baik, kreatif, inovatif, dujiwai oleh keimanan dan ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa.

c. Gambaran Umum Lokasi

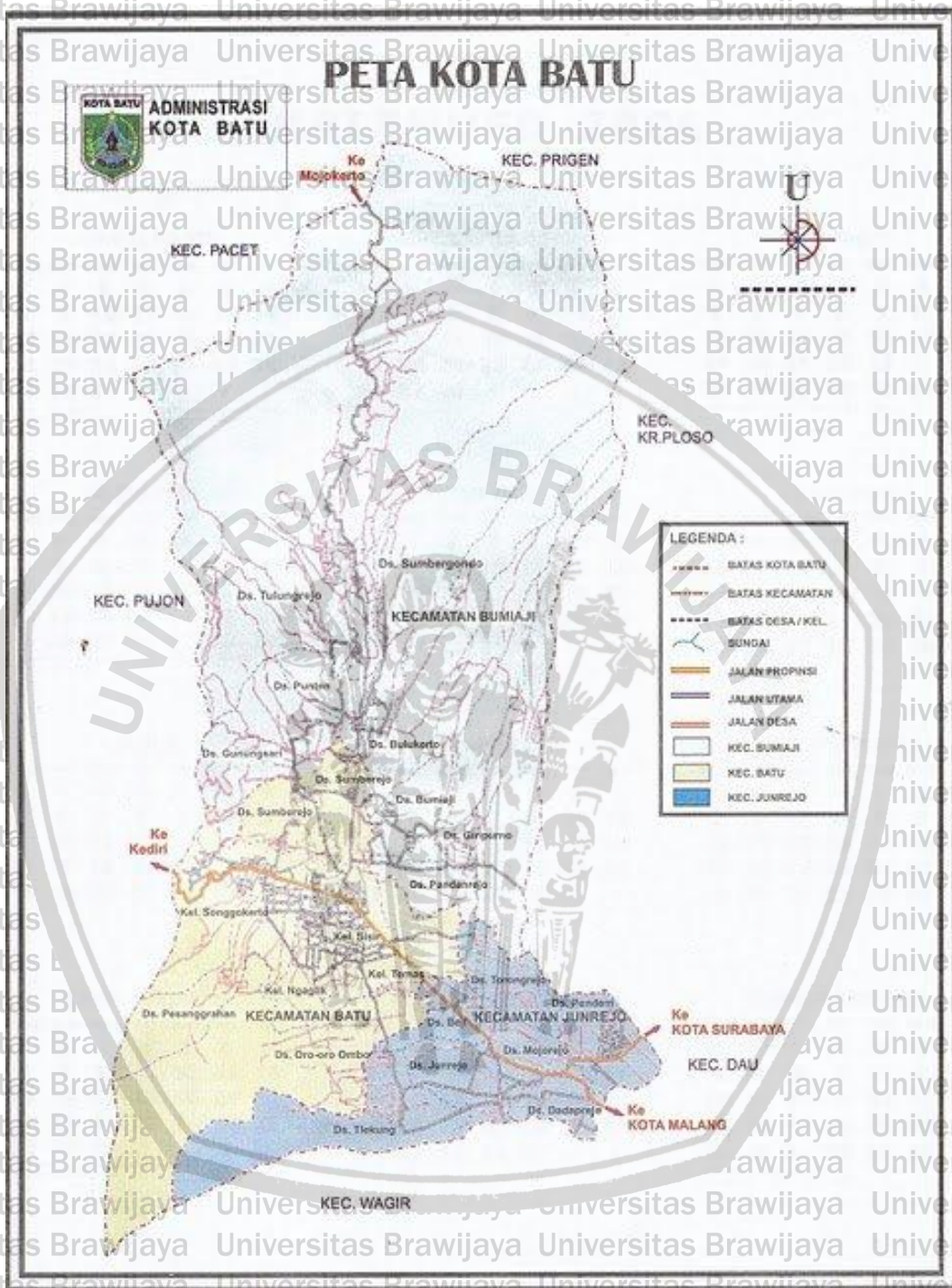
a) Keadaan Geografis

Kota Batu merupakan salah satu bagian dari wilayah Jawa Timur yang secara geografis Kota Batu terletak pada posisi antara: 7,44deg 55,11" s/d 8,26deg 35,45" Lintang Selatan dan 122,17deg 10,90" s/d 122,57deg 00,00" Bujur Timur. Kota dengan luas 202,800 km² atau sama dengan 20,280 Ha ini, berbatasan dengan:

1. Sebelah Selatan : Kabupaten Blitar dan Kabupaten Malang
2. Sebelah Barat : Kabupaten Malang
3. Sebelah Timur : Kabupaten Malang
4. Sebelah Utara : Kabupaten Mojokerto dan Kabupaten

Pasuruan





Gambar 3 Peta Kota Batu
Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu

Tabel 1 Luas Wilayah Menurut Kecamatan (Ha) Tahun 2011

Kecamatan <i>District</i>	Luas Wilayah <i>Area</i>
(1)	(2)
Batu	4.545,81
Junrejo	2.565,02
Bumiaji	12.797,89
Kota Batu	19.908,72

Sumber : BPS kota Batu

Pembagian wilayah kota Batu terdiri dari 3 Kecamatan dan 23 Desa atau Kelurahan, 226 RW, dan 1052 RT. Ketiga kecamatan itu adalah: Kecamatan Batu dengan Luas 46,377 km²; Kecamatan Bumiaji dengan wilayah yang paling luas, yaitu sekitar 1360,189 km²; dan Kecamatan Junrejo dengan Luas 26,234 km². Berdasarkan letak geografinya, Kota Batu dapat dibagi Menjadi empat jenis tanah, yaitu:

1. Tanah Andosol

Berupa lahan tanah yang paling subur meliputi Kecamatan Batu seluas 1.831,04 Ha, Kecamatan Junrejo seluas 1.526,19 Ha, Kecamatan bumiaji seluas 2.873,89 Ha.

2. Tanah Kambisol

Berupa jenis tanah yang subur meliputi kecamatan batu seluas 889,31 Ha, Kecamatan Junrejo 741,25 Ha, dan Kecamatan bumiaji 1395,81 Ha.

3. Tanah Aluvial

Berupa tanah yang kurang subur dan mengandung kapur meliputi Kecamatan Batu seluas 239,86 Ha, Kecamatan Junrejo 199,93 Ha, dan Kecamatan Bumiaji 376,48 Ha.

4. Tanah Latosol

Meliputi Kecamatan Batu seluas 260,34 Ha, Kecamatan Junrejo 217,00 Ha dan Kecamatan Bumiaji 408,61 Ha.

b) Keadaan Topografi

Dengan kondisi topografi pegunungan dan perbukitan tersebut menjadikan Kota Batu terkenal sebagai daerah dingin. Temperatur rata-rata kota Batu $21,5^{\circ}\text{C}$, dengan temperatur tertinggi $27,2^{\circ}\text{C}$ dan terendah $14,9^{\circ}\text{C}$. Rata-rata kelembaban nisbi udara 86% dan kecepatan angin 10,73 km/jam. Curah hujan tertinggi di kecamatan Bumiaji sebesar 2471 mm dan hari hujan 134 hari. Keadaan topografi kota Batu memiliki dua karakteristik yang berbeda. Karakteristik yang pertama yaitu bagian sebelah utara dan barat yang merupakan daerah ketinggian yang bergelombang dan berbukit. Sedangkan karakteristik yang kedua, yaitu daerah timur dan selatan yang merupakan daerah yang relatif datar meskipun berada pada ketinggian 800-3000 m dari permukaan laut.

c) Keadaan Klimatologi

Keadaan Klimatologi Kota Batu memiliki suhu minimum 24-18°C dan suhu maksimum 32-28°C dengan kelembaban udara sekitar 75-98% dan curah hujan rata-rata 875-3000mm per tahun.

Karena keadaan tersebut, kota Batu sangat cocok untuk pengembangan berbagai komoditi tanaman sub tropis pada tanaman hortikultura dan ternak.

d) Keadaan Demografi

Penduduk merupakan subyek dan obyek bermakna untuk menjadi target dan sasaran pembangunan. Berikut akan ditampilkan data penduduk akhir tahun yang dirinci menurut kecamatan.

Tabel 2 Penduduk Akhir Tahun Dirinci Menurut Kecamatan
End Year Population by District 2011

Kecamatan <i>District</i>	Penduduk <i>Population</i>	Rumah Tangga <i>House Hold</i>	Rata-Rata <i>Average</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
1. Batu	101.263	23.389	4
2. Junrejo	60.789	14.816	4
3. Bumiaji	52.269	13.343	4
Kota Batu 2011	214.321	51.548	4

Sumber : BPS kota Batu

Berdasarkan hasil registrasi penduduk akhir tahun, jumlah penduduk Batu pada tahun 2011 tercatat sebesar 214.321 jiwa dengan tingkat kepadatan sebesar 1.077 jiwa/km. Komposisi penduduk menurut jenis kelamin menunjukkan bahwa 50,48% adalah penduduk laki-laki dan 49,52% adalah penduduk perempuan angka *sex ratio* sebesar 101,92%. Struktur umur penduduk cenderung mengarah pada kelompok berusia muda sebesar 35,78%. Dengan demikian, angka beban ketergantungan secara keseluruhan mencapai 44,67% atau dengan angka absolut dikatakan bahwa setiap 100 penduduk usia produktif akan menanggung sekitar 44 orang bukan usia produktif (0-14 tahun) dan 64 tahun ke atas atau dengan *ratio* 2:1.

d. Gambaran Umum Kepariwisata Kota Batu

Kota Batu adalah sebuah kota kecil yang berada di dataran tinggi. Kota Batu sekarang lebih dikenal dengan sebutan Kota Wisata Batu (KWB). Kota Batu yang biasa disebut *De Kleine Switzerland* (Swiss Kecil di Pulau Jawa), kota yang memancarkan pesona wisata yang luar biasa. Pesona alam yang indah, keramahan masyarakat merupakan magnet untuk menarik siapapun untuk mengenal dan berpetualang menikmati keindahan setiap sudut kota Batu. Tempat wisata yang ada di

Kota Batu antara lain:

a. Wisata Rekreasi

1) Taman Wisata Selecta, menggabungkan unsur keindahan dengan kesejukan alam pegunungan.

2) Kusuma Agrowisata, kesejukan alami wisata kebun buah, sayur dan bunga.

3) Jawa Timur Park, obyek wisata yang memadukan secara serasi pendidikan dan pariwisata serta bisa bermain dan belajar sekaligus dalam satu tempat dan waktu.

4) Pemandian Songgoriti, kolam renang dengan taman dan area bermain anak-anak yang luas.

5) *Batu Night Spectacular* (BNS), obyek wisata yang menawarkan nuansa malam dengan memanfaatkan pemandangan malam.

6) Museum Satwa, menyajikan satwa dari berbagai dunia serta menggabungkan antara seni lukis, teknologi, dan ilmu pengetahuan khususnya satwa.

b. Wisata *Adventure*

1) Paralayang Gunung Banyak, kerap dijadikan *event* paralayang mulai tingkat regional, nasional, hingga internasional.

2) Kaliwatu Rafting, menyusuri aliran sungai Brantas di Desa Pandan Rejo Kecamatan Bumiaji.

c. Wisata Alam

1) Air Terjun Coba Rais

2) Wisata Air Panas Cangar

3) Coban Talun

4) Tahura Raden Suryo

5) Arboretum Sumberbrantas

6) Inggu Laut *Florist*

d. Wisata Religi

1) Masji Besar An-Nur

2) Klenteng Kwan Im Tong

3) Gereja Jago

4) Vihara Dhammadipa Arama

5) Pura Luhur Giri Arjuna

e. Wisata Sejarah dan Ziarah

1) Makam Mbah Mbatu di Bumiaji

2) Makam Menner Denger di Junggo

3) Candi Supo di Songgoriti

4) Makam Mbah Pathol di Songgoriti

5) Pura Giri Arjuno di Lereng Gunung Arjuno

f. Wisata TOGA (TOGA Vitan "Ibu Asih")

g. Desa Wisata

1) Desa Wisata Bumiaji

2) Desa Wisata Sidomulyo

3) Kampung Wisata Kungkuk

4) Desa Wisata Tulungrejo

h. Wisata Edukasi

1) Balijestro

2) Kampoeng Kidz

2. Gambaran Umum Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu

a. Deskripsi Situs

Dinas Pariwisata merupakan salah satu Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Pemerintah Kota Batu yang terkait dengan kepariwisataan. Adapun susunan organisasi dan tata kerja Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu adalah:

1. Kepala Dinas

Kepala Dinas mempunyai tugas memimpin, membina, mengkoordinasikan, mengawasi dan mengendalikan penyelenggaraan kegiatan di bidang pariwisata dan kebudayaan.

2. Sekretariat

Sekretariat mempunyai tugas melaksanakan penyusunan dan pelaporan program, ketatalaksanaan, ketatausahaan, kepegawaian, keuangan, perlengkapan, kehumasan, kerumahtanggaan dan perpustakaan serta kearsipan.

3. Bidang Pengembangan Produk Pariwisata

Bidang Pengembangan Produk Pariwisata mempunyai tugas merencanakan, mengkoordinasikan, melaksanakan, dan mengendalikan serta mengevaluasi program dan kegiatan

pengembangan produk pariwisata.

4. Bidang Promosi dan Pemasaran Pariwisata

Bidang Promosi dan Pemasaran Pariwisata mempunyai tugas merencanakan, mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengembangkan serta mengevaluasi program dan kegiatan di bidang promosi dan pemasaran pariwisata.

5. Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia Pariwisata

Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia Pariwisata mempunyai tugas melaksanakan koordinasi, penyelenggaraan dan pembinaan pengembangan sumber daya di bidang pariwisata.

6. Bidang Kebudayaan

Bidang Kebudayaan mempunyai tugas menggali, melindungi, memelihara, memajukan, membina dan melakukan koordinasi serta mengembangkan bidang kebudayaan, tradisi, perfilman, kesenian, sejarah dan purbakala.

Gambar 4

**Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu
2013**



b. Visi dan Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu

Tahun 2013

Visi :

Terwujudnya Kota Wisata Batu Sebagai Kota Kepariwisataan Internasional.

Misi :

1. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produk pariwisata yang berwawasan lingkungan.
2. Meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkompetensi yang mampu bersaing di tingkat global.
3. Mengembangkan desa/kelurahan menjadi desa wisata yang berbasis potensi dan masyarakat.
4. Membangun hubungan kerjasama yang baik dengan *stakeholders* pariwisata baik di tingkat regional, nasional, dan internasional.
5. Melakukan promosi pariwisata secara kontinyu, nasional, maupun internasional.

B. Penyajian Data Fokus Penelitian

1. Pengembangan Agrowisata di kota Batu dengan pendekatan

Community Based Tourism

a. Program-program pemberdayaan masyarakat dalam mengembangkan agrowisata

Dalam mengembangkan agrowisata di kota Batu, diperlukan suatu pemberdayaan masyarakat agar masyarakat mampu beradaptasi dengan situasi dan kondisi yang sedang terjadi, serta masyarakat mampu bersaing dalam mengembangkan agrowisata dengan pemanfaatan potensi yang dimiliki kota Batu. Program-program pemberdayaan yang dilakukan oleh pemerintah daerah melalui Dinas Pariwisata antara lain:

1) Sosialisasi Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Kota Batu

Dalam sosialisasi pokdarwis ini kegiatan yang dilakukan adalah:

- a. Pembinaan pokdarwis dilaksanakan tingkat desa se kota Batu, diantaranya desa Pesanggrahan, kelurahan Ngaglik, desa Songgokerto, desa Torongrejo, kelurahan Sisir, desa Bumiaji, desa Sumberjo, desa Mojorejo, desa Junrejo, desa Brumbung, desa Punten, dan desa Giri Purno.

- b. Pembinaan SDM tentang sadar wisata dan penerapan SAPTA PESONA yang terdiri dari keamanan, kebersihan, ketertiban, kenyamanan, keindahan, keramahan, dan kenangan. Upaya menggerakkan pengunjung agar bertingkah laku sadar wisata,

contohnya mereka tidak bersikap vandalisme, tidak merusak lingkungan, atau membuang limbah sembarangan. Untuk mengatasinya, perlu mengetahui karakteristik pengunjung sebab karakteristik pengunjung akan mencerminkan sikap dan tingkah laku mereka di tempat mereka.

- c. Pembinaan pembuatan paket wisata, diantaranya: paket perjalanan, paket kebun wisata (tanaman organik), paket *view* alam, paket mengolah bekas dari kertas dan paket tanaman TOGA.
- d. Pembentukan dan pembinaan paguyuban pedagang makanan dalam menentukan standar harga antar kelompok, agar wisatawan tidak dikenakan harga yang mahal.
- e. Membuat pelatihan pemandu wisata yang baik.

Pemandu wisata yang baik adalah bagaimana mereka dapat menerima tamu dengan baik, berinteraksi dengan baik, serta dapat mengevaluasi tugasnya dengan baik dalam memandu wisatawan. Hal ini adalah yang perlu diberikan pelatihan khusus bagi pemandu wisata agar dapat profesional dalam menjalankan tugasnya sebagai *guide*. Bapak Muldjo Adji Kasi Bimbingan dan Pelatihan Bidang

Sumber Daya Manusia (SDM) mengemukakan:

“Ini yang menjadi PR saya ke depan *mbak*...bisa *nggak* seorang tukang ojek, jangan meninggalkan pekerjaannya sebagai tukang ojek, tetapi sambil menyelam minum air, selain mereka menjadi tukang ojek mereka seharusnya bias menjadi *guide* bagi wisatawan yang berkunjung ke kota Batu. Mereka seharusnya diajak, dibina, dan digiring untuk selalu menjaga

kebersihan baik mental maupun fisiknya. Dari segi mental mereka dibina agar selalu tertib lalu lintas, sedangkan dari segi fisik mungkin para tukang ojek diberikan jaket yang bersih dan menarik agar wisatawan semakin senang dengan perjalanannya. *Nah..gitu kan enak dilihat mbak..?*" (wawancara tanggal 27 Februari 2013).

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa masyarakat seharusnya diberikan suatu bentuk pelatihan dalam memandu wisatawan dengan baik, ramah tamah serta terjaga kebersihan fisik dan mentalnya. Tidak hanya itu, masyarakat diharapkan dapat memanfaatkan kesempatan yang ada dengan menjadi *guide* bagi wisatawan yang berkunjung ke kota Batu.

- f. Membuat pelatihan *house keeping* kepada masyarakat daerah wisata
- g. Pelatihan cara pertanian organik.
- h. Pelatihan *home stay*

Berdasarkan penelitian dan observasi yang dilakukan oleh penulis, maka didapatkan informasi bahwa dalam aktualisasi dan pengembangan desa wisata, salah satunya adalah pelatihan **Home**

Stay di kampung wisata Kungkuk desa Punten, kecamatan Bumiaji, kegiatan ini dilakukan secara simultan oleh Dinas

Pariwisata dan Kebudayaan Kota Wisata Batu. Upaya ini direalisasi selama dua hari dalam pada 7-8 Maret 2012. Kegiatan

ini merupakan upaya Pemerintah Kota Batu melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan untuk merealisasikan program

pengembangan Kampung Wisata Kungkuk sebagai pusat dan percontohan desa wisata di kota wisata Batu dalam menerima dan menyambut wisatawan dengan baik

- i. Pelatihan mengolah makanan dan kemasan dari hasil alam di daerah wisata yang terkait. Berikut wawancara dengan bapak Muldjo Adji Kasi Bimbingan dan Pelatihan Bidang Sumber Daya Manusia (SDM)

“Pemberdayaan masyarakat dalam hal ini saya rasa sangat perlu dilakukan ya *mbak*...contoh saja di wisata petik sayur, masak wisatawan yang membeli sayur dikasih tempat kresek? Nah..kalau sayuran *kena* kresek kan merusak kesegaran dari sayuran itu. Seharusnya masyarakat menyediakan tempat seperti *geronjong* dari bambu itu *lho mbak*,,kan kesannya lebih bagus dan menarik, serta sayur itu tetap *kena* angin, sehingga terjaga kesegarannya” (wawancara tanggal 27 Februari 2013).

