



KERJASAMA
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SUMATERA UTARA**

DINAS PERTANIAN KABUPATEN BATUBARA



LAPORAN KAJIAN FEASIBILITY STUDY PENGEMBANGAN AGROWISATA KEC AIR PUTIH

Oleh :

Rimbawati, ST., MT

Ir. Satria Tirta Yasa, MM, Ph.D

Dr. Mohammad Yusri, M.Si

Zulkifli Siregar, ST., MT

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, yang telah melimpahkan Rahmat serta Karunia-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan laporan akhir dari Kajian *Feasibility Study* Pengembangan Agrowisata Kec Air Putih. Kegiatan ini merupakan kegiatan kajian yang dilaksanakan di lingkungan Dinas Pertanian Kabupaten Batu Bara yang bekerja sama dengan Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Kajian ini diperlukan mengingat semakin berkembangnya kegiatan wisata agro pada saat ini. Potensi Agrowisata yang sangat tinggi ini belum sepenuhnya dikembangkan dan dimanfaatkan secara optimal. Untuk itu, perlu dirumuskan langkah-langkah kebijakan yang konkrit dan operasional guna tercapainya kemandirian pengelolaan objek Agrowisata dalam menunjang ekonomi lokal yang didukung dengan keunikan kekayaan spesifik lokasi yang dimilikinya sehingga setiap daerah dan setiap objek wisata dapat menentukan sasaran dan bidang garapan pasar yang dapat dituju. Dalam pengembangan Agrowisata dibutuhkan kerjasama sinergis diantara pelaku yang terlibat dalam pengelolaan Wisata agro, yaitu: masyarakat, swasta dan pemerintah.

Tujuan dari kegiatan ini adalah melakukan pengkajian *feasibility study* pengembangan Agrowisata yang berlokasi di Desa Sukaraja Kecamatan Air Putih Kabupaten Batu bara dengan tujuan mendapatkan gambaran kelayakan persayaratan dasar dalam pengembangan objek agrowisata, kelayakan aspek pasar, kelayakan aspek teknis dan manajemen pada Agrowisata, dan kelayakan aspek finansial pada Agrowisata. Kajian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan akan potensi pengembangan Agrowisata Sukaraja.

Akhirnya, kami berharap program hasil kajian ini dapat memberikan makna besar bagi pengembangan wisata agro di wilayah kajian Desa Sukaraja Kecamatan Air Putih Kabupaten Batu Bara.

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.2 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Kajian.....	5
1.4 Sistematika Penulisan	6
BAB II GAMBARAN UMUM WILAYAH	7
2.1 Gambaran Umum Kabupaten Batu Bara	7
2.1.1 Kondisi Geografis	8
2.1.2 Kondisi Topografi dan Kemiringan Lahan	10
2.1.3 Kondisi Daya Dukung Tanah.....	11
2.1. 4 Kondisi Hidrologi	15
2.1.5 Kondisi Geologi.....	16
2.1.6 Kondisi Klimatologi.....	17
2.1.7 Kondisi Penggunaan Lahan.....	17
2.1.8 Kondisi Sosial Dan Ekonomi.....	19
2.1.10 Sarana Pendidikan.....	24
2.1.11 Sarana Kesehatan	24
2.1.12 Sarana Peribadatan.....	25
2.1.13 Sarana Perdagangan	25
2.1.14 Sarana Pariwisata	26
2.1.15 Prasarana Air Bersih	27
2.1.16 Prasarana Listrik	27
2.2 Agrowisata	27
2.2.1 Definisi Agrowisata	27
2. 2.2 Prinsip-Prinsip Agrowisata	28
2.2.3 Kriteria Agrowisata.....	30

2.2.4	Lingkup dan Potensi Agrowisata	30
2.2.5	Konsep Dasar Pengembangan Agrowisata.....	33
2.2.6	Model Pengembangan Agrowisata	36
2.2.7	Zonasi pengembangan kawasan.....	36
2.3	Gambaran Umum Agrowisata Zagro Jemah Agritourism Education Center.....	38
2.3.1	Topografi dan Geografis Wilayah.....	39
2.3.2	Demografi dan Aktifitas Masyarakat.....	40
2.3.3	Prasarana dan Sarana Daerah.....	40
2.3.4	Sumber Daya Alam.....	42
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1	Desain Penelitian	43
3.2	Identifikasi dan Pengumpulan Data	43
3.3	Pengolahan dan Analisis Data.....	43
3.4	Kesimpulan dan Rekomendasi.....	46
BAB IV	PEMBAHASAN PENGEMBANGAN WISATA AGRO	47
4.1	Kajian Pengembangan Wisata Agro.....	47
4.1.1	Aspek Pasar.....	48
4.1.2	Aspek Teknis	51
4.1.3	Aspek Ekonomi dan Finansial	52
4.1.4	Aspek Manajemen.....	55
4.1.4	Penetapan Kriteria Kelayakan Pengembangan Wisata Agro	59
4.2	Objek Wisata Pembanding.....	75
4.3	Program Pengembangan Kawasan Agrowisata Sukaraja	77
4.3.1	Potensi Pendidikan.....	81
4.3.2	Segmenting, Targetting, Positioning (STP), dan Differensiasi	82
4.3.3	Brand /Nama Agrowisata Kecamatan Air Putih	84
4.3.4	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) Zagro Jemah Agrotourism	85
	Education Center Sukaraja.....	85
BAB V	ANALISIS KELAYAKAN FINANSIAL	95
5.1	Analisis Aspek Finansial.....	95

5.2 Arus Penerimaan (<i>Inflow</i>)	97
5.3 Arus Pengeluaran (<i>Outflow</i>).....	98
5.4 Analisis Kelayakan Finansial.....	100
BAB V KESIMPULAN SARAN DAN REKOMENDASI.....	105
LAMPIRAN I	112
Analisis Finansial Kawasan Zagro Jemah Agritourism Education Center Desa Kecamatan Air Putih Kabupaten Batu Bara	112

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Wilayah Geografis Kabupaten Batu Bara	8
Gambar 2. 2 Peta Kawasan Ekonomi Khusus (KEK).....	10
Gambar 2. 3 Penataan zona pada agrowisata	37
Gambar 2. 4 Peta Desa Sukaraja Kec. Air putih	39
Gambar 2. 5 Irigasi Teknis di Desa Sukaraja.....	41
Gambar 2. 6 Sungai Dalu Dalu Meluap Kala Hujan Tiba	41
Gambar 2. 7 213 Ha Lahan Persawahan	42
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian	44
Gambar 4. 1 View Pondok Dan Koridor Jalan Dengan Konstruksi Kayu Dan Bambu 76	
Gambar 4. 2 Pintu Masuk Kawasan Agrowisata Persawahan Pematang Johar	77
Gambar 4. 3 Jumlah Wisatawan di Kabupaten Batu Bara	79
Gambar 4. 4 Jumlah Hotel, Restoran dan Rumah Makan di Kabupaten Batu Bara ..	80
Gambar 4. 5 Jumlah Siswa SD, SMP dan SMA di Kabupaten Batu Bara.....	82
Gambar 4. 6 Master Plan dan Site Plan Agrowisata Kec. Air Putih.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tinggi Wilayah Di Atas Permukaan Laut (DPL) Menurut Kecamatan di..	9
Tabel 2. 2 Distribusi Jenis Great Group Tanah Kab. Batu Bara	13
Tabel 2. 3 Distribusi Jenis Great Group Tanah per Kec. Di Kabupaten Batubara	13
Tabel 2. 4 Sifat Umum Tanah dari Masing - Masing Great Group yang terdapat di Kabupaten BatuBara	14
Tabel 2. 5 Sebaran Jenis Batuan di Kabupaten Batu Bara	16
Tabel 2. 6 Jumlah Hari Hujan, Curah Hujan, Rata-Rata Suhu Udara dan Kelembaban Kabupaten Batu Bara Tahun 2010-2016.....	17
Tabel 2. 7 Jenis dan Luas Penggunaan Lahan di Kabupaten Batu Bara Tahun 2009.	18
Tabel 2. 8 PDRB Kabupaten Batu Bara Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2007-2012 (Milliar Rupiah).	20
Tabel 2. 9 Distribusi Presentase PDRB Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2007-2012 (Persen)	21
Tabel 2. 10 Laju Pertumbuhan Ekonomi Menurut Lapangan Usaha (%) Tahun 2007-2012.....	21
Tabel 2. 11 Jumlah Perusahaan Industri Besar/Sedang Menurut Kecamatan di Kabupaten Batu Bara Tahun 2008- 2012.....	22
Tabel 2. 12 Jumlah Fasilitas Kesehatan di Kabupaten Batu Bara Per Kecamatan Tahun 2009	25
Tabel 2. 13 Jenis, Bentuk dan Lokasi Wisata di Kabupaten Batu Bara	26
Tabel 4. 1 Kriteria Pengembangan Wisata Agro.....	74
Tabel 4. 2 Jumlah Kunjungan Objek Wisata Menurut Jenis dan Kecamatan di Kabupaten Batu Bara Tahun 2019	78
Tabel 4. 3 Jumlah Wisatawan di Kabupaten Batu Bara.....	79
Tabel 4. 4 Jumlah Hotel, Restoran dan Rumah Makan di Kabupaten Batu Bara	80
Tabel 4. 5 Perkembangan Jumlah Penduduk BerdasarkanTingkat Pendidikan	81
Tabel 5. 1 Jenis Pendapatan Kawasan Wisata Zagro Jemah Agritourism Education Center Kabupaten Batu Bara	98

Tabel 5. 2 Biaya Pembangunan Sarana Prasarana Wisata Zagro Jemah Agritourism Education Center Kabupaten Batu Bara	98
Tabel 5. 3 Biaya Operasional Agrowisata Batu Bara	100
Tabel 5. 4 Hasil Laba Rugi	101
Tabel 5. 5 Hasil Analisis Kelayakan Finansial	104

BAB I

PENDAHULUAN

1.2 Latar Belakang

Perkembangan pariwisata di suatu tempat, tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan melalui suatu proses. Proses itu dapat terjadi secara cepat atau lambat, tergantung dari berbagai faktor eksternal (dinamika pasar, situasi politik, ekonomi makro) dan faktor eksternal di tempat yang bersangkutan, kreatifitas dalam mengolah aset yang dimiliki, dukungan pemerintah dan masyarakat (Gunawan, 1999). Pembangunan kepariwisataan memerlukan perencanaan dan perancangan yang baik. Kebutuhan akan perencanaan yang baik tidak hanya dirasakan oleh pemerintah yang memegang fungsi pengarah dan pengendali, tetapi juga oleh swasta, yang merasakan makin tajamnya kompetisi, dan menyadari bahwa keberhasilan bisnis ini juga tak terlepas dari situasi lingkungan yang lebih luas dengan dukungan dari berbagai sektor.

