

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Geografi Pertanian

Geografi pertanian memiliki arti sebagai aktivitas manusia yang berkaitan dengan pertanian. Geografi pertanian mempelajari dan menjelaskan perbedaan wilayah yang ditumbuhi tanaman dipermukaan bumi, sehingga ilmu ini terus berkembang seiring dengan hubungan alam, ekonomi, dan sosial yang saling terkait, seperti yang tercermin pada aspek spasial (Wilis, 2013). Studi pertanian dalam geografi pertanian mencakup seluruh aktivitas dalam konteks ruang yang terkait dengan lokasi pertanian secara keseluruhan, termasuk proses budidaya serta distribusi input dan output yang diperlukan dalam produksi pertanian (Hadi dkk., 2023). Geografi pertanian sebuah ilmu pengetahuan yang mempelajari hubungan antara aktivitas manusia dengan pertanian. Fokus kajian geografi pertanian tidak hanya terbatas pada aktivitas pertanian itu sendiri, tetapi juga mencakup distribusi dan interaksi ruang yang berhubungan dengan fenomena pertanian.

Sektor pertanian sebagai sesuatu yang familiar karena Indonesia merupakan negara agraris. Indonesia, sebagai negara yang bergantung pada sektor pertanian, memiliki sebagian besar penduduk yang mengandalkan mata pencaharian dari hasil pertanian (Ridwan, 2016). Pertanian perlu dibangun untuk membuka lapangan kerja dan menjadi sektor ekonomi khususnya untuk masyarakat lokal dan umumnya untuk kemajuan negara. Keberhasilan sektor pertanian sebagai sektor ekonomi utama yang menjadi sumber penghidupan utama bagi sebagian besar penduduk Indonesia di daerah pedesaan (Ungu, 2021). Jadi, pertanian dalam konteks geografi melihat bagaimana potensi wilayah yang memiliki potensi pertanian bisa dimanfaatkan atau melibatkan masyarakat. Dewasa ini banyak inovasi membuat pertanian yang dijadikan pariwisata sehingga menjadi peran ganda bagi pertanian itu sendiri.

2.1.2 Geografi Pariwisata

Geografi pariwisata mengacu pada aktivitas perjalanan wisatanya yang berkaitan dengan lokasi. Geografi pariwisata adalah cabang ilmu geografi yang mempelajari kegiatan wisata, tempat-tempat wisata, sarana pendukung, serta berbagai faktor yang memengaruhi sektor pariwisata (Hendra, 2021). Fokus kajian geografi pariwisata adalah objek wisata dan wisatawan sebagai konsumen obyek wisata tersebut, selanjutnya dilakukan analisis untuk menyelesaikan masalah yang ditimbulkan akibat interaksi antar wisatawan dengan lingkungan objek wisata (Mahagiyani, 2024). Perlu dipahami bahwa geografi pariwisata tidak sekedar sebagai media untuk mendapatkan informasi tentang lokasi objek wisata, kuliner, atraksi maupun transportasi.

Geografi pariwisata memiliki arti yang luas dimana aktivitas manusia berhubungan dengan perjalanan pada suatu lokasi. Sumber lain menyebutkan bahwa geografi pariwisata adalah ilmu yang mempelajari keterkaitan antara geografi dengan industri pariwisata mengkaji interaksi antara manusia, lingkungan geografis, dan sektor pariwisata (Hendra, 2021). Geografi Pariwisata mengkaji hubungan antara aspek geografis dan industri pariwisata. Konsep-konsep dasar yang membentuk pemahaman geografi pariwisata termasuk pentingnya lokasi, iklim, dan kondisi geografis fisik dalam menentukan daya tarik sebuah destinasi (Aswir dkk., 2018). Kesenambungan antara lokasi, iklim, kondisi fisik di suatu daerah memberikan daya tarik bagi masing-masing potensi pariwisata.

Menurut keterangan bahwa geografi pariwisata merupakan cabang ilmu geografi yang mempelajari hubungan antara aktivitas wisatawan dan lingkungan fisik tempat mereka berkunjung. Ilmu ini tidak hanya menyediakan informasi tentang lokasi objek wisata, kuliner, atraksi, dan transportasi, tetapi juga fokus pada analisis objek wisata dan wisatawan sebagai konsumen. Geografi pariwisata bertujuan untuk memahami dan menyelesaikan masalah yang timbul akibat interaksi antara wisatawan dan lingkungan di sekitar objek wisata dan juga melihat aktivitas masyarakat dalam pariwisata yang melibatkan banyak aspek seperti jangkauan wilayah terhadap kunjungan wisatawan pada objek wisata.

2.1.3 Agrowisata

a. Pengertian Agrowisata

Agrowisata merujuk pada kegiatan wisata yang dilakukan di lokasi-lokasi pertanian, termasuk pertanian milik individu, pabrik, usaha peternakan, dan budidaya ikan. Tujuan dari agrowisata adalah untuk menambah pengetahuan, serta mengembangkan ilmu yang berkaitan dengan usaha agraris (Wahyudi A dkk., 2021). Agrowisata dapat diartikan sebagai aktivitas pariwisata yang memanfaatkan sektor pertanian sebagai destinasi wisata.

Di Indonesia mengartikan agrowisata sebagai bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan usaha pertanian sebagai daya tarik wisata dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan, pengalaman, rekreasi, dan hubungan bisnis dalam sektor pertanian. Agrowisata dapat dibagi menjadi dua kategori: agrowisata ruang terbuka buatan dan agrowisata ruang terbuka alami. Agrowisata ruang terbuka buatan mencakup lahan pertanian selain yang digunakan untuk budidaya tetapi juga dirancang khusus sebagai objek wisata (A. A. Rahmi, 2021). Ruang terbuka alami agrowisata melibatkan lahan pertanian yang dikelola langsung oleh petani dengan menggunakan kearifan lokal.

Berdasarkan pengertian tersebut, agrowisata adalah jenis objek wisata yang memanfaatkan sektor pertanian sebagai daya tariknya. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, memberikan pengalaman rekreasi, dan memperkuat hubungan usaha dalam bidang pertanian. Diharapkan bahwa agrowisata dapat meningkatkan pendapatan petani, melestarikan sumber daya lahan, dan mempertahankan teknologi pertanian lokal. Selain itu, pengembangan agrowisata dapat berkontribusi pada pembangunan pertanian berkelanjutan dari aspek ekologi, sosial, ekonomi, dan pengelolaan.

b. Potensi Agrowisata

Suatu agrowisata memiliki potensi atau nilai guna untuk bisa dikelola. Menurut Desna Kurnianti, (2015) potensi agrowisata di sektor pertanian yang dapat dikembangkan meliputi beberapa bidang utama sebagai berikut:

- 1) Lahan Perkebunan

Kawasan perkebunan yang ideal untuk agrowisata adalah yang memiliki kegiatan terpadu dari pembibitan hingga pengolahan hasil. Setiap tahapan dalam proses perkebunan, mulai dari pembibitan, penanaman, hingga pengolahan dan pengepakan, bisa menjadi daya tarik bagi wisatawan. Luas perkebunan untuk agrowisata tidak terbatas, tergantung pada izin dan persyaratan yang berlaku. Agrowisata agar memberikan pengalaman yang baik, sebaiknya objek agrowisata perkebunan dilengkapi dengan fasilitas seperti unit pengolahan, laboratorium, dan sarana pendukung lainnya. Potensi perkebunan utama agrowisata meliputi kopi, durian, manggis dan cengkeh, serta tanaman pendukung lainnya seperti kapuk randu, kakao, tebu, aren, dan tanaman perkebunan semusim seperti nilam (Nurhadi dkk., 2018). Perkebunan yang dapat dijadikan objek agrowisata meliputi kelapa sawit, karet, teh, kopi, kakao, tebu, dan lainnya.