Berdasarkan wawancara di atas, suatu kemasan produk sangatlah penting untuk diperhatikan. Sebab apabila kemasan itu tidak baik dan menarik maka kualitas dari produk itu sendiri akan diragukan oleh wisatawan. Tidak hanya itu apabila kemasannya tidak sesuai, maka akan merusak suatu produk itu sendiri.

- j. Pelatihan membuat minyak suling dan sabun dari bunga mawar (desa Brumbung).

2) Pembentukan Desa Wisata

Desa wisata dibentuk agar masyarakat kota Batu dapat memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh daerahnya masing-masing dalam Sinergitas antara pemerintah, masyarakat, dan pemangku

kepentingan sangat diperlukan dalam hal ini. Masyarakat yang memanfaatkan, mengelola, dan mengembangkan potensi daerahnya.

Dinas Pariwisata sebagai motivator dalam memberdayakan kelompok petani yang kemudian dikemas secara menarik agar dikenal oleh wisatawan. Bapak Muldjo Adji Kasi Bimbingan dan Pelatihan Bidang

Sumber Daya Manusia (SDM) mengemukakan:

“Menurut saya... sektor apapun dapat dimanfaatkan dan dikembangkan menjadi daya tarik wisata *mbak*. Pada dasarnya saya ingin menekankan kepada masyarakat agar dapat memanfaatkan peluang yang ada di daerah wisata ini. Berkaitan dengan hal tersebut, kami mendapatkan support dari kementerian dalam memberdayakan masyarakat kota Batu, salah satunya dengan membentuk desa wisata. *Mbak*..saya ini termasuk perintis empat desa wisata yaitu: Tulungrejo, Sumberjo, Bumiaji, dan sumbergondo” (wawancara tanggal 27 Februari 2013).

Berdasarkan penelitian dan observasi yang telah penulis lakukan dapat disimpulkan bahwa dengan dibentuknya desa wisata tersebut, diharapkan masyarakat dapat memiliki kreatifitas dalam mengembangkan usaha pariwisata di daerah masing-masing. Konsep desa wisata itu sendiri tidak memaksakan potensi suatu daerah menjadi desa wisata, tetapi bagaimana partisipasi masyarakat di daerah yang memiliki potensi itu dalam memanfaatkan peluang yang ada untuk mengembangkan suatu konsep pariwisata terutama agrowisata karena sebagian besar potensi yang ada di kota Batu adalah bidang pertanian yang juga menjadi ciri khasnya.

Desa wisata yang ada di kota Batu antara lain adalah:

a. Desa Wisata Bumiaji

Desa wisata Bumiaji ini terletak di desa Punten, kecamatan Bumiaji yang dapat ditempuh dengan kendaraan pribadi ataupun angkutan umum. Di desa ini yang unggul adalah potensi buah apelnya.

Apel yang ada di desa ini adalah jenis apel manalagi yang panennya setiap 5 bulan sekali. Potensi ini dimanfaatkan oleh masyarakat

Bumiaji untuk menjadikan daerahnya sebagai agrowisata. Konsep wisata yang ditawarkan oleh masyarakat Bumiaji adalah wisatawan boleh makan buah apel sepuasnya yang langsung dipetik sendiri di pohon dengan membayar Rp. 22.000,-. Konsep wisata ini berpartisipasi dalam gerakan kembali ke alam. Selain itu bertujuan untuk lebih mengenalkan apel asli milik bangsa Indonesia kepada masyarakat nasional khususnya dan masyarakat internasional pada umumnya.

b. Desa Wisata Sidomulyo

Desa Sidomulyo memang identik dengan desa bunga, 85% dari penduduk yang bermata pencaharian sebagai petani, memilih untuk bertani bunga. Memasuki desa ini pesona warna dari bunga-bunga yang ada di tepi kiri dan kanan jalan adalah ciri khas dari desa ini.

Pekarangan rumah pun penuh dengan tanaman bunga hingga tampak seperti taman, ini telah ada sejak zaman kolonial Belanda. Potensi ini dimanfaatkan oleh masyarakat Sidomulyo untuk menjadikan daerahnya sebagai agrowisata. Berwisata ke daerah ini pengunjung

akan mengetahui berbagai macam hal, mulai dari cara penanaman bunga, penyiraman, sampai proses bunga mekar. Pengunjung juga dapat membeli oleh-oleh bunga untuk dibawa pulang.

c. Kampung Wisata Kungkuk

Kampung Kungkuk, desa Punten, kecamatan Bumiaji memiliki potensi alam dan lingkungan yang eksotis yang dapat dikembangkan sebagai alternatif wisata di kota Batu selain wisata yang sudah berkembang. Konsep wisata kampung Kungkuk adalah keterlibatan wisatawan untuk merasakan langsung sensasi hidup di kampung, suasana alami, kicauan burung dan ayam masih lekat terdengar di kampung ini, banyak juga warga yang berternak kelinci semakin menambah nilai wisata di kampung ini. Bagi wisatawan yang penggemar kelinci, dapat membeli kelinci dengan harga yang lebih murah dari harga pasar. konsep wisata Kungkuk dikelola oleh warga dengan menawarkan konsep wisata alam perbukitan, petik apel, hunian petani dan sejumlah wisata budaya diantaranya: seni santar, senterewe, tayub, kuda lumping, tradisi temu manten, hingga tradisi khitanan.

d. Desa Wisata Tulungrejo

Desa Tulungrejo berada di kecamatan Bumiaji, obyek wisata yang ditawarkan adalah wisata Bungan di Inggau Laut Florist, budidaya jamur, wisata petik apel, wisata Selecta, peternakan kelinci, wana wisata Coban Talun, pura Luhur Giri Arjuno di lereng gunung Arjuno,

peternakan sapi hingga Arjuna Flora semuanya ada di desa ini.

Suasana di desa ini terasa seperti di rumah sendiri karena warganya

yang familiar. Adanya “*Tulungrejo Fundacation Experience*” yang

merupakan komunitas pemuda setempat yang bertugas untuk

menunjukkan hotel, mengantarkan, dan menjadi *guide* ke berbagai

tempat tujuan wisata.

e. Desa Wisata Sumberjo

Desa Sumberjo adalah sebuah desa yang kaya akan hasil sayuran.

Di desa ini sebagian besar penduduknya adalah petani sayuran. Potensi

ini dimanfaatkan oleh warga setempat sebagai daerah wisata. Konsep

wisata disini adalah sensasi memanen aneka ragam jenis sayuran

seperti wortel, kol, bawang merah dan sebagainya dapat ditemui di desa

ini.

3) Pemberdayaan yang dilakukan oleh bidang pengembangan Dinas

Pariwisata diantaranya adalah:

- a. Pembinaan/bimbingan teknis pejabat Tenaga Pembina Usaha Jasa Pariwisata
- b. Sosialisasi pelayanan dan perijinan usaha pariwisata
- c. Pengumpulan *data base* potensi wisata di bidang pariwisata
- d. Pembinaan remaja berprestasi di bidang pariwisata
- e. Pemetaan potensi ketenagakerjaan pariwisata
- f. Penunjang sarana dan prasarana wisata alam
- g. *Monitoring* dan evaluasi pelaporan kegiatan

Sumber: Dokumen Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu

4) Dalam proses pemberdayaan dibidang pengambilan keputusan, pemerintah daerah memberikan fasilitas sistem edukasi masyarakat, dengan cara:

a. Memberikan ruang yang lebar kepada masyarakat untuk menyampaikan saran, ide, masukan, kritik merasa keberatan tanpa dibebani sangsi dan ancaman. Senada dengan hal ini bapak Muldjo Adji Kasi Bimbingan dan Pelatihan Bidang Sumber Daya Manusia (SDM) mengemukakan:

“...disini masyarakat secara bebas dapat menyampaikan saran, ide, maupun kritikan lewat kuesioner yang kita bagikan setiap pembinaan melalui pokdarwis, baik dari segi pelayanan, formulasi kebijakan, dan lainnya” (wawancara tanggal 19 Maret 2013).

b. Memberikan informasi kepada masyarakat dengan mendirikan Pusat Informasi Pariwisata (PIP) yang berada di alun-alun kota Batu sehingga semua obyek wisata dapat *tercover* dengan baik.

5) Pemberdayaan yang dilakukan oleh Badan Pemberdayaan Masyarakat, Perempuan, dan Keluarga Berencana (KB) kota Batu tahun 2013 berdasarkan observasi dan penelitian yang dilakukan oleh penulis, serta penulis ikut serta dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat kelurahan Temas yang dilakukan gedung rapat Bima Sakti pada tanggal 25 Maret 2013 adalah:

a. Pemberdayaan masyarakat tingkat desa/kelurahan

Pemberdayaan yang sedang berlangsung adalah kepada masyarakat kelurahan Temas. Disini masyarakat dibina dalam memanfaatkan sumber daya alam yang ada di daerah tersebut. Hasil pertanian terutama buah-buahan di kelurahan Temas cukup melimpah. Oleh karena itu, masyarakat diarahkan oleh Badan Pemberdayaan Masyarakat, Perempuan, dan Keluarga Berencana (KB) kota Batu untuk memanfaatkan potensi itu dengan memproduksi minuman sari buah.

b. Pelatihan kewirausahaan dan bantuan peralatan

Pelatihan kewirausahaan dalam memanfaatkan potensi yang ada di kelurahan Temas yaitu pertanian buah-buahan, masyarakat diharapkan dapat menjadikannya sebagai peluang usaha, maka disini Badan Pemberdayaan Masyarakat, Perempuan, dan Keluarga Berencana (KB) kota Batu menggandeng konsultan dari PT.Garuda Machinery dalam memproduksi Teknologi Tepat Guna (TTG) berupa *Mixer* Mesin Pemanas yang digunakan dalam memproduksi minuman sari buah dengan teknologi yang canggih, sehingga proses produksi menjadi lebih efektif dan efisien. Senada dengan apa yang diungkapkan oleh bapak Wildan selaku direktur PT.Garuda Machinery dibawah ini:

“*Mixer* Mesin Pemanas ini membantu memaksimalkan kapasitas produksi minuman sari buah, teknologi semi otomatis

ini dengan sekali kerja yang akan meringankan dalam memproduksi skala besar, baik dalam segi waktu dan biaya” (wawancara tanggal 25 maret 2013).

Berdasarkan wawancara diatas, maka Badan Pemberdayaan Masyarakat, Perempuan, dan Keluarga Berencana (KB) kota Batu dalam kegiatan ini, tidak hanya memberikan pelatihan, namun juga memberikan bantuan peralatan produksi sari buah berupa *Mixer* Mesin Pemanas yang nantinya akan meringankan dalam proses produksi.

- c. Pembekalan kepada masyarakat agar dapat bersaing dengan produk lain yang sudah mempunyai nama di kalangan masyarakat. Dengan menciptakan suatu produk unggulan yang berupa minuman sari buah asli tanpa *essence*, karena pada saat ini banyak produk yang menggunakan *essence* yang diimpor, sehingga rasanya seperti sari buah asli.
- d. Pelatihan dalam membuat minuman sari buah yang khas, yaitu dengan rasa dan warna yang belum ada dipasar. Masyarakat disini dituntut agar dapat kreatif dalam membuat suatu produk unggulan yang nantinya dapat diterima di pasar.
- e. Pembentukan kelompok-kelompok tingkat Rukun Warga (RW) melalui PKK dan unit usaha. Kelompok ini yang akan mewakili disetiap adanya pembinaan dari Badan Pemberdayaan Masyarakat, Perempuan, dan Keluarga Berencana (KB) kota Batu.

Demikian pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah kota Batu melalui instansi yang terkait, sedangkan dari institusi swasta salah satunya adalah pemberdayaan yang dilakukan oleh Kusuma Agrowisata. Terkait dengan pemberdayaan masyarakat sekitar, maka Kusuma Agrowisata berusaha memberdayakan masyarakat sekitar dalam proses pengembangan usahanya. Kusuma Agrowisata adalah sebuah perusahaan pariwisata yang berbasiskan pada industri pertanian.

Industri ini mengutamakan kemampuan petani untuk mengelola lahan pertanian menjadi pemasok produk-produk utama di bidang pertanian.

Disini Kusuma Agrowisata berperan sebagai media pelatihan dan pemberdayaan masyarakat yang tercantum dalam berbagai macam bentuk.

Untuk meningkatkan kemampuan petani, jumlah produksi, dan mekanisme distribusi, maka dibutuhkan peran dari Kusuma Agrowisata dalam upaya pemberdayaan dan pembinaan petani apel pada masyarakat sekitar.

Berdasarkan data yang di peroleh penulis selama melakukan penelitian dan observasi lapangan, bentuk pemberdayaan masyarakatnya adalah sebagai berikut:

1. Pelatihan

- a. Budidaya apel
- b. Budidaya jeruk
- c. Budidaya hidroponik
- d. Budidaya strawberry

- e. Budidaya buah naga
 - f. Budidaya sayur organik
 - g. Pengelolaan wisata agro
2. Penelitian dan pengembangan
 - a. Hayati Agent
 - b. Kompos
 - i. Media padat
 - ii. Media cair
 3. Jasa konsultasi klinik agrobisnis dan agrowisata
 - a. Pembuatan rumah kaca
 - b. Setting pertamanan
 - c. Konsultasi usaha hortikultura
 4. Jasa wisata pertanian dan perkebunan

Bentuk pemberdayaan masyarakat yang lain dan intens dilakukan oleh pihak Kusuma Agrowisata adalah bentuk memberikan pelatihan-pelatihan yang dikelola oleh pihak klinik agrobisnis.

Sumber: Kusuma Agrowisata

b. Keterlibatan Masyarakat di Dalam Proses Perencanaan Pengembangan Agrowisata di Kota Batu

Perencanaan merupakan langkah awal dalam melaksanakan suatu tujuan tertentu yang menyangkut pengambilan keputusan atau pilihan mengenai bagaimana memanfaatkan sumber daya yang ada semaksimal

mungkin guna mencapai tujuan-tujuan tertentu di masa depan. Dukungan masyarakat setempat dalam mengembangkan agrowisata memegang peranan yang sangat penting, tanpa adanya dukungan dari masyarakat pengembangan obyek wisata tidak akan berhasil dikembangkan. Bapak Muldjo Adji Kasi Bimbingan dan Pelatihan Bidang Sumber Daya Manusia (SDM) mengemukakan:

“mbak..tau sendiri kan? Tanaman apel tumbuh dengan subur di daerah pegunungan ini, tetapi seiring berjalannya waktu lahan tanam untuk apel sendiri semakin menyempit. Hal itu disebabkan karena saat ini di kota Batu lebih gencar melakukan pembangunan wisata modern dari pada wisata pertaniannya yang menjadikan ciri khas dari kota Batu itu sendiri. Dengan adanya hal ini, maka masyarakat kota Batu diharapkan dapat menjadikan dan mengembangkan lahan pertanian menjadi suatu obyek pariwisata yang memiliki ciri khas tersendiri agar dapat bersaing dengan wisata modern yang ada saat ini” (wawancara tanggal 27 Februari 2013).

Berdasarkan wawancara di atas, dibutuhkan peran serta dari masyarakat dalam memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh kota Batu dengan menjadikan dan mengembangkan lahan pertanian menjadi suatu obyek pariwisata yang memiliki ciri khas tersendiri agar dapat bersaing dengan wisata modern.

Hasil wawancara dengan bapak Muldjo Adji Kasi Bimbingan dan Pelatihan Bidang Sumber Daya Manusia (SDM), beliau mengemukakan:

“...bahwa dalam mengembangkan suatu pariwisata disini khususnya agrowisata ya mbak..dikaitkan dengan teori-teori yang terkait, sebab disini kita menggandeng praktisi dari perguruan tinggi untuk dijadikan suatu referensi dalam mengembangkan agrowisata. Masyarakat terlibat secara langsung dalam proses perencanaan, dari mulai survey, menganalisis, serta menghasilkan suatu rencana melalui pokdarwis” (wawancara tanggal 19 Maret 2013).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keterlibatan masyarakat dalam perencanaan pengembangan agrowisata itu salah satunya melalui pokdarwis. Pokdarwis sebagai motor atau penggerak dalam perencanaan pengembangan. Keterlibatan masyarakat meliputi survey, analisis, yang menghasilkan suatu rencana.

Berdasarkan penelitian dan observasi yang dilakukan oleh penulis, maka diperoleh informasi sebagai berikut:

1. Survey, masyarakat diikutsertakan dalam praktek lapangan dengan memberikan pembelajaran terhadap fakta yang terjadi di suatu daerah. Dengan melihat secara langsung *problem* yang ada, masyarakat telah memiliki gambaran dalam membuat suatu perencanaan yang sesuai dengan kondisi yang ada.
2. Analisis, disini masyarakat menganalisis suatu masalah yang terjadi dengan berdasarkan kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat melalui pokdarwis.
3. Rencana, berdasarkan analisis yang dilakukan oleh masyarakat, maka kemudian masyarakat berkoordinasi dengan pemerintah kota Batu melalui Dinas Pariwisata dalam membuat suatu perencanaan pengembangan agrowisata.

Sumber: Dinas Pariwisata

Seperti yang dikemukakan dalam wawancara dengan bapak Muldjo

Adji selaku Kasi Bimbingan dan Pelatihan Bidang Sumber Daya Manusia

(SDM) pada tanggal 27 Februari 2013, menyebutkan bahwa:

“Konsep pengembangan pariwisata disini adalah pengembangan agrowisata bukan agroindustri. Agrowisata dalam pengembangannya masih memperhatikan tentang ekosistem alam, tetapi apabila agroindustri lebih mengutamakan profit dan mengesampingkan ekosistem alam”

Pariwisata berbasis masyarakat sebagai sebuah pendekatan pemberdayaan yang melibatkan dan meletakkan masyarakat sebagai

pelaku penting dalam konteks paradigma baru pembangunan yakni pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development paradigm*) pariwisata berbasis masyarakat merupakan peluang untuk menggerakkan segenap potensi dan dinamika masyarakat, guna mengimbangi peran pelaku usaha pariwisata skala besar dengan demikian masyarakat adalah sebagai subjek atau pelaku pembangunan, sekaligus juga sebagai obyek atau sasaran dari pembangunan, bukan saja mereka memberi tetapi juga sebagai pelaksana, penerima hasil dan mereka juga memelihara dan memperbaiki kerusakan prasarana air bersih yang berhasil dibangun. Berikut ini wawancara dengan bapak Muldjo Adji selaku Kasi Bimbingan dan Pelatihan Bidang Sumber Daya Manusia (SDM):

“Suatu daerah wisata harus mengikutsertakan masyarakat sekitar dalam perencanaan pengembangan agrowisata, oleh karena itu partisipasi masyarakat didalamnya sangat diperlukan untuk mengembangkan agrowisata ini, sekarang Dinas Pariwisata telah membentuk Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Tingkat Desa Se Kota Batu” (wawancara tanggal 27 Februari 2013).

Salah satu bentuk keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan pengembangan agrowisata adalah dengan dibentuknya POKDARWIS tingkat desa. Alasan utama dibentuknya POKDARWIS ini adalah:

1. Masyarakat sebagai salah satu *stakeholder* pembangunan memiliki peran strategis tidak saja sebagai penerima manfaat pengembangan, namun sekaligus menjadi pelaku yang mendorong

keberhasilan pengembangan kepariwisataan di wilayahnya masing-masing.

2. Keberhasilan pengembangan pariwisata perlu iklim yang kondusif dalam bentuk dukungan dan penerimaan masyarakat terhadap pengembangan pariwisata di daerahnya masing-masing.

Konsep sadar wisata didefinisikan sebagai sebuah konsep yang menggambarkan partisipasi dan dukungan masyarakat dalam mendorong terwujudnya iklim yang kondusif pengembangan kepariwisataan di suatu tempat. Partisipasi dan dukungan tersebut terkait dengan penciptaan kondisi yang mampu mendorong tumbuh dan berkembangnya industri pariwisata, antara lain dalam merencanakan dan menciptakan unsur-unsur penting dalam pengembangan sadar wisata, antara lain:

1. Keamanan

Menciptakan lingkungan yang aman bagi wisatawan dan berlangsungnya kegiatan kepariwisataan, sehingga wisatawan tidak merasa cemas dan dapat menikmati kunjungannya ke kota Batu.

2. Kebersihan

Menciptakan lingkungan yang bersih bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu memberikan layanan higienis bagi masyarakat.

3. Ketertiban

Menciptakan lingkungan yang tertib bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu memberikan layanan teratur dan efektif bagi wisatawan.