Peranan pemerintah baik pusat maupun daerah sangat membantu terwujudnya obyek wisata. Pemerintah berkewajiban mengatur pemanfaatan ruang melalui distribusi dan alokasi menurut kebutuhan. Mengelola berbagai kepentingan secara proporsional dan tidak ada pihak yang selalu dirugikan atau selalu diuntungkan dalam kaitannya dengan pengalokasian ruang wisata. Kebijakan pengelolaan tata ruang tidak hanya mengatur yang boleh dan yang tidak boleh dibangun, namun terkandung banyak aspek kepastian arah pembangunan. Merubah potensi ekonomi menjadi peluang nyata, memproteksi ruang terbuka hijau bagi keseimbangan lingkungan merupakan beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam upaya pengalokasikan ruang. Pengelolaan kepariwisataan pada dasarnya melibatkan tiga kelompok pelaku, yaitu sektor bisnis, sektor non profit dan sektor pemerintah.

Perkembangan pembangunan pariwisata berjalan cukup pesat setelah disadari, bahwa industri pariwisata merupakan penghasil devisa non migas terbesar di dunia. Idealnya, pariwisata dapat meningkatkan kualitas masyarakat dan mensejahterakan masyarakat, mendukung kelestarian lingkungan, mengembangkan perekonomian,

dengan dampak negatif yang minimal. Obyek wisata yang paling lama berkembang adalah obyek wisata yang menonjolkan keindahan alam, seni dan budaya. Mengingat keindahan alam menjadi daya tarik yang kuat bagi wisatawan, potensi ini menarik untuk digarap. Indonesia sebagai negara agraris memiliki lahan pertanian yang sangat luas. Rangkaian kegiatan pertanian dari budidaya sampai pasca panen dapat dijadikan daya tarik tersendiri bagi kegiatan pariwisata. Dengan menggabungkan kegiatan agronomi dengan pariwisata banyak perkebunan-perkebunan besar di Indonesia dikembangkan menjadi obyek wisata agro.

Bagi daerah yang memiliki tanah subur, panorama indah, mengembangkan agrowisata akan mempunyai manfaat ganda apabila dibandingkan hanya mengembangkan pariwisata dengan obyek dan daya tarik keindahan alam, seni dan budaya. Manfaat lain yang dapat dipetik dari mengembangkan agrowisata, yaitu disamping dapat menjual jasa dari obyek dan daya tarik keindahan alam, sekaligus akan menuai hasil dari penjualan budidaya tanaman agro, sehingga disamping akan memperoleh pendapatan dari sektor jasa sekaligus akan memperoleh pendapatan dari penjualan komoditas pertanian.

Perkembangan agrowisata atau *agritourism* bermula dari *ecotourism*. *Ecotourism* adalah yang paling cepat bertumbuh diantara model pengembangan pariwisata yang lainnya di seluruh dunia, dan memperoleh sambutan yang sangat serius. *Ecotourism* dikembangkan di negara berkembang sebagai sebuah model pengembangan yang potensial untuk memelihara sumber daya alam dan mendukung proses perbaikan ekonomi masyarakat lokal. *Ecotourism* dapat menyediakan alternatif perbaikan ekonomi ke aktivitas pengelolaan sumber daya, dan untuk memperoleh pendapatan bagi masyarakat lokal (U.S. Konggres OTA 1992). *Agritourism* telah berhasil dikembangkan di Switzerland, Selandia Baru, Australia, dan Austria. Sedangkan di USA baru tahap permulaan dan baru dikembangkan di California. Beberapa Keluarga petani sedang merasakan bahwa mereka dapat menambah pendapatan mereka dengan menawarkan pemondokan bermalam, menerima manfaat dari kunjungan wisatawan, (Rilla 1999).

Pengembangan *agritourism* merupakan kombinasi antara pertanian dan dunia wisata untuk liburan di desa. Atraksi dari *agritourism* adalah pengalaman bertani dan menikmati produk kebun bersama dengan jasa yang disediakan. Motivasi *agritourism* adalah untuk menghasilkan pendapatan tambahan bagi petani. Bagaimanapun, *agritourism* juga merupakan kesempatan untuk mendidik orang banyak/masyarakat tentang pertanian dan *ecosystems*. Pemain Kunci didalam *agritourism* adalah petani, pengunjung/wisatawan, dan pemerintah atau institusi. Peran mereka bersama dengan interaksi mereka adalah penting untuk menuju sukses dalam pengembangan *agritourism*

Pada era otonomi daerah, agrowisata dapat dikembangkan pada masing-masing daerah tanpa perlu ada persaingan antar daerah, mengingat kondisi wilayah dan budaya masyarakat di Indonesia sangat beragam. Masing-masing daerah bisa menyajikan atraksi agrowisata yang lain daripada yang lain. Pengembangan agrowisata sesuai dengan kapabilitas, tipologi, dan fungsi ekologis masing-masing lahan, akan berpengaruh langsung terhadap kelestarian sumberdaya lahan dan pendapatan petani serta masyarakat sekitarnya. Kegiatan ini secara tidak langsung akan meningkatkan pendapat positif petani serta masyarakat sekitarnya akan arti pentingnya pelestarian sumberdaya lahan pertanian. Lestarnya sumber daya lahan akan mempunyai dampak positif terhadap pelestarian lingkungan hidup yang berkelanjutan.

Pengembangan agrowisata merupakan salah satu alternatif yang diharapkan mampu mendorong baik potensi ekonomi daerah maupun upaya-upaya pelestarian tersebut. Pemanfaatan potensi sumber daya alam sering kali tidak dilakukan secara optimal dan cenderung eksploitatif. Kecenderungan ini perlu segera dibenahi salah satunya melalui pengembangan industri pariwisata dengan menata kembali berbagai potensi dan kekayaan alam dan hayati berbasis pada pengembangan kawasan secara terpadu. Potensi wisata alam, baik alami maupun buatan, belum dikembangkan secara baik dan menjadi andalan. Banyak potensi alam yang belum tergarap secara optimal. Pengembangan kawasan wisata alam dan agro mampu memberikan kontribusi pada pendapatan asli daerah, membuka peluang usaha dan kesempatan kerja serta

sekaligus berfungsi menjaga dan melestarikan kekayaan alam dan hayati. Apalagi kebutuhan pasar wisata agro dan alam cukup besar dan menunjukkan peningkatan di seluruh dunia.

Pengembangan industri ini akan berdampak sangat luas dan signifikan dalam pengembangan ekonomi dan upaya-upaya pelestarian sumber daya alam dan lingkungan. Melalui perencanaan dan pengembangan yang tepat, agrowisata dapat menjadi salah satu sektor penting dalam ekonomi daerah. Pengembangan industri pariwisata khususnya agrowisata memerlukan kreativitas dan inovasi, kerjasama dan koordinasi serta promosi dan pemasaran yang baik. Pengembangan agrowisata berbasis kawasan berarti juga adanya keterlibatan unsur-unsur wilayah dan masyarakat secara intensif.

Pengembangan agrowisata pada gilirannya akan menciptakan lapangan pekerjaan, karena usaha ini dapat menyerap tenaga kerja dari masyarakat pedesaan, sehingga dapat menahan atau mengurangi arus urbanisasi yang semakin meningkat saat ini. Manfaat yang dapat diperoleh dari agrowisata adalah melestarikan sumberdaya alam, melestarikan teknologi lokal, dan meningkatkan pendapatan petani atau masyarakat sekitar lokasi wisata.

Berdasarkan data dinas pertanian, bahwa luas baku lahan sawah Kabupaten Batubara pada tahun 2018 adalah 16.512.4 Ha yang tersebar di 12 Kecamatan. Dari data tersebut Kecamatan Air Putih menjadi lumbung terbesar seluas 4.172 Ha yang terbagi dalam 19 Desa. Salah satu Desa yang cukup berpotensi untuk mengembangkan *agritourism* adalah Desa Sukaraja dengan topografi berada di Jalan Lintas Sumatera, dimana memiliki luas baku lahan sawah 213 Ha serta menggunakan irigasi teknis. Desa Sukaraja yang berbatasan dengan Desa Kampung Aras, Tanah Rendah, Tanah Tinggi dan Pematang Panjang memiliki panorama alam pertanian yang cukup mempesona karena di dukung dengan desa-desa penyangga yang berada di sekitarnya. Selanjutnya dukungan dari sarana jalan yang tepat berada di Jalur Lintas Sumatera juga menjadi kekuatan guna mendukung berkembangnya agrowisata tersebut.