2) Tanaman Pangan dan Hortikultura

Tanaman pangan dan hortikultura juga memiliki potensi sebagai objek agrowisata, seperti kebun bunga, kebun buah, kebun sayur, dan kebun tanaman obat atau jamu. Tanaman hias seperti sedap malam, anggrek, dan bougenvil (Nurhadi dkk., 2018). Tanaman hortikultura yang ditanam meliputi sayuran seperti cabai, wortel, terong, dan tomat. Selain itu, ada tanaman buah seperti papaya lokal jenis jingga, pisang kirana, jeruk, stroberi, dan lengkeng.

3) Peternakan

Peternakan dapat menjadi daya tarik wisata melalui metode tradisional pemeliharaan ternak, aspek unik dalam pengelolaan, produksi ternak, serta atraksi khusus seperti peternakan sapi. Agrowisata peternakan merupakan sebuah destinasi wisata yang berperan sebagai sarana wisata dan edukasi bagi masyarakat, dengan tujuan menambah pengetahuan tentang pemeliharaan dan proses pengolahan hasil perolehan hewan (Ungusari, 2015). Wisatawan bisa ikut serta dalam pengelolaan hewan misal sapi seperti dapat ikut pemerah susu sapi.

4) Perikanan

Predikat sebagai negara kepulauan dengan sumber daya ikan yang melimpah, Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan agrowisata dibidang perikanan. Perikanan yang memiliki potensi untuk dikembangkan meliputi perikanan budidaya, seperti budidaya air deras, mina padi, serta perikanan penangkapan ikan di sungai (Nurhadi dkk., 2018). Kegiatan perikanan yang bisa dijadikan objek agrowisata meliputi budidaya ikan air tawar, budidaya air payau (tambak), serta budidaya laut seperti kerang, rumput laut, kakap merah, dan mutiara.

5) Kehutanan (*Agroforestry*)

Kehutanan pada dasarnya memberikan kontribusi berupa pangan dan energi untuk memenuhi kebutuhan manusia. *Agroforestry* (wanatani) merupakan bentuk sistem pertanian yang menggabungkan tanaman tahunan (pepohonan) dengan komoditas lain (Atikah., 2019). *Agroforestry* merupakan penanaman pohon yang dilakukan secara bersamaan atau bergantian dengan tanaman pertanian dan/atau peternakan, baik dalam skala kecil oleh keluarga maupun dalam skala besar oleh perusahaan. Sistem *agroforestry* sederhana bukanlah hutan yang terbentuk secara alami melalui transformasi ekosistem secara bertahap, melainkan merupakan kebun yang ditanam melalui praktik perladangan (Sukmawati dkk., 2018). Menurut Ary Widiyanto, (2013) *Agroforestry* dapat dibagi menjadi dua jenis sistem, yaitu sistem *agroforestry* sederhana dan sistem *agroforestry* kompleks:

a) Sistem *agroforestry* sederhana

Sistem *agroforestry* sederhana merupakan suatu metode pertanian dengan pohon-pohon ditanam bersama dengan satu atau lebih jenis tanaman semusim. Pohon-pohon ini dapat ditanam sebagai pagar di sekitar lahan tanaman pangan, secara acak di dalam petak lahan, atau dalam pola tertentu seperti berbaris membentuk lorong atau pagar. Jenis pohon yang ditanam sangat bervariasi, bisa berupa pohon bernilai ekonomi tinggi seperti kelapa, karet, cengkeh, kopi, kakao, nangka, belinjo, petai, jati, dan mahoni, atau pohon dengan nilai ekonomi lebih

rendah seperti Dadap, Lamtoro, dan Kaliandra. Tanaman semusim yang biasa ditanam adalah tanaman pangan seperti padi (gogo), jagung, kedelai, kacang-kacangan, ubi kayu, sayuran, dan rerumputan, serta jenis tanaman lainnya.

b) Sistem *agroforestry* kompleks

Sistem *agroforestry* kompleks adalah suatu sistem pertanian yang bersifat menetap dan melibatkan berbagai jenis pohon (berbasis pohon), baik yang sengaja ditanam maupun yang tumbuh secara alami di sebuah lahan, yang dikelola oleh petani dengan mengikuti pola tanam dan ekosistem yang mirip dengan hutan. Selain pohon, juga terdapat berbagai jenis tanaman perdu, tanaman merambat, tanaman musiman, dan rerumputan dalam jumlah yang banyak. Ciri utama dari sistem *agroforestry* kompleks ini adalah kesamaan penampilan fisik dan dinamika yang menyerupai ekosistem hutan alam, baik hutan primer maupun hutan sekunder, sehingga sistem ini juga sering disebut sebagai *agroforestry*.

Potensi agrowisata yang sangat besar ini belum sepenuhnya dikembangkan dan dimanfaatkan secara maksimal. Diperlukan penyusunan kebijakan yang jelas dan operasional untuk mencapai pengelolaan agrowisata yang efektif di tengah era globalisasi dan otonomi daerah. Setiap daerah dan objek wisata, dengan kekayaan dan keunikan lokasinya, harus dapat menentukan tujuan dan segmen pasar yang tepat untuk digarap. Pengembangan agrowisata memerlukan kerjasama yang sinergis antara masyarakat, sektor swasta, dan pemerintah.

c. **Kriteria Kawasan Agrowisata**

Kawasan agrowisata memiliki kriteria tertentu untuk dapat dijadikan agrowisata. Menurut A. A. Rahmi, (2021) kawasan agrowisata memiliki kriteria, karakter, dan ciri-ciri tertentu yang dapat diidentifikasi. Kriteria kawasan agrowisata meliputi:

- 1) Memiliki potensi atau basis disektor agro, seperti pertanian, hortikultura,

perikanan, peternakan, dan kehutanan. Contoh kriteria ini termasuk:

- a) Sub sistem usaha pertanian primer (*on farm*) yang meliputi pertanian tanaman pangan dan hortikultura, perkebunan, dan kehutanan. Berikut tahapan dalam proses pengelolaan sub sistem usaha pertanian primer (*on farm*) sebagai potensi agrowisata:

- (1) Penanaman

Ada beberapa tahapan dalam proses penanaman:

- (a) Pembibitan

Pembibitan sebagai persiapan awal dari proses penanaman. Pembibitan adalah serangkaian proses yang dilakukan untuk menyiapkan bahan tanaman, yang mencakup pemilihan benih, penyiapan media tanam, penanaman benih, dan pemeliharaan atau pemberian air serta seleksi bibit hingga siap untuk ditanam atau dipelihara (Apriantonedikkk., 2024). Pemilihan bibit untuk ditanam atau dikembangkan harus yang optimal karena untuk keberlanjutan dalam pengelolaan. Kegiatan agrowisata yang bisa dilakukan dalam proses pembibitan adalah wisatawan bisa diajak untuk melakukan pembibitan dan ikut mencobanya. Mengutip dari Bintang M, (2022) tahap pembibitan memiliki beberapa bagian yaitu persiapan lahan, lahannya harus jelas kepemilikannya. Persiapan batang stek, tanaman atau ternak yang akan dijadikan bibit, perencanaan jumlah pembibitan, pelaksanaan pembibitan, dan pengontrolan disini harus ditentukan oleh umur siap tanam atau siap ternak tergantung yang dijadikan bibit.

- (b) Pengelolaan

Pengelolaan memiliki beberapa tahap seperti menyiapkan media tanam, pemilihan bibit tanaman unggul, irigasi/penyiraman, selanjutnya pemupukan, menurut Notohadiprawiro dkk., (2021) pemupukan adalah proses

penambahan bahan ke dalam tanah dengan tujuan untuk memperbaiki atau meningkatkan kesuburan tanah bisa dengan pupuk organik seperti kotoran hewan ataupun pupuk anorganik. Banyak jenis pupuk yang digunakan seperti pupuk kandang, pupuk Nitrogen Posfor Kalium (NPK) mutiara, pupuk organik cair (Syafuddin dkk., 2012). Diperlukan pengendalian hama/penyakit seperti penyemprotan dengan pestisida agar memperkecil tingkat wabah hama yang menyebar pada tanaman. Penggunaan pestisida untuk mengendalikan organisme pengganggu tanaman telah menjadi kebiasaan yang umum dikalangan petani (Sulistiyono, 2004). Penggantian tanaman atau rotasi tanaman juga bertujuan untuk melakukan perlakuan konservasi tanah (Muliana dkk., 2018). Ketika tanaman terkena hama biasanya harus diselingi dengan tanaman lain atau rotasi tanaman biasa disebut sistem tumpang sari.