4. Kenyamanan

Menciptakan lingkungan yang nyaman bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu menawarkan suasana yang nyaman dan rasa “betah” bagi wisatawan, sehingga mendorong lama tinggal dan kunjungan yang lebih panjang.

5. Keindahan

Menciptakan lingkungan yang indah bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu menawarkan suasana yang menarik dan menumbuhkan kesan yang mendalam bagi wisatawan, sehingga mendorong promosi ke kalangan/pasar yang lebih luas dan potensi kunjungan ulang.

6. Keramah-tamahan

Menciptakan lingkungan yang ramah bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu menawarkan suasana yang akrab, bersahabat, serta seperti di “rumah sendiri” bagi wisatawan, sehingga

mendorong minat kunjungan ulang dan promosi yang positif bagi prospek pasar yang lebih luas.

7. Kenangan

Menciptakan memori yang berkesan bagi wisata, sehingga pengalaman perjalanan/kunjungan wisata yang dilakukan dapat terus membekas dalam benak wisatawan, dan menumbuhkan motivasi untuk kunjungan ulang.

Berdasarkan penelitian dan observasi yang dilakukan oleh penulis dalam kegiatan pemberdayaan yang dilakukan oleh Badan Pemberdayaan Masyarakat, Perempuan, dan Keluarga Berencana (KB) kota Batu yang berlangsung di ruang rapat Bima Sakti pada tanggal 25-28 Maret 2013 adalah merupakan suatu bentuk keterlibatan masyarakat dalam perencanaan pengembangan agrowisata di kota Batu. Masyarakat terjun langsung dalam kegiatan usaha melalui pembinaan yang dilakukan oleh Badan Pemberdayaan Masyarakat, Perempuan, dan Keluarga Berencana (KB) kota Batu. Disini masyarakat desa/kelurahan Temas dan Badan Pemberdayaan Masyarakat, Perempuan, dan Keluarga Berencana (KB) kota Batu saling bergotong royong dalam merumuskan suatu kebijakan. Masyarakat diberikan kesempatan secara lebar oleh Badan Pemberdayaan Masyarakat, Perempuan, dan Keluarga Berencana (KB) kota Batu untuk memberikan saran dan kritiknya terhadap rencana yang akan dibuat kedepan. Salah satunya adalah dalam memproduksi minuman sari buah

yang nantinya akan menjadi suatu produk unggulan yang dapat dijadikan buah tangan bagi wisatawan yang berkunjung di kawasan agrowisata kota Batu. Dari sini telah terlihat jelas bahwa masyarakat telah dilibatkan dalam perencanaan pengembangan agrowisata.

c. Sarana dan Prasarana Pendukung Pengembangan Agrowisata di

Kota Batu

Sarana pariwisata adalah semua bentuk perusahaan yang dapat memberikan pelayanan wisatawan, tetapi hidup dan kehidupannya tidak selamanya tergantung pada wisatawan Kota Batu juga memiliki sarana prasarana pariwisata pendukung seperti beragam rumah makan yang menawarkan berbagai macam jenis masakan mulai yang memiliki citarasa tradisional hingga modern dengan jumlah sekitar 55 buah restoran dan rumah makan. Berdasarkan penelitian dan observasi yang dilakukan oleh penulis tentang sarana pengembangan agrowisata, maka diperoleh informasi sebagai berikut:

4. Sarana Pokok Agrowisata

Yang termasuk ke dalam sarana ini adalah perusahaan yang kelangsungan hidupnya tergantung pada wisatawan. Perusahaan itu adalah:

a. Hotel dan Tempat Penginapan

Hotel merupakan sarana pariwisata yang sangat mendukung bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan karena dengan adanya hotel

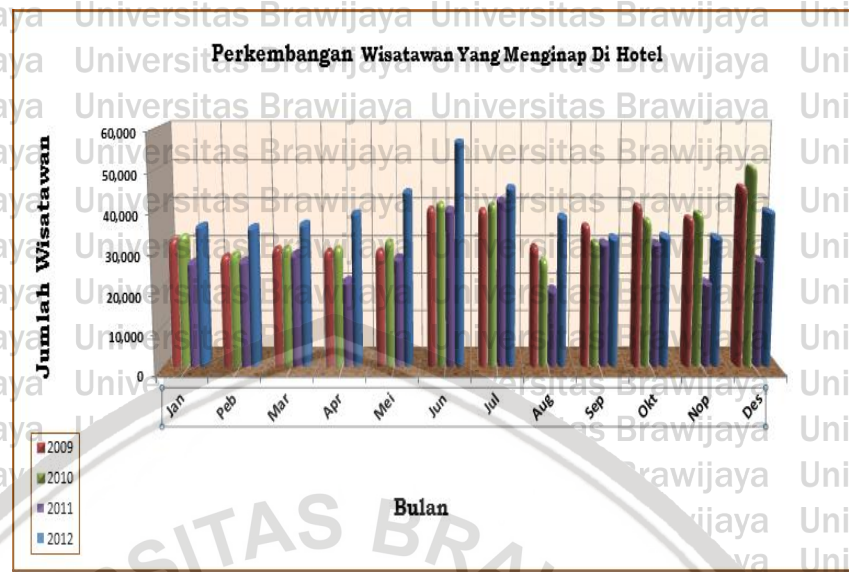
dan penginapan akan mempermudah akomodasi dalam hal peristirahatan sekaligus sebagai indikator seberapa lama seorang wisatawan untuk menetap pada suatu daerah. Strategi yang dilakukan dalam hal pengembangan hotel yang dilakukan oleh pemerintah kota Batu melalui Dinas Pariwisata adalah:

1. Inventarisasi dan pemetaan persebaran hotel di wilayah kota Batu
2. Pembuatan buku informasi/*booklet* perhotelan dan pendukungnya dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat
3. Mempermudah penerbitan ijinoperasional jasa perhotelan
4. Studi pembangunan pariwisata kota Batu dengan meningkatkan sarana dan prasarana berdasarkan permintaan dan minat konsumen.

Dengan diterapkan strategi pengembangan hotel diatas, dari tahun ke tahun jumlah hotel di kota Batu semakin bertambah.

Pembangunan hotel gencar dilakukan mengingat kota Batu merupakan destinasi pariwisata di Jawa Timur. Bangunan hotel dan penginapan begitu beranekaragam, *desain* bangunan dibuat indah dan menarik, sehingga nantinya para wisatawan memilih untuk menginap di hotel tersebut. Pada awalnya hotel yang ada di kota Batu berjumlah sedikit,

namun sekarang bermunculan hotel-hotel dan penginapan baru dengan fasilitas yang mewah. Saat ini ada 60 tempat penginapan yang telah tersedia di kota Batu, diantaranya adalah Hotel Purnama, Hotel Kartika Wijaya, Hotel Royal Orchid, Hotel Kusuma Agro, *Jambu Luwuk Resort*, Hotel Asida, Hotel Victory, *Singhasari Resort*, Hotel Metropole, *Batu Wonderland*, Hotel Perdana, Hotel Arum Dalu, Hotel Selecta, Hotel *Grand Palem*, Hotel Songgoriti, Hotel Wijaya Inn, Hotel Santoso, Hotel Imam Bonjol, Hotel Palem Sari, Hotel aster, Hotel Nirwana, Hotel Batu Permai, Hotel Tawang Argo, Hotel Ragil Kuning, Hotel Mentari, Hotel Monalisa, Hotel Mutiara Baru, Hotel Mustika Sari, Hotel Baru, Hotel Alamanda, Hotel Intan, Losmen Pendowo, Hotel Batu Inn, Hotel Trisno Putra, Hotel Putri Bulan, Hotel Sekar Kedaton, Hotel Wisata Indah, Hotel Mawar Sharon, Hotel Pondok Wisata, Wisma Ijen, Hotel Indah Sayekti, Losmen Garuda, Hotel Kartika Raya, Hotel Grawidya, Hotel Pitaloka Palerman, Hotel Sumber, Hotel Arjuno, Hotel Surya Indah, Hotel Seulawah, Pondok Jatim Park, De Daunan, Hotel Graha Bunga, Losmen Jaya, Hotel Filadelfia, Hotel *Batu Paradise*, *Batu Suki Resort*, Hotel Pohon Inn, Hotel *Arjuno Pesanggrahan Family*, dan Hotel Kampung Lumbang.



Gambar 5 Perkembangan Wisatawan yang Menginap di Hotel Tahun 2009-2012

Sumber: Dokumen Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu

Berdasarkan grafik diatas, perkembangan wisatawan yang menginap di hotel sebagian besar mengalami peningkatan pada tahun 2012. Pada bulan Januari sampai dengan bulan Juni peningkatan terus terjadi, tetapi peningkatan yang cukup melonjak adalah pada bulan Juni. Pada bulan Juni peningkatan yang terjadi sebanyak 20.000 orang. Dari sini dapat kita simpulkan bahwa semakin tahun perkembangan wisatawan yang menginap di hotel semakin meningkat.

b. Rumah Makan

Industri rumah makan merupakan salah satu komponen dalam sektor pariwisata yang tidak dapat dilepaskan. Oleh karena itu, pemerintah daerah membuat suatu strategi dalam pengembangan rumah makan di kota Batu. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah

kota Batu melalui Dinas Pariwisata dalam mengembangkan sarana rumah makan adalah melalui:

1. Penerbitan ijin operasional rumah makan
2. Pembuatan buku informasi/*booklet* rumah makan dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat
3. Meningkatkan kualitas pelayanan usaha sarana rumah makan dengan memberi rasa aman, tentram, dan nyaman kepada konsumen
4. Inventarisasi dan pemetaan persebaran rumah makan di wilayah kota Batu
5. Melakukan *event-event* pameran makanan tradisional.

Fasilitas rumah makan yang ada di kota Batu semakin lama semakin bertambah. Banyak bermunculan rumah makan baru dengan menawarkan menu yang beranekaragam mulai makanan tradisional hingga makanan *modern*, dari makanan kelas hotel berbintang lima sampai makanan kaki lima. Perkembangan jumlah rumah makan di kota Batu semakin meningkat. Pada awalnya disepanjang jalan kota Batu masih jarang ditemui rumah makan, namun sekarang tersedia banyak rumah makan yang menawarkan beranekaragam menu andalan. Rumah makan yang ada di kota Batu sekarang lebih tertata rapi dengan *desain* yang menarik. Oleh karena itu, wisatawan yang

berkunjung ke kota Batu tidak akan kesulitan menemui rumah makan.

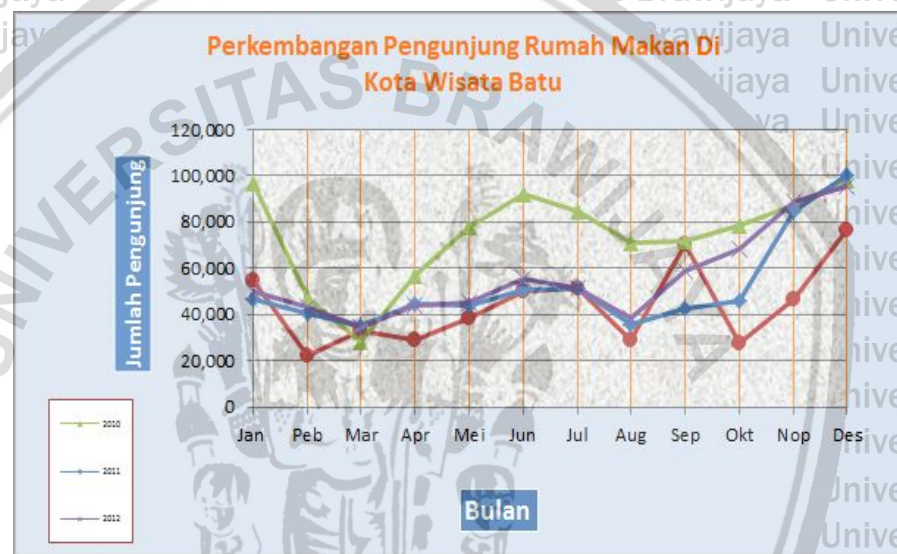
Berikut ini adalah sarana rumah makan yang ada di kota wisata Batu.

Tabel 3 Daftar Rumah Makan di Kota Batu Tahun 2013

Nama Rumah Makan	Alamat
<i>Batu Tourism Center (BTC)</i>	Jl. Kartini Batu
POJA (Pusat Oleh-Oleh Jawa Timur)	Jl. Diponegoro Batu
Ayam Goreng Pemuda	Jl. Diponegoro 20
Ayam Goreng Kalasan	Jl. Diponegoro 163
Ayam Goreng Pak Kasan	Jl. Stadion Utara
Batu Suki	Jl. Bukit Berbunga Sidomulyo
Bebek Kuwali	Jl. Raya Patimura
Bandeng Bakar Pak Naim	Jl. Raya Beji
Depot Sun Jaya	Jl. Bromo
Depot Wijaya	Jl. A. Yani
Dapur Agro	Jl. Metro
Depot Flamboyan	Jl. Panglima Sudirman 84
Mojorejo 2	Jl. Raya Mojorejo
RM. Kertasari	Jl. Raya Dieng 1
RM. Sederhana Padang	Jl. Diponegoro
RM. Mesir	Jl. Diponegoro 32
RM. Cairo	Jl. Panglima Sudirman 63
RM. <i>Hot Plate</i>	Jl. Patimura 40
<i>Ning Ayu Resto</i>	Jl. Raya Beji 110
Warung BA-BE	Jl. Raya Beji
Warung Bethania	Jl. Diponegoro
Warung Bambu	Jl. Raya Punten
Warung Khas Jawa	Jl. Diponegoro
Warung Jami'ah	Jl. Panglima Sudirman
Warung Sejati	Jl. Sudiro
Warung Sidik	Jl. K.H. Agus Salim
Warung Sate Kelinci	Jl. Patimura 106
Watu Lontar	Jl. Gajah Mada
Warung Amin	Jl. Panglima Sudirman

Sumber: Dokumen Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu

Berdasarkan tabel sarana rumah makan yang ada di kota Batu tersebut, maka kebanyakan rumah makan berada disekitaran Jl. Diponegoro Batu. Terdapat sekitar 7 rumah makan besar di kawasan ini. Letak kawasan Jl. Diponegoro memang strategis, terletak di pusat kota, dengan demikian wisatawan yang berkunjung akan dengan mudah menemui rumah makan di pusat kota.



Gambar 6 Perkembangan Pengunjung Rumah Makan di Kota Wisata Batu Tahun 2010-2012

Sumber: Dokumen Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu

Berdasarkan grafik diatas, perkembangan pengunjung rumah makan di kota Batu pada tahun 2010 lebih tinggi dibandingkan pada tahun 2011 dan 2012. Pada tahun 2010 mengalami peningkatan pada bulan Juni, tahun 2011 mengalami peningkatan pada bulan November, sedangkan pada tahun 2012 mengalami peningkatan pada bulan November.

c. Biro Perjalanan Wisata

Biro perjalanan wisata memiliki peran yang penting sebagai komponen penunjang dalam industri pariwisata. Biro perjalanan juga sebagai ujung tombak dari pengembangan agrowisata karena mereka adalah pihak pertama yang bertemu dengan wisatawan dan yang memberikan kesan pertama akan baik dan buruknya pariwisata di suatu daerah. Biro perjalanan yang ada di kota Batu awalnya masih kurang terorganisir dengan baik. Namun, saat ini telah dibentuk suatu lembaga yang menangani secara khusus biro perjalanan. Dengan demikian, biro perjalanan di kota Batu semakin meningkat jumlahnya.

Upaya yang dilakukan dalam pengembangan biro perjalanan wisata oleh pemkot Batu melalui Dinas Pariwisata adalah:

1. Penerbitan ijin operasional biro perjalanan wisata
2. Pembuatan buku informasi/*booklet* biro perjalanan wisata dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat
3. Inventarisasi persebaran biro perjalanan wisata di wilayah kota Batu.

5. Sarana Pelengkap Agrowisata

Sarana pelengkap Agrowisata adalah semua fasilitas yang fungsinya dapat melengkapi sarana pokok kepariwisataan yang terdiri dari sarana rekreasi, sarana olah raga dan sarana pelengkap agrowisata

yang lainnya. Sarana-sarana tersebut telah disediakan di kota Batu, untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan yang beraneka ragam.

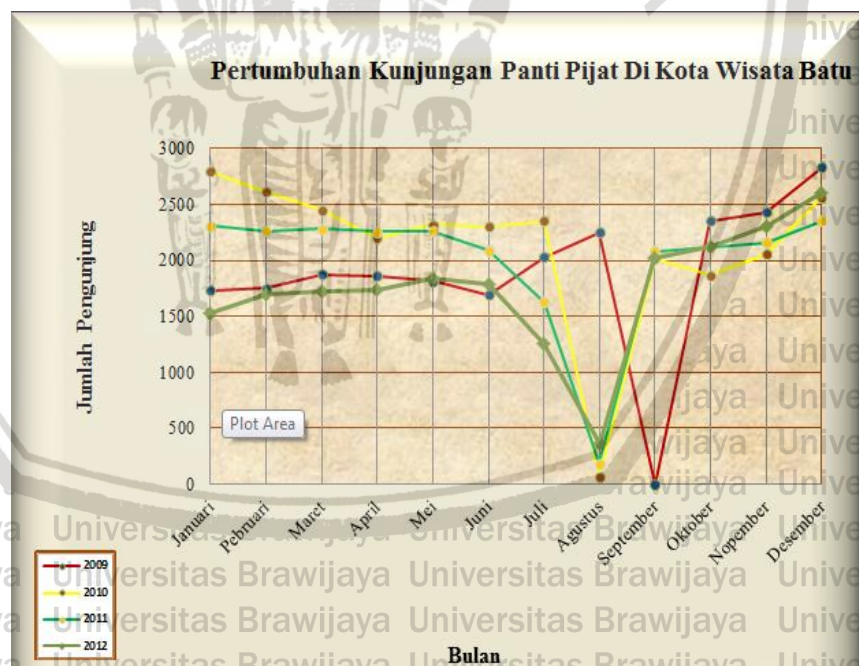
a. Sarana rekreasi, meliputi:

- 1) Taman Wisata Selecta, menggabungkan unsur keindahan dengan kesjukan alam pegunungan.
- 2) Kusuma Agrowisata, kesjukan alami wisata kebun buah, sayur dan bunga.
- 3) Jawa Timur Park, obyek wisata yang memadukan secara serasi pendidikan dan pariwisata serta bisa bermain dan belajar sekaligus dalam satu tempat dan waktu.
- 4) Pemandian Songgoriti, kolam renang dengan taman dan area bermain anak-anak yang luas.
- 5) *Batu Night Spectacular* (BNS), obyek wisata yang menawarkan nuansa malam dengan memanfaatkan pemandangan malam.
- 6) Museum Satwa, menyajikan satwa dari berbagai dunia serta menggabungkan antara seni lukis, teknologi, dan ilmu pengetahuan khususnya satwa.

b. Sarana olahraga, meliputi: Paralayang Gunung Banyak dan Kaliwatu Rafting

c. Sarana pelengkap agrowisata lainnya

Sarana pelengkap pariwisata lainnya di kota Batu adalah panti pijat. Pada dasarnya pencitraan tentang panti pijat cenderung negative. Namun, di kota Batu panti pijat dikemas dengan menegmbalikan citra baik dari panti pijat dengan adanya konsep pijat gembok, yaitu para pemijat memakai pakaian yang dikunci dengan gembok. Hal ini dilakukan agar tidak menciptakan kesan yang buruk terhadap panti pijat di kota Batu. Saat ini jumlah panti pijat yang ada di kota Batu berjumlah 10, diantaranya adalah: Putri Jaya; Ramayana; Dhogadho; Martha; Mekar Jaya; Tri MJ; Rahayu; Lia Jasa; Hartini; dan Shinta.



Gambar 7 Pertumbuhan Kunjungan panti Pijat di Kota Wisata Batu Tahun 2009-2012

Sumber: Dokumen Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu

Berdasarkan grafik diatas, pertumbuhan kunjungan panti pijat di kota Batu 2009, 2010, 2011, dan 2012 terjadi penurunan yang drastis pada bulan Agustus dan September, kemudian mulai mengalami kenaikan pada bulan Oktober hingga Desember.

