

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA BUMIAJI KOTA BATU

ERNA NURSIYAH TANOYO
Dosen Akpar Majapahit
Email: r_nat4n@yahoo.co.id

Abstrak

Pengembangan Agrowisata Bumiaji dengan konsep pemberdayaan masyarakat, dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, memberikan pengetahuan tentang pariwisata, khususnya agrowisata dan keberlangsungan lingkungan. Produk, atraksi dan fasilitas wisata semua berasal dari masyarakat Desa Bumiaji cukup menarik, dan bervariasi, belum tentu dapat ditemukan di agrowisata lainnya, serta bisa membeli hasil-hasil pertanian dan olahan-olahan secara langsung di home industry serta souvenir yang ada di Desa Bumiaji Keberlangsungan lingkungan sebagai pertimbangan Pengembangan demi menjaga keberlangsungan kawasan Agrowisata Bumiaji dimasa yang akan datang.

Pada hasil *Strenghts + Threaths* menjelaskan bahwa sangat perlu adanya terobosan-terobosan baru agar bisa lebih menarik minat wisatawan, mengingat banyaknya bermunculan wisata-wisata agro di Kota Batu. Lalu dari sisi lain juga sangat penting menjaga kelestarian lingkungan agrowisata dengan menjaga kebersihan dan merawat lingkungan di area agrowisata dan sekitarnya serta mempertahankan budaya lokal sebagai aset wisata dan menerima budaya asing yang bersifat positif.

Pada hasil *Weakness + Opportunities* menjelaskan bahwa masih perlunya peningkatan upaya-upaya pemasaran baik melalui media online, elektronik dan cetak maupun melalui kerjasama-kerjasama yang dijalin dengan beberapa biro perjalanan wisata yang bisa membantu mempromosikan dan menjual paket wisata Agrowisata Bumiaji kepada kalangan wisatawan yang lebih luas lagi. Selain itu kerjasama dengan pemerintahan terkait khususnya dinas pariwisata juga perlu ditingkatkan kembali.

Kata Kunci: *Strategi, Pengembangan, agrowisata*

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara tropis yang subur dan kaya dengan keanekaragaman flora dan fauna. Sebagian besar penduduk Indonesia, yang tinggal di pedesaan adalah petani. Penduduk desa di lereng bukit, di dataran tinggi, umumnya adalah petani tradisional, yang bercocok tanam dengan peralatan tradisional menyesuaikan dengan kondisi lahan. Kondisi hijau dan sejuk alam pedesaan ini mempunyai potensi daya tarik wisata yang dapat dikembangkan menjadi agrowisata, dengan menggabungkan aktivitas pertanian dan aktivitas pariwisata.

UN-WTO dalam sebuah laporannya mengungkapkan bahwa sejak tahun 1990 an timbul kecenderungan dan perkembangan baru dalam dunia kepariwisataan untuk menikmati keindahan suatu desa wisata. Hal ini berarti peluang yang besar bagi Indonesia sebagai negara agraris yang kaya keanekaragaman flora dan fauna untuk mengembangkan pariwisata berbasis alam dan masyarakat pedesaan, dalam bentuk desa wisata ataupun agrowisata.

Agrowisata adalah objek dan daya tarik wisata yang memanfaatkan usaha pertanian (agro) sebagai objek wisata, yang bukan saja untuk berwisata, tetapi juga untuk edukasi memperluas pengetahuan dan pengembangan usaha di bidang pertanian, pengembangan budaya lokal, meningkatkan pendapatan masyarakat khususnya petani, melestarikan sumber daya alam serta memelihara budaya maupun teknologi lokal (*indigenous knowledge*) yang umumnya telah sesuai dengan kondisi lingkungan alam.

Pengembangan pariwisata sering dituding sebagai salah satu sumber (utama) kerusakan lingkungan, ketika pengembangan pariwisata lebih didominasi oleh nilai-nilai ekonomi dan estetika terkait dengan pengembangan industri, dibandingkan pengembangan nilai-nilai etika budaya, sosial dan kearifan lingkungan masyarakat lokal, sementara kesejahteraan, partisipasi dan kepuasan masyarakat yang bersentuhan langsung dengan wisatawan sebagai tolok ukur keberhasilan pariwisata belum nampak.

Masyarakat lokal yang seharusnya menjadi subyek utama di dalam pengelolaan pariwisata, justru menjadi obyek penderita yang diatur dengan berbagai bentuk pengekangan atas nama kepuasan pengunjung. Kerusakan lingkungan alam, penggundulan hutan, limbah yang tak terolah musnahnya spesies-spesies langka timbulnya kawasan kumuh perubahan perilaku binatang yang ditunjukkan dengan tingkah agresif dan seringkali membahayakan, kehadiran wisatawan, masuknya nilai-nilai asing yang berdampak pada perubahan nilai-nilai, perubahan social budaya dan perilaku masyarakat lokal, sebagai dampak yang harus ditanggung oleh masyarakat lokal yang seharusnya disejahterakan dengan adanya pembangunan pariwisata.

Industri pariwisata diperkirakan akan terus berkembang, dan pemanfaatan alam dalam industri ini akan semakin jauh meningkat. Kerusakan alam, mungkin akan semakin meningkat. Diperlukan komitmen dari semua pihak terhadap pengembangan pariwisata yang tidak merusak lingkungan, terutama alam. Kerusakan alam berarti juga kerusakan kehidupan, termasuk kehidupan manusia.

RUMUSAN MASALAH

Filosofi agrowisata adalah meningkatkan pendapatan kaum tani, keseimbangan dan keharmonisan antara lingkungan hidup dan kepuasan wisatawan yang diciptakan oleh kemauan masyarakat itu sendiri. maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimanakah strategi pengembangan Agrowisata Bumiaji yang yang dapat mewujudkan peningkatan pendapatan kaum tani, keseimbangan dan keharmonisan antara lingkungan hidup dan kepuasan wisatawan?”

TUJUAN PENELITIAN

1. Mengidentifikasi faktor-IFAS dan EFAS dalam agrowisata Bumiaji
2. Merumuskan strategi pengembangan Agrowisata Bumi Aji yang yang dapat mewujudkan peningkatan pendapatan kaum tani, keseimbangan dan keharmonisan antara lingkungan hidup dan kepuasan wisatawan?

KAJIAN TEORI

Agrowisata (*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 bagian dari objek wisata yang memanfaatkan usaha pertanian (agro) sebagai objek wisata. Tujuannya adalah untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi, dan hubungan usaha dibidang pertanian.

Agrowisata merupakan bagian dari objek wisata yang memanfaatkan usaha pertanian (agro) sebagai objek wisata. Agrowisata 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. Tujuannya adalah untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi, dan hubungan usaha dibidang pertanian, 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.