(c) Pemanenan

Tahapan selanjutnya yaitu pemanenan yang menjadi tahap akhir dalam proses budidaya, namun juga menandai dimulainya rangkaian pekerjaan pasca panen, yang meliputi persiapan untuk penyimpanan dan distribusi (Mutiarawati, 2007). Tahap panen tergantung lamanya tumbuh kembang pada suatu komoditas tertentu. Komoditas yang telah dipanen akan melalui berbagai jalur distribusi sebelum akhirnya sampai ke konsumen. Lama atau singkatnya jalur distribusi tersebut akan mempengaruhi jenis tindakan yang perlu diambil dalam proses panen dan pasca panen. Penanganan pasca panen bertujuan untuk menjaga agar hasil tanaman tetap dalam kondisi baik dan siap untuk segera dikonsumsi atau diproses lebih lanjut.

(2) Pengemasan

Tahap sebelum pengemasan atau *grading* adalah pemilahan berdasarkan kelas kualitas. Biasanya dibagi dalam kelas 1, kelas 2, kelas 3 dan seterusnya, atau kelas A, kelas B, kelas C dan seterusnya untuk memudahkan pelabelan (Mutiarawati, 2007). Tahap selanjutnya adalah pengemasan. Pengolahan dan Pengemasan Hasil Pertanian (PPHP) adalah sistem dan usaha yang mencakup kegiatan pengolahan dan pengemasan yang meliputi penanganan pasca panen untuk memproses produk segar/primer, produk setengah jadi, produk olahan utama, produk sampingan, limbah, serta pengembangan mutu/ kualitas, nilai tambah, daya saing, dan pengembangan pemasaran, baik di pasar domestik maupun internasional. Pengemasan terdapat beberapa jenis dari mulai yang menggunakan plastik, kertas, atau kotak kayu (Mareta dkk., 2011). Pengemasan adalah sistem yang terorganisir untuk mempersiapkan barang agar siap untuk diangkut, didistribusikan, disimpan, dijual, dan digunakan. Fungsi dari pengemasan adalah untuk menempatkan hasil pengolahan atau produk pertanian dalam bentuk yang memudahkan penyimpanan, pengangkutan, dan distribusi. Bentuk dari pengemasan harus menarik wisatawan karena ini juga akan berpengaruh terhadap pemasaran.

Demikian fungsi kemasan harus memenuhi beberapa persyaratan sebagai berikut:

- (a) Kemampuan atau daya membungkus yang baik untuk memudahkan penanganan, pengangkutan, distribusi, penyimpanan, dan penataan atau penumpukan.
- (b) Kemampuan untuk melindungi isi kemasan dari berbagai risiko eksternal, seperti perlindungan terhadap suhu panas/dingin, sinar matahari, bau asing, benturan atau tekanan mekanis, serta kontaminasi mikroorganisme.
- (c) Kemampuan untuk menarik perhatian konsumen, di mana identifikasi, informasi, dan tampilan kemasan seperti bentuk,

warna, dan estetika bahan kemasan perlu mendapat perhatian khusus.

- (d) Persyaratan ekonomi, yang berarti kemasan harus mampu memenuhi keinginan pasar, sasaran masyarakat, dan tujuan pengiriman produk.
- (e) Memiliki ukuran, bentuk, dan bobot yang sesuai dengan norma atau standar yang ada, serta mudah dibuang dan dibentuk atau dicetak.

(3) Pemasaran

Strategi pemasaran yang melibatkan dimensi promosi melalui periklanan, penjualan langsung, dan *sponsorship*, serta dimensi distribusi dengan memperhatikan ketersediaan produk, pemilihan lokasi pemasaran yang tepat, dan penataan jaringan distribusi yang baik, akan meningkatkan penjualan produk (Maisaroh dkk., 2023). Pemasaran pertanian ada banyak sekali mulai dari pasar lokal, secara online, dan kerjasama dengan pedagang. (Putra dkk., 2023). Meskipun sudah banyak diberlakukan pemasaran secara online pada pertanian, tetapi praktik pemasaran secara tradisional juga masih sangat diperlukan agar petani bisa langsung berinteraksi langsung dengan wisatawan.

- b) Sub sistem pelayanan yang mendukung keberlanjutan dan daya dukung kawasan, seperti transportasi, akomodasi, penelitian dan pengembangan, perbankan dan asuransi, serta fasilitas telekomunikasi dan infrastruktur.
 - c) Sub sistem industri pertanian yang mencakup industri pengolahan kerajinan, pengemasan, dan pemasaran baik untuk pasar lokal maupun ekspor.
- 2) Memiliki kegiatan masyarakat yang didominasi oleh aktivitas pertanian dan pariwisata dengan tingkat keterkaitan dan ketergantungan yang tinggi. Kegiatan pertanian yang mendukung pengembangan industri pariwisata, serta kegiatan pariwisata yang mendorong pertumbuhan sektor agro yang

keduanya beriringan bersama tetap pada konteks pelestarian lingkungan.

d. Pengelolaan Agrowisata

Agrowisata perlu untuk dilakukan pengelolaan agar dapat berjalan dengan baik dan dapat memberikan dampak yang positif baik untuk manusia maupun lingkungan itu sendiri. Menurut Simanungkalit dkk., (2020) dalam mengembangkan kawasan agrowisata, penting untuk menerapkan pola dan skema pengelolaan yang efektif agar tujuan pengelolaan yang telah direncanakan dapat tercapai dengan baik. Pengembangan kawasan agrowisata memerlukan strategi yang tepat untuk memanfaatkan berbagai potensi yang ada, termasuk objek wisata, karakteristik kawasan, dan lahan. Pengelolaan yang berhasil akan menjadi lebih menarik dan efektif jika dapat diintegrasikan dengan baik, menjadikannya sebagai objek wisata unggulan baik bagi pemerintah daerah maupun masyarakat lokal.

Pengelolaan agrowisata salah satunya harus berfokus pada pendekatan yang relevan yaitu konsep *ecovillage*, yang merupakan model keberlanjutan yang sedang berkembang dan mengintegrasikan aspek ekologis, sosial, dan spiritual dalam hubungan antara manusia dan lingkungan untuk memastikan kelangsungan hidup generasi mendatang. Konsep ini perlu diimplementasikan dalam perencanaan dan pengelolaan sistem lingkungan secara efektif. Salah satu kebutuhan utama dalam perencanaan dan pengelolaan sistem lingkungan adalah kemampuan untuk memproyeksikan kondisi sederhana dan kompleks yang mungkin terjadi di masa depan dengan wisata rohani dalam kawasan yang sama.