6. Sarana Penunjang Agrowisata

Sarana penunjang agrowisata adalah perusahaan yang menunjang sarana pelengkap atau sarana pokok dan berfungsi tidak hanya membuat wisatawan betah tinggal disuatu tempat, tetapi fungsinya yang lebih penting adalah agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan atau membelanjakan uangnya ditempat yang dikunjunginya, termasuk dalam kelompok ini toko souvenir, dan cinderamata. Selain berbagai macam tempat rekreasi yang ada, di kota Batu terdapat pula pusat perbelanjaan dari yang sifatnya tradisional yaitu Pasar Besar Kota Batu sampai dengan pusat perbelanjaan yang sifatnya modern yaitu Batu Plaza, *Batu Paradise* dan *Batu Town Square* (BATOS). Di tempat ini wisatawan dapat membeli buah tangan untuk dijadikan oleh-oleh sepulang dari berwisata. Tidak hanya itu, kota Batu juga menyediakan pusat oleh-oleh khas Batu diantaranya adalah:

Tabel 4 Daftar Pusat Oleh-Oleh Khas Batu 2013

Nama Pusat Oleh-Oleh Khas Batu	Alamat
Adam Apel	Jl. Diponegoro
ApelMera T-shirt wisata	Telp. 085646570160
Deduwa	Jl. Semeru 42
Jenang Apel Bumiaji	Desa Bumiaji
Jajanan Ladu	Desa Gunung Sari
Bakpao Telo Batu	Jl. Raya Punten
Langgeng Oleh-Oleh	Jl. Diponegoro
Brosem	Jl. Brantas
Kripik Kentang "Macan"	Jl. Brantas
Koperasi Susu dan buah apel	Ground Ganesha

Sumber: Dokumen Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu

Prasarana pariwisata menurut Yoeti (1993:181) adalah "semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana pariwisata dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beranekaragam". Prasarana agrowisata yang ada di kota Batu semakin bertambah untuk menyesuaikan dengan kebutuhan para wisatawan. Berikut prasarana agrowisata yang tersedia di kota Batu:

1. Prasarana Umum

Prasarana umum meliputi:

- a. Sistem pengaduan air: sistem pengaduan air di kota Batu sudah baik dan lancar karena sebagian besar didistribusikan oleh PDAM. Dibeberapa desa telah terbentuk Himpunan Pemakai Air Minum (HIPAM).

- b. Kelistrikan: Penerangan jalan di kota Batu semakin lama semakin membaik yang dilakukan oleh pihak Penerangan Jalan Umum (PJU).
- c. Jalur lalu lintas: cukup teratur, walaupun masih terdapat jalan yang lubang.

2. Prasarana Kebutuhan Pokok Pola Hidup Modern

Prasarana kebutuhan pokok pola hidup modern meliputi:

- a. rumah sakit (RS.Paru-Paru, RS.Babtis, dll)
- b. apotik (apotik Sehat, apotik Manfaat, apotik Sumber Waras, dll)
- c. bank (BCA, BRI, BNI, Mandiri, dll)
- d. salon
- e. kantor-kantor pemerintahan
- f. pompa bensin.

d. Promosi Agrowisata di kota Batu

Banyaknya potensi wisata di kota Batu, maka diperlukan promosi dalam memasarkan produk-produk pariwisata khususnya agrowisata.

Dinas Pariwisata harus melakukan kegiatan promosi guna memperkenalkan potensi pariwisata yang dimiliki kota Batu baik dengan mengadakan pameran yang diselenggarakan sendiri atau mengikuti pameran-pameran dalam negeri maupun luar negeri. Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan

informasi, mempengaruhi, atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atau perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.”

Tujuan utama dari kegiatan promosi sendiri yaitu adalah untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan konsumen sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Promosi dilakukan sebagai usaha untuk memperbesar daya tarik obyek wisata serta menginformasikan atau memberitahukan obyek-obyek dan atraksi wisata yang ada. Dengan seringnya melakukan promosi maka diharapkan akan merangsang kunjungan wisatawan, diawali dengan komunikasi persuasi untuk membangkitkan perhatian dan pada akhirnya berlanjut menjadi minat untuk berkunjung. *Materials promotion* seperti *tourism map*, *guidebook*, *calendar of event*, brosur, leaflet, internet adalah sebagian material promosi yang digunakan untuk mempromosikan potensi pariwisata kota Batu. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu selaku organisasi yang bertanggung jawab dalam hal pengembangan pariwisata khususnya agrowisata melakukan kegiatan promosi melalui beberapa media sebagai berikut:

1) Advertising

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu melakukan kerjasama dengan media massa yaitu radio Tidar Sakti secara *temporary* jika ada *event-event* tertentu yang akan diadakan oleh dinas, maka media tersebut

bertugas untuk mempromosikan *event* yang diadakan tersebut. Selain dengan media radio tersebut Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu juga melakukan kerjasama dengan pihak media lainnya baik media cetak maupun media elektronik lainnya dalam bentuk iklan visual maupun tulisan.

Kegiatan periklanan tersebut bertujuan mengenalkan dan memberi informasi kepada wisatawan mengenai keberadaan dan potensi wisata di kota Batu sehingga kota Batu dapat menjadi destinasi unggulan pariwisata di tingkat propinsi, nasional, maupun internasional. Adapun mengenai media yang dipilih oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu dalam hal periklanan adalah:

- a. Brosur, *Booklet* dan *Leaflet* dan selebaran lain mengenai potensi obyek wisata yang ada di kota Batu dan *event-event* wisata yang diselenggarakan. Hal ini dilakukan agar wisatawan maupun calon wisatawan mengetahui obyek-obyek pariwisata di kota Batu.
- b. Membuat *Guide book*, *tourism map*, dan *directory* kota Batu untuk memudahkan wisatawan mengetahui tentang segala hal terkait obyek wisata di kota Batu dengan tujuan mempermudah wisatawan dalam menentukan pilihan dalam melakukan kunjungan.



Gambar 8 Peta Wisata Kota Batu

Sumber: Dokumen Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu

Gambar diatas adalah salah satu bentuk promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata melalui pembuatan peta wisata. Dengan adanya peta wisata tersebut, dimaksudkan agar wisatawan yang berkunjung ke kota Batu dapat secara mudah dalam melaksanakan tujuan wisatanya.

- c. Media elektronik berupa radio atau TV cukup efektif digunakan untuk mempromosikan agrowisata. Kelebihan dari media ini adalah dapat menjangkau sampai ke semua lapisan masyarakat, karena hamper sebagian besar masyarakat memiliki salah satu diantara media ini, atau bahkan memiliki keduanya. Dari segi biaya, apabila melakukan promosi lewat iklan di TV atau radio memang memerlukan biaya yang relatif besar, namun pemerintah daerah

khususnya Dinas Pariwisata dapat menggandeng sponsor untuk memperkecil biaya. Media elektronik berupa TV baik local maupun nasional memiliki keunggulan yang dapat menampilkan obyek-obyek agrowisata secara langsung dan lebih hidup. Masyarakat dapat memperoleh informasi yang jelas dan menarik sehingga memiliki gambaran yang lebih baik jika dibandingkan dengan promosi dari media cetak. Saat ini kota Batu telah memiliki dua stasiun tv local yang bisa digunakan untuk sarana promosi agrowisata, yaitu Batu TV dan Agropolitan TV (ATV). Kedua stasiun televisi ini cukup memadai dalam mempromisokan agrowisata di kota Batu.

- d. Penerbitan media cetak, media cetak disini berupa koran, majalah, dan sebagainya. Media ini pada dasarnya menggunakan kertas yang dicetak untuk menyampaikan informasi kepada publik.
- e. CD/DVD, biasanya diberikan kepada tamu pemerintah kota, hotel, biro travel, atau pihak-pihak lain sesuai yang menjadi target pasar agrowisata.
- f. Kaos, *Souvenir* dan Kalender. Untuk promosi pariwisata, pemerintah daerah dapat memproduksi kaos, *souvenir*, kalender dan sejenisnya yang memuat informasi mengenai agrowisata di kota Batu. Produk ini dapat dibagikan, dijual dan dipasarkan pada *event-event* tertentu.
- g. Melalui jaringan internet, merupakan salah satu bentuk kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi. Jaringan internet

mempunyai keterjangkauan secara geografis yang paling luas. Semua orang di seluruh dunia dapat mengaksesnya secara langsung dan mudah. Isi yang disajikan berupa teks, gambar, suara, atau video.

Dari segi biaya pun juga sangat ekonomis. Fasilitas yang dapat digunakan untuk mempromosikan agrowisata di media internet

diantaranya adalah *Website/Homepage, Mailinglist/Group, Email,*

File Transfer Protocol, dan Saearch Engine. Salah satunya adalah

menggunakan *website* di internet dengan alamat

<http://www.kotawisatabatu.com/>, lewat jejaring sosial seperti

facebook dan *twitter*, serta *website* resmi dari masing-masing obyek

wisata. Berbagai informasi diberikan dalam *website*, seperti sejarah,

fasilitas yang ada di kota Batu, produk yang ditawarkan, harga tiket

masuk, dan video serta foto perjalanan kegiatan pariwisata.

2) Sales Promotion

Tabel 5 Daftar Kegiatan Bidang Promosi Dinas Pariwisata kota Batu tahun 2012

No.	Nama Kegiatan	Tanggal	Tempat	Tema	Jumlah Peserta
1.	<i>Indonesia Product Expo And Tourism</i>	26-29 April 2012	Cihampelas Walk-Bandung	Mempromosikan Kota Wisata Batu	50 Stand
2.	<i>Majapahit Travel Fair</i>	10-13 Mei 2012	Grand City Expo-Surabaya	Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisata	70 Stand

3.	Gebyar Wisata Dan Budaya Nusantara	31 Mei-3 Juni 2012	Jakarta Convention Center- Jakarta	Mempromosikan Kota Wisata Batu	140 Stand
4.	Festival Paralayang	8-10 Juni 2012	Gunung Banyak- Lapangan Songgomarto- Songgoke rto Kota Batu	<i>Fly To More...</i>	100 Peserta
5.	<i>Batu Flower Festival</i>	13 Oktober 2012	Stadion Brantas Kota Batu	Nggak Hanya Bunga... ..	230 Peserta

Sumber: Dokumen Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu

Berdasarkan table diatas, pada tahun 2012 terdapat 5 kegiatan dalam mempromosikan pariwisata di kota Batu melalui Bidang Promosi Dinas Pariwisata dari bulan April sampai dengan bulan Oktober, diantaranya adalah *Indonesia Product Expo And Tourism, Majapahit Travel Fair*, Gebyar Wisata Dan Budaya Nusantara, Festival Paralayang, dan *Batu Flower Festival (BFF)*.

3) *Public Relations*

Tujuan dari *Public Relations* adalah membentuk citra positif dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu sekaligus membentuk opini publik yang positif pula mengenai agrowisata di kota Batu. Dengan adanya citra dan opini yang positif dari masyarakat, maka kegiatan promosi akan lebih mudah dilakukan terhadap wisatawan. Beberapa

kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu tidak berfungsi secara langsung untuk menjual produk jasanya, akan tetapi melampirkan jalan pengusaha jasa pendukung pariwisata dan pengelola pariwisata swasta di kota Batu, agar produk yang ditawarkan dapat diterima oleh wisatawan. Pelaksanaan implementasi dari kebijakan *Public Relations* oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu adalah melalui beberapa bentuk kegiatan di bawah ini:

- a. Melalui pameran pekan budaya pariwisata, dengan adanya kegiatan ini diharapkan dapat lebih mengenalkan budaya dan keanekaragaman daya tarik wisata kota Batu di mata masyarakat secara luas.
- b. Melalui pemilihan Kangmas dan Nimas kota Batu. *Event* ini merupakan andalan dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu dalam mempromosikan pariwisata di kota Batu termasuk didalamnya adalah agrowisata. Dalam *Event* ini hasil yang ingin dicapai adalah didapatkannya duta wisata yang mampu mempromosikan kota Batu sebagai destinasi unggulan pariwisata di Jawa Timur. Dengan adanya duta wisata yang berkompeten dalam melakukan promosi, maka diharapkan berdampak positif pada peningkatan wisatawan yang berkunjung di kota Batu.
- c. Kerjasama lintas sektor dalam penyebaran informasi potensi daerah, kegiatan yang dilakukan dalam hal ini adalah pelaksanaan

expo/pamera di tingkat lokal, provinsi, nasional, maupun internasional.

4) *Direct Marketing*

Pembuatan situs di internet dan *e-mail* merupakan kelanjutan langkah dari tujuan jangka panjang organisasi untuk memasuki pasar global sebagai alat untuk meningkatkan kunjungan wisatawan sehingga mampu memberi pemasukan positif disegala bidang. Dalam kenyataannya situs internet dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu dalam bentuk *website* sudah mampu menjangkau secara detail dan rinci mengenai berbagai potensi wisata yang ada di kota Batu. Di dalam situs ini telah dijabarkan berbagai fasilitas serta sarana dan prasarana wisata yang ada di kota Batu, mulai dari hotel dan penginapan, rumah makan, pusat oleh-oleh khas kota Batu, biro perjalanan wisata, dan lain-lain.

Adanya berbagai macam bentuk promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu banyak dipengaruhi oleh kebutuhan dinas serta berdasarkan target peningkatan komoditas pariwisata untuk menambah devisa Negara. Seiring perkembangan waktu, meyebabkan kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu harus lebih terorganisir secara sistematis dan berbagai ragam media yang digunakan tidak lagi hanya mengandalkan sumber daya dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu saja, tetapi juga dari pihak eksternal. Dalam melakukan promosi Dinas Pariwisata dan

Kebudayaan kota Batu bekerjasama dengan pihak Kusuma Agrowisata.

Hal ini dikemukakan oleh bapak Saiful, selaku kasi Obyek dan Daya Tarik

Wisata (ODTW) Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu dibawah ini:

“...salah satu kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu adalah bekerjasama dengan Kusuma Agrowisata. Kegiatan ini sifatnya *gak rutin mbak*, hanya apabila ada *event-event tertentu aja*” (wawancara tanggal 19 maret 2013).

Berdasarkan wawancara diatas, kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu dengan Kusuma

Agrowisata adalah sifatnya tidak rutin, hanya apabila ada *event-event*

tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Dinas Pariwisata dan

Kebudayaan kota Batu masih menjalin kerjasama dengan pihak swasta

dalam mempromosikan agrowisata. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

kota Batu tidak berjalan sendiri, akan tetapi terdapat elemen-elemen yang

saling berhubungan dengan berbagai pihak yang terkait. Oleh karena itu,

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu perlu merangkul berbagai

pihak yang memiliki kepentingan langsung maupun tidak langsung dalam

pengembangan agrowisat di kota Batu, sehingga nantinya tujuan dari

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu dapat berjalan dengan baik.

Selain itu, pengembangan strategi pemasaran dan promosi

pariwisata di kota Batu ada dua macam kegiatan yang dilakukan, yaitu: 1)

promosi dalam daerah yang terdiri dari tiga bagian diantaranya adalah

Otonomi Award di Surabaya, Jatim Trade dan Fengshuni Arsitektur di

Araya Malang, dan Majapahit Travel Fair di Surabaya, 2) promosi luar

daerah terdiri dari dua bagian antara lain Borobudur Internasional Festival di Magelang dan Festival Nusa Dua di Bali. Seperti yang dikemukakan dalam wawancara dengan bapak Muldjo Adji selaku Kasi Bimbingan dan Pelatihan Bidang Sumber Daya Manusia (SDM) tanggal 27 Februari 2013, menyebutkan bahwa:

“Untuk meningkatkan kunjungan wisata khususnya pada agrowisata, pemerintah daerah melakukan berbagai macam promosi dalam rangka *calendar event* baik di dalam maupun di luar daerah seperti: mengikuti pameran/travel di tingkat local maupun nasional; pembuatan brosur yang menarik; promosi melalui media cetak dan media elektronik serta melalui *website* Kota Wisata Batu; promosi melalui *Compact Disk* (CD); promosi agrowisata dengan atraksi wisata seperti *Batu Flora Festival* (BFF)”.

Dalam mempromosikan agrowisata di kota batu, tidak hanya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu dan pihak swasta yang terlibat, tetapi masyarakat juga terlibat didalamnya. Masyarakat turut berperan dalam kegiatan promosi, kegiatan itu sebagai berikut:

- a) Masyarakat melakukan promosi agrowisata melalui pendekatan secara langsung kepada wisatawan. Masyarakat berinteraksi secara langsung dengan wisatawan dengan berbagai macam bentuk, mulai dari menjadi *guide*, menjual barang dagangan kepada wisatawan, dan lainnya.

Dengan demikian masyarakat telah melakukan suatu promosi kepada wisatawan.

- b) Masyarakat pelaku usaha atau wirausaha di kota Batu saling berlomba-lomba dalam meningkatkan penjualan produknya dengan cara melakukan suatu strategi *mendesain* kios-kios usaha mereka semenarik

mungkin dengan peralatan papan reklame dan tampilan yang bagus, sehingga wisatawan tertarik mengunjungi kios tersebut. Dengan hal demikian, secara tidak langsung masyarakat telah melakukan promosi di bidang pariwisata.

e. Mendorong tumbuhnya *partnership* (kemitraan).

Demi terciptanya otonomi daerah, yang mempunyai arti, memiliki hak, wewenang dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan khususnya Undang-undang No.32 Tahun 2004. Maka Pemerintah kota Batu berhak melakukan kebijakan sendiri dengan melakukan program-program yang sesuai dengan kondisi dan potensi unggulan daerah, yaitu melalui sektor pariwisata yang berbasis pertanian. Program-program tersebut antara lain adalah dengan melakukan kerjasama/kemitraan dengan institusi swasta yang berkomitmen penuh terhadap kemajuan sektor pariwisata berbasis pertanian, yaitu melakukan *partnership* dengan Kusuma Agrowisata. Kemitraan dalam kaitannya dengan pengembangan kebudayaan dan pariwisata dapat diartikan sebagai upaya membangun kekuatan sosial dan pertumbuhan ekonomi pariwisata yang ditandai dengan indikator-indikator peningkatan kunjungan wisatawan, belanja wisatawan, dan lama tinggal wisatawan. Kekuatan sosial dan pertumbuhan ekonomi tersebut dengan bertumpukan pada pemanfaatan sumber daya lokal secara optimal

sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan antara lainnya rumah tangga miskin dan usaha kecil (UKM). Seluruh kemampuan dan aset dari masing-masing pihak dikombinasikan untuk menghasilkan sebuah fasilitas yang digunakan secara luas oleh masyarakat umum. Dalam rangka berbagi sumber daya alam yang ada, setiap pihak juga saling berbagi dalam menanggung beban resiko yang mungkin muncul serta potensi keuntungan yang akan diperoleh dari fasilitas umum yang dihasilkan.

Pola kemitraan yang berjalan di sektor pemerintahan dan swasta sebagai pemegang kendali pariwisata selama ini ada beberapa macam bentuk dan penerapannya disesuaikan dengan kondisi perusahaan dan kondisi daerah sekitarnya. Sistematis kerjasama antara lain dilakukan berdasarkan jangka waktunya yaitu kemitraan secara jangka panjang dan terus menerus dalam skala besar dengan perjanjian tertulis. Kemitraan ini didasari saling ketergantungan dalam hal pengadaan bahan baku, permodalan, manajemen dan lain-lain misalnya kepemilikan perusahaan oleh petani atau koperasi. Pola kerjasama kemitraan yang dilakukan oleh pemerintah kota Batu dengan Kusuma Agrowista, terdiri dari empat pola kerjasama utama yaitu:

a) Pola Kontrak Kerja

Dalam pola ini petani atau koperasi dan perusahaan agrowisata menjalin kerjasama dengan melakukan kontrak kerja, baik dalam penyediaan sarana produksi dari perusahaan maupun jaminan

pemasaran hasil produksi petani ke perusahaan. Dengan demikian perusahaan terbatas hanya pada pengolahan dan pemasaran komoditas yang dihasilkan.

b) Pola Kontrak Manajemen

Bentuk kemitraan pola ini berupa bantuan manajemen usaha tani seperti koperasi jasa manajemen maupun perusahaan agrowisata kepada petani atau kelompok tani dalam kontrak. Dalam pola ini, koperasi atau perusahaan melayani kegiatan usaha agrowisata yang dikembangkan petani atau kelompok tani sekaligus melakukan bimbingan dan pembinaan.

c) Pola Unit Pelaksanaan Proyek

Pola ini menyertakan peran aktif pemerintah dalam pembentukan usaha agrowisata sejak awal sampai pada saat dikonversikan kepada petani. Pengadaan sarana produksi, proses produksi, pengolahan dan pemasaran hasil bantuan serta dukungan pembinaan dan pengendalian dari pemerintah, hanya saja bantuan merupakan pinjaman yang harus dikembalikan.

d) Kerjasama dengan Sistem Bagi Hasil

Bentuk kerjasama ini merupakan kerjasama yang dilakukan antara dua pihak yaitu petani dan perusahaan pembimbing dengan perhitungan yang telah ditetapkan dalam perjanjian. Sumber permodalan dalam kerjasama ini berasal dari perusahaan

pembimbing yang berupa bibit tanaman, pupuk, obat, biaya pengolahan tanah hingga pemeliharaan sampai panen.