Agrowisata adalah bisnis berbasis usahatani yang terbuka untuk umum (Maruti (2009) Tavaré (Maruti, 2009) mendefinisikan agrowisata sebagai aktivitas agribisnis dimana petani setempat menawarkan tur pada usahatani dan mengizinkan seseorang pengunjung menyaksikan pertumbuhan, pemanenan, pengolahan pangan lokal yang tidak akan ditemukan di daerah asalnya. Sering petani tersebut menyediakan kesempatan kepada pengunjung untuk tinggal sementara dirumahnya dan program pendidikan. Agrowisata adalah aktivitas turis untuk membantu para petani mendapatkan tambahan pendapatan usahatani, yang menjadi sumber pendapatan utamanya (Mazilu dan Iancu, 2006).

Tipologi agrowisata berdasarkan aktivitas dan tipe kontak alami serta keterlibatan turis dalam pengerjaan usahatani seperti disajikan pada Brscic (2006) mengemukakan bahwa agrowisata sebagai sebuah bentuk khusus pariwisata di lokasi usahatani rumahtangga yang dapat berdampak ganda terhadap aspek sosial-ekonomi dan permukaan areal (*landscape*) pedesaan.

Aktivitas agrowisata terdiri atas dua bagian, yaitu aktivitas wisata dan aktivitas pertanian, yang berdampak pada lingkungan pedesaan, sebagai pasar potensial bagi produk-produk yang dihasilkan oleh produsen pertanian lainnya, menjual barang dan jasa secara langsung atau tidak langsung melalui asosiasi turis, agen-agen turis atau operator-operator tur. Agrowisata sebuah aktivitas, usaha atau bisnis yang mengkombinasikan elemen dan ciri-ciri utama pertanian dan

pariwisata dan menyediakan sebuah pengalaman kepada pengunjung yang mendorong aktivitas ekonomi dan berdampak pada usahatani dan pendapatan masyarakat

Prince Edward Island Department of Agriculture & Forestry (2000) dan *Kuehn et al.* (2000), menyatakan bahwa agrowisata adalah sebuah pilihan bagi para petani yang ingin meningkatkan pendapatan usahatani melalui diversifikasi operasional usahatannya, yang dapat menyediakan lebih banyak aktivitas ekonomi terhadap petani dan masyarakat perdesaan, serta yang mencakup penyediaan jasa dan produk agroturistik kepada pengunjung. Pizam dan Pokela (Hsu, 2005) menggolongkan aktivitas agrowisata kedalam dua kategori, yaitu aktifitas usaha tani (*farming activities*) dan aktivitas yang sama sekali tidak ada kaitannya dengan usahatani (*non-farming activities*), sedangkan, Wood (2006) menggolongkannya kedalam *on-farm activities* dan *off-farm activities*.

Berbagai aktivitas agrowisata yang sering dijumpai (*Wolfe dan Bullen, ?*) adalah berburu dan memancing berbasis *fee* (*fee hunting and fishing*), festival dan pameran pertanian (*agriculture related festival and fairs*), tur usaha tani (*farm tours*), wisata petik sayuran dan buah-buahan (*U-pick vegetables and fruit*), menunggang kuda (*horseback riding*), pasar ritel petani/usahatani (*farmers/on-farm retail markets*), berlibur di usahatani (*farm/on farm vacations*), menginap dan menikmati makan pagi di rumah petani (*on-farm bed and breakfasts*), menikmati anggur (*wineries*), menikmati keunikan binatang/burung di peternakan (*on-farm petting zoos/bird watching*), piknik di areal usahatani (*on-farm picnic areas*), bersepeda/berjalan di jalan usaha tani (*biking/hiking trails*), dan program pendidikan usahatani (*on-farm educational programs*).

Sznajder et al. (2009) menambahkan konsep agrowisata yang membedakan antara agrowisata tradisional dan agrowisata modern. Agrowisata tradisional hanya menawarkan paket liburan dengan tinggal sementara kepada pengunjung untuk menikmati sumberdaya alami usahatani dan petani hanya mendapatkan sejumlah kecil tambahan pendapatan. Selanjutnya, dalam agrowisata modern, petani tampak lebih berinisiatif melakukan investasi untuk dapat menawarkan lebih banyak produk agroturistik dengan harapan dapat memberikan sumbangan nyata terhadap pendapatan usaha taninya.

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 dapat dirinci sebagai berikut (Lobo dkk, 1999): (1). *Agritourism* dapat memunculkan peluang bagi petani lokal untuk meningkatkan pendapatan dan meningkatkan taraf hidup serta kelangsungan operasi mereka; (2). Menjadi sarana yang baik untuk mendidik orang banyak/masyarakat tentang pentingnya pertanian dan kontribusinya untuk perekonomian secara luas dan meningkatkan mutu hidup; (3) Mengurangi arus urbanisasi ke perkotaan karena masyarakat telah mampu mendapatkan pendapatan yang layak dari usahanya di desa (*agritourism*) (4). *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.

Agrowisata dapat dikembangkan oleh individu petani yang memiliki minimal 2 (dua) hektar lahan, rumah petani, sumberdaya air dan berminat untuk menjamu wisatawan (turis). Selain individu petani atau sekelompok petani, koperasi pertanian, organisasi nonpemerintah (NGO), perguruan tinggi pertanian dapat mengembangkan pusat agrowisata (Maruti, 2009). Petani atau kelompok tani seharusnya mendesain pusat agrowisatanya hanya dalam lingkungan yang alami perdesaan dengan latar belakang fanorama alam yang indah untuk menangkap minat wisatawan perkotaan datang ke agrowisata tersebut, sehingga sehingga wisatawan yang berasal dari daerah perkotaan akan sangat menikmati panorama alam dan kehidupan perdesaan.

Lokasi adalah faktor terpenting untuk keberhasilan pengembangan pusat agrowisata. Lokasi tersebut harus secara mudah diakses dan memiliki keunikan dan latar belakang fanorama yang indah. Akan lebih baik lagi kalau lokasi agrowisata itu dekat dengan tempat-tempat bersejarah, dam/danau, atau pun tempat berziarah.

Infrastruktur dan fasilitas dasar yang perlu disediakan oleh petani atau kelompok tani pada usahatannya, yaitu: rumah petani yang dilengkapi fasilitas akomodasi yang memenuhi persyaratan minimal hotel, sumberdaya air, *green house* dan koleksi tanaman yang diusahakan petani, peralatan memasak untuk memasak makanan yang diinginkan oleh wisatawan, kotak obat untuk memenuhi kebutuhan kesehatan yang bersifat darurat, sumur atau kolam untuk aktivitas memancing atau berenang, dan fasilitas telepon.