Dari kajian diatas maka kehadiran agrowisata dengan nama **Zagro Jemah Agritourism Education Center**, akan membawa dampak yang cukup signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan pembangunan yang berkelanjutan di Kabupaten Batubara.

1.2 Rumusan Masalah

Potensi Wisata agro yang sangat tinggi ini belum sepenuhnya dikembangkan dan dimanfaatkan secara optimal. Untuk itu, perlu dirumuskan langkah-langkah kebijakan yang konkrit dan operasional guna tercapainya kemantapan pengelolaan objek Wisata agro di era globalisasi dan otonomi daerah. Sesuai dengan keunikan kekayaan spesifik lokasi yang dimiliki, setiap daerah dan setiap objek wisata dapat menentukan sasaran dan bidang garapan pasar yang dapat dituju. Dalam pengembangan Wisata agro dibutuhkan kerjasama sinergis diantara pelaku yang terlibat dalam pengelolaan Wisata agro, yaitu: masyarakat, swasta dan pemerintah. Mengingat pentingnya pengembangan wisata agro di lingkungan Lokasi Pariwisata di Desa Sukaraja sebagai salah satu desa di Kecamatan Air Putih Kabupaten Batu Bara yang akan dikembangkan menjadi lokasi wisata agro, maka dibutuhkan sebuah kegiatan analisis kelayakan pengembangan wisata agro dengan mempertimbangkan prinsip kelayakan dasar pengembangan wisata agro disertai dengan kelayakan ekonomi dalam penetapan pengembangannya.

1.3 Tujuan dan Manfaat Kajian

Adapun tujuan dari penelitian ini, adalah:

1. Analisis kelayakan persyaratan dasar dalam pengembangan obyek Agrowisata.
2. Analisis kelayakan Aspek Pasar pada Agrowisata Sukaraja.
3. Analisis kelayakan Aspek Teknis dan Manajemen pada Agrowisata Sukaraja.
4. Analisis kelayakan Aspek Finansial pada Agrowisata Sukaraja.

Kajian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, antara lain:

1. Investor yang tertarik untuk menanamkan modalnya di sektor Agrowisata Sukaraja.
2. Pemerintah Kabupaten Batu Bara dapat mengetahui potensi pengembangan Agrowisata Sukaraja.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada kegiatan kajian ini adalah:

Bab 1 Pendahuluan

Pada bagian ini menjelaskan berbagai pertimbangan mengenai dilakukannya kajian *Feasibility Study* mengenai pengembangan agrowisata yang disertai dengan perumusan masalah, tujuan dan manfaat, dan sistematika penulisan.

Bab 2 Gambaran Umum Wilayah

Gambaran kondisi wilayah obyek kajian wilayah pengembangan agrowisata.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Bagian ini menjelaskan tahapan penelitian yang terdiri dari: proses *Feasibility Study* Pengembangan agrowisata Sukaraja pengumpulan data, pengolahan data, dan ruang lingkup analisis pada kajian yang dilaksanakan.

Bab 4 Pembahasan Pengembangan Wisata Agro

Membahas kajian *feasibility study* pengembangan agrowisata berdasarkan aspek yang telah ditetapkan sebelumnya.

Bab 5 Kesimpulan dan Rekomendasi

Berisikan kesimpulan dan rekomendasi terhadap kelayakan pengembangan agrowisata pada wilayah kajian yang ditetapkan sebelumnya.

BAB II

GAMBARAN UMUM WILAYAH

Perencanaan merupakan suatu bentuk alat yang sistematis yang diarahkan untuk mendapatkan tujuan dan maksud tertentu melalui pengaturan, pengarahan atau pengendalian terhadap proses pengembangan dan penataan suatu kawasan (Simond, 1983). Penataan dilakukan untuk memperbaiki suatu kawasan yang sudah mulai rusak yang didalamnya memuat rumusan dan berbagai tindakan yang dianggap perlu untuk mencapai hasil yang sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Penataan berorientasi pada kepentingan masa depan terutama untuk mendapatkan suatu bentuk *social good* dan umumnya dikategorikan juga sebagai pengelolaan. Perencanaan wisata dalam hal ini wisata agro yang baik dapat membuat kehidupan masyarakat lebih baik, meningkatkan ekonomi, melindungi dan sensitif terhadap lingkungan dan dapat diintegrasikan dengan komunitas yang meminimalkan dampak negatifnya (Gunn, 1994).

Perencanaan yang baik menurut Simond (1983) harus melindungi badan air dan menjaga air tanah, mengkonservasi hutan dan sumber mineral, meminimalkan erosi, menjaga kestabilan iklim, menyediakan tempat yang cukup bagi rekreasi dan suaka margasatwa serta melindungi tempat yang memiliki nilai keindahan dan ekologi. Oleh karena itu perencanaan dan penataan kawasan wisata sebaiknya dilakukan secara menyeluruh termasuk diantaranya inventarisasi dan penilaian sumberdaya yang cocok untuk wisata, perkiraan terhadap dampak lingkungan, perubahan tata guna lahan serta dampaknya (Dahuri dalam Yuzni, 2001).

2.1 Gambaran Umum Kabupaten Batu Bara

Berdasarkan karakteristik Kabupaten Batu Bara dan pembentukan struktur perekonomian serta penyerapan tenaga kerja di Kabupaten Batu Bara, maka dapat dilihat bahwa sektor pertanian dan perkebunan masih merupakan sektor unggulan atau potensial dalam pembangunan Kabupaten Batu Bara.

2.1.1 Kondisi Geografis

Kabupaten Batu Bara merupakan Kabupaten yang berada dikawasan Pantasi Timur Sumatera yang berbatasan langsung dengan Selat Malaka. Luas wilayah Kabupaten Batu Bara adalah 90.496 Ha dan secara geografis terletak diantara 2°03'00"–3°26'00" Lintang Utara, 99°01' – 100°00' Bujur Timur, letak di atas permukaan laut 0 – 50 dpl dengan Ibukota Kabupaten berada di Lima Puluh yang merupakan Kecamatan terbesar di Kabupaten Batu Bara. Sebagian besar Kecamatan yang berada di Kabupaten Batu Bara berada dipesisir Pantai Timur, dengan batas wilayah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Berbatasan dengan Bandar Khalipah Kabupaten Serdang Bedagai
- Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Meranti Kabupaten Asahan
- Sebelah Barat : Berbatasan dengan Kabupaten Simalungun
- Sebelah Timur : Berbatasan dengan Air Joman (Kabupaten Asahan) dan Selat Malaka

Letak geografis Kabupaten Batu Bara secara lebih jelas dapat dilihat pada gambar 2.1 di bawah ini.



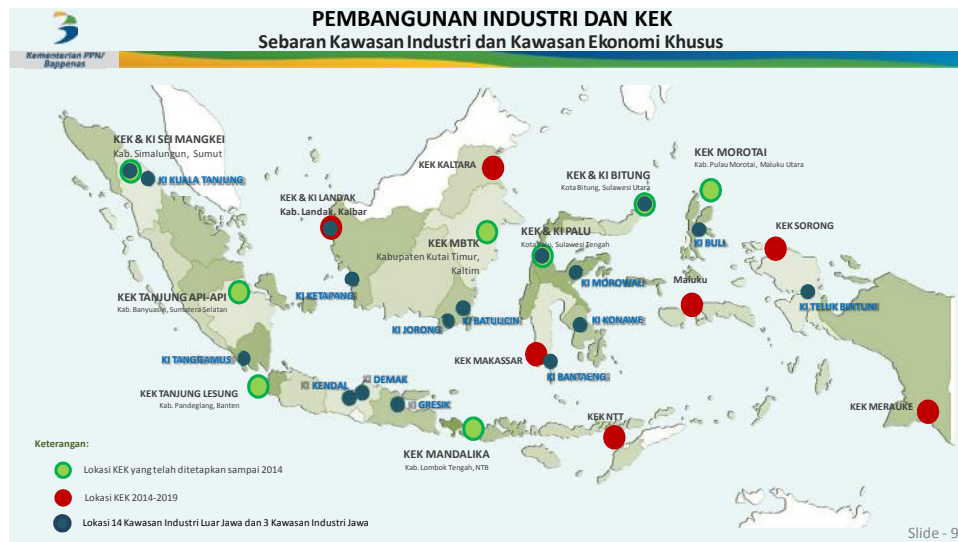
Gambar 2. 1 Wilayah Geografis Kabupaten Batu Bara

Tabel 2. 1 Tinggi Wilayah Di Atas Permukaan Laut (DPL) Menurut Kecamatan di Kabupaten Batu Bara, 2015

Tinggi Wilayah Di Atas Permukaan Laut (DPL) Menurut Kecamatan di Kabupaten Batu Bara, 2015		
Kecamatan	Ibukota Kecamatan	Tinggi DPL (m)
Sei Balai	Sei Balai	14
Tanjung Tiram	Tanjung Tiram	1
Talawi	Labuhan Ruku	3
Lima Puluh	Lima Puluh	28
Air Putih	Indrapura	10
Sei Suka	Sei Suka/Deras	13
Medang Deras	Pangkalan Dodek	2

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Batu Bara

Dalam perkembangannya, Kabupaten Batu Bara tumbuh dan mengalami perubahan yang cukup signifikan. Hal ini banyak dipengaruhi oleh letak geografis Kabupaten batu Bara yang cukup strategis karena berbatasan dengan Selat Malaka sebagai jalur lalu lintas perdagangan dunia. Berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2010 tentang Keputusan Presiden RI tentang Dewan Nasional Kawasan Ekonomi Khusus serta Keputusan Presiden RI No. 40 Tahun 2012 tentang Dewan Kawasan KEK Provinsi Sumatera Utara yang menjadikan pelabuhan Kuala Tanjung sebagai pelabuhan internasional serta masuk kedalam kawasan industri Sei Mangke. Perkembangan ini berpengaruh terhadap pola pembangunan yang dilakukan, sesuai dengan RTRW Kabupaten Batu Bara yang telah direvisi. Hal ini berkaitan dengan perkembangan wilayah Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) di Sei Mangke dan Pelabuhan International Kuala Tanjung yang terletak di Kabupaten Batu Bara seperti dijelaskan pada gambar 2.2 di bawah ini.