Kegiatan pengelolaan agrowisata, penting untuk mempertimbangkan berbagai aspek secara mendalam yang mempengaruhi keberhasilan pengelolaan tersebut. Secara umum, hal ini meliputi pengembangan sumber daya manusia, pengelolaan sumber daya alam, strategi promosi, serta dukungan sarana dan kelembagaan (Mpila dkk., 2020). Pengelolaan agrowisata dimulai dengan perencanaan yang cermat. Tahap perencanaan ini dikumpulkan berbagai data yang penting untuk mempersiapkan dan mengembangkan kawasan agrowisata. Menurut Desna Kurnianti, (2015) beberapa prinsip yang

harus diperhatikan dalam perencanaan agrowisata meliputi:

- 1) Menyesuaikan dengan rencana pengembangan wilayah di sekitar lokasi agrowisata.
- 2) Membuat perencanaan yang komprehensif namun tetap sederhana.
- 3) Memperhatikan tata lingkungan dan kondisi sosial masyarakat setempat.
- 4) Sesuai dengan sumber daya alam, tenaga kerja, dana, dan teknik yang tersedia.
- 5) Melakukan evaluasi secara berkala sesuai dengan perkembangan yang terjadi.

e. Manfaat Agrowisata

Ada beberapa manfaat dari adanya agrowisata yakni bagi pengelola dan bagi pengunjung menurut Fatima, (2019) yaitu sebagai berikut:

1) Bagi pengelola

Berikut manfaat agrowisata bagi pengelola:

- a) Peluang untuk meningkatkan pendapatan dan kualitas hidup mereka, serta kelangsungan operasional kegiatan mereka.
- b) Menjadi alat yang efektif untuk mendidik masyarakat mengenai pentingnya sektor pertanian serta kontribusinya terhadap perekonomian secara umum, dan untuk meningkatkan kualitas hidup.
- c) Mengurangi arus urbanisasi ke kota karena masyarakat dapat memperoleh pendapatan yang cukup dari usaha agrowisata di desa.

Agrowisata berfungsi sebagai media promosi untuk produk lokal dan mendukung perkembangan dengan memasarkan usaha dan merangsang kegiatan ekonomi melalui pemasaran langsung.

2) Bagi pengunjung

Berikut manfaat dari adanya agrowisata bagi pengunjung:

- a) Menjalinkan hubungan kekeluargaan dengan petani atau masyarakat lokal.
- b) Mendapatkan petualangan yang menakjubkan.
- c) Mendapatkan udara yang segar.
- d) Mendapatkan makanan yang benar-benar alami yang disuguhkan oleh petani di agrowisata.

e) Biaya berkunjung ke agrowisata relatif murah dari wisata lainnya

Pengelolaan agrowisata diharapkan dapat disesuaikan dengan kapabilitas, tipologi, dan fungsi ekologis lahan, sehingga berdampak langsung pada pelestarian sumber daya lahan dan pendapatan petani serta masyarakat sekitarnya. Secara tidak langsung, ini akan memperbaiki persepsi positif petani dan masyarakat lokal terhadap pentingnya pelestarian sumber daya lahan pertanian. Selain itu, pengelolaan agrowisata menciptakan lapangan pekerjaan dengan menyerap tenaga kerja dari masyarakat pedesaan, sehingga membantu mengurangi arus urbanisasi yang meningkat. Manfaat agrowisata meliputi pelestarian sumber daya alam, pelestarian teknologi lokal, dan peningkatan pendapatan petani serta masyarakat di sekitar lokasi wisata.

f. Partisipasi Masyarakat

Partisipasi masyarakat adalah syarat utama dalam pelaksanaan pembangunan, sebab apabila tidak melibatkan masyarakat sering kali berisiko mengabaikan kepentingan mereka. Mengutip dari Ramdani & Karyani, (2020), partisipasi masyarakat merupakan elemen penting dalam proses pemberdayaan dan pencapaian kemandirian. Pengembangan agrowisata yang melibatkan masyarakat akan berjalan dengan baik jika masyarakat setempat secara aktif terlibat dalam kegiatan tersebut. Keterlibatan masyarakat dalam pengembangan agrowisata akan memberikan dampak positif baik dalam aspek sosial maupun ekonomi, sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup mereka.

Menurut Davis (dalam Gumilar, 2012:3), ada beberapa bentuk partisipasi masyarakat, yaitu:

- 1) Pikiran adalah jenis partisipasi pada tingkat pertama, di mana partisipasi ini melibatkan pemikiran seseorang atau kelompok untuk mencapai tujuan tertentu.
- 2) Tenaga merupakan jenis partisipasi pada tingkat kedua, di mana partisipasi dilakukan dengan menggunakan tenaga fisik secara individu maupun kelompok untuk mencapai tujuan yang diinginkan.
- 3) Pikiran dan tenaga berada ada tingkat ketiga, partisipasi dilakukan secara bersama-sama dalam kelompok untuk mencapai tujuan yang sama.

- 4) Keahlian adalah jenis partisipasi pada tingkat keempat, di mana keahlian seseorang dianggap sebagai faktor yang sangat penting untuk mencapai tujuan.
- 5) Barang berada ada tingkat kelima, partisipasi dilakukan dengan menyumbangkan barang untuk membantu mencapai hasil yang diinginkan.
- 6) Uang merupakan jenis partisipasi pada tingkat keenam, di mana partisipasi dilakukan dengan memberikan uang sebagai alat untuk mencapai tujuan. Biasanya, jenis partisipasi ini lebih sering dilakukan oleh kalangan atas.

Terdapat beberapa bentuk partisipasi masyarakat dalam kegiatan pembangunan, yaitu:

1) Partisipasi dalam Pengambilan Keputusan

Setiap program pembangunan, termasuk pemanfaatan sumber daya lokal dan alokasi dana perlu yang biasanya dilakukan oleh pemerintah. Penting untuk mendorong partisipasi masyarakat dengan membuka forum yang memungkinkan masyarakat ikut serta langsung dalam proses pengambilan keputusan terkait program pembangunan di tingkat lokal.

2) Partisipasi dalam Pelaksanaan Kegiatan

Meskipun masyarakat sering memperoleh manfaat dari hasil pembangunan, kontribusi mereka tidak selalu proporsional. Partisipasi dalam pelaksanaan pembangunan harus berarti pemerataan kontribusi masyarakat dalam bentuk tenaga kerja, uang, atau bentuk kontribusi lain yang sebanding dengan manfaat yang diterima oleh setiap individu.

3) Partisipasi dalam Pemantauan dan Evaluasi Pembangunan

Kegiatan pemantauan dan evaluasi sangat penting untuk memastikan tujuan pembangunan tercapai dan untuk mengidentifikasi masalah serta kendala yang mungkin muncul. Oleh karena itu, partisipasi masyarakat dalam mengumpulkan informasi terkait perkembangan kegiatan dan perilaku aparat pembangunan sangat diperlukan untuk mendapatkan umpan balik yang berguna.

4) Partisipasi dalam Pemanfaatan Hasil Pembangunan

Partisipasi dalam memanfaatkan hasil pembangunan merupakan

aspek yang sering terlupakan, padahal sangat penting. Tujuan utama pembangunan adalah untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, dan pemerataan hasil pembangunan adalah bagian dari tujuan tersebut. Pemanfaatan hasil pembangunan dapat mendorong masyarakat untuk terus berpartisipasi dalam program pembangunan berikutnya.

g. Upaya Pengembangan Potensi Agrowisata

Pengembangan pada potensi agrowisata penting guna memaksimalkan potensi yang ada, berikut beberapa pengembangan agrowisata:

1) Manajemen Pengelolaan

Peningkatan kualitas bagi pengelola atau masyarakat lokal dengan adanya potensi agrowisata perlu dilakukan. Pengelolaan Berbasis Masyarakat dapat diartikan sebagai suatu sistem pengelolaan sumberdaya alam di suatu tempat dimana masyarakat lokal di tempat tersebut terlibat secara aktif dalam proses pengelolaan sumberdaya alam yang terkandung di dalamnya (Nurmalasari, 1999). Pemberdayaan masyarakat lokal dalam pengelolaan potensi agrowisata sangat penting.

Pengembangan wisata berbasis masyarakat (*Community Based Tourism/CBT*) merupakan suatu pendekatan pemberdayaan yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam kerangka paradigma pembangunan baru, yaitu pembangunan berkelanjutan (Muzha dkk., 2013). Peran pemerintah juga sangat penting dalam pengelolaan potensi agrowisata. Pemerintah berperan dalam menjamin agar komunitas memiliki akses, kontrol, kesempatan dan kekuatan dalam pengembangan pariwisata melalui regulasi (Nurhidayanti, 2015). Pendekatan ini membuka peluang untuk mengoptimalkan potensi dan dinamika masyarakat, sehingga dapat menyeimbangkan peran pelaku industri pariwisata berskala besar.