Fasilitas yang dapat juga ditawarkan/ditunjukkan adalah (a) makanan khas daerah tersebut untuk *breakfast*, *lunch*, dan *dinner*; (b) atraksi pertanian yang dapat dilihat atau diikuti (melibatkan partisipasi wisatawan); (c) permainan tradisional yang dapat diikuti oleh wisatawan; (d) berbagai informasi tentang budaya, pakaian, kesenian, kerajinan, tradisi pedesaan, dan berapa kesenian yang dapat didemonstrasikan; (e) pedati atau kuda untuk dikendarai, (f) alat pancing untuk kegiatan memancing di kolam milik petani atau danau terdekat; (g) buah-buahan, jagung, kacang tanah, tebu dan sebagainya; (h) burung atau binatang lokal atau air terjun terdekat; (i) keamanan bagi wisatawan yang didukung oleh kerjasama dengan rumah sakit terdekat; (j) tarian khas daerah; dan (k) berbagai produk pertanian yang dapat dibeli oleh wisatawan.

Penentuan target pasar sangat penting dan menentukan keberhasilan usaha agrowisata. Ada empat tujuan pokok dalam penentuan target pasar: (1) menentukan dan mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pengunjung, (2) mencari solusi atau cara agar pengunjung datang ke obyek agrowisata, (3) memastikan bahwa tempat agrowisata memenuhi keinginan dan kebutuhan pengunjung dan mereka akan membelanjakan uangnya di obyek agrowisata tersebut, dan (4) menyediakan pendidikan dan hiburan yang memadai sehingga mereka ingin datang kembali untuk kunjungan berikutnya. Untuk meningkatkan jumlah kunjungan ke obyek agrowisata, pihak manajer marketing dapat menjalin kerjasama dengan berbagai instansi, misalnya dengan berbagai pihak *travel agent* dan yang paling potensial dengan lembaga pendidikan dari tingkat taman kanak-kanak (TK) hingga perguruan tinggi. Melalui promosi dan penyediaan paket produk agroturistik yang menarik diyakini dapat meningkatkan pendapatan usahatani. Dengan demikian, pengembangan agrowisata pada gilirannya akan menciptakan lapangan pekerjaan, karena usaha ini dapat menyerap

tenaga kerja dari masyarakat sekitar, sehingga dapat menahan atau mengurangi arus urbanisasi yang semakin meningkat belakangan ini.

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>) Sutjipta (2001) mendefinisikan, agrowisata adalah sebuah sistem kegiatan yang terpadu dan terkoordinasi untuk pengembangan pariwisata sekaligus pertanian, dalam kaitannya dengan pelestarian lingkungan, peningkatan kesejahteraan masyarakat petani.

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) *Ecotourism* dan *agritourism* berpegang pada prinsip yang sama (Wood, 2000, dalam Pitana, 2002) adalah: (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. (h) 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. (i) Mempercayakan pemanfaatan sumber energi, melindungi tumbuh-tumbuhan dan binatang liar, dan menyesuaikannya dengan lingkungan alam dan budaya.

Pengembangan agrowisata dapat diarahkan dalam bentuk ruangan tertutup (seperti museum), ruangan terbuka (taman atau lansekap), atau kombinasi antara keduanya. Tampilan agrowisata ruangan tertutup dapat berupa koleksi alat-alat pertanian yang khas dan bernilai sejarah atau naskah dan visualisasi sejarah penggunaan lahan maupun proses pengolahan hasil pertanian. Agrowisata ruangan terbuka dapat berupa penataan lahan yang khas dan sesuai dengan kapabilitas dan tipologi lahan untuk mendukung suatu sistem usahatani yang efektif dan berkelanjutan.

Komponen utama pengembangan agrowisata ruangan terbuka dapat berupa flora dan fauna yang dibudidayakan maupun liar, teknologi budi daya dan pascapanen komoditas pertanian yang khas dan bernilai sejarah, atraksi budaya pertanian setempat, dan pemandangan alam berlatar belakang pertanian dengan kenyamanan yang dapat dirasakan. Agrowisata ruangan terbuka dapat

dilakukan dalam dua versi/pola, yaitu alami dan buatan (<http://database.deptan.go.id>) Selanjutnya agrowisata ruangan terbuka dapat dikembangkan dalam dua versi/pola, yaitu alami dan buatan, yang dapat dirinci sebagai berikut: (a) 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. 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. (b) Agrowisata Ruang Terbuka Buatan Kawasan agrowisata ruangan 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.

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. Sutjipta (2001) menganggap, agrowisata dapat berkembang dengan baik jika terjadi Tri mitra dan tri karya pembangunan agrowisata yang meliputi, pemerintah sebagai pembuat aturan, rakyat/petani sebagai subyek, dan dunia usaha pariwisata sebagai penggerak perekonomian rakyat

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian Desa Bumiaji, Kecamatan Kota Batu, dilakukan selama 2 (dua) bulan yakni antara bulan Juni 2017 – Juli 2017. Lokasi penelitian ditentukan dengan pertimbangan bahwa memiliki potensi agrowisata yang dapat berkembang dengan baik dan dapat menjadi destinasi wisata

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diambil langsung dari lokasi penelitian agrowisata Desa Bumiaji., melalui pengamatan langsung di lokasi, wawancara dengan pihak pemerintah, tokoh masyarakat, dan pengisian kuesioer. Pengisian kuesioer untuk tujuan analisis strategi pengembangan kawasan agrowisata responden yang memiliki kontribusi besar terhadap perumusan dan pelaksanaan strategi di agrowisata Desa Bumiaji. Responden yang dipilih 15 orang untuk mengisi kuesioner penelitian sebagai berikut:

1. Pemerintah (2 orang), yaitu Kepala Desa Bumiaji. dan Pegawai Dinas pariwisata
2. Tokoh Masyarakat (2 orang)
3. Pemilik/pengelola objek wisata (2 orang)
4. Pemilik/pengelola fasilitas wisata (2 orang)
5. Pekerja (2)
6. Kepala Keluarga (5)

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui instansi terkait dengan penelitian ini, baik tabulasi maupun deskriptif. Adapun data yang di maksud adalah : jumlah penduduk Desa Bumiaji, metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :wawancara dan diskusi langsung kepada pemerintah setempat, tokoh masyarakat, dan instansi terkait, observasi langsung ke lapangan melalui kegiatan pengamatan,

Variabel dan konsep pengukuran variabel dari penelitian adalah:

1. Mengidentifikasi indikator-indikator Kekuatan (*Strengths*) yang terdapat di agrowisata Bumiaji
2. Mengidentifikasi indikator--indikator Kelemahan (*Weakness*) yang terdapat di kawasan agrowisata Bumiaji.
3. Mengidentifikasi indikator-indikator Peluang (*Opportunities*) yang terdapat di agrowisata Bumiaji .
4. Mengidentifikasi indikator-indikator Ancaman (*Threats*) yang terdapat di kawasan agrowisata Bumiaji