Hasil wawancara dengan bapak Muldjo Adji selaku Kasi

Bimbingan dan Pelatihan Bidang Sumber Daya Manusia (SDM) dengan suasana yang akrab, beliau mengemukakan tentang salah satu contoh

bentuk kemitraan antara pemerintah kota Batu dengan Kusuma

Agrowisata:

“...manakala Kusuma Agrowisata kehabisan stok buah apel di wisata petik apelnnya, maka Kusuma Agrowisata mengajak kelompok masyarakat yang tergabung dalam pokdarwis yang notabene adalah bentukan pemerintah daerah, untuk bekerjasama dengan mengirim stok pohon apel yang masih tumbuh ke Kusuma Agrowisata, agar wisata petik apel tetap ada, sehingga menimbulkan *image* yang baik kepada wisatawan dan para wisatawan tidak kecewa....tidak hanya itu, rencana kedepan akan terjadi kemitraan antara pengelola Jawa Timur Park dengan desa wisata yang merupakan kawasan agrowisata, yaitu desa wisata Kungkuk dan desa wisata Sumberjo akan dibuat sebuah jalur udara yang menyambungkan ketiga kawasan tersebut, yang nantinya para wisatwan bisa menikmati keindahan kota Batu dari atas”, (wawancara tanggal 19 Maret 2013).

Berdasarkan hasil wawancara diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan agrowisata terjalin suati kemitraan antara pemerintah kota Batu dengan Kusuma Agrowisata baik penyediaan bahan baku produksi maupun sarana dan prasarana dari agrowisata itu sendiri.

2. Faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan agrowisata di kota Batu

c. Faktor pendukung yang terdiri dari:

1) Faktor pendukung internal

a) **Letak geografis**

Kota Batu merupakan salah satu bagian dari wilayah Jawa Timur yang secara geografis Kota Batu terletak pada posisi antara: 7,44deg 55,11" s/d 8,26deg 35,45" Lintang Selatan dan 122,17deg 10,90" s/d 122,57deg 00,00" Bujur Timur. Kota dengan luas 202,800 km² atau sama dengan 20,280 Ha.

Berdasarkan letak geografinya, kota Batu memiliki peluang untuk lebih dikembangkan sebagai daerah wisata yang lebih menarik, hal ini didasarkan pada kondisi alam yang sangat mendukung. Atraksi wisata di Kota Batu dibuat berbeda antara satu dengan lainnya sehingga tidak terjadi persaingan yang cukup berarti. Sumber daya wisata yang dimiliki oleh Kota Batu cukup beragam dan dapat dengan mudah ditemui karena lokasinya yang relatif berdekatan. Kota Batu merupakan daerah yang mempunyai tanah yang sangat subur. Sebagian besar wilayahnya terdiri dari pegunungan dan perbukitan. Melihat potensi yang dimiliki oleh kota Batu, maka dapat dikatakan bahwa kota Batu memiliki pemandangan dan panorama alam yang indah, dengan berbagai jenis flora dan fauna yang ada didalamnya. Kota Batu merupakan sebuah kota yang terkenal dengan wisata andalan alamnya yang indah dan sejuk, serta mempunyai potensi unggulan buah apel.

b) Kondisi iklim

Temperatur rata-rata kota Batu 21,5°C, dengan temperatur tertinggi 27,2°C dan terendah 14,9°C. Rata-rata kelembaban nisbi udara 86% dan kecepatan angin 10,73 km/jam. Curah hujan tertinggi di kecamatan Bumiaji sebesar 2471 mm dan hari hujan 134 hari. Keadaan topografi kota Batu memiliki dua karakteristik yang berbeda. Karakteristik yang pertama yaitu bagian sebelah utara dan barat yang merupakan daerah ketinggian yang bergelombang dan berbukit. Sedangkan karakteristik yang kedua, yaitu daerah timur dan selatan yang merupakan daerah yang relatif datar meskipun berada pada ketinggian 800-3000 m dari permukaan laut.

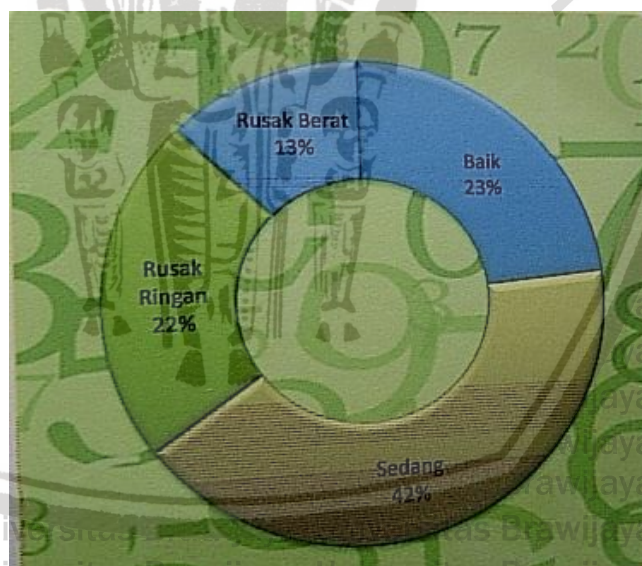
Dengan yang demikian, kota Batu yang berada di daerah pegunungan ini memiliki iklim yang cenderung dingin. Hal ini yang membuat daya tarik wisata di kota Batu semakin bertambah. Sebagian wisatawan cenderung ingin menikmati udara dingin yang ada di kota Batu. Oleh karena itu, iklim di kota Batu merupakan faktor pendukung dalam pengembangan agrowisata.

c) Transportasi

Perhubungan merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan yang cukup strategis dalam pengembangan agrowisata.

Pembangunan infrastruktur berupa jalan sangat penting dalam rangka meningkatkan mobilitas penduduk dan barang serta meningkatkan perekonomian masyarakat di suatu wilayah.

Semakin meluas dan meningkatnya kualitas jalan raya telah mengakibatkan semakin meningkatnya jumlah dan frekuensi orang yang melakukan perjalanan wisata. Berdasarkan letak dari potensi wisata yang dimiliki oleh kota Batu sejauh ini akses jalan telah cukup memadai, hanya saja akses untuk kendaraan besar perlu ditambahkan. Sebab apabila kendaraan besar melalui akses jalan yang sama dengan kendaraan kecil, maka akan menimbulkan kemacetan dan kerusakan jalan.



Gambar 9 Panjang Jalan Dirinci Menurut Kondisi Permukaan Jalan *Length of Road by Type of Surface Condition 2011*

Sumber: BPS kota Batu

Berdasarkan gambar diatas, jalan yang kondisinya baik adalah 23%, sebagian besar jalan kondisinya sedang yaitu 42%, sedangkan jalan yang rusak berat hanya 13% dan rusak ringan sebesar 22%. Secara umum kondisi jalan masih baik, pada jalan yang rusak sebaiknya perlu ditangani agar rusaknya tidak semakin melebar.

Transportasi angkutan umum yang dapat digunakan untuk akses ke kota Batu sudah menjangkau ke daerah-daerah wisata yang ada berupa mikrolet, bis, taxi, ojek dan andong, diantaranya adalah:

a. Mikrolet:

BL : Batu – Landungsari
 BB : Batu – Bumiaji
 BJL : Batu – Junrejo – Landungsari
 BNK : Batu – Ngantang – Kasembon
 BTL : Batu – Torongrejo – Landungsari
 BK : Batu – Karangploso
 BS : Batu – Songgoriti
 BS : Batu – Selecta

Sumber: Dokumen Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu

b. Bis (jalur bis yang lewat kota Batu):

Jombang – Tuban – Malang
 Kediri – Malang
 Malang – Jombang

Sumber: Dokumen Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu

c. Taxi

Taksi citra, Taksi Mahameru, dll.

d. Ojek

Banyak sekali masyarakat yang bermata pencarian sebagai ojek, oleh karena itu wisatawan tidak akan kesulitan mencari ojek, karena banyak ditemui di kota Batu.

e. Andong

Walaupun sudah jarang sekali alat transportasi andong, namun andong masih dapat ditemui di kota Batu. Memang tidak banyak, tapi ini cukup melengkapi transportasi tradisional yang disenangi oleh sebagian masyarakat.

2) Faktor pendukung eksternal

a) Keramah-tamahan penduduk

Keramah-tamahan penduduk diwujudkan dalam konsep sadar wisata dengan penerapan SAPTA PESONA. Di dalam SAPTA PESONA terdapat unsur keramah-tamahan, tujuannya adalah menciptakan lingkungan yang ramah bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu menawarkan suasana yang akrab, bersahabat, serta seperti di “rumah sendiri” bagi wisatawan, sehingga mendorong minat kunjungan ulang dan promosi yang positif bagi prospek pasar yang lebih luas. Bentuk aksi yang dilakukan oleh penduduk berkaitan dengan unsur keramah tamahan adalah:

1. Bersikap sebagai tuan rumah yang baik dan rela membantu wisatawan
2. Memberi informasi tentang adat istiadat secara sopan
3. Para petugas bias menampilkan sikap perilaku yang terpuji
4. Menampilkan senyum dan keramah-tamahan yang tulus

Sumber: Dinas Pariwisata

Bapak Muldjo Adji selaku Kasi Bimbingan dan Pelatihan

Bidang Sumber Daya Manusia (SDM) mengemukakan:

“...dengan adanya unsur keramahan dalam SAPTA PESONA, diharapkan masyarakat bisa bersikap ramah secara *continue* kepada wisatawan yang berkunjung ke kota Batu, sehingga menimbulkan kesan yang baik terhadap mereka” (wawancara tanggal 19 Maret 2013).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, sikap ramah-tamah dari penduduk kota Batu diharapkan dapat berlangsung secara berkelanjutan, tidak hanya sesaat, agar menimbulkan kesan yang baik bagi wisatawan yang berkunjung ke kota Batu.

b) Keamanan

Di dalam SAPTA PESONA juga terdapat unsur keamanan.

Menciptakan lingkungan yang aman bagi wisatawan dan berlangsungnya kegiatan kepariwisataan, sehingga wisatawan tidak merasa cemas dan dapat menikmati kunjungannya ke kota Batu. Bentuk aksi yang dilakukan oleh penduduk berkaitan dengan unsur keamanan adalah:

1. Tidak mengganggu wisatawan

2. Menolong dan melindungi wisatawan
3. Bersahabat dengan wisatawan
4. Memelihara keamanan lingkungan
5. Membantu memberi informasi kepada wisatawan
6. Menjaga lingkungan yang bebas dari bahaya penyakit menular
7. Meminimalkan resiko kecelakaan dalam penggunaan fasilitas publik

Sumber: Dinas Pariwisata

d. Faktor penghambat yang terdiri dari:

3) Faktor penghambat internal

Rendahnya kemampuan dan keterbatasan wawasan masyarakat dalam hal kepariwisataan

Salah satu masalah dalam mengembangkan agrowisata adalah belum cukup tersedianya tenaga-tenaga yang cakap, terampil, dan memiliki *skill* yang tinggi, serta pengabdian kepada bidangnya (*professional*), pada dasarnya kebutuhan tersebut sangat mutlak dalam bersaing di pasar global, disamping itu kurang tersedianya fasilitas yang cukup untuk menunjang pendidikan pariwisata. Berdasarkan penelitian dan observasi yang dilakukan oleh penulis, didapatkan informasi

mengenai rendahnya kemampuan dan keterbatasan wawasan masyarakat dalam hal kepariwisataan adalah sebagai berikut:

1. Di dalam masyarakat tertanam anggapan bahwa mereka

akan meluangkan waktunya untuk suatu kegiatan

apabila mereka merasa bahwa kegiatan tersebut

berguna. Disini masyarakat kota Batu cenderung acuh

terhadap kegiatan yang dirasa tidak menuntungkan

mereka, termasuk dalam hal kepariwisataan.

2. Sebagian besar masyarakat kota Batu adalah bermata

pencaharian sebagai petani, banyak petani yang

pendidikannya hanya sampai tingkat Sekolah Dasar

(SD).

3. Masih minimalnya pemahaman tentang sadar wisata

4. Masyarakat kesulitan dalam membuat paket wisata

5. Tingkat pendidikan masyarakat masih rendah

6. Masyarakat sulit untuk diajak mengikuti pembinaan dan

pelatihan, mereka lebih memelih bekerja, hal tersebut

yang menyebabkan kemampuan kebanyakan

masyarakat kurang berkembang.

4) Faktor penghambat eksternal

d) Belum mantapnya koordinasi kebijakan antara pemerintah

dengan masyarakat

Sikap profesional, sikap dari para pelaksana (pendamping dan aparat pemerintah) harus berpihak kepada masyarakat.

Mereka harus percaya kepada kemampuan masyarakat dan dapat membagi pengetahuannya. Belajar dari pengalaman, semua kelompok masyarakat berbeda. Para pelaksana harus fleksibel dan mau belajar dari pengalaman serta mencoba beberapa metode dalam pemberdayaan masyarakat. Dengan demikian kapasitas dari masyarakat dan institusi dapat berubah dengan sendirinya, mendapat pengakuan, dukungan dan menambah kepercayaan masyarakat.

“Jadi *gini mbak*..sebagai motivator, pemerintah tidak hanya mengarahkan pada visi dan misi secara sepihak *aja*, tapi disini diperlukan sinergitas yang baik antara pemerintah dengan masyarakat. Dalam bidang agrowisata ini, masyarakat adalah ujung tombak untuk menggerakkan suatu pengembangan ke arah yang lebih baik” (wawancara dengan bapak Muldjo Adji selaku Kasi Bimbingan dan Pelatihan Bidang Sumber Daya Manusia (SDM) tanggal 27 Februari 2013).

Berdasarkan wawancara diatas, pemerintah sebagai motivator harus bekerjasama dengan baik bersama masyarakat, sebab masyarakat adalah ujung tombak dalam menggerakkan pengembangan agrowisata. Disadari bahwa dalam perencanaan pembangunan peran masyarakat sangat penting, namun kemampuan masyarakat pada umumnya masih relatif terbatas.

Masih kurang dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan

sehingga diskusi intensif antara pihak berkepentingan (*stakeholders*), baik dari unsur pemerintah, akademi, lembaga swadaya masyarakat, dunia usaha terkait perlu diselenggarakan untuk dapat saling melengkapi informasi dan menyamakan persepsi tentang kebijakan yang akan diputuskan oleh aparat tersebut.

“...untuk pemerintah sendiri jangan teoritis...seharusnya aparat yang terkait keliling ke desa-desa melihat kondisi masyarakat yang ada, dengan itu maka dapat dijadikan sebagai inspirasi program yang nantinya dapat merumuskan sebuah kebijakan sesuai dengan harapan masyarakat”(wawancara dengan bapak Muldjo Adji selaku Kasi Bimbingan dan Pelatihan Bidang Sumber Daya Manusia (SDM) tanggal 27 Februari 2013).

Berdasarkan wawancara diatas, kurang mantapnya koordinasi antara pemerintah dengan masyarakat salah satunya disebabkan karena pemerintah terlalu teoritis dalam menentukan kebijakan, tanpa turun kelapangan untuk melihat kondisi masyarakatnya sendiri.

e) Lemahnya kekuatan hukum

Bapak Muldjo Adji selaku Kasi Bimbingan dan Pelatihan Bidang Sumber Daya Manusia (SDM) mengemukakan:

“.....bicara masalah hukum, untuk kepariwisataan khususnya masalah agrowisata ...saat ini masih berpedoman pada UU No.10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan *aja*...belum ada peraturan daerah (perda) yang secara khusus dibuat oleh pemerintah kota Batu” (wawancara tanggal 27 Februari 2013).

Berdasarkan wawancara di atas, saat ini hukum yang mengatur tentang kepariwisataan di kota Batu hanya pada UU No.10 tahun 2009. Belum adanya peraturan daerah yang di buat oleh pemerintah kota dalam hal ini. Padahal perda berperan penting dalam implementasi kebijakan pariwisata yang sesuai dengan kondisi kota Batu sendiri.

“.....mungkin dalam undang-undang kepariwisataan perlu ditambahkan kebijakan yang pertama, mengenai pariwisata daerah yang harus disesuaikan dengan isu pariwisata dunia, salah satunya dengan mengadakan pertemuan setiap tanggal 27 September yang merupakan hari pariwisata, yang kedua adalah memadukan dan menyesuaikan pariwisata global yang dikaitkan dengan karakter budaya Indonesia” (wawancara dengan bapak Muldjo Adji selaku Kasi Bimbingan dan Pelatihan Bidang Sumber Daya Manusia (SDM) tanggal 27 Februari 2013).

C. Pembahasan

1. Pengembangan Agrowisata di kota Batu dengan pendekatan

Community Based Tourism

a. Program-program pemberdayaan masyarakat dalam mengembangkan agrowisata

Dengan adanya otonomi daerah maka setiap daerah dituntut untuk bersaing secara kompetitif untuk meningkatkan kemampuannya dalam mengelola dan menggali serta mengembangkan potensi daerahnya khususnya pertanian, kelautan, industri dan pariwisata guna terwujudnya

peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan, pemberdayaan dan peran serta masyarakat. Pemerintah kota Batu sudah melaksanakan amanah dari otonomi daerah tersebut, hal ini nampak dengan adanya pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan agrowisata di kota Batu. Pemberdayaan masyarakat adalah upaya memberi daya atau kekuatan kepada masyarakat agar mampu dan mandiri dalam memanfaatkan potensi yang dimilikinya serta dapat menggunakan dan mengakses sumber daya setempat. Dalam pemberdayaan masyarakat pariwisata, maka hal-hal yang paling penting dan mendasar adalah semangat gotong royong diantara pemerintah, swasta, dan masyarakat tersebut, oleh karena itu dalam melakukan kerjasama dengan masyarakat tidak hanya terbatas dalam SDM atau pengarahan tenaga kerja semata akan tetapi sejauh mana memposisikan pengembangan kebudayaan dan pariwisata sebagai subyek pembangunan. Swadaya masyarakat merupakan dasar yang cukup kuat namun kenyataannya dalam pengembangan kebudayaan dan kepariwisataan, swadaya masyarakat untuk membangun kekuatan di sektor tersebut masih dirasakan jauh memadai, dan masih peranannya dimiliki oleh sektor usaha swasta, terutama dalam pemberdayaan pariwisata yang mampu mengundang kesadaran dan inisiatif masyarakat dalam membangun kepariwisataan yang dapat menguntungkan bagi kesejahteraan mereka. Oleh karena itu, dalam mengatasi permasalahan tersebut, pemerintah kota Batu melakukan

berbagai macam pemberdayaan masyarakat dengan memberikan pelatihan dan pembinaan pada masyarakat dalam mengembangkan agrowisata dengan mengadakan program-program pemberdayaan kepada masyarakat baik berupa pembinaan maupun pelatihan. Menurut Kartasasmita (1996:18-20) upaya memberdayakan masyarakat harus dilakukan melalui tiga jalur, yaitu:

4. Menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Di sini titik tolaknya adalah pengenalan bahwa setiap manusia, setiap masyarakat memiliki potensi yang dapat berkembang. Artinya, tidak ada masyarakat yang sama sekali tanpa daya, karena apabila demikian akan menjadikan punah. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya itu, dengan mendorong (*encourage*), memotivasi dan membangkitkan kesadaran (*awareness*), atau potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya.
5. Memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat (*empowering*). Dalam hal ini diperlukan langkah-langkah yang lebih positif, selain dari itu untuk menciptakan iklim dan suasana.
6. Memberdayakan mengandung pula arti melindungi. Dalam proses pemberdayaan harus dicegah yang lemah menjadi bertambah lemah, oleh karena kekurangberdayaan dalam menghadapi yang kuat. Oleh karena itu perlindungan dan pemihakan yang lemah amat mendasar sifatnya dalam konsep pemberdayaan masyarakat. Dalam rangka ini, adanya peraturan perundangan yang secara jelas dan tegas melindungi golongan lemah sangat diperlukan. Melindungi tidak berarti mengisolasi atau menutupi dari interaksi, karena itu justru akan mengerdilkan yang kecil dan melunglaikan yang lemah. Melindungi harus dilihat sebagai upaya untuk mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang, serta eksploitasi yang kuat atas yang lemah. Pemberdayaan masyarakat bukan membuat masyarakat miskin menjadi tergantung pada berbagai program pemberian. Karena pada dasarnya setiap apa yang dinikmati, harus dihasilkan atas usaha sendiri (yang hasilnya dapat diperuntukkan dengan pihak yang lain).