Pengelolaan dapat dipahami sebagai manajemen, yaitu suatu rangkaian kegiatan yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap usaha-usaha anggota dalam sebuah organisasi, serta pemanfaatan sumber daya organisasi lainnya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Lendrian, 2023). Peneliti

menyimpulkan bahwa pengelolaan merupakan serangkaian langkah yang dimulai dengan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, hingga pengendalian, yang dilakukan oleh suatu organisasi atau instansi untuk mengelola sumber daya yang ada, dengan tujuan mencapai target, sasaran, atau tujuan yang telah ditetapkan dalam organisasi tersebut. Sasaran pengelolaan kearah ekonomi karena melibatkan masyarakat lokal sebagai bagian dari *stakeholders*, yang diharapkan bisa membantu perekonomian masyarakat lokal dengan adanya potensi agrowisata tersebut.

Menurut G.R. Terry, fungsi-fungsi manajemen dapat diibaratkan sebagai bagian-bagian yang saling terhubung dalam tubuh manajemen, yang terdiri dari perencanaan (*Planning*), Pengorganisasian (*Organizing*), Pelaksanaan (*Actuating*), dan Pengawasan (*Controlling*).

a) Perencanaan (*Planning*)

Langkah pertama dalam pengelolaan adalah tahap perencanaan. Perencanaan memiliki arti luas yaitu proses mempersiapkan secara sistematis dalam kegiatan yang akan di lakukan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan (Lendrian, 2023). Perencanaan dapat diartikan sebagai suatu cara untuk mencapai tujuan dengan sebaik-baiknya, menggunakan sumber yang terpercaya agar prosesnya lebih efektif dan efisien.

b) Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasi yaitu mengelompokkan dan mengatur segala bentuk kegiatan yang dianggap perlu untuk mencapai tujuan. Organisasi juga suatu proses untuk merancang struktur yang baik. Pengelompokan dan mengatur serta membagi tugas atau pekerjaan untuk para pegawai agar tercapainya tujuan yang telah di rencanakan.

c) Pelaksanaan (*Actuating*)

Pelaksanaan ini bisa dikatakan sebagai aktualisasi dari perencanaan dan pengorganisasian tidak akan tercapai tujuannya bila tidak adanya pengarahan dalam bentuk kegiatan. Pengertian singkatnya ialah hal yang mencakup kegiatan yang ditetapkan seorang pemimpin

untuk melanjutkan kegiatan yang telah ditetapkan sebelumnya yaitu perencanaan dan pengorganisasian.

d) Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan merupakan sebagai usaha untuk menentukan sesuatu dengan cara menilai hasil atau prestasi yang dicapai dan jika terdapat hal yang menyimpang dari standar yang telah ditentukan, maka segera diadakan usaha untuk memperbaiki guna mencapai sesuatu dengan harapan.

2) Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan hal yang penting untuk diperhatikan oleh wisatawan, karena aksesibilitas merujuk pada kemudahan dan kenyamanan wisatawan dalam mengunjungi suatu objek wisata. Ini mencakup kemudahan dalam mencapai destinasi wisata yang diinginkan. Keterbukaan akses sangat mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan, karena memudahkan mereka untuk mendapatkan transportasi yang praktis menuju lokasi wisata (Jonathan, 2023). Aksesibilitas tidak hanya mencakup kondisi jalan tetapi juga melihat jarak tempuh dari titik pusat suatu wilayah.

Meskipun pentingnya aksesibilitas dalam agrowisata semakin disadari, fakta di lapangan menunjukkan bahwa aksesibilitas di banyak destinasi agrowisata masih cukup terbatas. Banyak tempat wisata pertanian yang terletak di daerah pedesaan atau perbukitan, dengan infrastruktur jalan yang kurang memadai, sehingga sulit dijangkau oleh pengunjung dengan keterbatasan mobilitas.

Pengembangan aksesibilitas perlu guna mempermudah jangkauan dan perjalanan. Aksesibilitas merupakan infrastruktur yang memungkinkan perjalanan menuju destinasi seperti akses jalan raya, ketersediaan moda transportasi, dan atribut penunjuk jalan merupakan faktor penting bagi suatu tujuan wisata (Wijayanti dkk., 2023). Aksesibilitas dalam agrowisata mencakup berbagai jenis alat transportasi yang dapat mendukung pergerakan wisatawan, baik dari satu tempat wisata ke destinasi pariwisata lain maupun pergerakan di dalam area destinasi pariwisata, sehubungan

dengan keinginan untuk mengunjungi wisata tersebut.

Titik pusat setiap wilayah salah satunya dari alun-alun, dikarenakan setiap wilayah mempunyai alun-alun dan menjadi tempat pertemuan atau perkumpulan masyarakat. Alun-alun sekarang sebagai multifungsi yang didalamnya mencakup aktivitas masyarakat seperti tempat bermain, olahraga, ruang terbuka, sarana penghubung, sebagai pembatas, dan penyegaran udara. Ketika mengakses suatu tempat pasti selalu berkaitan dengan transportasi. Karakteristik sistem transportasi ditentukan oleh aksesibilitas. Mengutip dari Mohamad Bagus Chanif Muslim, (2022) elemen-elemen aksesibilitas seperti infrastruktur, jalan, bandara, jalur kereta api, pelabuhan laut, marina, perlengkapan yang mencakup ukuran, kecepatan, dan jangkauan sarana transportasi umum, serta faktor-faktor operasional seperti jalur/rute operasi, frekuensi pelayanan, dan harga yang dikenakan.

3) Sarana prasarana

Sarana Prasarana dalam agrowisata merupakan hal yang sangat penting. Sarana dalam pariwisata diartikan sebagai segala sesuatu yang melengkapi dan keberadaannya dirancang untuk mempermudah kelancaran aktivitas pariwisata (Rais A Yudian, 2022). Komponen sarana prasarana adalah hal yang penting dalam penunjang kegiatan agrowisata.

Agrowisata harus memiliki sarana dan prasarana atau segala sesuatu yang melengkapi dan bertujuan untuk memudahkan proses kegiatan pariwisata dapat berjalan lancar. Sarana dan Prasarana sangat berpengaruh terhadap pengelolaan suatu potensi agrowisata. Sarana dan prasarana dalam agrowisata memegang peran penting untuk mendukung kenyamanan. Fasilitas seperti hotel, *homestay*, toilet, gazebo, dan alat penunjang lainnya perlu untuk diadakan.

4) Promosi dan Pemasaran

Kegiatan promosi wisata dilakukan untuk memperkenalkan, menarik perhatian, dan mendorong kunjungan ke suatu destinasi wisata. Promosi adalah aktivitas yang bertujuan untuk menawarkan produk atau

jasa dengan tujuan menarik perhatian orang agar membeli, menggunakan, mengunjungi, atau bahkan hanya melihat produk atau jasa yang ditawarkan (Yanti, 2015). Promosi dapat dilakukan dengan mudah dengan menggunakan pemanfaatan sosial media (Umar dkk., 2016). Promosi dilakukan untuk memperkenalkan suatu potensi daya tarik produk atau sumber daya guna menarik perhatian orang banyak. Akun media sosial dapat menarik pelanggan baru (Sofia dkk., 2020).