Gambar 2. 2 Peta Kawasan Ekonomi Khusus (KEK)

Revisi RTRW Kabupaten Batubara meliputi Dampak Pemekaran Kecamatan Menjadi 12 Sesuai Perda 2 / 2017 , isu isu strategis Proyek Strategis Nasional dan kawasan strategis Propinsi, Struktur Jalan Negara, propinsi, Kabupaten dan Kecamatan, stasiun dan Rel Kereta Api, sistem Pelabuhan internasional, alur pelayaran, jaringan energi, penyediaan air Bersih, kawasan industri, kawasan perikanan, pertanian, pertahanan Negara hingga kawasan perkantoran Bupati Batu Bara dan ibu kota di Lima Puluh sekaligus dijadikan Tanjung Tiram sebagai Kota Satelit, kawasan Pesisir.

2.1.2 Kondisi Topografi dan Kemiringan Lahan

Salah satu faktor yang mempengaruhi kemampuan lahan adalah kemiringan lahan (kelerengan). Wilayah Kabupaten Batu Bara mempunyai topografi yang bervariasi, pada sebagian wilayah utara (arah pesisir) memiliki kondisi kemiringan yang relative tidak bervariasi yaitu landai dan datar. Berdasarkan data yang ada, prosentase ketinggian Kabupaten Batu Bara adalah :

- 0 – 7 m = 28,56 %
- 7 – 25 m = 22,69 %

- 25 – 100 m = 23,60 %
- 100 – 500 m = 15,89 %
- 500 – 1.000 m = 4,27 %

Untuk ketinggian lahan, wilayah Kabupaten Batu Bara berada pada ketinggian 0 sampai dengan 100 meter di atas permukaan laut. Wilayah Kabupaten Batu Bara didominasi dengan ketinggian 7 – 25 meter di atas permukaan laut dan untuk ketinggian lahan yang terkecil yakni 0 – 7 meter di atas permukaan laut.

2.1.3 Kondisi Daya Dukung Tanah

Jenis tanah di Kabupaten Batu Bara didominasi oleh ordo inceptisol yaitu jenis tanah mineral yang telah menunjukkan tanda awal dari suatu tanah yang matang (tanah setengah matang) dan dicirikan oleh profil dengan lapisan-lapisan berupa horizon A, B (Bw), dan C. Horizon B terbentuk pada tingkat awal dan disebut horizon Kambik (Bw), yaitu horizon yang hanya warna dan strukturnya saja yang berbeda dari horizon A. Tanah ini lebih berkembang dibandingkan dengan tanah ordo entisol.

Tanah Inceptisol umumnya merupakan tanah-tanah belum terlalu matang (immature soil) yang mencakup (i) tanah-tanah berkembang dari bahan induk yang sangat resisten terhadap hancuran iklim, (ii) bahan induk abu vulkan, (iii) tanah-tanah pada posisi landscape yang ekstrim, di wilayah curam sampai sangat curam atau cekungan/depresi, dan (iv) permukaan geomorfik muda, seperti lereng vulkan dan daerah endapan sungai yang membatasi perkembangan tanah. Dalam klasifikasi tanah sebelumnya inceptisol setara dengan (dikenal dengan nama) tanah aluvial, regosol, andosol, latosol, brown forest soil, glei humus, glei humus rendah, dan solonchak.

Tanah inceptisol di Kabupaten Batu Bara merupakan tanah-tanah berkembang dari bahan induk yang sangat resisten terhadap hancuran iklim yaitu bahan induk berupa endapan marin dan endapan sungai dan tanah-tanah pada posisi landscape yang agak curam (bergelombang). Tanah inceptisol di Kabupaten Batu Bara dengan great group dystropepts dan tropaquept merupakan tanah-tanah berkembang dari

bahan induk yang sangat resisten terhadap hancuran iklim, umumnya berada pada dataran alluvial, sedangkan great group dystrandepts dan eutrandepts merupakan tanah-tanah pada posisi landscape yang agak curam (bergelombang) yang umumnya berada pada daerah bagian barat yang berbatasan dengan Kabupaten Simalungun.

Selain ordo inceptisol, tanah yang juga mendominasi wilayah Kabupaten Batu Bara adalah ordo entisol. Entisol adalah kelompok tanah-tanah muda (belum berkembang) dan umumnya dangkal, dicirikan oleh profil dengan lapisan (horizon) A dan C atau A dan R saja. Tanah ini masih belum sempurna dan memiliki profil yang horizon B-nya belum berkembang. Secara umum tanah entisol tidak memiliki banyak horizon hanya berupa lapisan-lapisan tanah, karena beberapa alasan seperti waktu pembentukannya masih baru, berada pada lereng atau pada slope yang tererosi, menerima deposit (endapan) banjir, dan sebagainya. Sebagai contoh tanah-tanah endapan sepanjang sungai, tanah berpasir lepas di lereng atas dan bawah, daerah vulkan atau tanah pasir pantai laut yang lepas dan belum membentuk struktur tanah.

Tanah entisol di Kabupaten Batu Bara umumnya merupakan tanah yang menerima deposit (endapan) banjir yaitu tanah-tanah endapan sepanjang sungai dan cekungan/ deposit dengan great group hydraquents, tropaquents dan fluvaquents; tanah berpasir lepas di pantai laut yang belum membentuk struktur tanah dengan great group tropopsamment, dan tanah endapan liat di rawa pasang surut dan rawa marine (mangrove) dengan great group sulfaquents. Dalam luasan yang sedikit di Kabupaten Batu Bara terdapat pula tanah gambut (histosol) dari great group trophemists yang terdapat pada cekungan atau rawa-rawa. Keberadaan great group tanah trophemists dalam asosiasi dengan jenis tanah lainnya, terutama dengan great group tropaquepts dan fluvaquents. Distribusi jenis tanah di Kabupaten Batu Bara berdasarkan luas wilayah kabupaten Batu Bara tertera pada tabel 2.2 berikut ini.

Tabel 2. 2 Distribusi Jenis Great Group Tanah Kab. Batu Bara

No	Jenis Great Group Tanah	Luas (Ha)	%
1	Dystrandepts; Eutrandepts; Hydrandepts	6.868	7,59
2	Dystropepts; Dystrandepts	32.261	35.7
3	Hydraquents; Sulfaquents	4.895	5.31
4	Tropaquepts; Fluvaquents; Tropohemists	41.691	46.1
5	Tropopsamments; Tropaquents	4.868	5.38
J		90.496	100

Sumber : Diolah dari Peta Land System Sumatera Utara

Tabel 2. 3 Distribusi Jenis Great Group Tanah per Kec. Di Kabupaten Batubara

No	Kecamatan	Jenis tanah	Luas(Ha)	%
1	Medang Deras	Dystropepts; Dystrandepts	81	1.24
		Hydraquents; Sulfaquents	1.721	26.29
		Tropaquepts; Fluvaquents; Tropohemists	2.703	41.29
		Tropopsamments; Tropaquents	2.041	31.18
		Jumlah	6.547	100
2	Sei Suka	Dystropepts; Dystrandepts	9.197	53.64
		Hydraquents; Sulfaquents	1.001	5.84
		Tropaquepts; Fluvaquents; Tropohemists	5.89	34.35
		Tropopsamments; Tropaquents	1.058	6.17
		Jumlah	17.147	100
3	Air Putih	Dystropepts; Dystrandepts	1.062	45.12
		Tropaquepts; Fluvaquents; Tropohemists	3.448	47.73
		Tropopsamments; Tropaquents	516	7.15
		Jumlah	7.224	100
4	Lima Puluh	Dystrandepts; Eutrandepts; Hydrandepts	19	0,08
		Dystropepts; Dystrandepts	15.906	66.29
		Hydraquents; Sulfaquents	537	2.42
		Tropaquepts; Fluvaquents; Tropohemists	6.824	28.44
		Tropopsamments; Tropaquents	665	2.77
		Jumlah	23.955	100
5	Talawi	Dystropepts; Dystrandepts	2.525	28.12
		Hydraquents; Sulfaquents	326	3.63
		Tropaquepts; Fluvaquents; Tropohemists	6.129	68.25
		Jumlah	8.98	100
6	Tanjung Tiram	Dystrandepts; Eutrandepts; Hydrandepts	785	4.52
		Hydraquents; Sulfaquents	1.173	6.75
		Tropaquepts; Fluvaquents;	14.938	85.93

No	Kecamatan	Jenis tanah	Luas(Ha)	%
7	Sei Balai	Tropohemists		
		Tropopsammets; Tropaquents	487	2.8
		Jumlah	17.379	100
		Dystrandepts; Eutrandepts; Hydrandepts	3.275	61.77
		Dystropepts; Dystrandepts	702	7.58
		Tropaquepts; Fluvaquents; Tropohemists	2.839	30.65
		Jumlah	9.264	100

Sumber: Diolah dari Peta Land System Sumatera Utara

Tabel 2. 4 Sifat Umum Tanah dari Masing - Masing Great Group yang terdapat di Kabupaten BatuBara