Metode analisis yang digunakan dalam mengidentifikasi strategi pengembangan kawasan agrowisata Bumiaji menggunakan Analisis SWOT. Menurut Rangkuti (2015), Analisis SWOT yaitu membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*), dan kelemahan (*weaknesses*). Dalam melakukan pertimbangan profesional pada analisis faktor strategis internal dan eksternal memiliki pembatas. Pembobotan pada lingkungan internal tingkat kepentingannya didasarkan pada besarnya pengaruh faktor strategis terhadap posisi strategisnya, sedangkan pada lingkungan eksternal didasarkan pada kemungkinan memberikan dampak terhadap faktor strategisnya (Rangkuti, 2015). Jumlah bobot pada masing - masing lingkungan internal dan eksternal harus berjumlah = 1 (satu). Skor total internal total bobot kekuatan + total bobot kelemahan = 1. Skor total eksternal total bobot peluang + total bobot ancaman = 1

Sedangkan nilai bobot menurut Freddy Rangkuti (2015) berdasarkan ketentuan sebagai berikut: “Skala 1.0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting)”. Besarnya rata - rata nilai bobot tergantung pada jumlah faktor strategisnya (5-10 faktor strategis) yang dipakai. Nilai rating berdasarkan besarnya pengaruh faktor strategis terhadap kondisi dirinya (Rangkuti, 2015) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Skala mulai dari 4 (sangat kuat), 3 (kuat), 2 (kurang kuat) sampai dengan 1 (tidak kuat / lemah).
2. Variabel yang bersifat positif (variabel kekuatan dan peluang) diberi nilai dari 1 sampai dengan 4 dengan membandingkan dengan rata - rata pesaing utama / kondisi wilayah didaerah lain. Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya, jika kelemahan dan ancaman besar sekali (dibanding dengan rata-rata pesaing sejenis) nilainya adalah 1, sedangkan ancaman kecil di bawah rata - rata pesaingnya nilainya adalah 4.

Matrik SWOT adalah matrik yang mengintraksikan faktor strategis internal dan eksternal. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman (eksternal) yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan (internal) yang dimiliki. Hasil dari interaksi faktor strategis internal dengan eksternal menghasilkan alternative-alternative strategi. Matrik SWOT menggambarkan berbagai *altemative strategy* yang dilakukan didasarkan hasil analisis SWOT. Strategi SO adalah strategi yang digunakan dengan memanfaatkan/ mengoptimalkan kekuatan yang dimilikinya untuk memanfaatkan sebagai peluang yang ada. Sedang strategi WO adalah strategi yang digunakan seoptimal mungkin untuk meminimalisir kelemahan. Strategi ST adalah strategi yang digunakan dengan memanfaatkan /mengoptimalkan kekuatan untuk mengurangi berbagai ancaman. Strategi WT adalah strategi kelemahan dalam untuk mengurangi kelemahan dalam rangka yang digunakan meminimalisir / menghindari ancaman.

- a. Analisis faktor- faktor strategis internal dan eksternal (IFAS - EFAS). Analisis faktor strategi internal dan eksternal adalah pengolahan faktor-faktor strategis pada lingkungan intemal dan eksternal dengan memberikan pembobotan dan rating pada setiap faktor srategis. Menganalisis lingkungan internal (IFAS) untuk mengetahui berbagai kemungkinan kekuatan dan kelemahan. Masalah strategis yang akan dimonitor harus ditentukan karena masalah mungkin dapat mempengaruhi pariwisata dimasa yang akan datang. Menganalisis lingkungan eksternal (EFAS) untuk mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman. Masalah strategis yang akan dimonitor harus ditentukan karena masalah ini mungkin dapat mempengaruhi pariwisata dimasa yang akan datang.
 - 1) Kolom 1:
Disusun faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan.
 - 2) Kolom 2:
Memberikan bobot masing-masing faktor dengan skala mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Pemberian bobot setiap variabel menunjukkan pengaruh masing-masing variabel terhadap faktor strategi perusahaan. Menurut Kinneer (1991) dalam Mappigau dan Esso (2011), bobot setiap variabel diperoleh dengan menentukan nilai setiap variabel terhadap jumlah nilai keseluruhan variabel menggunakan rumus:

$$\alpha_i = \Sigma$$

Dimana:

α_i = bobot variabel ke-i

x_i = nilai variabel ke-i

$i = 1,2,3,$

n = jumlah variabel

3) Kolom 3:

Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkan rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya. Contohnya jika kelemahan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri yang nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan dibawah rata-rata industri, nilainya adalah 4.

4) Pada kolom 4:

Mengalikan bobot dan rating untuk memperoleh skor pembobotan. Setelah mengetahui skor pembobotan, jumlahkan skor pembobotan (kolom 4) untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu beraksi terhadap faktor-faktor strategis.

b. Pemetaan posisi pariwisata.

Pemetaan posisi pariwisata bertujuan untuk mengetahui posisi pariwisata dari suatu objek wisata dalam kondisi perkembangannya saat ini. Pemetaan didasarkan pada analogi sifat yang dimiliki dari faktor-faktor strategis. Kekuatan memiliki sifat positif, kelemahan bersifat negatif, begitu juga dengan peluang bersifat positif dan ancaman bersifat negatif. Diagram posisi perkembangan pariwisata memberikan gambaran keadaan perkembangan pariwisata berdasarkan kuadran-kuadran yang dihasilkan garis Vektor SW dan garis Vektor OT, setiap kuadran memiliki rumusan strategi sebagai strategi utamanya. Seperti telah dijelaskan sebelumnya garis Vektor pada diagram posisi perkembangan pariwisata didasarkan pada logika faktor strategi internal membentuk garis horisontal dan faktor strategi eksternal membentuk garis vertikal.

Rumusan setiap kuadran yang secara khusus untuk pariwisata dan beberapa pengertian yang melalui proses adopsi, adaptasi dari penggunaan analisis SWOT untuk perusahaan, sehingga diadaptasi satu rumusan sebagai berikut:

- 1) Kuadran I: *Growth* (perlumbuan)
Strategi pertumbuhan didesain untuk mencapai pertumbuhan, baik dalam penjualan, aset, profit atau kombinasi ketiganya (Rangkuti, 2015). Pertumbuhan dalam pariwisata adalah pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan (frekuensi kunjungan dan asal daerah wisatawan), aset (objek dan daya tarik wisata, prasarana dan sarana pendukung), pendapatan (retribusi masuk dan jumlah yang dibelanjakan). Pertumbuhan dalam pariwisata terbagi dua, yaitu :
 - a) *Rapid Growth Strategy* (strategi pertumbuhan cepat), adalah strategi meningkatkan laju pertumbuhan kunjungan wisatawan dengan waktu lebih cepat (tahun ke 2 lebih besar dari tahun ke 1 dan selanjutnya), peningkatan kualitas yang menjadi faktor kekuatan untuk memaksimalkan pemanfaatan semua peluang.
 - b) *Stable Growth Strategy* (strategi pertumbuhan stabil), adalah strategi mempertahankan pertumbuhan yang ada (kenaikan yang stabil, jangan sampai turun).
- 2) Kuadran II: *Stability*
Stabilitas diarahkan untuk mempertahankan suatu keadaan dengan berupaya memanfaatkan peluang dan memperbaiki kelemahan. Strategi stabilitas terbagi dua, yaitu :
 - a) *Agressive Maintenance strategy* (strategi perbaikan agresif), adalah strategi konsolidasi internal dengan mengadakan perbaikan-perbaikan berbagai bidang. Perbaikan faktor-faktor kelemahan untuk memaksimalkan pemanfaatan peluang.
 - b) *Selective Maintenance strategy* (strategi perbaikan pilihan), adalah strategi konsolidasi internal dengan melakukan perbaikan pada sesuatu yang menjadi kelemahan. Memaksimalkan perbaikan faktor-faktor kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
- 3) Kuadran III: *Survival* (Bertahan)
 - a) *Turn around strategy* (strategi memutar balik), adalah strategi yang membalikan kecenderungan-kecenderungan negatif sekarang, yang paling umum tertuju pada pengelolaan.
 - b) *Guirelle strategy* (strategi merubah fungsi), adalah strategi merubah fungsi yang dimiliki dengan fungsi lain yang benar-benar berbeda.
- 4) Kuadran IV: *Diversifikasi*
Strategi penganeekaragaman adalah strategi yang membuat keanekaragaman terhadap objek dan daya tarik wisata dan mendapatkan dana investasi dari pihak luar. Strategi penganeekaragaman dibagi dua:
 - a) *Diversifikasi concentric strategy* (strategi diversifikasi konsentrik), adalah diversifikasi objek dan daya tarik wisata sehingga dapat meminimalisir ancaman.
 - b) *Diversifikasi conglomerata strategy* (strategi diversifikasi konglomerat), adalah memasukan investor untuk mendanai diversifikasi yang mempertimbangkan laba.

Alternative strategi merupakan hasil matrik analisis SWOT yang menghasilkan berupa strategi SO, WO, ST, dan WT. Alternative strategi yang dihasilkan minimal 4 (empat) strategi sebagai hasil dari analisis matrik SWOT.

1. Strategi SO, strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar besamya.
2. Strategi ST, strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO, diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT, didasarkan pada kegiatan usaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Bumiaji memiliki banyak kekuatan potensi alam, seni budaya, keramahtamahan dan kemandirian masyarakat. Pemanfaatan pertanian menjadi daya tarik wisata dapat memberikan pengetahuan dan ketrampilan baru bagi masyarakat yang sebelumnya hanya berprofesi sebagai petani, tambahan penghasilan tersendiri, meningkatkan kesejahteraan masyarakat Meskipun masih terdapat kelemahan, juga memiliki kelemahan, sumber daya manusia, sarana prasarana, dan lain-lain yang berhubungan dengan pengembangan pariwisata.

Pergeseran pariwisata international yang cenderung mengarah pada pariwisata alternative yang berwawasan lingkungan. peluang besar dalam menarik wisatawan dari luar negeri. Kebanyakan wisatawan dari kota Batu maupun dari luar daerah masih tertarik dengan wisata buatan di kota Batu, sehingga kurang adanya perhatian dari wisatawan tentang munculnya pariwisata alternatif seperti wisata alam dan agrowisata yang sebenarnya tidak kalah dengan wisata-wisata buatan yang sudah lebih dulu dikenal oleh wisatawan pada umumnya.

Secara keseluruhan dari analisis SWOT diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut :

Faktor IFAS

Strenghts (kekuatan)

1. Desa Bumiaji memiliki potensi besar sebagai agrowisata karena memiliki hasil pertanian yang melimpah.
2. Memiliki sejarah yang menarik dan *culture* yang masih sangat terjaga hingga sekarang.
3. Memiliki kelompok sadar wisata (pokdarwis) yang siap mengelola dan mengembangkan agrowisata Bumiji sebagai obyek daya tarik wisata alternatif di kota Batu.
4. Memiliki bermacam-macam jenis atraksi wisata yang bisa dinikmati wisatawan, yang belum tentu bisa ditemukan di tempat lain.
5. Keindahan dan keasrian desa yang masih terjaga dengan baik.
6. Aksesibilitas menuju desa Bumiaji sudah cukup memadai.
7. Tersedianya fasilitas pendukung yang memadai.

8. Tersedianya sarana transportasi umum menuju desa Bumiaji, sehingga lokasi desa mudah dijangkau.
9. Letak geografis kota batu yang sangat mendukung karena terletak di dataran tinggi.
10. Keramah-tamahan penduduk dan masyarakat setempat sangat baik dalam melayani wisatawan yang berkunjung.
11. Keamanan dan stabilitas yang cukup baik.

Weakness (kelemahan)

1. Masih kurang memadainya kegiatan promosi dalam memperkenalkan Agrowisata Bumiaji ke luar daerah.
2. Masih terbatasnya hubungan kerjasama dengan biro perjalanan wisata yang seharusnya bisa ikut serta mempromosikan dan menjual paket wisata dari Desa Bumiaji.
3. Kurangnya kerjasama antara pengelola agrowisata dengan pemerintah atau instansi terkait.
4. Belum tersedia tempat informasi yang melayani wisatawan secara langsung.
5. Masih kurangnya sosialisasi baik dari pemerintah maupun pengelola kepada masyarakat tentang sapta pesona di dalam dunia pariwisata, yang seharusnya bisa memberikan dampak positif dalam perencanaan dan pengembangan destinasi agrowisata Bumiaji.
6. Belum adanya *study* pengembangan pariwisata yang bersifat *sustainable development* demi regenerasi dan keberlangsungan agrowisata Bumiaji di masa yang akan datang.
7. Kurangnya diversifikasi kerja dan usaha dalam bidang jasa pariwisata.

Faktor EFAS

Opportunities (peluang)

1. Dengan adanya konsep pengembangan sebuah desa menjadi agrowisata akan sangat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi penduduk desa yang akan semakin meningkat dan kesejahteraan penduduk dan masyarakat akan terjamin.
2. Kualitas pendidikan masyarakat secara tidak langsung akan meningkat karena bertambahnya ilmu pengetahuan dan ketrampilan melalui program pemberdayaan masyarakat.
3. Kebersihan lingkungan akan selalu terjaga karena masyarakat mempunyai tuntutan dalam menjaga kebersihan lingkungan.
4. Besarnya minat investor untuk menanamkan investasinya terutama disektor pariwisata.
5. Semakin berkembangnya kepariwisataan kota wisata Batu.

Threats (ancaman)

1. Terjadinya kerusakan alam karena adanya dampak lingkungan dari kegiatan pariwisata.
2. Semakin bermunculannya agrowisata agrowisata yang mempunyai kesamaan konsep dalam pengembangannya.
3. Persaingan antara wisata alam yang berbasis masyarakat dengan wisata-wisata buatan di kota Batu yang dari tahun ke tahun wisatawannya meningkat.