Swadaya masyarakat merupakan dasar yang cukup kuat namun kenyataannya dalam pengembangan kebudayaan dan kepariwisataan,

swadaya masyarakat untuk membangun kekuatan di sektor tersebut masih dirasakan jauh memadai, dan masih peranannya dimiliki oleh sektor usaha swasta, terutama dalam pemberdayaan pariwisata yang mampu mengundang kesadaran dan inisiatif masyarakat dalam membangun kepariwisataan yang dapat menguntungkan bagi kesejahteraan mereka.

Oleh karena itu, dalam mengatasi permasalahan tersebut, pemerintah kota Batu melakukan berbagai macam pemberdayaan masyarakat dengan memberikan pelatihan dan pembinaan pada masyarakat dalam mengembangkan agrowisata. Dengan demikian, pemerintah kota Batu membuat program-program pemberdayaan masyarakat yang dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat sehingga masyarakat dapat berperan serta dalam pengembangan agrowisata yaitu sebagai berikut :

- a. Sosialisasi Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Kota Batu
- b. Mengikutsertakan masyarakat dalam meningkatkan kegiatan wisata melalui *event-event* wisata.
- c. Mengikutsertakan masyarakat dalam menunjang penyediaan fasilitas akomodasi, perdagangan, makanan serta souvenir khas kota Batu.

Dimana masyarakat dapat berperan sebagai penjual maupun pengrajin.

Dalam hal ini diperlukan pula pelatihan ataupun penyuluhan meliputi:

- d. Pelatihan penggunaan teknologi tepat guna berupa *mixer* pemanas yang dapat digunakan untuk memproduksi minuman sari buah, sehingga nanti

diharapkan masyarakat kota Batu dapat membuat produk yang dapat dijadikan oleh-oleh bagi para wisatawan.

e. Membuat pelatihan pemandu wisata yang baik

f. Mengikutsertakan masyarakat dalam kegiatan promosi agrowisata melalui pendekatan langsung dengan wisatawan.

Dengan adanya program pemberdayaan masyarakat agrowisata di kota Batu maka pemerintah kota Batu telah menjalankan fungsi pemerintahan daerah dalam sektor kepariwisataan bahwa pemerintah daerah itu sebagai aktor berfikir dan bertindak kreatif, inovatif, dan produktif serta mampu membaca peluang untuk menyalurkan agar pengembangan agrowisata berorientasi pada masyarakat, sehingga APBD dapat terserap untuk alokasi anggaran pemberdayaan dan tidak hanya untuk pembangunan prasarana dan infrastruktur pariwisata saja. Dengan itu maka akan tercipta suatu pariwisata yang layak, seperti yang diungkapkan oleh Mc Lennon dalam Marpaung dan Bahar (2002:45-46) bahwa akan tercipta suatu pariwisata yang layak jika pariwisata tersebut memenuhi prinsip-prinsip yang diantaranya pengembangan pariwisata harus memberdayakan penduduk sebagai basis perkembangan tersebut.

Terkait dengan pemberdayaan masyarakat sekitar, maka Kusuma Agrowisata sebagai pihak swasta berusaha memberdayakan masyarakat sekitar dalam proses pengembangan usahanya. Kusuma Agrowisata adalah sebuah perusahaan pariwisata yang berbasis pada industri pertanian.

Industri ini mengutamakan kemampuan petani untuk mengelola lahan pertanian menjadi pemasok produk-produk utama di bidang pertanian.

Demi terciptanya otonomi daerah, yang mempunyai arti, memiliki hak, wewenang dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan khususnya Undang-undang No.32

Tahun 2004. Maka Pemerintah kota Batu berhak melakukan kebijakan sendiri dengan melakukan program-program yang sesuai dengan kondisi dan potensi unggulan daerah, yaitu melalui sektor pariwisata yang berbasis pertanian. Program-program tersebut antara lain adalah dengan melakukan kerjasama/kemitraan dengan institusi swasta yang berkomitmen penuh terhadap kemajuan sektor pariwisata berbasis pertanian, yaitu melakukan *partnership* dengan Kusuma Agrowisata. Kemitraan dalam kaitannya dengan pengembangan kebudayaan dan pariwisata dapat diartikan sebagai upaya membangun kekuatan sosial dan pertumbuhan ekonomi pariwisata yang ditandai dengan indikator-indikator peningkatan kunjungan wisatawan, belanja wisatawan, dan lama tinggal wisatawan.

Tim Deliveri (2004) menyatakan proses pemberdayaan masyarakat merupakan suatu proses yang bertitik tolak untuk memandirikan masyarakat agar dapat meningkatkan taraf hidupnya sendiri dengan menggunakan dan mengakses sumber daya setempat sebaik mungkin. Proses tersebut menempatkan masyarakat sebagai pihak utama atau pusat pengembangan

(*people or community centered development*). Berdasarkan hasil penelitian, kota Batu berpotensi untuk dikembangkan sebagai kawasan pariwisata terutama agrowisata yang pada dasarnya sebagian besar penduduk bekerja di bidang pertanian. Atas dasar tersebut masyarakat diberdayakan agar dapat memanfaatkan potensi yang ada sebagai destinasi pariwisata melalui pelatihan dan pembinaan yang diadakan oleh pemerintah daerah maupun pihak swasta. Menurut pengamatan peneliti realisasi program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah kota Batu dalam mengembangkan agrowisata sudah optimal. Serangkaian program yang dijalankan mendapat dukungan yang positif dari masyarakatnya sendiri, sehingga proses pengembangan dapat berjalan efektif.

Pariwisata berbasis masyarakat sebagai sebuah pendekatan pemberdayaan yang melibatkan dan meletakkan masyarakat sebagai pelaku penting dalam konteks paradigma baru pembangunan yakni pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development paradigma*) pariwisata berbasis masyarakat merupakan peluang untuk menggerakkan segenap potensi dan dinamika masyarakat, guna mengimbangi peran pelaku usaha pariwisata skala besar. Pariwisata berbasis masyarakat tidak berarti merupakan upaya kecil dan lokal semata, tetapi perlu diletakkan dalam konteks kerjasama masyarakat secara global. Jadi, pariwisata berbasis masyarakat merupakan pariwisata yang dimana masyarakat atau warga setempat memainkan peranan penting dan utama dalam

pengambilan keputusan mempengaruhi dan memberi manfaat terhadap kehidupan dan lingkungan mereka. Dalam konsep pariwisata berbasis masyarakat terkandung didalamnya adalah konsep pemberdayaan masyarakat, upaya pemberdayaan masyarakat pada hakikatnya selalu dihubungkan dengan karakteristik sasaran sebagai suatu komunitas yang mempunyai ciri, latar belakang, dan pemberdayaan masyarakat, yang terpenting adalah dimulai dengan bagaimana cara menciptakan kondisi suasana, atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat untuk berkembang. Tantangan mewujudkan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat adalah memerlukan pemberdayaan masyarakat yang sungguh-sungguh dilakukan oleh, dari, dan untuk masyarakat secara partisipatif muncul sebagai alternatif terhadap pendekatan pembangunan yang serba sentralistik dan bersifat top down.

Program-program pelatihan yang selama ini dilakukan oleh pemerintah kota Batu adalah berupa pelatihan dan pembinaan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam rangka pemanfaatan sumber daya yang ada. Upaya-upaya untuk pengembangan agrowisata di kota Batu yang melibatkan seluruh *stakeholders* termasuk masyarakat di dalamnya, sehingga potensi wisata yang dimiliki bisa menyejahterakan masyarakat kota Batu karena konsep pengembangan pariwisata berbasis masyarakat merupakan langkah efektif untuk menjadikan sektor pariwisata memberikan manfaat optimal kepada masyarakat.

b. Keterlibatan Masyarakat di Dalam Proses Perencanaan

Pengembangan Agrowisata di Kota Batu

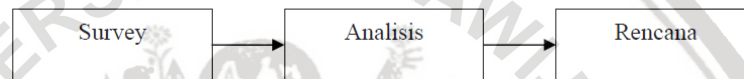
Strategi khusus pemberdayaan masyarakat melalui pariwisata dilakukan dengan konsep *community based tourism* (CBT) atau pariwisata berbasis masyarakat yaitu dengan melibatkan masyarakat lokal dalam perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program pariwisata.

Dalam pemberdayaan masyarakat pariwisata, maka hal-hal yang paling penting dan mendasar adalah semangat gotong royong diantara pemerintah, swasta, dan masyarakat tersebut, oleh karena itu dalam melakukan kerjasama dengan masyarakat tidak hanya terbatas dalam SDM atau pengarahannya tenaga kerja semata akan tetapi sejauh mana memposisikan pengembangan kebudayaan dan pariwisata sebagai subyek pembangunan.

Pentingnya perencanaan berkaitan dengan adanya partisipasi/keterlibatan masyarakat yang optimal dalam perencanaan diharapkan dapat membangun rasa memiliki yang kuat dikalangan masyarakat terhadap hasil-hasil pembangunan yang ada. Pada umumnya sejumlah kalangan sepakat perlu dikembangkan partisipasi sebagai upaya menyertakan masyarakat seluas-luasnya yang mendorong berkembangnya proses kebersamaan dalam suatu perencanaan. Partisipasi merupakan cara sederhana yang dapat dilakukan atau biasa dilakukan dalam pemberdayaan masyarakat. Munculnya proses partisipasi dalam rangka pemberdayaan

masyarakat mendasarkan atas dua pendekatan. Pertama; melibatkan masyarakat dalam pemilihan, perancangan, perencanaan dan pelaksanaan program, sehingga dengan demikian adanya jaminan pola sikap dan pola pikir serta nilai-nilai dan pengetahuannya ikut dipertimbangkan. Kedua; membuat umpan balik yang pada hakikatnya merupakan bagian yang tidak terlepas dari kegiatan pembangunan.

Struktur Partisipasi Masyarakat dalam Perencanaan



Gambar 10 Struktur Masyarakat dalam Perencanaan

Sumber: Geddesian dalam Soemarmo (dalam TESIS Irma Purnamasari)

1. Survey, masyarakat diikutsertakan dalam praktek lapangan dengan memberikan pembelajaran terhadap fakta yang terjadi di suatu daerah. Dengan melihat secara langsung *problem* yang ada, masyarakat telah memiliki gambaran dalam membuat suatu perencanaan yang sesuai dengan kondisi yang ada.
2. Analisis, disini masyarakat menganalisis suatu masalah yang terjadi dengan berdasarkan kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat melalui pokdarwis.
3. Rencana, berdasarkan analisis yang dilakukan oleh masyarakat, maka kemudian masyarakat berkoordinasi dengan pemerintah kota Batu melalui Dinas Pariwisata dalam membuat suatu perencanaan pengembangan agrowisata.

Salah satu bentuk keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan pengembangan agrowisata adalah dengan dibentuknya POKDARWIS tingkat desa. Alasan utama dibentuknya POKDARWIS ini adalah:

1. Masyarakat sebagai salah satu *stakeholder* pembangunan memiliki peran strategis tidak saja sebagai penerima manfaat pengembangan, namun sekaligus menjadi pelaku yang mendorong keberhasilan pengembangan kepariwisataan di wilayahnya masing-masing.

2. Keberhasilan pengembangan pariwisata perlu iklim yang kondusif dalam bentuk dukungan dan penerimaan masyarakat terhadap pengembangan pariwisata di daerahnya masing-masing.

Konsep sadar wisata didefinisikan sebagai sebuah konsep yang menggambarkan partisipasi dan dukungan masyarakat dalam mendorong terwujudnya iklim yang kondusif pengembangan kepariwisataan di suatu tempat. Partisipasi dan dukungan tersebut terkait dengan penciptaan kondisi yang mampu mendorong tumbuh dan berkembangnya industri pariwisata, antara lain dalam merencanakan dan menciptakan unsur-unsur penting dalam pengembangan sadar wisata.

Dengan perencanaan pembangunan yang melibatkan partisipasi masyarakat, berarti sudah mempertimbangkan kebutuhan dan situasi lingkungan masyarakat. Hal ini penting dalam tahapan proses selanjutnya, dimana masyarakat akan melaksanakan program yang direncanakan. Jika mereka merasa ikut memiliki dan merasakan manfaat program tersebut, maka diharapkan masyarakat dapat secara aktif melakukan pengawasan terhadap program, sehingga penyimpangan-simpangan dapat lebih

dihindarkan, guna mencapai keberhasilan pembangunan sesuai tujuan yang telah direncanakan.

Disadari bahwa dalam perencanaan pembangunan peran masyarakat sangat penting, namun kemampuan masyarakat pada umumnya masih relatif terbatas. Masih kurang dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan sehingga diskusi intensif antara pihak berkepentingan (stakeholders), baik dari unsur pemerintah, akademi, lembaga swadaya masyarakat, dunia usaha terkait perlu diselenggarakan untuk dapat saling melengkapi informasi dan menyamakan persepsi tentang kebijakan yang akan diputuskan oleh aparat tersebut.

Pusic (dalam Adi, 2001:206-207) menyatakan bahwa Perencanaan pembangunan tanpa memperhatikan partisipasi masyarakat akan menjadi perencanaan di atas kertas. Berdasarkan pandangannya, partisipasi atau keterlibatan warga masyarakat dalam pembangunan dilihat dari 2 hal, yaitu:

a. Partisipasi dalam perencanaan

Segi positif dari partisipasi dalam perencanaan adalah program-program pembangunan desa yang telah direncanakan bersama sedangkan segi negatifnya adalah adanya kemungkinan tidak dapat dihindari pertentangan antar kelompok dalam masyarakat yang dapat menunda atau bahkan menghambat tercapainya keputusan bersama. Disini dapat ditambahkan bahwa partisipasi secara langsung dalam perencanaan hanya dapat dilaksanakan dalam masyarakat kecil, sedangkan untuk masyarakat yang besar sukar dilakukan. Namun dapat dilakukan dengan sistem perwakilan. Masalah yang perlu dikaji adalah apakah yang duduk dalam perwakilan benar-benar mewakili warga masyarakat.

b. Partisipasi dalam pelaksanaan

Segi positif dari Partisipasi dalam pelaksanaan adalah bahwa bagian terbesar dari program (penilaian kebutuhan dan perencanaan program) telah selesai dikerjakan. Tetapi segi negatifnya adalah kecenderungan menjadikan warga negara sebagai obyek pembangunan, dimana warga hanya dijadikan pelaksana pembangunan tanpa didorong untuk mengerti dan menyadari permasalahan yang mereka hadapi dan tanpa ditimbulkan keinginan untuk mengatasi masalah. Sehingga warga masyarakat tidak secara emosional terlibat dalam program, yang berakibat kegagalan seringkali tidak dapat dihindari.

Wicaksono dan Sigiarto (Wijaya, 2001) berpendapat bahwa perencanaan partisipatif adalah usaha yang dilakukan masyarakat untuk memecahkan masalah yang dihadapi agar mencapai kondisi yang diharapkan berdasarkan kebutuhan dan kemampuan secara mandiri. Pendekatan partisipatif dalam perencanaan pembangunan menjadikan masyarakat tidak hanya dianggap sebagai objek pembangunan semata, tetapi juga sebagai subyek dalam pembangunan. Pembangunan yang berorientasi pada masyarakat berarti hasil pembangunan yang akan dicapai akan bermanfaat dan berguna bagi masyarakat, selain itu juga resiko akan ditanggung pula oleh masyarakat.

Berdasarkan penelitian dan observasi yang dilakukan oleh penulis dalam kegiatan pemberdayaan yang dilakukan oleh Badan Pemberdayaan Masyarakat, Perempuan, dan Keluarga Berencana (KB) kota Batu Disini masyarakat desa/kelurahan dan Badan Pemberdayaan Masyarakat, Perempuan, dan Keluarga Berencana (KB) kota Batu saling bergotong royong dalam merumuskan suatu kebijakan. Masyarakat diberikan kesempatan secara lebar oleh Badan Pemberdayaan Masyarakat,

Perempuan, dan Keluarga Berencana (KB) kota Batu untuk memberikan saran dan kritiknya terhadap rencana yang akan dibuat kedepannya. Salah satunya adalah dalam memproduksi minuman sari buah yang nantinya akan menjadi suatu produk unggulan yang dapat dijadikan buah tangan bagi wisatawan yang berkunjung di kawasan agrowisata kota Batu. Dari sini telah terlihat jelas bahwa masyarakat telah dilibatkan dalam perencanaan pengembangan agrowisata. Penyusunan perencanaan dengan melibatkan masyarakat setempat juga sebagai upaya menyusun perencanaan agar menghasilkan perencanaan yang sesuai dengan kebutuhan prioritas masyarakat setempat dan dapat direalisasikan secara riil. Dalam penyusunan perencanaan merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk mendukung kegiatan yang dilakukan dalam pengembangan agrowisata. Masyarakat juga dilibatkan dalam mengakomodir kebutuhan mereka dan memberikan saran mengenai pengembangan agrowisata tersebut.

c. Sarana dan Prasarana Pendukung Pengembangan Agrowisata di Kota Batu

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1994:880), "Sarana adalah segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai tujuan, alat, media". Adapun yang dimaksud dengan sarana pariwisata menurut Yoeti (1993:184) adalah, "Perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung

dan hidup serta kehidupannya banyak tergantung pada kedatangan wisatawan”. Sedangkan menurut Wahab dalam Yoeti (1993:129). “Sarana pariwisata adalah semua bentuk perusahaan yang dapat memberikan pelayanan wisatawan, tetapi hidup dan kehidupannya tidak selamanya tergantung pada wisatawan”.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan sarana pariwisata adalah perusahaan-perusahaan yang kegiatannya melayani wisatawan dan kehidupannya tidak selamanya tergantung pada wisatawan.

Yoeti (1986:2) membagi sarana pariwisata dalam tiga kelompok,

yaitu:

1. Sarana Pokok Pariwisata

Yang termasuk ke dalam sarana ini adalah perusahaan yang kelangsungan hidupnya tergantung pada wisatawan. Perusahaan itu adalah:

- Perusahaan yang mempersiapkan dan merencanakan pelayanan wisatawan, seperti *travel agent*, *tourism bus*.
- Perusahaan yang memberi pelayanan di tempat tujuan wisata seperti hotel, losmen, wisma, pondok wisata dan restoran.

2. Sarana Pelengkap Pariwisata

Sarana pelengkap pariwisata adalah semua fasilitas yang fungsinya dapat melengkapi sarana pokok kepariwisataan meliputi:

- Sarana rekreasi, meliputi: taman bunga, tempat hiburan
- Sarana olahraga, meliputi: kolam renang, lapangan tenis
- Sarana ketangkasan, meliputi: permainan bola sodok

3. Sarana Penunjang Pariwisata

Sarana penunjang pariwisata adalah perusahaan yang menunjang sarana pelengkap atau sarana pokok dan berfungsi tidak hanya membuat wisatawan betah tinggal disuatu tempat, tetapi fungsinya yang lebih penting adalah agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan atau membelanjakan uangnya

ditempat yang dikunjunginya, termasuk dalam kelompok ini toko souvenir, dan pedangan cinderamata.

Sarana pendukung pengembangan agrowisata di kota Batu sudah mencakup unsur-unsur seperti yang dijelaskan oleh pendapat diatas. Mulai dari sarana pokok yang terdiri dari hotel, rumah makan dan biro perjalanan, kemudian sarana pelengkap, serta sarana penunjang pariwisata sudah tersedia di kota Batu. Dengan hal ini, sarana pendukung agrowisata sudah cukup memadai yang dilakukan oleh pemerintah kota Batu.