Mengutip dari Yanti, (2015) strategi promosi penyelenggaraan agrowisata adalah sebagai berikut:

a) Mengadakan Pameran

Perencanaan pameran yang baik akan menghasilkan pameran berkualitas, yang juga dapat diukur dari jumlah pengunjung yang hadir. Sebuah acara adalah program kerja hubungan masyarakat yang bertujuan untuk mencapai tujuan promosi dan menarik perhatian audiens (Dairse, 2009). Pameran sebagai cara promosi dikarenakan menampilkan produk atau hasil agrowisata. Diharapkan dengan pameran potensi agrowisata yang belum diketahui banyak orang bisa menjadi dikenal dan menarik.

b) Menggunakan Media Cetak

Promosi melalui media cetak merupakan salah satu metode promosi yang paling umum digunakan. Jenis promosi ini sangat mudah diakses oleh masyarakat dari berbagai lapisan, baik kalangan atas maupun bawah (Fitrah Sahara dkk., 2017). Biaya untuk promosi menggunakan media cetak bervariasi, mulai dari harga yang terjangkau hingga yang lebih mahal, tergantung pada jenis media yang digunakan. Promosi ini umumnya dilakukan dengan cara membuat spanduk, banner, koran, majalah, buku panduan, brosur, *booklet*, *leaflet*, poster, selebaran, dan stiker (Fitrah Sahara dkk., 2017). Penggunaan media cetak di era sekarang sudah jarang dilakukan dikarenakan maraknya teknologi dalam media sosial.

c) Dari Mulut Ke Mulut

Era digitalisasi ini promosi dari mulut ke mulut masih perlu untuk digunakan. Promosi dari mulut ke mulut adalah bentuk komunikasi atau promosi yang dilakukan oleh individu atau komunitas yang sudah menggunakan produk tersebut, baik melalui media digital maupun secara langsung (Andika Rohani dkk., 2022). Komunikasi dari mulut ke mulut adalah salah satu hal penting dalam promosi wisata yang memiliki pengaruh besar terhadap keputusan wisatawan. Menurut Pesa Nugraha (2023), komunikasi dari mulut ke mulut dapat dipahami sebagai bentuk promosi di mana konsumen memberikan rekomendasi secara langsung mengenai kelebihan suatu produk kepada orang lain. Demikian dapat disimpulkan bahwa komunikasi dari mulut ke mulut terjadi ketika konsumen yang telah membeli suatu produk atau jasa berbagi pengalamannya dengan orang lain.

d) Internet dan Elektronik

Penggunaan media elektronik telah digunakan ke dalam berbagai bidang, salah satunya pada bidang promosi dalam objek wisata. Konsep *digital tourism* sudah banyak digunakan yang merujuk pada pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan efisiensi industri pariwisata, menyediakan berbagai layanan pariwisata kepada pelanggan, serta memfasilitasi pemasaran pariwisata melalui media telematika (Tiara Dita Puspita, 2023). Promosi dengan pemanfaatan media sosial adalah hal efektif di era digitalisasi ini. media sosial dalam promosi pariwisata juga digabungkan dengan media konvensional seperti televisi, radio, (Lucia dkk., 2021). Promosi di media internet semakin populer seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet (Fitrah Sahara dkk., 2017). Banyaknya tayangan-tayangan mengenai potensi agrowisata di media sosial maupun media elektronik yang menjadikan lebih dikenal masyarakat dan memperlihatkan potensi wilayah tersebut.

Kegiatan pemasaran harus menggunakan suatu strategi yang melibatkan dimensi promosi melalui periklanan, penjualan langsung,

dan *sponsorship*, serta dimensi distribusi dengan memperhatikan ketersediaan produk, pemilihan lokasi pemasaran yang tepat, dan penataan jaringan distribusi yang baik, akan meningkatkan penjualan produk (Maisaroh dkk., 2023). Penggunaan teknologi di era sekarang dapat memudahkan dalam kegiatan pemasaran.

Teknologi telah banyak membantu dalam pemasaran pertanian salah satunya dengan *e-commerce*. *E-commerce* dalam sektor pertanian telah mengubah cara petani, agribisnis, dan konsumen berinteraksi dengan memanfaatkan *platform* digital untuk menghubungkan petani langsung dengan konsumen, mengurangi peran perantara, menciptakan pasar yang lebih transparan, memfasilitasi transaksi, memungkinkan pertukaran informasi secara *real-time*, serta mendukung strategi pemasaran yang disesuaikan (Putra dkk., 2023). Meskipun *e-commerce* sudah banyak diberlakukan di pemasaran pertanian, tetapi praktik pemasaran secara tradisional juga masih sangat diperlukan agar petani bisa langsung berinteraksi langsung dengan wisatawan.

h. Syarat-syarat Pariwisata

Suatu wisata memiliki syarat atau kriteria tertentu untuk bisa disebut atau dijadikan sebagai objek wisata. Mengutip dari Alkalah, (2016), agar suatu objek wisata menarik bagi wisatawan, terdapat beberapa analisis yang perlu dipenuhi dikatakan sebagai objek wisata, yaitu:

- 1) *What to see*, ditempat tersebut harus ada objek wisata atau atraksi wisata yang unik dan berbeda dari daerah lain. Syarat pariwisata harus ada yang menjadi atraksi atau yang bisa dilihat, misalnya seperti wisata kuliner. Daya tarik makanan, seperti rasa, warna, bentuk, dan tekstur, memiliki peran yang sangat penting dalam menilai kualitas makanan yang disajikan (Hasnah dkk., 2021). Setiap jenis pariwisata harus menyediakan daya tarik dan atraksi untuk bisa dilihat oleh wisatawan.
- 2) *What to do*, menyediakan berbagai kegiatan rekreasi yang dapat dilakukan oleh wisatawan di lokasi tersebut. Wisatawan yang berkunjung harus merasa senang, bahagia, dan rileks, mereka perlu disediakan fasilitas

rekreasi yang bermanfaat, seperti arena bermain atau tempat makan, yang dapat membuat mereka betah dan ingin berlama-lama di sana (Nandia Pelita Kusumadewi, 2022). Supaya wisatawan merasa betah maka harus ada sesuatu yang dilakukan oleh wisatawan. Kebutuhan penunjang wisatawan juga harus diperhatikan agar wisatawan ingin datang ke tempat wisata lagi seperti penyediaan aksesibilitas, fasilitas, sarana dan prasarana yang memadai.

- 3) *What to buy*, tersedia fasilitas untuk berbelanja terutama untuk *souvenir* dan kerajinan. fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau ikon darid daerah tersebut sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh (Nandia Pelita Kusumadewi, 2022). Cenderamata harus tersedia untuk bisa dijadikan oleh-oleh agar wisatawan mendapatkan kenangan manis bagi wisatawan.
- 4) *What to arrive*, mencakup aksesibilitas, transportasi, dan waktu yang diperlukan untuk mencapai lokasi wisata. Berpindah dari satu lokasi ke lokasi lainnya, diperlukan fasilitas transportasi (Herawati, 2020). Salah satu contoh transportasi yang ada dalam pariwisata seperti shelter, transportasi pengangkut wisatawan ke lokasi tujuan.
- 5) *What to stay*, wisatawan akan tinggal untuk sementara selama dia berlibur. Diperlukan penginapan-penginapan baik hotel maupun *homestay*. Rute wisata yang dirancang membutuhkan waktu lebih dari satu hari, maka dapat disediakan fasilitas untuk menginap (Herawati, 2020). Penyediaan tempat tinggal sementara bagi wisatawan harus disediakan agar wisatawan merasa nyaman untuk menikmati wisata yang sudah dirancang.

i. Sapta Pesona

Sapta pesona adalah sebuah inisiatif yang bertujuan untuk melihat menyediakan pelayanan yang memuaskan dan terorganisir dalam kegiatan wisata (Rahmi, 2020). Program ini memberikan gambaran tentang layanan yang akan diterapkan di suatu lokasi wisata baik yang sudah jadi objek wisata atau yang baru potensi wisata, yang membantu membentuk kebiasaan baik

dalam menjalankan usaha. Penerapan sapta pesona di suatu daerah tujuan pariwisata dapat berdampak pada peningkatan keinginan wisatawan untuk berkunjung serta memperpanjang durasi tinggal mereka. Program sapta pesona diharapkan dapat meningkatkan citra destinasi wisata Indonesia. Menurut Nasution dkk., (2020), unsur-unsur sapta pesona dapat dijabarkan sebagai berikut:

1) Aman

Merupakan kondisi lingkungan di destinasi pariwisata yang memberikan rasa tenang dan bebas dari rasa takut bagi wisatawan. Tindakan yang perlu dilakukan antara lain menjaga kenyamanan wisatawan, memberikan perlindungan, menunjukkan sikap bersahabat, memelihara keamanan, serta menjaga lingkungan agar bebas dari bencana alam atau lingkungan, penyakit menular dan risiko kecelakaan.