4. Orientasi pengembangan kawasan agrowisata lebih banyak kearah yang berdampak pada aspek ekonomi dengan mengabaikan dampak fisik yang menyebabkan degradasi terhadap lingkungan terutama penggunaan lahan yang dikhawatirkan akan menjadi rusak dan tercemar.
5. Munculnya kebudayaan-kebudayaan baru yang dapat merusak tradisi dan adat istiadat yang ada di Desa Bumiaji.
6. Masuknya investor yang konsep perencanaan dan pengembangannya justru dikhawatirkan dapat merusak tatanan lahan karena tidak sesuai dengan rencana tata ruang wilayah kawasan agrowisata Bumiaji yang seharusnya.

Analisis Matriks IFAS (Internal Factors Analysis Strategy)

Tabel 1

Matriks IFAS (Internal Factors Analysis Strategy)
pembobotan menggunakan metode perbandingan berpasangan

No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai (bobot x rating)
KEKUATAN				
1.	Desa Bumiaji memiliki potensi besar sebagai agrowisata karena memiliki hasil pertanian yang melimpah.	0,07	4	0,28
2.	Memiliki sejarah yang menarik dan <i>culture</i> yang masih sangat terjaga hingga sekarang.	0,05	3	0,15
3.	Memiliki kelompok sadar wisata (pokdarwis) yang siap mengelola dan mengembangkan agrowisata Bumiji sebagai obyek daya tarik wisata alternatif di kota Batu.	0,06	4	0,24
4.	Memiliki bermacam-macam jenis atraksi wisata yang bisa dinikmati wisatawan, yang belum tentu bisa ditemukan di tempat lain.	0,07	4	0,28
5.	Keindahan dan keasrian desa yang masih terjaga dengan baik.	0,04	2	0,08
6.	Aksesibilitas menuju desa Bumiaji sudah cukup memadai.	0,06	3	0,18
7.	Tersedianya fasilitas pendukung yang memadai.	0,05	2	0,1
8.	Tersedianya sarana transportasi umum menuju desa Bumiaji, sehingga lokasi desa mudah dijangkau.	0,05	2	0,1
9.	Letak geografis kota batu yang sangat mendukung karena terletak di dataran tinggi.	0,07	4	0,28
10.	Keramah-tamahan penduduk dan masyarakat setempat sangat baik dalam melayani wisatawan yang berkunjung.	0,06	3	0,18
11.	Keamanan dan stabilitas yang cukup baik.	0,05	2	0,1

No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai (bobot x rating)
KELEMAHAN				
1.	Masih kurang memadainya kegiatan promosi dalam memperkenalkan Agrowisata Bumiaji ke luar daerah.	0,06	3	0,18
2.	Masih terbatasnya hubungan kerjasama dengan biro perjalanan wisata yang seharusnya bisa ikut serta mempromosikan dan menjual paket wisata dari Desa Bumiaji.	0,06	3	0,18
3.	Kurangnya kerjasama antara pengelola agrowisata dengan pemerintah atau instansi terkait.	0,06	3	0,18
4.	Belum tersedianya tempat informasi yang melayani wisatawan secara langsung.	0,04	2	0,08
5.	Masih kurangnya sosialisasi baik dari pemerintah maupun pengelola kepada masyarakat tentang sapta pesona di dalam dunia pariwisata, yang seharusnya bisa memberikan dampak positif dalam perencanaan dan pengembangan destinasi agrowisata Bumiaji.	0,05	2	0,1
6.	Belum adanya <i>study</i> pengembangan pariwisata yang bersifat <i>sustainable development</i> demi regenerasi dan keberlangsungan agrowisata Bumiaji di masa yang akan datang.	0,05	2	0,1
7.	Kurangnya diversifikasi kerja dan usaha dalam bidang jasa pariwisata.	0,05	2	0,1
TOTAL		1,00		2,89

Total nilai sebesar 2,89 sehingga menunjukkan bahwa posisi Internal KUAT

Analisis Matriks EFAS (Eksternal Analysis Factors Strategy)

Tabel 2

Matriks EFAS (Eksternal Analysis Factors Strategy)
pembobotan menggunakan metode perbandingan berpasangan

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Nilai (bobot x rating)
PELUANG				
1.	Dengan adanya konsep pengembangan sebuah desa menjadi agrowisata akan sangat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi penduduk desa yang akan semakin meningkat dan kesejahteraan penduduk dan masyarakat akan terjamin.	0,12	4	0,48
2.	Kualitas pendidikan masyarakat secara tidak langsung akan meningkat karena bertambahnya ilmu pengetahuan dan ketrampilan melalui program pemberdayaan masyarakat.	0,1	3	0,3
3.	Kebersihan lingkungan akan selalu terjaga karena masyarakat mempunyai tuntutan dalam menjaga kebersihan lingkungan.	0,08	2	0,16
4.	Besarnya minat investor untuk menanamkan investasinya terutama disektor pariwisata.	0,08	2	0,16
5.	Semakin berkembangnya kepariwisataan kota wisata Batu.	0,1	2	0,2

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Nilai (bobot x rating)
ANCAMAN				
1.	Terjadinya kerusakan alam karena adanya dampak lingkungan dari kegiatan pariwisata.	0,11	4	0,44
2.	Semakin bermunculannya agrowisata agrowisata yang mempunyai kesamaan konsep dalam pengembangannya.	0,09	3	0,27
3.	Persaingan antara wisata alam yang berbasis masyarakat dengan wisata-wisata buatan di kota Batu yang dari tahun ke tahun wisatawannya meningkat.	0,08	2	0,16
4.	Orientasi pengembangan kawasan agrowisata lebih banyak kearah yang berdampak pada aspek ekonomi dengan mengabaikan dampak fisik yang menyebabkan degradasi terhadap lingkungan terutama penggunaan lahan yang dikhawatirkan akan menjadi rusak dan tercemar.	0,08	2	0,16
5.	Munculnya kebudayaan-kebudayaan baru yang dapat merusak tradisi dan adat istiadat yang ada di Desa Bumiaji.	0,08	2	0,16
6.	Masuknya investor yang konsep perencanaan dan pengembangannya justru dikhawatirkan dapat merusak tatanan lahan karena tidak sesuai dengan rencana tata ruang wilayah kawasan agrowisata Bumiaji yang seharusnya.	0,08	2	0,16
TOTAL		1,00		2,65