Ordo	Great Group	Deskripsi/Sifat Umum
<i>Inceptisols</i>	1. <i>Dystropepts</i>	Tanah <i>inceptisol</i> dengan Kejenuhan Basa yang kurang dari 50% pada kedalaman antara 25-100 cm dan kadar C - Organik kurang dari 12 kg/m ³ .
	2. <i>Dystrandepts</i>	Tanah <i>inceptisol</i> dengan Kejenuhan Basa yang kurang dari 50% pada kedalaman antara 25-100 cm tetapi memiliki sifat tanah andik dengan kadar bahan organik yang lebih dari 25%
	3. <i>Eutrandepts</i>	Tanah <i>inceptisol</i> yang memiliki Kejenuhan Basa lebih dari 50% pada kedalaman 25-100 cm dan memiliki sifat tanah andik dengan kadar bahan organik yang lebih dari 25%
	4. <i>Hydrandepts</i>	Tanah <i>inceptisol</i> yang memiliki sifat andik dan selalu basah atau lembab atau terdapat pada daerah yang selalu tergenang.
	5. <i>Tropaquepts</i>	Tanah <i>inceptisol</i> yang memiliki <i>horizonsulfurik</i> yang batas atasnya berada didalam kedalaman 50 cm diatas tanah mineral dan memiliki perbedaan temperatur antara temperatur rata-rata musim panas dan dingin kurang dari 5°C pada kedalaman 50cm
<i>Entisols</i>	1. <i>Sulfaquents</i>	Merupakan tanah <i>entisol</i> yang mengandung bahan sulfidik pada kedalaman kurang dari 50 cm.
	2. <i>Hydraquent</i>	Merupakan Tanah <i>entisol</i> yang sangat lembek sehingga daya penyangganya rendah atau nilai kematangannya lebih besar dari 0,7.
	3. <i>Tropaquents</i>	Tanah <i>entisol</i> yang selalu basah atau basah pada musim tertentu dan jika dilakukan perbaikan draenase berwarna kelabu kebiruan atau <i>gley</i>
	4. <i>Tropopsammets</i>	Merupakan tanah <i>entisol</i> yang memiliki sekurang-kurangnya 35% bahan kasar (fragmen batuan atau bertekstur kasar) pada ketebalan sekurang-kurangnya 25 cm dengan perbedaan suhu tidak kurang dari rata-rata 5°C pada musim kemarau dengan musim hujan
	5. <i>Fluvaquents</i>	Tanah <i>entisol</i> yang selalu jenuh air atau dalam keadaan tergenang berwarna abu-abu karena dominasi ferro aktif dan mengandung bahan organik sebanyak 0,2% C-organik atau

Ordo	Great Group	Deskripsi/Sifat Umum
		lebih dan menurun dengan peningkatan kedalaman dari mulai kedalaman 25 cm hingga 125 cm
<i>Histosols</i>	<i>Tropohemist</i>	Tanah <i>histosol</i> (gambut) setengah matang yang berada di daerah tropis dengan perbedaan suhu pada tanah lapisan atasnya (setebal 30 cm) rata-rata tidak kurang dari 5°C pada musim hujan dengan pada musim kemarau.

Sumber : Soil Taxonomy USDA (1998)

Dari tabel di atas menggambarkan bahwa tanah-tanah di Kabupaten Batu Bara memiliki tingkat kesuburan yang sedang hingga rendah. Tanah-tanah pada great group Dystrandeps, Hydrandept, Eutrandepts, Fluvaquents memiliki tingkat kesuburan tanah yang sedang, sedangkan tanah-tanah pada great group lainnya seperti Dystropepts, Tropopsamments, Tropaquents, dan Sulfaquents umumnya memiliki tingkat kesuburan rendah dan bahkan pada tanah Sulfaquents dapat menjadi sangat kritis bila lapisan piritnya terungkap akibat pembuatan parit drainase atau pengolahan tanah yang kedalamannya mencapai lapisan pirit tersebut. Lapisan pirit yang terungkap (teroksidasi) dapat membentuk tanah sulfat masam yang menyebabkan pH tanah mencapai kurang dari 3 dan kelarutan ion sulfat, aluminium serta besi yang berlebihan dapat meracun (bersifat toksik) bagi tanaman.

2.1. 4 Kondisi Hidrologi

Wilayah Sungai yang terbesar yang terdapat di Wilayah Kabupaten Batu Bara adalah Wilayah Sungai Bah Bolon dan sungai-sungai kecil lainnya yang mengalir ke pantai timur. Sungai-sungai di kabupaten ini merupakan sumber untuk pengairan ke persawahan dan perkebunan baik yang dimanfaatkan oleh masyarakat dan swasta. Aliran air dari sungai yang ada kemudian mengalir irigasi semi teknis maupun irigasi sederhana di Kabupaten Batu Bara sehingga sebagian besar sawah di kabupaten ini dapat ditanami 3 (tiga) kali setahun. Sungai-sungai di Kabupaten Batu Bara sebagian besar berhulu di pegunungan bukit barisan yang terdapat di Kabupaten Simalungun. Kondisi ini mengakibatkan fluktuasi air sungai sangat di pengaruhi oleh kondisi penggunaan lahan pada Daerah Aliran Sungai (DAS) bagian hulu.

2.1.5 Kondisi Geologi

Secara garis besarnya satuan geologi yang menyusun Wilayah Kabupaten Batu Bara terdiri dari 3 (tiga) formasi, yakni aluvium yang terdiri kerikil, pasir dan lempung; satuan simbolon yang terdiri dari lava, andesid, plug dan piroklastika serta tuva toba yakni tuva riodosif. Adapun sebaran batuan di Kabupaten Batu Bara secara lengkap disajikan pada Tabel 2.5.

Tabel 2. 5 Sebaran Jenis Batuan di Kabupaten Batu Bara

No	Kecamatan	Jenis Batuan	Luas (Ha)
1	Medang Deras	alluvium, recent estuarine marine, riverine, peat	3.037
		fine grained tephra, coarse grained tephra	91
		alluvium, recent estuarine marine	1.933
		alluvium, recent marine	2.293
		umlah	6.547
2	Sei Suka	alluvium, recent estuarine marine, riverine, peat	5.596
		alluvium, recent estuarine marine	951
		fine grained tephra, coarse grained tephra	8.738
		alluvium, recent marine	1.005
		umlah	17.147
3	Air Putih	alluvium, recent estuarine marine, riverine, peat	3.548
		fine grained tephra, coarse grained tephra	3.354
		alluvium, recent marine	531
		umlah	7.224
4	Lima Puluh	fine grained tephra, coarse grained tephra, alluvium, recent volcanic	21
		alluvium, recent estuarine marine, riverine, peat	7.288
		alluvium, recent estuarine marine	620
		alluvium, recent marine	709
		fine grained tephra, coarse grained tephra	16.99
		Jumlah	23.995
5	Talawi	alluvium, recent estuarine marine, riverine, peat	7.009
		alluvium, recent estuarine marine	372
		fine grained tephra, coarse grained tephra	2.888
		umlah	8.98
6	Tanjung Tiram	fine grained tephra, coarse grained tephra, alluvium, recent volcanic	674
		alluvium, recent estuarine marine, riverine, peat	12.836
		alluvium, recent estuarine marine	1.012
		alluvium, recent marine	418
		umlah	17.379
7	Sei Balai	fine grained tephra, coarse grained tephra, alluvium, recent volcanic	6.294
		alluvium, recent estuarine marine, riverine, peat	3.122
		fine grained tephra, coarse grained tephra	772
		umlah	9.246

Sumber : Hasil Analisis Peta Sistem Lahan Provinsi Sumatera Utara

2.1.6 Kondisi Klimatologi

Seperti umumnya daerah-daerah lainnya yang berada di kawasan Sumatera Utara, Kabupaten Batu Bara termasuk daerah yang beriklim tropis dan memiliki dua musim yaitu musim kemarau dan musim hujan. Menurut catatan Pos Pengukuran Perkebunan Sei Bejangkar, pada Tahun 2016 terdapat 98 hari hujan dengan volume curah hujan sebanyak 947 mm³. Curah hujan terbesar terjadi pada bulan September yaitu 164 mm dengan hari hujan sebanyak 12 hari, sedangkan curah hujan paling kecil terjadi pada bulan Maret sebesar 3 mm³ dengan hari hujan 3 hari. Rata-rata curah hujan tahun 2016 mencapai 78,6 mm/bulan.