2) Tertib

Menggambarkan kondisi lingkungan dan pelayanan yang menunjukkan disiplin tinggi serta kualitas layanan yang konsisten dan efisien, memberikan kenyamanan dan kepastian bagi wisatawan. Tindakan yang harus dilakukan meliputi menciptakan budaya antre, mematuhi peraturan, disiplin waktu, serta menjaga kerapian dan keteraturan.

3) Bersih

Merupakan kondisi lingkungan dan kualitas produk serta layanan yang mencerminkan kesehatan, sehingga memberikan kenyamanan bagi wisatawan. Tindakan yang perlu diwujudkan meliputi tidak membuang sampah sembarangan, menjaga kebersihan objek wisata, bebas dari polusi, menyajikan makanan yang higienis, serta memastikan penampilan petugas yang bersih dan rapi.

4) Sejuk

Menggambarkan kondisi yang nyaman dan teduh di daerah tujuan wisata. Tindakan yang perlu dilakukan termasuk melaksanakan penghijauan dengan menanam pohon, dan menjaga kenyamanan suhu di area wisata. Sejuk mengartikan bahwa lokasi wisata jauh dari kebisingan

dan polusi udara.

5) Indah

Mengacu pada kondisi yang menarik dan memberikan kesan mendalam bagi wisatawan, mendorong kunjungan ulang dan promosi yang lebih luas. Tindakan yang perlu diwujudkan adalah menjaga estetika objek wisata, menata lingkungan secara teratur, dan menjaga keindahan vegetasi.

6) Ramah

Merupakan suasana akrab dan terbuka yang ditunjukkan oleh masyarakat di destinasi pariwisata. Tindakan yang perlu dilakukan termasuk bersikap sebagai tuan rumah yang baik, memberikan informasi tentang adat istiadat dengan sopan, menghargai dan toleran terhadap wisatawan, serta memberikan senyuman yang tulus.

7) Kenangan

Mengacu pada pengalaman yang berkesan di destinasi pariwisata, memberikan rasa senang dan kenangan indah bagi wisatawan. Tindakan yang perlu dilakukan termasuk, menyajikan makanan khas yang bersih dan sehat, serta menyediakan cenderamata yang menarik dan mudah dibawa.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Adapun penelitian relevan yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Firhan Chairangga (2019) yang berjudul “Identifikasi Kawasan Caringin Tilu Sebagai Kawasan Agrowisata di Desa Cimenyan Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung”, penelitian Revi Meliawati (2024) yang berjudul “Identifikasi Potensi Kawasan *Agricamp* Papayan Sebagai Kawasan Agrowisata di Desa Papayan Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya”, penelitian Sri Marwanti (2015) dengan judul “Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat di Kabupaten Karanganyar”, penelitian Asep Nurwanda (2020) dengan judul “Analisis Potensi Agrowisata di Kabupaten Ciamis”, dan penelitian oleh Apprila Natasya Br Surbakti (2021) dengan judul “Analisis Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo”. Adapun penelitian relevan yang digunakan peneliti untuk membantu dan memperkuat dalam penulisan yang dilakukan oleh peneliti. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

Penelitian Relevan 1 (Skripsi)	
Penulis	Firhan Chairangga
Judul	Identifikasi Kawasan Caringin Tilu Sebagai Kawasan Agrowisata di Desa Cimenyan Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung
Tahun	2019
Instansi	Universitas Siliwangi
Rumusan Masalah	1. Potensi-potensi apa sajakah yang mendukung Kawasan Caringin Tilu sebagai kawasan agrowisata di Desa Cimenyan Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung? 2. Upaya apa saja yang dapat dilakukan untuk mengembangkan potensi Kawasan Caringin Tilu sebagai kawasan agrowisata di Desa Cimenyan Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung?
Hipotesis Penelitian	1. Potensi-potensi yang ada di Kawasan Caringin Tilu untuk dikembangkan sebagai agrowisata yaitu pemandangan alam berupa kawasan pertanian, keanekaragaman kegiatan masyarakat, dan produksi pertanian. 2. Upaya yang dapat dilakukan untuk mewujudkan Kawasan Caringin Tilu di Desa Cimenyan Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung sebagai kawasan agrowisata yaitu meningkatkan pengelolaan kawasan, meningkatkan peran serta masyarakat, meningkatkan sarana prasarana, serta meningkatkan promosi dan publikasi.
Metode Penelitian	Deskriptif Kuantitatif
Penelitian Relevan 2 (Skripsi)	
Penulis	Revi Meliawati
Judul	Identifikasi Potensi Kawasan <i>Agricamp</i> Papayan Sebagai Kawasan Agrowisata di Desa Papayan Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya
Tahun	2024
Instansi	Universitas Siliwangi
Rumusan Masalah	1. Potensi apa saja yang mendukung <i>Agricamp</i> Papayan sebagai Kawasan Agrowisata di Desa Papayan Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya? 2. Bagaimanakah upaya pengembangan potensi Kawasan Agrowisata <i>Agricamp</i> Papayan di Desa Papayan Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya?
Hipotesis Penelitian	1. Potensi yang mendukung kawasan <i>Agricamp</i> papayan sebagai kawasan Agrowisata di Desa Papayan Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya adalah yaitu kawasan pertanian, panorama alam, sarana edukasi, dan kegiatan ekonomi.

	2. Upaya pengembangan potensi agrowisata <i>agricamp</i> papayan di Desa Papayan Kecamatan Jatiwatas Kabupaten Tasikmalaya dilihat dari Pengembangan pertanian, melengkapi sarana dan prasarana, dan meningkatkan promosi.
Metode Penelitian	Deskriptif Kuantitatif
Penelitian Relevan 3 (Artikel)	
Penulis	Sri Marwanti
Judul	Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat di Kabupaten Karanganyar
Tahun	2015
Instansi	Universitas Sebelas Maret
Rumusan Masalah	1. Apa saja kebutuhan masyarakat petani terhadap pembangunan agrowisata berbasis sumber daya pertanian? 2. Apa tantangan yang dihadapi dalam pengembangan agrowisata?
Hipotesis Penelitian	1. Pembangunan agrowisata berbasis sumber daya pertanian berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat petani melalui peningkatan pendapatan dan akses terhadap mata pencaharian yang lebih baik. 2. Terdapat hubungan positif antara peningkatan kompetensi sumber daya manusia dan keberhasilan dalam pengembangan agrowisata berbasis sumber daya pertanian, yang dapat mempengaruhi daya tarik dan keberlanjutan agrowisata tersebut
Metode Penelitian	Deskriptif Kualitatif
Penelitian Relevan 4 (Artikel)	
Penulis	Asep Nurwanda
Judul	Analisis Potensi Agrowisata di Kabupaten Ciamis
Tahun	2020
Instansi	Universitas Galuh
Rumusan Masalah	1. Bagaimana potensi agrowisata di Kabupaten Ciamis dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD)? 2. Apa saja tantangan yang dihadapi dalam mengembangkan agrowisata di wilayah perdesaan Kabupaten Ciamis?
Hipotesis Penelitian	Hipotesis penelitian dalam artikel ini berfokus pada potensi agrowisata di Kabupaten Ciamis, yang diharapkan dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengembangkan objek wisata buatan yang berasal dari karya manusia, seperti perkebunan durian, kopi, dan lainnya, sebagai bagian dari pengembangan agrowisata di wilayah tersebut.
Metode Penelitian	Deskriptif Kualitatif