Total nilai sebesar 2,65 sehingga menunjukkan bahwa posisi Internal KUAT

Matrik SWOT Pengembangan Agrowisata Bumiaji Batu

Tabel 3 Matriks SWOT

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p>Strength (Keuatan)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desa Bumiaji memiliki potensi besar sebagai agrowisata karena memiliki hasil pertanian yang melimpah. • Memiliki sejarah yang menarik dan culture yang masih sangat terjaga hingga sekarang. • Memiliki kelompok sadar wisata (pokdarwis) yang siap mengelola dan mengembangkan agrowisata Bumiaji sebagai obyek daya tarik wisata alternatif di kota Batu. • Memiliki bermacam-macam jenis atraksi wisata yang bisa dinikmati wisatawan, yang belum tentu bisa ditemukan di tempat lain. • Keindahan dan keasrian desa yang masih terjaga dengan baik. • Aksesibilitas menuju desa Bumiaji sudah cukup memadai. • Tersedianya fasilitas pendukung yang memadai. • Tersedianya sarana transportasi umum menuju desa Bumiaji, sehingga lokasi desa mudah dijangkau. • Letak geografis kota batu yang sangat mendukung karena terletak di dataran tinggi. • Keramah-tamahan penduduk dan masyarakat setempat sangat baik dalam melayani wisatawan yang berkunjung. • Keamanan dan stabilitas 	<p>Weakness (Kelemahan)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Masih kurang memadainya kegiatan promosi dalam memperkenalkan Agrowisata Bumiaji ke luar daerah. • Masih terbatasnya hubungan kerjasama dengan biro perjalanan wisata yang seharusnya bisa ikut serta mempromosikan dan menjual paket wisata dari Desa Bumiaji. • Kurangnya kerjasama antara pengelola agrowisata dengan pemerintah atau instansi terkait. • Belum tersedianya tempat informasi yang melayani wisatawan secara langsung. • Masih kurangnya sosialisasi baik dari pemerintah maupun pengelola kepada masyarakat tentang sapa pesona di dalam dunia pariwisata, yang seharusnya bisa memberikan dampak positif dalam perencanaan dan pengembangan destinasi agrowisata Bumiaji. • Belum adanya study pengembangan pariwisata yang bersifat sustainable development demi regenerasi dan keberlangsungan agrowisata Bumiaji di masa yang akan datang. • Kurangnya diversifikasi kerja dan usaha dalam bidang jasa pariwisata.
<p>Opportunities (Peluang)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dengan adanya konsep pengembangan sebuah desa menjadi agrowisata akan sangat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi penduduk desa yang akan semakin meningkat dan kesejahteraan penduduk dan masyarakat akan terjamin. • Kualitas pendidikan masyarakat secara tidak langsung akan meningkat karena bertambahnya ilmu pengetahuan dan ketrampilannya melalui program pemberdayaan masyarakat. • Kebersihan lingkungan akan selalu terjaga karena masyarakat mempunyai tuntutan dalam menjaga kebersihan lingkungan. • Besarnya minat investor untuk menanamkan investasinya terutama disektor pariwisata. • Semakin berkembangnya kepariwisataan kota wisata Batu. 	<p>S – O Strategies</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan upaya pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan daya tarik dengan memberikan msyarakat ilmu dan ketrampilan baru. • Memberikan pelatihan-pelatihan untuk menambah ilmu dan wawasan masyarakat desa Bumiaji, sehingga dapat menunjang perkembangan agrowisata Bumiaji. • Menjalin kerjasama dengan investor dan bersama-sama membangun dan mengembangkan agrowisata Bumiaji menjadi lebih baik lagi. • Menata kembali kawasan agrowisata Bumiaji dengan studi pengembangan pariwisata yang lebih baik lagi dengan zona-zona yang telah ditetapkan dengan pertimbangan aspek lingkungan. 	<p>W – O Strategies</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pemasaran yang gencar melalui internet, radio, koran dan majalah serta dari media-media lainnya yang memungkinkan biaya untuk pemasarannya dapat ditekan, sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dari dalam maupun luar negeri. • Meningkatkan kerjasama dengan biro perjalanan wisata yang bisa membantu mempromosikan dan menjual produk-produk wisata di desa bumiaji. • Meningkatkan kerjasama antara pengelola dengan pemerintah terkait. • Mulai memberikan pengetahuan-pengetahuan tentang pariwisata kepada masyarakat setempat agar pelayanan kepada wisatawan lebih optimal.

<p>Threats (Ancaman)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terjadinya kerusakan alam karena adanya dampak lingkungan dari kegiatan pariwisata. • Semakin bermunculannya agrowisata agrowisata yang mempunyai kesamaan konsep dalam pengembangannya. • Persaingan antara wisata alam yang berbasis masyarakat dengan wisata-wisata buatan di kota Batu yang dari tahun ke tahun wisatawannya meningkat. • Orientasi pengembangan kawasan agrowisata lebih banyak kearah yang berdampak pada aspek ekonomi dengan mengabaikan dampak fisik yang menyebabkan degradasi terhadap lingkungan terutama penggunaan lahan yang dikawatirkan akan menjadi rusak dan tercemar. • Munculnya kebudayaan-kebudayaan baru yang dapat merusak tradisi dan adat istiadat yang ada di Desa Bumiaji. • Masuknya investor yang konsep perencanaan dan pengembangannya justru dikawatirkan dapat merusak tatana lahan karena tidak sesuai dengan rencana tata ruang wilayah kawasan agrowisata Bumiaji yang seharusnya. 	<p>S – T Strategies</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memberikan terobosan-terobosan baru yang tidak bisa ditemukan wisatawan di agrowisata lain, agar wisatawan lebih memilih mengunjungi agrowisata bumiaji daripada agrowisata lainnya. • Menjaga kelestarian lingkungan agrowisata dengan menjaga kebersihan dan merawat lingkungan di area agrowisata dan sekitarnya. • Mempertahankan budaya lokal sebagai aset wisata dan menerima budaya asing yang bersifat positif 	<p>W – T Strategies</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan pelayanan terhadap wisatawan. • Memberikan fasilitas yang lebih kepada pengunjung. • Meningkatkan kemampuan dan pengetahuan melalui pendidikan dan pelatihan secara formal dan informal supaya mampu bersaing dengan tenaga dari luar. • Memberikan modal untuk pengembangan dan pengelolaan agrowisata Bumiaji lebih lanjut, agar mencapai hasil yang optimal.
---	---	--

Analisis SWOT dilakukan untuk menyusun formulasi strategis (*strategic formulation*) dengan cara menggabungkan kekuatan (*strenghts*) dan peluang (*opportunities*) menjadi *S-O Strategies*, kekuatan (*strenghts*) dan ancaman (*threaths*) menjadi *S-T Strategies*, kelemahan (*weakness*) dan peluang (*opportunities*) menjadi *W-O Strategies*, serta kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threaths*) menjadi *W-T Strategies*.

Pada hasil *Strenghts + Opportunities* menjelaskan bahwa kawasan Agrowisata Bumiaji dari segi sumber daya manusia masih perlu peningkatan mutu dan kualitasnya khususnya disektor pariwisata, dengan memberikan pendidikan dan pelatihan kepada masyarakat dan para pelaku pariwisata yang terlibat dalam kegiatan pariwisata di Agrowisata Bumiaji baik secara langsung maupun tidak langsung. Perlu adanya juga kerjasama dengan investor yang dapat membantu bersama-sama mengelola dan mengembangkan Agrowisata Bumiaji menjadi lebih baik lagi dan berkelanjutan.