Tabel 2. 6 Jumlah Hari Hujan, Curah Hujan, Rata-Rata Suhu Udara dan Kelembaban Kabupaten Batu Bara Tahun 2010-2016

Tahun/Bulan	Hari Hujan	Curah Hujan (mm ³)
2016	98	947
2015	103	1151
2014	96	1 395
2013	111	1 741
2012	99	1 422
2011	95	1 846
2010	117	2 107
2009	99	1442

Sumber : Pos Pengukuran PT. PP LONSUM Indonesia Tbk, Data BPS

2.1.7 Kondisi Penggunaan Lahan

Jenis penggunaan lahan dominan di Kabupaten Batu Bara adalah untuk budidaya komoditi perkebunan, terutama perusahaan perkebunan Negara (BUMN) dan swasta nasional mencapai 49,61% dari total luas wilayahnya dan untuk perkebunan rakyat mencapai 21,35%. Luas penggunaan lahan untuk perkebunan ini belum termasuk luas lahan tegalan yang umumnya digunakan untuk kebun campuran dengan komoditi utama tanaman perkebunan (kelapa sawit, kakao, dan karet) mencapai 9,04% dari total luas wilayah Kabupaten Batu Bara. Jenis penggunaan lahan selengkapanya di Kabupaten Batu Bara disajikan pada Tabel 2.7

Tabel 2. 7 Jenis dan Luas Penggunaan Lahan di Kabupaten Batu Bara Tahun 2009

No	Kecamatan	Lahan Pertanian										Lahan bukan pertanian				Jumlah Total (ha)
		Per sawahan	Per kebun	Tegalan	Ladang	Hutan Rakyat	Empang/tambak/kolam	Padang Rumput	Sementara tidak diusahakan	Lainnya	Jumlah	Rumah/bangunan/hunian	Hutan Negara	Rawa-rawa	Lain-lain	
1	Sei Balai	1.870	5.781	143	-	-	10	-	-	123	7.917	1.347	-	-	535	9.264
2	Tanjung Tiram	850	6.931	150	200	1.200	80	150	100	905	10.531	6.848	-	-	2.527	17.379
3	Talawi	1.620	2.807	669	53	-	474	-	-	687	5.836	3.144	65	-	952	8.980
4	Lima Puluh	4.323	11.224	5.616	-	19	-	-	-	495	21.677	2.278	248	424	1.993	23.955
5	Air Putih	4.818	477	719	-	-	-	-	-	-	6.014	1.210	-	-	1.210	7.224
6	Sei Suka	1.585	10.884	755	52	450	38	-	380	349	14.455	2.692	-	-	2.189	17.147
7	Medang Deras	3.322	-	1650	-	492	410	-	40	440	5.944	603	-	-	845	6.547
Jumlah		18.388	32.323	9.559	305	2.161	1.101	150	502	2.921	47.939	18.122	103	414	10.251	90.496

Sumber: RTRW Kabupaten Batu Bara

2.1.8 Kondisi Sosial Dan Ekonomi

A. Aspek Sosial

Penduduk Kabupaten Batu Bara yang menganut agama Islam pada tahun 2011 diperkirakan sebesar 88,03 persen, Protestan sebesar 10,06 persen, Katolik sebesar 1,52 persen, Budha sebesar 0,29 persen, Hindu sebesar 0,01 persen, Konghuchu sebesar 0,01 persen, dan 0,07 persen lainnya. Untuk suku bangsa yang terbanyak adalah Suku Jawa sebesar 38,87 persen, disusul Suku Melayu sebesar 38,55 persen, kemudian Suku Batak sebesar 18,32 persen sedangkan sisanya adalah Suku Minang, Banjar, Aceh, dan lainnya.

B. Tenaga Kerja

Bila dilihat dari Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Kabupaten Batu Bara tampaknya menurun pada tahun 2012. Pada tahun 2011, TPAK di Batu Bara 74,09 persen tetapi menurun menjadi 63,22 persen di tahun 2012. Jika dilihat dari status pekerjaannya, 35,03 persen penduduk yang bekerja di Batu Bara adalah buruh atau karyawan. Penduduk yang berusaha dengan dibantu anggota keluarga mencapai 16,91 persen, sedangkan penduduk yang bekerja sebagai pekerja keluarga mencapai 11,41 persen. Hanya 22,19 persen penduduk Batu Bara yang menjadi pengusaha yang mempekerjakan buruh tetap/bukan anggota keluarganya. Jumlah penduduk Batu Bara yang merupakan angkatan kerja pada Agustus 2012 adalah sebanyak 176,54 ribu jiwa yang terdiri dari 165,55 ribu jiwa terkategori bekerja dan sebesar 10,99 ribu jiwa terkategori mencari kerja dan tidak bekerja (pengangguran terbuka). Penduduk Batu Bara yang bekerja ini sebagian besar bekerja pada sektor pertanian yaitu 37,31 persen. Sektor kedua terbesar dalam menyerap tenaga kerja di Batu Bara adalah sektor perdagangan, hotel dan restoran yaitu sebesar 43,04 persen. Sektor lain yang cukup besar peranannya dalam menyerap tenaga kerja adalah sektor jasa-jasa, baik jasa perorangan, jasa perusahaan dan jasa pemerintahan yaitu sebesar 19,65 persen saja. Selebihnya bekerja di sektor penggalian dan pertambangan, sektor listrik, gas dan air minum, sektor bangunan, sektor angkutan dan komunikasi, dan sektor keuangan. Jumlah pencari kerja yang terdaftar pada tahun 2012 sebanyak 1.509 orang yang terdiri dari 781 pencari kerja laki-laki dan sisanya 728 adalah pekerja perempuan.

C. Aspek Ekonomi

Anggaran Belanja Daerah Kabupaten Batu Bara pada tahun 2012 mencapai 649,7 miliar rupiah sedangkan pendapatan daerahnya mencapai 635,7 miliar rupiah. Peranan bank dalam menunjang pertumbuhan perekonomian Kabupaten Batu Bara cukup berarti untuk mendukung program pemerintah dan memperlancar modal usaha. Tahun 2012 Posisi Kredit mikro yang telah disalurkan oleh bank pada bulan Desember sebesar 31,993 miliar rupiah, untuk kredit mikro sebesar 49,526 miliar rupiah dan untuk kredit menengah sebesar 47,259 miliar rupiah. Secara Umum, selama Januari sampai Desember 2012, di Kabupaten Batu Bara (dalam hal ini diwakili oleh Pasar Kecamatan Air Putih) terjadi 3 (dua) kali deflasi dan 9 kali inflasi. Deflasi terbesar terjadi pada bulan Maret sebesar 2,06 persen, hal ini di picu oleh turunnya harga bahan makanan yang mengalami deflasi sebesar 4,68 persen. Sedangkan besarnya inflasi bulanan yang terjadi di Kabupaten Batu Bara cukup relatif stabil berkisar antara 0,02 persen (Mei) sampai 2,85 persen (Agustus).

Tabel 2. 8 PDRB Kabupaten Batu Bara Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2007-2012 (Milliar Rupiah).

Lapangan Usaha	2007	2008	2009	2010	2011	2012
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	7
Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan	1,779,005	2,019,253	2,240,869	2,573,326	918,890	3,228,479
Pertambangan dan Penggalian	13,609	15,119	16,715	18,914	21,845	23,743
Industri Pengolahan	6,061,612	7,015,065	7,772,677	8,888,294	172,580	11,260,000
Listrik, Gas, dan Air Bersih	82,506	91,023	100,836	112,637	127,139	139,096
Bangunan	174,302	202,043	230,448	267,639	314,554	357,132
Perdagangan, Hotel, dan Restoran	2,698,982	3,122,137	3,331,097	3,775,334	316,259	4,741,451
Pengangkutan dan Komunikasi	297,277	344,564	394,567	451,950	537,182	596,682
Keuangan, Real Estat, dan Jasa Perusahaan	147,068	158,132	176,366	198,479	223,642	252,432
Jasa-Jasa	195,313	224,622	253,653	303,999	362,998	407,916
PDRB	11,449,674	13,191,958	14,517,228	16,590,572	995,089	21,006,938

Sumber : Kabupaten Batu Bara dalam Angka 2013

Tabel 2. 9 Distribusi Presentase PDRB Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2007-2012 (Persen)

Lapangan Usaha	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan	15.54	15.31	15,44	15,51	15.37	15.37
Pertambangan dan Penggalian	0.12	0.11	0,11	0,11	0.11	0.11
Industri Pengolahan	52.94	53,18	53,54	53,58	53.55	53.6
Listrik, Gas, dan Air Bersih	0.72	0,69	0,69	0,68	0.67	0.66
Bangunan	1.52	1,53	1,59	1,61	1.66	1.7
Perdagangan, Hotel, dan Restoran	23.57	23,67	22,95	22,76	22.72	22.57
Pengangkutan dan Komunikasi	2.6	2,61	2,72	2,72	2.83	2.84
Keuangan, Real Estat, dan Jasa Perusahaan	1.28	1,20	1,21	1,20	1.18	1.2
Jasa-Jasa	1.71	1,70	1,75	1,83	1.91	1.94
PDRB	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100

Sumber : Kabupaten Batu Bara dalam Angka 2013

Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Batu Bara menurut lapangan usahan pada tahun yang sama mencapai 4,37persen dengan pertumbuhan tersebar terjadi pada sektor jasa-jasa (5,62 persen) Lihat Tabel 4.15. Sedangkan angka perbandingan PDRB antara kabupaten/kota se-Sumatera Utara, yang mencakup total PDRB dan PDRB perkapita baik atas dasar harga berlaku maupun atas dasar harga konstan pada tahun 2012 menduduki peringkat keempat di bawah Kota Medan, Kabupaten Deli Serdang dan Kabupaten Langkat terbesar, sedangkan untuk PDRB per kapita merupakan peringkat terbesar di Provinsi Sumut.