Penelitian Relevan 5 (Skripsi)	
Penulis	Apprila Natasya Br Surbakti
Judul	Analisis Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo
Tahun	2021
Instansi	Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Rumusan Masalah	1. Bagaimana potensi pengembangan agrowisata di Kabupaten Karo? 2. Bagaimana strategi dalam pengembangan agrowisata di Kabupaten Karo?
Metode Penelitian	Deskriptif Kualitatif
Penelitian yang sedang dilakukan (Skripsi)	
Penulis	Tatin Rizhiandini
Judul	Pengembangan Potensi Agrowisata Berbasis Masyarakat Lokal di Desa Cijulang Kecamatan Cineam Kabupaten Tasikmalaya
Tahun	2025
Instansi	Universitas Siliwangi
Rumusan Masalah	1. Potensi agrowisata apa sajakah yang terdapat di Desa Cijulang Kecamatan Cineam Kabupaten Tasikmalaya? 2. Bagaimanakah Upaya Pengembangan Potensi Agrowisata Berbasis Masyarakat Lokal yang terdapat di Desa Cijulang Kecamatan Cineam Kabupaten Tasikmalaya?
Hipotesis Penelitian	1. Potensi Agrowisata berbasis masyarakat lokal yang terdapat di Desa Cijulang Kecamatan Cineam Kabupaten Tasikmalaya adalah: perkebunan, <i>agroforestry</i> , dan tanaman pangan holtikultura. 2. Upaya pengembangan potensi agrowisata berbasis masyarakat lokal di Desa Cijulang Kecamatan Cineam Kabupaten Tasikmalaya yaitu manajemen pengelolaan, aksesibilitas, sarana prasarana, promosi dan pemasaran.
Metode Penelitian	Deskriptif Kuantitatif

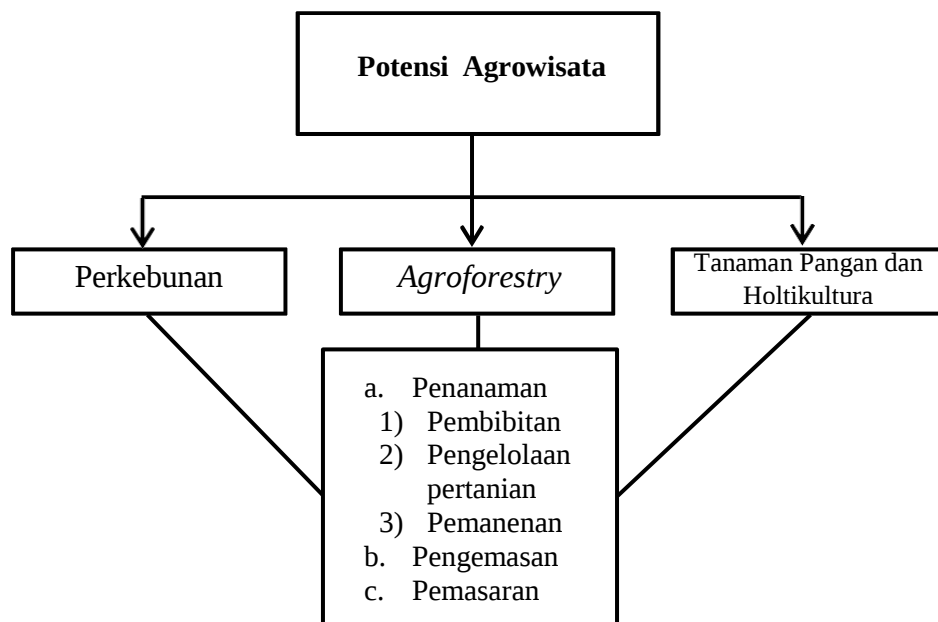
Sumber: Hasil Studi Pustaka 2025

Tabel 2.1 menunjukkan bahwa penelitian relevan yang digunakan peneliti. Penelitian yang relevan ini menunjukkan bahwa penelitian yang sedang dilakukan ini bukan merupakan sesuatu hal yang baru diteliti. Perbandingan ketiga penelitian relevan pada Tabel 2.1 dengan penelitian yang sedang dilakukan penulis adalah perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, judul penelitian, perbedaan dalam metode penelitian ada yang menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Sedangkan persamaannya yaitu penulis mengambil konteks potensi agrowisata,

serta rumusan masalah teknis analisis, dan metode penelitian yaitu menggunakan deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian relevan membantu penulis dalam penyusunan skripsi sehingga penelitian ini bukan hal yang baru dan sudah ada penelitian sebelumnya sebagai referensi.

2.3 Kerangka Konseptual

2.3.1 Kerangka Konseptual I

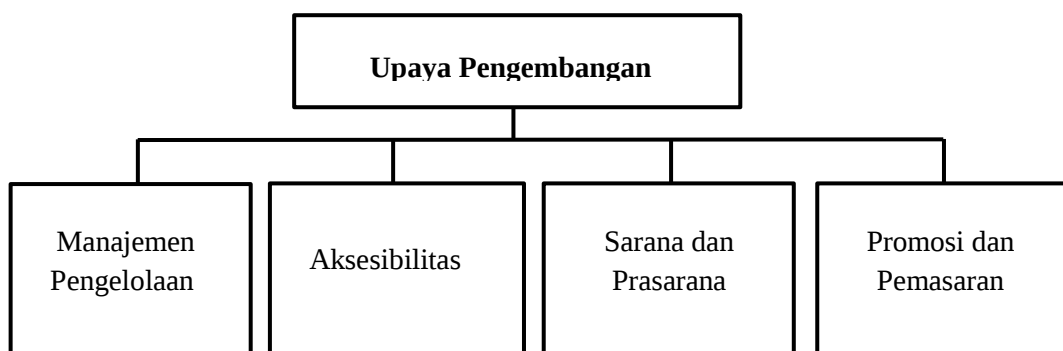


Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2025

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual I

Kerangka Konseptual I didasarkan pada rumusan masalah yang pertama yaitu “Potensi agrowisata berbasis masyarakat lokal apa sajakah yang terdapat di Desa Cijulang Kecamatan Cineam Kabupaten Tasikmalaya?”. Potensi Agrowisata ini akan dijadikan sebagai wisata berbasis pertanian yang didalamnya menyimpan potensi yaitu Lahan Perkebunan, *Agroforestry*/Kehutanan, dan Tanaman Pangan Holtikultura.

2.3.2 Kerangka Konseptual II



Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2025

Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual II

Kerangka Konseptual II didasarkan pada rumusan masalah yang kedua yaitu “Bagaimanakah upaya pengembangan potensi agrowisata berbasis masyarakat lokal di Desa Cijulang Kecamatan Cineam Kabupaten Tasikmalaya?”. Berdasarkan penguraian kerangka konseptual pada Gambar 2.2 maka terdapat hubungan antara kerangka konseptual I dan kerangka konseptual II. Maka yang menjadi upaya pengembangan potensi agrowisata berbasis masyarakat lokal yaitu manajemen pengelolaan, aksesibilitas, sarana prasarana, promosi dan pemasaran.

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis bersifat sebagai dugaan, sehingga peneliti perlu mengumpulkan data yang memadai untuk membuktikan kebenaran dugaan tersebut (Lolang, 2014). Hipotesis merupakan perkiraan jawaban sementara yang diajukan oleh peneliti untuk mengatasi masalah yang diteliti. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Potensi agrowisata berbasis masyarakat lokal yang terdapat di Desa Cijulang Kecamatan Cineam Kabupaten Tasikmalaya yaitu lahan perkebunan, *agroforestry*, dan tanaman pangan hortikultura.
2. Upaya pengembangan potensi agrowisata berbasis masyarakat lokal di Desa Cijulang Kecamatan Cineam Kabupaten Tasikmalaya yaitu manajemen pengelolaan, aksesibilitas, sarana dan prasarana, promosi dan pemasaran.