Pada hasil *Strenghts + Threaths* menjelaskan bahwa sangat perlu adanya terobosan-terobosan baru agar bisa lebih menarik minat wisatawan, mengingat banyaknya bermunculan wisata-wisata agro di Kota Batu. Lalu dari sisi lain juga sangat penting menjaga kelestarian lingkungan agrowisata dengan menjaga kebersihan dan merawat lingkungan di area agrowisata dan sekitarnya serta mempertahankan budaya lokal sebagai aset wisata dan menerima budaya asing yang bersifat positif.

Pada hasil *Weakness + Opportunities* menjelaskan bahwa masih perlunya peningkatan upaya-upaya pemasaran baik melalui media online, elektronik dan cetak maupun melalui kerjasama-kerjasama yang dijalin dengan beberapa biro perjalanan wisata yang bisa membantu mempromosikan dan menjual paket wisata Agrowisata Bumiaji kepada kalangan wisatawan yang lebih luas lagi. Selain itu kerjasama dengan pemerintahan terkait khususnya dinas pariwisata juga perlu ditingkatkan kembali.

Pada hasil *Weakness + Threaths* menjelaskan bahwa Agrowisata Bumiaji masih sangat memerlukan perhatian khusus dari pemerintah setempat dengan memperbaiki fasilitas-fasilitas yang telah tersedia dan menambahkan fasilitas-fasilitas penunjang lainnya serta perlu adanya pemberian modal yang bisa digunakan untuk mengembangkan agrowisata Bumiaji.

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dipaparkan diatas, perlu adanya skala prioritas program-program pengembangan Agrowisata Bumiaji yang lebih mengacu pada pemberdayaan masyarakat Desa Bumiaji. Prioritas program pengembangan ini disusun untuk mempermudah pengembangan lebih lanjut sehingga lebih terarah, efektif dan efisien.

Berikut beberapa upaya pengembangan Agrowisata Bumiaji meningkatkan pendapatan kaum tani, keseimbangan dan keharmonisan antara lingkungan dan kepuasan wisatawan, berdasar urutan prioritasnya :

1. Menjalin kerjasama dan koordinasi yang baik antara pengelola dan mayarakat Agrowisata Bumiaji dengan seluruh kompenen pelaku / instansi-intansi pemerintah terkait dalam pengelolaan dan pengembangan kawasan Agrowisata Bumiaji.
2. Membentuk organisasi baru yang lebih solid dengan menentukan *job description* yang lebih nyata agar setiap program yang dijalankan dapat mencapai hasil yang optimal.

3. Meningkatkan kemampuan dan pengetahuan melalui pendidikan dan pelatihan secara formal maupun informal yang mampu bersaing dengan obyek wisata lain.
4. Menata kembali kawasan Agrowisata Bumiaji dengan studi perencanaan dan pengembangan pariwisata yang lebih terarah dan sistematis serta dengan penentuan zona-zona yang telah ditetapkan dengan pertimbangan aspek lingkungan, demi menjaga keberlangsungan kawasan Agrowisata Bumiaji dimasa yang akan datang.
5. Meningkatkan kualitas dan kuantitas usaha pariwisata, melalui kegiatan pembinaan, pengembangan, pelestarian serta pengendalian dan pengawasan.
6. Menciptakan suasana dan usaha pelestarian kualitas sumber daya alam yang dapat memberikan manfaat yang optimal terhadap masyarakat.
7. Menjaga dan memelihara lingkungan Agrowisata Bumiaji sebagai obyek daya tarik wisata alam agar tetap memberikan suasana asri dan asli serta tetap memberikan nilai manfaat bagi masyarakat melalui kegiatan kerja bakti dan gotong royong untuk membersihkan lingkungan secara rutin.

SIMPULAN

1. Pengembangan Agrowisata Bumiaji dengan konsep pemberdayaan masyarakat, dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, memberikan pengetahuan tentang pariwisata, khususnya agrowisata dan keberlangsungan lingkungan.
2. Produk, atraksi dan fasilitas wisata semua berasal dari masyarakat Desa Bumiaji cukup menarik, dan bervariasi, belum tentu dapat ditemukan di agrowisata lainnya, serta bisa membeli hasil-hasil pertanian dan olahan-olahan secara langsung di home industry serta souvenir yang ada di Desa Bumiaji
3. Keberlangsungan lingkungan sebagai pertimbangan Pengembangan demi menjaga keberlangsungan kawasan Agrowisata Bumiaji dimasa yang akan datang.

SARAN

1. Perlu adanya pengembangan sumber daya manusia yaitu dengan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan melalui program pendidikan dan pelatihan.
2. Perlu dibentuk badan pengelola dengan kesatuan pandangan dalam pengelolaan kawasan Agrowisata Bumiaji. sehingga semua kepentingan bisa ditampung, .
3. Mempertahankan kualitas lingkungan dengan mempertegas dan memperketat aturan yang telah berlaku di setiap daerah tujuan wisata.

DAFTAR RUJUKAN

- Brsic, K. 2006. The Impact of Agrotourism on Agricultural Production. *Journal of Central European Agriculture*. Vol 7 (3): 559-563
- Carpio, C.E., M.K. Wohlgenant, T. Boonsaeng. 2006. The Demand for Agritourism in the United States. Selected Paper prepared for presentation at the Southern Agricultural Economics Association Annual Meetings, Orlando, Florida.
- Cruz, R. G. 2003. Towards Sustainable Tourism Development in the Philippines and Other Asean Countries: An Examination of Programs and Practices of National Tourism Organizations. PASCN Discussion Paper No. 2003-06.
- Damanik, Janianton dan Frans Teguh. 2012. *Manajemen Destinasi Pariwisata: Sebuah Pengantar Ringkas*. Yogyakarta: Kepel Press.
- I Gusti Bagus Rai Utama dan Ni Made Eka Mahadewi. 2012. *Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan*. Yogyakarta : Andi Offset
- Koentjaraningrat. 1997. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kuehn, D., D. Hilchey, D. Ververs, K.L. Dunn, P. Lehman. 2000. Considerations for Agritourism Development. NY Sea Grant 62B Mackin Hall SUNY Oswego, Oswego.
- Maruti, K.V. 2009. Agrotourism: Scope and Opprotunities for the Farmers in Maharashtra. Article Report. Dept. of Economics, Y.C. college. Pachwad Tal-Wai, Dist-Satara, State Maharashtra.
- Mazilu, M dan A. Iancu. 2006. Agrotourism-An Alternative for A Sustainable Rural Development. *Geotour* (October): 162-165.
- Phillip, S., C. Hunter, dan K. Blackstock. 2010. A Typology for Defining Agritourism. *Tourism Management* 31: 754-758. *dwijenAGRO* Vol. 2 No. 1 ISSN : 1979-3901
- Prasiasa, Dewa Putu Oka. 2013. *Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Rangkuti, Freddy. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta : Gava Media.
- Yoeti, H Oka A. 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita.
- University of the Philippines Diliman Hsu, Chia-Chien. 2005. Identification of Intangible Resources Essential to Agritourism Enterprises in Taiwan: A Delphi Study. PhDTthesis Graduate School of the Ohio State University.