Tabel 2. 10 Laju Pertumbuhan Ekonomi Menurut Lapangan Usaha (%) Tahun 2007-2012

Lapangan Usaha	2007	2008	2009	2010	2011	2012
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan	2,58	3,06	4,08	4,46	5,29	4,36
Pertambangan dan Penggalian	2,34	3,21	3,91	4,05	6,25	6,47
Industri Pengolahan	4,71	5,22	5,03	4,93	4,75	3,60
Listrik, Gas, dan Air Bersih	3,20	4,99	5,65	5,71	6,36	6,53
Bangunan	3,55	5,76	6,09	6,18	6,43	6,84
Perdagangan, Hotel, dan Restoran	3,04	3,47	2,10	3,49	5,29	5,65
Pengangkutan dan Komunikasi	5,82	7,02	7,05	6,90	7,48	3,44
Keuangan, Real Estat, dan Jasa Perusahaan	5,81	2,00	6,68	6,76	6,92	7,12
Jasa-Jasa	5,98	6,90	7,49	6,91	5,36	5,62
Pertumbuhan Ekonomi	3,98	4,47	4,30	4,65	5,11	4,37

Sumber: BPS Kabupaten Batu Bara 2013

D. Kegiatan Usaha

Kabupaten Batu Bara merupakan daerah potensial untuk berkembang menjadi daerah industri. Terjadi pertumbuhan yang signifikan terhadap jumlah perusahaan industri besar/ sedang dalam kurun waktu tahun 2008 – 2012 (Tabel 4.16). Saat ini Wilayah Kuala Tanjung, salah satu desa di Kabupaten Batu Bara, akan didorong perkembangannya kedepan menjadi Kawasan Ekonomi Khusus (KEK). Desa Kuala Tanjung merupakan pengembangan wilayah industri dari KIM (Kawasan Industri Medan). Sebagai Pioneer berkembangnya wilayah ini adalah PT Indonesia Asahan Aluminium (INALUM), perusahaan patungan antara Perusahaan-perusahaan swasta Jepang dengan pemerintah Indonesia. Perusahaan peleburan aluminium ini merupakan pabrik peleburan aluminium satu-satunya di Asia Tenggara. Selain itu, mengikuti jejak PT INALUM, berdiri juga PT Multimas Nabati Asahan (MNA) yang memproduksi minyak goreng. Kemudian muncul lagi PT Domba Mas, yang kini masih tahap konstruksi. Kini menyusul lagi beberapa perusahaan besar, yang mungkin akan beroperasi dalam waktu dekat ini seperti PLTU, PT Dairi Prima, PT AAA, dan lain sebagainya. Selain itu, Kabupaten Batu Bara kaya akan hasil laut dan pertanian dan banyak terdapat perkebunan yang terbentang di Kabupaten Batu Bara.

Tabel 2. 11 Jumlah Perusahaan Industri Besar/Sedang Menurut Kecamatan di Kabupaten Batu Bara Tahun 2008- 2012.

Kecamatan Subdistrict	2008	2009	2010	2011	2012
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Sei Balai	1	1	1	1	1
Tanjung Tiram	12	12	11	9	-
Talawi	8	8	7	6	4
Lima Puluh	7	7	7	5	5
Air Putih	9	9	8	5	3
Sei Suka	12	12	12	9	7
Medang Deras	4	4	3	3	1
Batu Bara	53	53	49	38	21

Sumber: BPS Kabupaten Batu Bara 2013

2.1.9 Sarana Dan Prasarana

A. Sistem Perhubungan Wilayah

a) Jaringan Jalan

Pada tahun 2012 sebagian besar jaringan jalan di Kabupaten Batu Bara masih belum terperinci yaitu jalan tanah, jalan aspal, jalan kerikil di perkeras dan sebahagian besar jalan sudah dalam kondisi cukup baik. Bila dilihat per kecamatan maka masih banyak kecamatan yang memiliki jaringan jalan yang belum terkondisikan dengan baik di Kabupaten Batu Bara.

b) Sarana Perangkutan Darat

Sarana perangkutan yang terdapat di Kabupaten Batu Bara terdiri dari beberapa jenis perangkutan yaitu mobil penumpang umum (mini bus), bus penumpang dan mobil barang umum/mobil tangki.

c) Sarana Perhubungan Laut

Perhubungan laut/sungai yang terdapat di Kabupaten Batu Bara terbagi atas 4 (empat) pelabuhan, yaitu Pelabuhan Tanjung Gading dan Pelabuhan Tanjung Tiram. Pelabuhan Tanjung Gading Kecamatan Sei Suka merupakan pelabuhan barang milik INALUM, Pelabuhan Tanjung Tiram di Jalan Merdeka Kecamatan Tanjung Tiram merupakan pelabuhan orang dan barang, dimana tujuan arah pelayaran sampai ke Malaysia. Kemudian Pelabuhan Kuala Tanjung di Kecamatan Sei Suka yang berfungsi sebagai pelabuhan barang ekspor konsentrat seng dan timah dari Kabupaten Dairi dengan luas area 4 Ha gudang dan conveyor kapasitas 30.000 ton, serta Pelabuhan Multi Mas di Kecamatan Sei Suka yang berada di sebelah kanan Pelabuhan Kuala Tanjung. Untuk pelabuhan TPI (Tempat Pelelangan Ikan) Kabupaten Batu Bara memiliki 4 (empat) pelabuhan yaitu berada di Kecamatan Medang Deras sebanyak 2 (dua) unit, Kecamatan Lima Puluh sebanyak 1 (satu) unit, Kecamatan Talawi sebanyak 1 (satu) unit dan Kecamatan Tanjung Tiram sebanyak 1 (satu) unit.

2.1.10 Sarana Pendidikan

Berdasarkan Data Kabupaten Batu Bara dalam Angka Tahun 2010, pada tahun 2009 terdapat 271 SD SLTP 89 sekolah, SLTA Umum 35 sekolah dan SLTA Kejuruan 9 sekolah. Rasio murid terhadap sekolah untuk tingkat SD adalah 48 murid per sekolah dengan rasio tertinggi terdapat di Kecamatan Sei Suka dan terendah di Kecamatan Lima Puluh masing-masing 75 dan 31 murid per sekolah. Untuk SLTP Rasio murid terhadap sekolah adalah 191 murid per sekolah. Rasio tertinggi terdapat di Kecamatan Air Putih yaitu 276 murid per sekolah dan terendah di Kecamatan Sei Balai yaitu 93 murid per sekolah. Sementara untuk tingkat SLTA (SMU dan SMK) rasio murid terhadap sekolah adalah 257 murid per sekolah. Rasio tertinggi terdapat di Kecamatan Sei Suka (475 murid per sekolah) dan terendah di Kecamatan Sei Balai yaitu 101 murid per sekolah. Selain itu di Batu Bara juga terdapat sekolah agama (madrasah) yang setara dengan sekolah umum yaitu : 30 Madrasah Ibtidaiyah (MI), 38 Madrasah Tsanawiyah (MTs) dan 13 Madrasah Aliyah (MA).

2.1.11 Sarana Kesehatan

Peningkatan kualitas kesehatan perlu didukung oleh sarana kesehatan yang memadai baik dari segi kuantitas maupun kualitas dalam pembangunan yang berkelanjutan di Kabupaten Batu Bara. Sarana kesehatan sangat penting sekali dalam memperbaiki kesehatan di wilayah ini. Sarana kesehatan yang erdapat di Kabupaten Batu Bara terdiri dari Rumah Sakit, Puskesmas, Pustu, Poliklinik, Balai Pengobatan, Posyandu/Polindes, dan Apotik/Toko Obat, dan Praktek Dokter. Jumlah sarana kesehatan Rumah Sakit hanya berjumlah 1 (satu) unit yang terdapat di Kecamatan Sei Suka. Untuk sarana kesehatan berupa Puskesmas sebanyak 9 (sembilan) unit yang tersebar diseluruh kecamatan, Puskesmas Pembantu sebanyak 64 unit dan Posyandu sebanyak 510 unit yang tersebar merata di tiap kecamatan.

Tabel 2. 12 Jumlah Fasilitas Kesehatan di Kabupaten Batu Bara Per Kecamatan Tahun 2009

No	Kecamatan	Fasilitas Pendidikan							
		RSU	RS Swasta	Puskesmas	Pustu	Klinik	Posyandu /Polindes	Apotik	Toko Obat
1	Sei Balai	-	-	1	6	-	66	-	-
2	Tanjung Tiram	-	-	1	11	-	74	3	6
3	Talawi	-	-	2	8	1	76	-	-
4	Lima Puluh	-	-	2	16	6	115	2	3
5	Air Putih	-	-	1	6	-	35	-	2
6	Sei Suka	-	1	1	10	4	89	3	-
7	Medang Deras	-	-	1	7	3	55	-	1
Jumlah		-	1	9	64	14	510	8	12

Sumber : RTRW Kabupaten Batu Bara

2.1.12 Sarana Peribadatan

Sarana peribadatan merupakan sarana yang sangat penting bagi setiap insan yang beragama. Pembangunan dibidang keagamaan di Kabupaten Batu Bara selalu mendapatkan perhatian baik dari pemerintah maupun swasta. Jumlah fasilitas peribadatan di Kabupaten Batu Bara dipengaruhi oleh jumlah penganut masing-masing agama.

2.1.13 Sarana Perdagangan

Menurut Dinas Perindag dan Penanaman Modal Kabupaten Batu Bara di wilayah Kabupaten Batu Bara, sampai dengan tahun 2012 terdapat 244 perusahaan yang sebagian besar (68 persen) berbadan hukum yang bergerak di sektor perdagangan besar, eceran, rumah makan, hotel dan penginapan sebesar 149 perusahaan. Pada tahun 2012, transaksi perdagangan luar negeri yang tercatat di Pelabuhan Kuala Tanjung mengalami peningkatan untuk jumlah tetapi nilainya menurun bila dibandingkan tahun 2008. Jumlah ekspor pada tahun 2012 mencapai 1.609.251 ton dengan nilai FOB mencapai 1.043,4 juta US\$. Pada saat yang sama jumlah impor mencapai 618.982 ton dengan nilai CIF sebesar 211,01 juta US\$. Pasar atau pekan di Kabupaten Batu Bara pada tahun 2012 berjumlah 19 buah, luas totalnya mencapai 60.100 m² dengan jumlah pedagang sebanyak 1.512 pedagang.