Prasarana pariwisata menurut Yoeti (1993:181) adalah “semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana pariwisata dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beranekaragam”. Prasarana agrowisata yang ada di kota Batu semakin bertambah untuk menyesuaikan dengan kebutuhan para wisatawan. Berikut prasarana agrowisata yang tersedia di kota Batu:

1. Prasarana Umum

Prasarana umum meliputi:

Sistem pengaduan air: sistem pengaduan air di kota Batu sudah baik dan lancar karena sebagian besar didistribusikan oleh PDAM.

Dibeberapa desa telah terbentuk Himpunan Pemakai Air Minum (HIPAM). Kelistrikan: Penerangan jalan di kota Batu semakin lama semakin membaik yang dilakukan oleh pihak Penerangan Jalan

Umum (PJU). Jalur lalu lintas: cukup teratur, walaupun masih terdapat jalan yang lubang.

2. Prasarana Kebutuhan Pokok Pola Hidup Modern

Prasarana kebutuhan pokok pola hidup modern meliputi: rumah sakit, apotik, bank, salon, kantor-kantor pemerintahan dan pompa bensin.

Prasarana seperti yang dijelaskan diatas, telah tersedia di kota Batu.

Hal tersebut sangat mendukung bagi berkembangnya agrowisata, karena prasarana yang ada dapat memudahkan wisatawan dalam memenuhi kebutuhan yang diperlukan selama berkunjung ke kota Batu.

d. Promosi Agrowisata di kota Batu

Bauran promosi merupakan alat komunikasi yang terdiri dari kombinasi alat-alat promosi yang digunakan oleh produsen. Terdapat perbedaan pendapat diantara ahli-ahli mengenai komposisi dari alat-alat promosi, namun pada umumnya sepakat bahwa alat promosi yang satu dengan alat promosi yang lainnya memiliki hubungan yang erat, sehingga diantaranya tidak dapat terpisahkan karena bersifat saling mendukung dan melengkapi. Berikut merupakan beberapa definisi promosi yang diungkapkan oleh beberapa ahli:

1. Menurut Kotler dan Keller (2009:510) "Promosi adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen langsung atau tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual."

2. Menurut Kotler dan Armstrong (2010:84) "Promosi adalah aktivitas mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk konsumen sasaran untuk membelinya."

3. Menurut Fandy Tjiptono (2008:219) “Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atau perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.” Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan konsumen sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Secara singkat promosi berkaitan dengan upaya untuk mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk perusahaan, lalu memahaminya, berubah sikap, menyukai, yakin, kemudian akhirnya membeli dan selalu mengingat produk tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2009:512), “bauran komunikasi pemasaran promosi terdiri atas tujuh cara komunikasi utama yaitu :

1. *Advertising*
2. *Sales Promotion*
3. *Public Relations and Publicity*
4. *Direct Marketing*
5. *Personal Selling*
6. *Word of Mouth Marketing*
7. *Event and Experiences*

Berdasarkan definisi dari beberapa ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa promosi adalah bertujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan konsumen sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Secara singkat promosi berkaitan dengan upaya untuk mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk perusahaan, lalu memahaminya, berubah sikap, menyukai, yakin, kemudian akhirnya membeli dan selalu mengingat produk tersebut. Dengan adanya promosi tersebut suatu daerah pariwisata dapat di kenalkan kepada masyarakat luas dengan berbagai cara agar masyarakat tertarik mengunjungi daerah pariwisata tersebut. Banyaknya potensi wisata di kota Batu, maka

diperlukan promosi dalam memasarkan produk-produk pariwisata khususnya agrowisata. Dinas Pariwisata melakukan kegiatan promosi guna memperkenalkan potensi pariwisata yang dimiliki kota Batu baik dengan mengadakan pameran yang diselenggarakan sendiri atau mengikuti pameran-pameran dalam negeri maupun luar negeri. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata sesuai dengan pendapat Kotler dan Keller (2009:512) antara lain:

1) *Advertising*

Kegiatan periklanan tersebut bertujuan mengenalkan dan memberi informasi kepada wisatawan mengenai keberadaan dan potensi wisata di kota Batu sehingga kota Batu dapat menjadi destinasi unggulan pariwisata di tingkat provinsi, nasional, maupun internasional baik melalui media cetak, elektronik serta media internet.

2) *Sales Promotion*

Serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata guna mempromosikan agrowisata adalah dengan menggelar pameran baik di dalam maupun di luar kota dengan mengusung tema tertentu.

3) *Public Relations*

Pelaksanaan implementasi dari kebijakan *Public Relations* oleh Dinas

Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu adalah melalui beberapa bentuk kegiatan di bawah ini:

- a. Melalui pameran pekan budaya pariwisata, dengan adanya kegiatan ini diharapkan dapat lebih mengenalkan budaya dan keanekaragaman daya tarik wisata kota Batu di mata masyarakat secara luas.
- b. Melalui pemilihan Kangmas dan Nimas kota Batu, *Event* ini merupakan andalan dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu dalam mempromosikan pariwisata di kota Batu termasuk didalamnya adalah agrowisata. Dalam *Event* ini hasil yang ingin dicapai adalah didapatkannya duta wisata yang mampu mempromosikan kota Batu sebagai destinasi unggulan pariwisata di Jawa Timur. Dengan adanya duta wisata yang berkompeten dalam melakukan promosi, maka diharapkan berdampak positif pada peningkatan wisatawan yang berkunjung di kota Batu.
- c. Kerjasama lintas sektor dalam penyebaran informasi potensi daerah, kegiatan yang dilakukan dalam hal ini adalah pelaksanaan *expo/pamera* di tingkat lokal, provinsi, nasional, maupun internasional.

5) *Direct Marketing*

Pembuatan situs di internet dan *e-mail* merupakan kelanjutan langkah dari tujuan jangka panjang organisasi untuk memasuki pasar global sebagai alat untuk meningkatkan kunjungan wisatawan sehingga mampu memberi pemasukan positif disegala bidang. Dalam kenyataannya situs internet dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu dalam bentuk *website* sudah mampu menjangkau secara detail dan rinci mengenai berbagai potensi wisata yang ada di kota Batu.

e. Mendorong tumbuhnya *partnership* (kemitraan)

Salah satu tujuan pengembangan agrowisata adalah, antara lain untuk meningkatkan kualitas masyarakat, khususnya masyarakat di sekitar lokasi agrowisata atau daerah tujuan wisata, karena manfaat pengembangan agrowisata belum menjangkau masyarakat sekitarnya secara luas. Selama ini yang mampu memanfaatkan dampak secara ekonomis atau komersial dari pengembangan obyek agro wisata masih terbatas pada pengusaha atau investor yang mengelola obyek agro wisata dengan modal besar. Kesempatan kerja dan lapangan kerja baru yang tercipta dengan adanya obyek agro wisata tidak selalu secara otomatis dapat dimanfaatkan atau dinikmati secara langsung oleh masyarakat setempat, hal tersebut dikarenakan masih terbatasnya permodalan dan keterampilan masyarakat, sedangkan untuk memanfaatkan peluang tersebut diperlukan permodalan dan keterampilan khusus, akibat lebih jauh kondisi ini dapat mengakibatkan berbagai kesenjangan sosial ekonomi

yang tajam serta kecemburuan sosial, oleh karena itu untuk tidak terjadinya kesenjangan antara masyarakat petani dengan pemilik modal, maka upaya mengembangkan kemitraan adalah salah satu cara yang dapat ditempuh dan diharapkan dapat menyelaraskan pola hidup petani setempat dengan tidak merubah sistem pertanian dan kepemilikan lahan petani secara total, namun memberikan kesempatan kepada masyarakat berperan aktif dalam bentuk kemitraan.

Dalam hubungan antar institusi tidak lepas dari peranan sebuah kemitraan atau ikatan sebuah hubungan yang saling menguntungkan dan mempunyai suatu tujuan tersendiri. Secara umum, istilah kemitraan diatur dalam Undang-undang No. 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil dalam pasal 1 menyatakan bahwa kemitraan adalah kerjasama usaha antara usaha kecil atau usaha menengah atau dengan usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan. Melalui kemitraan masyarakat akan berpartisipasi dalam pengambilan keputusan baik dalam kebijakan program pengembangan agrowisata.

Dalam proses kemitraan, pada pemberdayaan masyarakat terdapat berbagai komponen yang terlibat dan memegang peranan sebagai pelaku kemitraan pemberdayaan masyarakat, para pelaku tersebut diantaranya: pemerintah, pakar, dunia usaha, LSM, dan masyarakat. Dalam menjalin kemitraan diantara unsur-unsur tersebut membuat jaringan-jaringan kerja efektif dan efisien untuk tercapai keuntungan bersama melalui berbagai

dimensi kegiatan antara lain kegiatan pengembangan usaha ekonomi rakyat, penguatan modal sosial masyarakat. Dalam jaringan kerja kemitraan tersebut pada dasarnya lebih menitikberatkan kepada bagaimana upaya yang dapat dilakukan oleh setiap komponen pemberdayaan masyarakat, agar masyarakat yang tidak mampu dan belum berdaya menjadi berdaya.

Demi terciptanya otonomi daerah, yang mempunyai arti, memiliki hak, wewenang dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan khususnya Undang-undang No.32 Tahun 2004. Maka Pemerintah kota Batu berhak melakukan kebijakan sendiri dengan melakukan program-program yang sesuai dengan kondisi dan potensi unggulan daerah, yaitu melalui sektor pariwisata yang berbasis pertanian. Program-program tersebut antara lain adalah dengan melakukan kerjasama/kemitraan dengan institusi swasta yang berkomitmen penuh terhadap kemajuan sektor pariwisata berbasis pertanian, yaitu melakukan *partnership* dengan Kusuma Agrowisata.

Secara umum konsep *public-private partnership* dapat diartikan sebagai perjanjian dalam bentuk kontraktual antara pihak publik (federal, lembaga negara) dengan pihak kedua (perusahaan swasta) yang bertindak atas dasar mencari keuntungan melalui perjanjian ini. Seluruh kemampuan dan aset dari masing-masing pihak dikombinasikan untuk menghasilkan

sebuah fasilitas yang digunakan secara luas oleh masyarakat umum.

Dalam rangka berbagi sumber daya alam yang ada, setiap pihak juga saling berbagi dalam menanggung beban resiko yang mungkin muncul serta potensi keuntungan yang akan diperoleh dari fasilitas umum yang dihasilkan.

Kemitraan yang dilakukan oleh pemerintah kota Batu adalah dengan bekerja sama dengan Kusuma Agrowisata. Dalam buku *Public-Private Partnership for Sustainable Development* (2002:26) yang dikutip oleh Irawan (2004:21) dijelaskan bahwa bentuk kerjasama ini dapat dilakukan melalui berbagai macam model, dimana model-model dari *Public-Private Partnership* (PPP) yang digunakan antara pemerintah kota Batu dengan Kusuma Agrowisata yaitu:

Build-Own-Operate (BOO)

Model kerjasama ini memberikan kesempatan kepada pihak swasta untuk membangun dan mengoperasikan fasilitas yang berkaitan dengan pemberian pelayanan kepada sektor publik tanpa harus mengalihkan kepemilikan fasilitas tersebut kepada pihak publik dan tidak ada keharusan pada pihak publik untuk membeli dan mengambil alih atas kepemilikan atas fasilitas tersebut kecuali pihak publik sendiri yang menghendaknya. Dari kerjasama ini pihak publik akan memperoleh sumber pendapatan baru atas pembagian pendapatan yang dihasilkan oleh fasilitas tersebut, disisi

lain pihak publik juga telah menunaikan kewajibannya dalam memenuhi kebutuhan pelayanan publik yang diharapkan masyarakat tanpa harus mengeluarkan biaya sedikitpun.

Developer Finance

Model kerjasama ini dilakukan melalui pembangunan atau pengembangan fasilitas umum yang telah ada, dimana biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan pembangunan atau pengembangan ini dibebankan pada pihak swasta, sebagai timbal baliknya pihak swasta diberikan kewenangan untuk membangun kompleks pemukiman, perdagangan, dan fasilitas pendukung di sekitar lahan tersebut. Pihak swasta tersebut memberikan kontribusi melalui penanaman modal dan diberikan kewenangan untuk mengoperasikan fasilitas tersebut di bawah kontrol dan pengawasan dari pemerintah, dengan adanya kegiatan tersebut maka pihak swasta dapat memperoleh keuntungan dari pengembangan kawasan yang dilakukannya atas pembelian dan penyewaan fasilitas pendukung yang mereka bangun. Dari hasil pemasukan yang diperoleh melalui pembagian keuntungan dari pihak swasta tersebut, hasilnya dapat digunakan untuk pembangunan fasilitas pelayanan yang telah ada. Pola kemitraan yang berjalan di sektor pemerintahan dan swasta sebagai pemegang kendali pariwisata

2. Faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan agrowisata di kota Batu

a. Faktor pendukung yang terdiri dari:

1) Faktor pendukung internal

a) Letak geografis

Menurut Fennel dalam Pitana (2009:71) sumber daya alam yang dapat dikembangkan menjadi sumber daya pariwisata diantaranya adalah lokasi geografis, hal ini menyangkut karakteristik ruang yang menentukan kondisi yang terkait dengan beberapa variable lain, misalnya untuk wilayah eropa yang dingin dan bersalju seperti Swiss mungkin cocok cocok dikembangkan atraksi wisata ski es.

Berdasarkan letak geografinya, kota Batu memiliki peluang untuk lebih dikembangkan sebagai daerah wisata yang lebih menarik, hal ini didasarkan pada kondisi alam yang sangat mendukung. Atraksi wisata di Kota Batu dibuat berbeda antara satu dengan lainnya sehingga tidak terjadi persaingan yang cukup berarti. Sumber daya wisata yang dimiliki oleh Kota Batu cukup beragam dan dapat dengan mudah ditemui karena lokasinya yang relatif berdekatan. Kota Batu merupakan daerah yang mempunyai tanah yang sangat subur. Sebagian besar wilayahnya terdiri dari pegunungan dan perbukitan.

Melihat potensi yang dimiliki oleh kota Batu, maka dapat dikatakan bahwa kota Batu memiliki pemandangan dan panorama alam yang indah, dengan berbagai jenis flora dan fauna yang ada didalamnya. Kota Batu merupakan sebuah kota yang terkenal dengan wisata andalan alamnya yang indah dan sejuk, serta mempunyai potensi unggulan buah apel.

b) Kondisi iklim

Menurut Fennel dalam Pitana (2009:71) sumber daya alam yang dapat dikembangkan menjadi sumber daya pariwisata diantaranya adalah iklim dan cuaca yang ditentukan oleh *latitude* dan *elevation* diukur dari permukaan air laut, daratan, pegunungan, dan sebagainya. Bersama faktor geologis, iklim merupakan penentu utama dari lingkungan fisik yang mempengaruhi vegetasi, kehidupan binatang, angin dan sebagainya. Temperatur rata-rata kota Batu 21,5°C, dengan temperatur tertinggi 27,2°C dan terendah 14,9°C. Rata-rata kelembaban nisbi udara 86% dan kecepatan angin 10,73 km/jam. Curah hujan tertinggi di kecamatan Bumiaji sebesar 2471 mm dan hari hujan 134 hari. Keadaan topografi kota Batu memiliki dua karakteristik yang berbeda. Karakteristik yang pertama yaitu bagian sebelah utara dan barat yang merupakan daerah ketinggian yang bergelombang dan berbukit. Sedangkan

karakteristik yang kedua, yaitu daerah timur dan selatan yang merupakan daerah yang relatif datar meskipun berada pada ketinggian 800-3000 m dari permukaan laut.

Dengan yang demikian, kota Batu yang berada di daerah pegunungan ini memiliki iklim yang cenderung dingin. Hal ini yang membuat daya tarik wisata di kota Batu semakin bertambah. Sebagian wisatawan cenderung ingin menikmati udara dingin yang ada di kota Batu. Oleh karena itu, iklim di kota Batu merupakan faktor pendukung dalam pengembangan agrowisata.

c) **Transportasi**

Menurut Salim (2000) transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain. Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari. Transportasi atau perhubungan merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan yang cukup strategis dalam pengembangan agrowisata.

Pembangunan infrastruktur berupa jalan sangat penting dalam rangka meningkatkan mobilitas penduduk dan barang serta meningkatkan perekonomian masyarakat di suatu wilayah.

Semakin meluas dan meningkatnya kualitas jalan raya telah mengakibatkan semakin meningkatnya jumlah dan frekuensi

orang yang melakukan perjalanan wisata. Berdasarkan letak dari potensi wisata yang dimiliki oleh kota Batu sejauh ini akses jalan telah cukup memadai, hanya saja akses untuk kendaraan besar perlu ditambahkan. Sebab apabila kendaraan besar melalui akses jalan yang sama dengan kendaraan kecil, maka akan menimbulkan kemacetan dan kerusakan jalan.

2) Faktor pendukung eksternal

a) Keramah-tamahan penduduk

Menurut Pitana (2009:72) sumber daya manusia diakui sebagai salah satu komponen vital dalam pembangunan pariwisata. Hampir setiap tahap dan elemen pariwisata memerlukan sumber daya manusia untuk menggerakkannya. Singkatnya faktor sumber daya manusia sangat menentukan eksistensi pariwisata. Sebagai salah satu industri jasa, sikap, dan kemampuan *staff* akan berdampak krusial terhadap bagaimana pelayanan pariwisata diberikan kepada wisatawan yang secara langsung akan berdampak pada kenyamanan, kepuasan, dan kesan atas kegiatan wisata yang dilakukannya.

Keramah tamahan merupakan salah satu elemen pariwisata sumber daya manusia untuk menggerakkan agrowisata.

Keramah-tamahan penduduk kota Batu diwujudkan dalam konsep sadar wisata dengan penerapan SAPTA PESONA. Di

dalam SAPTA PESONA terdapat unsur keramah-tamahan, tujuannya adalah menciptakan lingkungan yang ramah bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu menawarkan suasana yang akrab, bersahabat, serta seperti di “rumah sendiri” bagi wisatawan, sehingga mendorong minat kunjungan ulang dan promosi yang positif bagi prospek pasar yang lebih luas. Bentuk aksi yang dilakukan oleh penduduk berkaitan dengan unsur keramah tamahan adalah:

1. Bersikap sebagai tuan rumah yang baik dan rela membantu wisatawan
2. Memberi informasi tentang adat istiadat secara sopan
3. Para petugas bias menampilkan sikap perilaku yang terpuji
4. Menampilkan senyum dan keramah-tamahan yang tulus

b) Keamanan

Keamanan adalah keadaan bebas dari bahaya. Istilah ini bisa digunakan dengan hubungan kepada [kejahatan](#), segala bentuk [kecelakaan](#), dan lain-lain. Keamanan merupakan topik yang luas termasuk [keamanan nasional](#) terhadap serangan teroris, keamanan komputer terhadap [hacker](#), keamanan rumah terhadap maling dan penyusup lainnya, keamanan finansial terhadap kehancuran ekonomi dan banyak situasi berhubungan lainnya (id.wikipedia.org/wiki/Keamanan). Keamanan bagi

wisatawan sangat penting dijaga dalam bidang pariwisata, baik keamanan fisik maupun keamanan barang bawaan. Di kota Batu, unsur keamanan terdapat dalam konsep SAPTA PESONA. Di dalam SAPTA PESONA unsur keamanan Menciptakan lingkungan yang aman bagi wisatawan dan berlangsungnya kegiatan kepariwisataan, sehingga wisatawan tidak merasa cemas dan dapat menikmati kunjungannya ke kota Batu. Bentuk aksi yang dilakukan oleh penduduk berkaitan dengan unsur keamanan adalah:

1. Menolong dan melindungi wisatawan
2. Tidak mengganggu wisatawan
3. Tidak mengganggu wisatawan
4. Bersahabat dengan wisatawan
5. Memelihara keamanan lingkungan
6. Membantu memberi informasi kepada wisatawan
7. Menjaga lingkungan yang bebas dari bahaya penyakit menular
8. Meminimalkan resiko kecelakaan dalam penggunaan fasilitas publik.

Dengan adanya unsur keamanan dalam SAPTA PESONA diharapkan dapat meminimalisir tindak kejahatan kepada wisatawan yang berkunjung ke kota Batu, sehingga para

wisatawan merasa nyaman dalam melakukan perjalanan wisatanya. Peningkatan rasa aman wisatawan dilakukan dengan mencegah terjadinya segala bentuk kekerasan, menempatkan kepolisian sebagai bagian dari lembaga sipil, dan mengutamakan cara damai dan pendekatan yang simpatik dan kolaboratif dalam menciptakan rasa aman. Selain itu, komitmen untuk membangun persamaan hukum, perlindungan terhadap kebebasan berekspresi, dan perlindungan hak asasi manusia di daerah konflik yang diatur dalam UU No. 39 Tahun 1999 terus dilaksanakan secara bersama-sama. UU tersebut telah mengatur hak atas rasa aman, di antaranya jaminan atas perlindungan diri pribadi, keluarga, kehormatan, martabat, dan hak miliknya. UU tersebut juga mengatur tentang persamaan pengakuan di depan hukum, tidak terkecuali jaminan bagi setiap orang untuk tidak boleh ditangkap, ditahan, disiksa, dikucilkan, diasingkan atau dibuang secara sewenang-wenang.

b. Faktor penghambat yang terdiri dari:

1) Faktor penghambat internal

Rendahnya kemampuan dan keterbatasan wawasan masyarakat dalam hal kepariwisataan

Kemampuan/kompetensi adalah kemampuan bersikap, berfikir dan bertindak secara konsistensi sebagai perwujudan

dari pengetahuan, sikap dan keterampilan yang dimiliki (Perencanaan pengajaran, 2007). Sedangkan yang dimaksud dengan kemampuan mengelola proses belajar mengajar adalah kesanggupan atau kecakapan para dosen dalam menciptakan suasana komunikasi yang edukatif antara dosen dan peserta didik yang mencakup segi kognitif, afektif dan psikomotor, sebagai upaya mempelajari sesuatu berdasarkan perencanaan sampai dengan tahap evaluasi dan tindak lanjut agar tercapai tujuan pengajaran (Subroto, 2002) (repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/23975/4/Chapte...).

Salah satu masalah dalam mengembangkan agrowisata adalah belum cukup tersedianya tenaga-tenaga yang cakap, terampil, dan memiliki *skill* yang tinggi, serta pengabdian kepada bidangnya (*professional*), pada dasarnya kebutuhan tersebut sangat mutlak dalam bersaing di pasar global, disamping itu kurang tersedianya fasilitas yang cukup untuk menunjang pendidikan pariwisata. Berdasarkan penelitian dan observasi yang dilakukan oleh penulis, didapatkan informasi mengenai rendahnya kemampuan dan keterbataan wawasan masyarakat dalam hal kepariwisataan adalah sebagai berikut:

1. Di dalam masyarakat tertanam anggapan bahwa mereka akan meluangkan waktunya untuk suatu kegiatan

apabila mereka merasa bahwa kegiatan tersebut berguna. Disini masyarakat kota Batu cenderung acuh terhadap kegiatan yang dirasa tidak menuntungkan mereka, termasuk dalam hal kepariwisataan.

2. Sebagian besar masyarakat kota Batu adalah bermata pencaharian sebagai petani, banyak petani yang pendidikannya hanya sampai tingkat Sekolah Dasar (SD).
3. Masih minimalnya pemahaman tentang sadar wisata
4. Masyarakat kesulitan dalam membuat paket wisata
5. Tingkat pendidikan masyarakat masih rendah
6. Masyarakat sulit untuk diajak mengikuti pembinaan dan pelatihan, mereka lebih memilih bekerja, hal tersebut yang menyebabkan kemampuan kebanyakan masyarakat kurang berkembang.

Rendahnya tingkat pendidikan menyebabkan partisipasi masyarakat dalam proses dengar pendapat masyarakat dengan pemerintah menjadi terganggu, karena belum pahamnya masyarakat terhadap kepariwisataan, sehingga pendapat masyarakat yang diharapkan oleh pemerintah sebagai masukan dalam pengembangan agrowisata tidak dapat tercapai dengan baik. Dalam hal ini antara pihak pemerintah dan masyarakat

sebaiknya memiliki perspektif yang sama dalam pengembangan agrowisata sehingga tidak terjadi perbedaan pandangan nantinya dalam pelaksanaan tersebut. Demikian juga halnya dalam pelaksanaannya, pemerintah harus memperhatikan rendahnya tingkat pendidikan masyarakat ini karena memerlukan pendekatan dan penjelasan yang lebih mendetail kepada masyarakat dalam penerapan kepariwisataan.

2) Faktor penghambat eksternal

a) Belum mantapnya koordinasi kebijakan antara pemerintah dengan masyarakat

Menurut UN-WTO dalam Pitana (2009:113) peran pemerintah dalam menentukan kebijakan pariwisata sangat strategis dan bertanggung jawab terhadap beberapa hal berikut:

1. Membangun kerangka (*framework*) operasional dimana sektor publik dan swasta terlibat dalam menggerakkan denyut pariwisata.
2. Menyediakan dan memfasilitasi kebutuhan legislasi, regulasi, dan control yang diterapkan dalam pariwisata, perlindungan lingkungan, dan pelestarian budaya.
3. Menyediakan dan membangun infrastruktur transportasi darat, laut, dan udara dengan kelengkapan prasarana komunikasinya.

4. Membangun dan memfasilitasi peningkatan kualitas sumber daya manusia dengan menjamin pendidikan dan pelatihan yang professional untuk menyuplai kebutuhan tenaga kerja di sektor pariwisata.

5. Menerjemahkan kebijakan pariwisata yang disusun kedalam rencana konkret yang mungkin termasuk didalamnya adalah mengelaborasi program untuk pembiayaan dalam aktivitas pariwisata, baik sektor publik maupun swasta.

Jika ditinjau dari teori diatas, untuk mencapai kesuksesan dalam pembangunan pariwisata diperlukan pemahaman baik dari pemerintah selaku *regulator* maupun dari masyarakat. Pemerintah tentu harus memperhatikan dan memastikan bahwa pembangunan pariwisata itu akan mampu memberikan keuntungan sekaligus menekan biaya sosial ekonomi serta dampak lingkungan sekecil mungkin. Disisi lain, masyarakat harus dapat menyesuaikan dengan kebijakan dan regulasi dari pemerintah. Sikap profesional, sikap dari para pelaksana (pendamping dan aparat pemerintah) harus berpihak kepada masyarakat. Mereka harus percaya kepada kemampuan masyarakat dan dapat membagi pengetahuannya. Belajar dari pengalaman, semua kelompok masyarakat berbeda. Para

pelaksana harus fleksibel dan mau belajar dari pengalaman serta mencoba beberapa metode dalam pemberdayaan masyarakat. Dengan demikian kapasitas dari masyarakat dan institusi dapat berubah dengan sendirinya, mendapat pengakuan, dukungan dan menambah kepercayaan masyarakat. Tetapi pada kenyataannya yang terjadi di kota Batu adalah pemerintah terlalu teoritis dalam merumuskan suatu kebijakan tanpa melihat kondisi masyarakat yang ada. Masyarakat sendiri kurang peduli terhadap masalah-masalah yang dianggapnya tidak penting termasuk dalam berkoordinasi merumuskan suatu kebijakan.

b) Lemahnya kekuatan hukum

Hukum merupakan peraturan-peraturan yang diciptakan oleh suatu negara atau lembaga yang berwenang dan memiliki sifat memaksa, memaksa memiliki makna bahwa diwajibkan untuk dipatuhi dan jika dilanggar maka sebagai resikonya individu yang melanggar akan mendapatkan sanksi dari negara atau pejabat yang berwenang. Dari pengertian hukum tersebut sudah ditegaskan bahwa hukum itu dibuat untuk dipatuhi dan ada sanksi bagi yang melanggarnya, namun kenyataan dilapangan ternyata hukum dibuat justru untuk dilanggar dan hanya bersifat tertulis semata. Hukum dibuat oleh lembaga berwenang

dengan jumlah yang cukup banyak dan terbagi dalam berbagai golongan (rumahtugasa209.blogspot.com/.../pkn-2-penyebab).

Dengan hal tersebut diharapkan kehidupan warga negara menjadi lebih aman, tertib dan teratur. Namun pada dasarnya semua hal tersebut akan terwujud jika masyarakat bersama aparat penegak hukum beserta pemerintah mampu menegakkan supremasi hukum yang sesungguhnya di negeri ini. Dan hal itu terjadi karena pelaksanaan hukum di Indonesia memiliki banyak kelemahan dan kekurangan, sehingga dengan kita mempelajari dan mengkaji kekurangan, kelemahan dan permasalahan yang terjadi di negara ini, kita bisa memperbaiki apa yang kurang baik ini menjadi lebih baik. Ada beberapa permasalahan-permasalahan yang terjadi di Negara Indonesia, permasalahan itu disebabkan oleh berbagai hal, beberapa diantaranya adalah masalah pada sistem peradilannya, perangkat hukumnya dan tidak konsistennya para penegak hukum terhadap hukum itu sendiri serta intervensi kekuasaan maupun perlindungan hukum terhadap masyarakatnya.

Pelaksanaan hukum itu sendiri juga memiliki kelemahan pada Produk Hukum, Penegak Hukum dan Sanksi Hukumnya.

Jika ditinjau dari definisi diatas, berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis selama melaksanakan penelitian

saat ini hukum yang mengatur tentang kepariwisataan di kota Batu hanya pada UU No.10 tahun 2009. Belum adanya peraturan daerah yang di buat oleh pemerintah kota dalam hal ini. Padahal perda berperan penting dalam implementasi kebijakan pariwisata yang sesuai dengan kondisi kota Batu sendiri.



BAB V

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu tentang Pengembangan Agrowisata dengan Pendekatan *Community Based Tourism*, maka dapat dikemukakan kesimpulan dan beberapa saran sebagai berikut:

A. Kesimpulan

1. Program pemberdayaan baik pelatihan maupun pembinaan yang dilakukan oleh pemerintah kota Batu melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu, Badan Pemberdayaan Masyarakat, Perempuan, dan Keluarga Berencana (KB) serta dari pihak swasta (Kusuma Agrowisata) kepada masyarakat mengenai pengembangan agrowisata sudah direalisasikan dengan baik, terbukti dengan terbentuknya beberapa desa wisata yang dikelola oleh masyarakat sendiri.
2. Keterlibatan masyarakat di dalam proses perencanaan pengembangan agrowisata di kota Batu salah satunya melalui pokdarwis. Pokdarwis sebagai motor atau penggerak dalam perencanaan pengembangan agrowisata. Masyarakat sebagai salah satu *stakeholder* pembangunan memiliki peran strategis tidak saja sebagai penerima manfaat pengembangan, namun sekaligus

menjadi pelaku yang mendorong keberhasilan pengembangan kepariwisataan di wilayahnya masing-masing

3. Sarana dan prasarana pendukung pengembangan agrowisata di

Kota Batu sudah sangat memadai, mulai dari sarana pokok (hotel, rumah makan, dan biro perjalanan), sarana pelengkap (sarana rekreasi dan sarana olah raga), dan sarana penunjang (panti pijat).

Prasarana umum dan prasarana kebutuhan pokok pola hidup modern dan tersebar dengan baik.

4. Berbagai macam bentuk promosi yang dilakukan oleh Dinas

Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu banyak dipengaruhi oleh kebutuhan dinas serta berdasarkan target peningkatan komoditas pariwisata untuk menambah devisa Negara. Seiring perkembangan waktu, menyebabkan kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas

Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu harus lebih terorganisir secara sistematis dan berbagai ragam media yang digunakan tidak

lagi hanya mengandalkan sumber daya dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu saja, tetapi juga dari pihak eksternal. Dalam

melakukan promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu bekerjasama dengan pihak Kusuma Agrowisata.

5. Tumbuhnya *partnership* (kemitraan) salah satunya adalah

melakukan kerjasama/kemitraan dengan institusi swasta yang

berkomitmen penuh terhadap kemajuan sektor pariwisata berbasis pertanian, yaitu melakukan *partnership* dengan Kusuma

Agrowisata. Kemitraan dalam kaitannya dengan pengembangan agrowisata sebagai upaya membangun kekuatan sosial dan pertumbuhan ekonomi pariwisata yang ditandai dengan indikator-indikator peningkatan kunjungan wisatawan, belanja wisatawan, dan lama tinggal wisatawan.

6. Dilihat dari letak geografisnya Kota Batu merupakan daerah yang mempunyai tanah yang sangat subur. Sebagian besar wilayahnya terdiri dari pegunungan dan perbukitan. Melihat potensi yang dimiliki oleh kota Batu, maka dapat dikatakan bahwa kota Batu memiliki pemandangan dan panorama alam yang indah, dengan berbagai jenis flora dan fauna yang ada didalamnya. Dengan kondisi iklim yang sejuk, kota Batu yang berada di daerah pegunungan ini memiliki iklim yang cenderung dingin. Hal ini yang membuat daya tarik wisata di kota Batu semakin bertambah. Sebagian wisatawan cenderung ingin menikmati udara dingin yang ada di kota Batu. Tidak hanya itu, transportasi angkutan umum yang dapat digunakan untuk akses ke kota Batu sudah menjangkau ke daerah-daerah wisata yang ada berupa mikrolet, bis, taxi, ojek dan andong.

7. Keramah-tamahan penduduk dan keamanan diwujudkan dalam konsep sadar wisata dengan penerapan SAPTA PESONA.

8. Salah satu masalah dalam mengembangkan agrowisata adalah belum cukup tersedianya tenaga-tenaga yang cakap, terampil, dan

memiliki *skill* yang tinggi. Di dalam masyarakat tertanam anggapan bahwa mereka akan meluangkan waktunya untuk suatu kegiatan apabila mereka merasa bahwa kegiatan tersebut berguna, disini masyarakat kota Batu cenderung acuh terhadap kegiatan yang dirasa tidak menuntungkan mereka, termasuk dalam hal kepariwisataan.

9. Dalam mengelola obyek agrowisata yang ada, faktor pendanaan tetap menjadi masalah yang utama, khususnya untuk mengembangkan sarana dan prasarana, serta daya tarik dan promosi obyek wisata yang dimiliki oleh kota Batu. Hal ini dapat dilihat dengan pengalokasian dana bagi pengembangan sektor pariwisata yang mau tidak mau berbenturan dengan pengembangan sektor yang lainnya.

10. Belum mantapnya koordinasi kebijakan antara pemerintah dengan masyarakat, masyarakat masih kurang dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan sehingga diskusi intensif antara pihak berkepentingan (*stakeholders*), baik dari unsur pemerintah, akademi, lembaga swadaya masyarakat, dunia usaha terkait perlu diselenggarakan untuk dapat saling melengkapi informasi dan menyamakan persepsi tentang kebijakan yang akan diputuskan.

11. Hukum yang mengatur tentang kepariwisataan di kota Batu hanya pada UU No.10 tahun 2009. Belum adanya peraturan daerah yang di buat oleh pemerintah kota, diperlukan perda yang berperan

penting dalam implementasi kebijakan pariwisata yang sesuai dengan kondisi kota Batu sendiri.

B. Rekomendasi

1. Pemerintah Kota Batu harus lebih meningkatkan konservasi lingkungan, pengembangan dan pengelolaan agrowisata yang obyektifnya benar-benar menyatu dengan lingkungan alamnya harus memperhatikan kelestarian lingkungan, jangan sampai pembuatan atau pengembangannya merugikan lingkungan. Nilai-nilai konservasi yang ditekankan pada keseimbangan ekosistem dan peletakan kemampuan daya dukung lingkungan dapat memberikan dorongan bagi setiap orang untuk senantiasa memperhitungkan masa depan dan pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*). Daerah agrowisata diharapkan dapat berguna bagi lingkungan.

2. Pemerintah Kota Batu sebaiknya lebih meningkatkan nilai estetika dan keindahan alam. Lingkungan alam yang indah, panorama yang memberikan kenyamanan, dan tertata rapi, keramah-tamahan penduduk, dan keamanan akan memberikan nuansa alami yang membuat terpesona orang yang melihatnya. Alam ciptaan Tuhan Yang Maha Kuasa dipadukan dengan kemampuan manusia untuk mengelolanya, menimbulkan nilai estetika yang secara visual dapat diperoleh dari flora, fauna, warna dan arsitektur bangunan yang tersusun dalam satu tata ruang yang serasi dengan alam. Setiap

pengembangan agrowisata tentu memiliki nilai keserasian sendiri dan manfaat, pertimbangan secara mendalam terhadap komponen pendukung seperti bangunan yang dibuat dari beton, hendaknya dapat dijadikan pertimbangan untuk dapat dihindari keberadaannya. Bangunan yang didesain sedemikian rupa, yang dapat menyatu dengan alam, itulah yang diharapkan keberadaannya, oleh karena itu dalam pengembangan agro wisata dibutuhkan perencanaan tata letak, arsitektur bangunan, lanskap yang tepat.

3. Pemerintah Kota Batu sebaiknya lebih meningkatkan kegiatan ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan, pengembangan agrowisata, tidak saja bertujuan untuk mengembangkan nilai rekreatif, akan tetapi lebih jauh mendorong seseorang atau kelompok menambah ilmu pengetahuan yang bernilai ilmiah kekayaan flora dan fauna dengan berbagai jenisnya, mengundang rasa ingin tahu para pelajar. Keilmuan dalam menambah ilmu pengetahuan agro wisata dengan berbagai bentuknya dapat dijadikan sumber informasi kekayaan alam dan ekosistem di dalamnya.

4. Peningkatan sarana agrowisata tidak hanya yang bersifat memenuhi kebutuhan pengunjung akan tetapi sebagai sarana pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan. Pengelola agrowisata, perlu menyediakan fasilitas penelitian baik yang

berbentuk kebun-kebun percobaan, yang bersifat laboratorium alam, maupun laboratorium yang bersifat tempat penelitian.

5. Mengembangkan lama tinggal dan belanja wisatawan, merupakan salah satu keberhasilan pengembangan kepariwisataan bagaimana para pelaku kepariwisataan dapat meningkatkan lama tinggal wisatawan dan belanja wisatawan agar Pendapatan Asli Daerah (PAD) dapat meningkat



LAMPIRAN







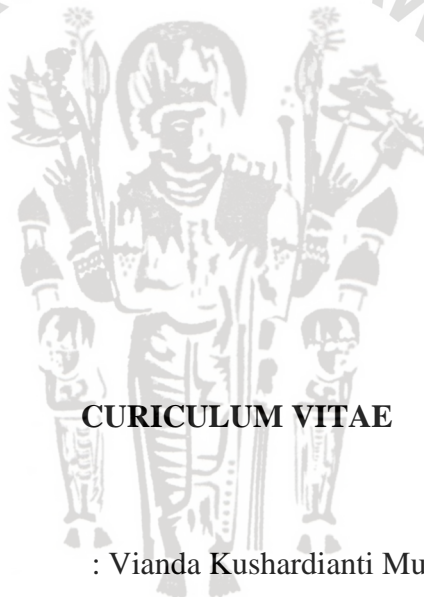
INTERVIEW GUIDE

1. Bagaimanakah Agrowisata di Kota Batu?
2. Menurut anda bagaimana pengembangan agrowisata di kota Batu?
3. Bagaimana dengan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah kota Batu mengenai Agrowisata?
4. Apa saja program-program pemberdayaan masyarakat yang diberikan oleh pemerintah kota berkaitan dengan pengembangan agrowisata?
5. Apakah masyarakat turut terlibat dalam pengembangan agrowisata?
6. Menurut anda bagaimana promosi agrowisata di kota Batu?
7. Bagaimana sarana dan prasarana pendukung pengembangan agrowisata?

8. Apa masalah dalam pengembangan agrowisata?

9. Bagaimana solusi mengatasi masalah tersebut?

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



CURICULUM VITAE

Nama : Vianda Kushardianti Muzha

Tempat Tanggal Lahir : Malang, 10 Desember 1990

Agama : Islam

Status : Belum Menikah

Alamat : Jl. K.H Agus Salim 52 Batu

Pendidikan Formal : SDN SISIR 03 Batu angkatan 1997

SMP NEGERI 01 Batu angkatan 2003

SMA NEGERI 01 Batu angkatan 2006

Pengalaman

: Staf Magang pada Badan Kesatuan Bangsa,
Politik, dan Perlindungan Masyarakat Kota Batu