Sarana perdagangan yang terdapat di Kabupaten Batu Bara yaitu berupa pasar sebanyak 4 (empat) lokasi pada Kabupaten Batu Bara yaitu, Pasar Sei Balai di Kecamatan Sei Balai, Pasar Petatal di Kecamatan Talawi, Pasar Pematang Rambai di Kecamatan Tanjung Tiram dan Pasar Bulan-bulan di Kecamatan Lima Puluh.

2.1.14 Sarana Pariwisata

Objek pariwisata di Kabupaten Batu Bara yang terbanyak berbentuk pantai, hal ini dikarenakan Kabupaten Batu Bara di pinggiran pantai timur pulau sumatera yang berhadapan dengan Selat Malaka. Pada umumnya objek wisata yang ada mengandalkan keindahan alam pantai dengan pantai yang lain dan pasir putihnya. Objek wisat lain yang berbentuk pantai cukup indah terdapat di Pulau Pandan yang dapat ditempu dari Kota Tanjung Tiram sekitar 2 jam dengan menggunakan perahu bermotor. Objek wisata yang berbentuk peninggalan sejarah berbentuk Istana Lima Laras yang terdapat di Kecamatan Tanjung Tiram. Kondisi istana ini tidak terawat dan berpenghuni. Untuk melihat penyebaran dan objek wisata di Kabupaten Batu Bara dapat dilihat pada Tabel 2.13 Bentuk objek wisata lain yang terdapat di Kabupaten Batu Bara adalah wisata kuliner yang khas terdapat di Kecamatan Medang Deras berbentuk rumah makan Pondok Terapung dengan khas makanan laut. Rumah makan ini terletak dipinggiran sungai jika air pasang rumah makan ini terlihat seperti terapung.

Tabel 2. 13 Jenis, Bentuk dan Lokasi Wisata di Kabupaten Batu Bara

No	Jenis Objek Wisata	Bentuk Objek Wisata	Lokasi Objek Wisata
1	Istana Lima Laras	Bangunan Istana	Kecamatan Tanjung Tiram
2	Pulau Salah Nama	Pulau dan Pantai	Kecamatan Tanjung Tiram
3	Pulau Pandan	Pulau dan Pantai	Kecamatan Tanjung Tiram
4	Pantai Bunga	Pantai	Kecamatan Tanjung Tiram
5	Pantai Sejarah	Pantai	Kecamatan Lima Puluh
6	Pantai Wisata Alam Datuk	Pantai	Kecamatan Sei Suka
7	Pantai Perjuangan	Pantai	Kecamatan Sei Suka

Sumber : RTRW Kabupaten Batu Bara

2.1.15 Prasarana Air Bersih

Di Kabupaten Batu Bara, air minum dikelola oleh PT. Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kisaran dengan jumlah pelanggan pada tahun 2012 sebesar 5.368 pelanggan, yang sebahagian besar pelanggan berasal dari rumah tangga yaitu sebanyak 5.209 dan sebahagian lagi yaitu sumur bor. Di Kabupaten Batu Bara masih banyak lagi penduduk yang masing menggunakan air minum dari sumur galian yang dikelola masyarakat itu sendiri karena sangat minimnya distribusi jaringan air minum ke wilayah permukiman. Dan ada juga yang masing menggunakan sungai sebagai kebutuhan air bersih.

2.1.16 Prasarana Listrik

Kebutuhan listrik di Kabupaten Batu Bara bersumber dari PT. PLN Ranting Tanjung Tiram, Listrik Diesel dan listrik yang dikelola oleh swasta. Kapasitas listrik yang dikelola oleh PT. PLN Ranting Tanjung Tiram setiap tahunnya mengalami peningkatan, hal ini dapat dilihat pada tahun 2012 jumlah daya tersambung sebesar 30.691.390 KVA dengan jumlah pelanggan 46.907 pelanggan. Pelanggan listrik yang terdapat di Kabupaten Batu Bara terdiri dari rumah tangga, industri, perkantoran, badan sosial/tempat ibadah, dan usaha lainnya.

2.2 Agrowisata

2.2.1 Definisi Agrowisata

Agrowisata merupakan rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai obyek wisata, baik potensial berupa pemandangan alam kawasan pertaniannya maupun kekhasan dan keanekaragaman aktivitas produksi dan teknologi pertanian serta budaya masyarakat petaninya. Kegiatan agrowisata bertujuan untuk memperluas wawasan pengetahuan, pengalaman rekreasi dan hubungan usaha di bidang pertanian yang meliputi tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, perikanan dan peternakan. Di samping itu yang termasuk dalam agro wisata adalah perhutanan dan sumber daya pertanian. Perpaduan antara keindahan alam, kehidupan masyarakat pedesaan dan potensi pertanian apabila dikelola dengan baik dapat mengembangkan daya tarik wisata. Dengan

berkembangnya agrowisata di satu daerah tujuan wisata akan memberikan manfaat untuk peningkatan pendapatan masyarakat dan pemerintahan dengan kata lain bahwa fungsi pariwisata dapat dilakukan dengan fungsi budidaya pertanian dan pemukiman pedesaan dan sekaligus fungsi konservasi (Gumelar S. Sastrayuda, 2010).

Menurut Pusat Data dan Informasi (2005), agrowisata dapat dikelompokkan ke dalam wisata ekologi (*ecotourism*), 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 (Rima Windasari, 2006).

2. 2.2 Prinsip-Prinsip Agrowisata

Ekowisata dan agrowisata pada dasarnya memiliki prinsip yang sama. Menurut Wood (2000) *dalam* Pitana (2002), ada beberapa aspek yang harus diperhatikan untuk mengembangkan agrowisata, diantaranya sebagai berikut :

- a. Menekan serendah-rendahnya dampak negatif terhadap alam dan kebudayaan yang dapat merusak daerah tujuan wisata.
- b. Memberikan pembelajaran kepada wisatawan mengenai pentingnya suatu pelestarian.
- c. Menekan pentingnya bisnis yang bertanggungjawab yang bekerjasama dengan unsur pemerintahan 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. Memberikan penekanan pada kebutuhan zona pariwisata regional dan penataan serta pengelolaan tanaman-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 kawasan yang dilindungi.
- h. Berusaha untuk menyakini bahwa perkembangan tidak melampaui batas-batas sosial dan lingkungan yang diterima seperti yang ditetapkan para peneliti yang telah bekerjasama dengan penduduk lokal.
- i. Mempercayakan pemanfaatan sumber energi, melindungi tumbuh-tumbuhan dan binatang liar, dan menyesuaikan dengan lingkungan alam dan budaya.

Pengembangan agrowisata dituntut untuk mengarah pada terwujudnya tahap pengembangan pariwisata berkelanjutan (*Sustainable of Tourism Development*) yaitu prinsip pengembangan yang berpijak pada keseimbangan aspek dan pengembangan serta berorientasi ke depan (jangka panjang), berkenaan kepada nilai manfaat yang besar bagi masyarakat setempat, prinsip pengelolaan aset/sumber daya yang tidak merusak, namun berkelanjutan jangka panjang baik secara sosial, budaya, ekonomi, serta pengembangan pariwisata harus mampu mengembangkan apresiasi yang lebih peka dari masyarakat. Aspek utama dalam pengembangan sebuah agrowisata, memiliki tujuan yaitu dapat meningkatkan jumlah wisatawan sehingga kesejahteraan pengelola, dan masyarakat sekitar dapat terjamin. Menurut Tirtawinata dan Fachruddin (1996) agrowisata dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- a. Meningkatkan konservasi lingkungan.
- b. Meningkatkan nilai estetika dan keindahan alam c. Memberikan nilai rekreasi.
- c. Meningkatkan kegiatan ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan.
- d. Mendapatkan keuntungan ekonomi

Pada prinsipnya agrowisata merupakan kegiatan industri yang mengharapkan kedatangan konsumen secara langsung di tempat wisata yang diselenggarakan. Aset yang penting untuk menarik kunjungan wisata adalah keaslian, keunikan, kenyamanan dan keindahan alam. Oleh sebab itu, faktor kualitas lingkungan menjadi modal penting yang harus disediakan, terutama pada wilayah-wilayah yang dimanfaatkan untuk dijelajahi para wisatawan. Menyadari

pentingnya nilai kualitas lingkungan tersebut, masyarakat/petani setempat perlu diajak untuk menjaga keaslian, nyaman dan kelestarian lingkungan (Subowo, 2002).

2.2.3 Kriteria Agrowisata

Menurut Bappenas (2004) kriteria kawasan agrowisata sebagai berikut :

- a. Memiliki potensi atau basis kawasan di sektor agro baik pertanian, hortikultura, perikanan maupun peternakan, misalnya :
 - 1) Subsistem usaha pertanian primer (*on farm*) yang diantara lain terdiri dari pertanian tanaman pangan dan hortikultura, perkebunan, perikanan, peternakan dan kehutanan.
 - 2) Subsistem industri pertanian yang antara lain terdiri industri pengolahan, kerajinan, pengemasan dan pemasaran baik lokal maupun ekspor.
 - 3) Subsistem pelayanan yang menunjang kesinambungan dan daya dukung kawasan baik terhadap industri dan layanan wisata maupun sektor agro, misalnya transportasi dan akomodasi, penelitian dan pengembangan, perbankan dan asuransi, fasilitas telekomunikasi dan infrastruktur
- b. Adanya kegiatan masyarakat yang didominasi oleh kegiatan pertanian dan wisata dengan keterkaitan dan ketergantungan yang cukup tinggi, antara lain kegiatan pertanian yang mendorong tumbuhnya industri pariwisata, dan sebaliknya kegiatan pariwisata yang memacu berkembangnya sektor pertanian.
- c. Adanya interaksi yang intensif dan saling mendukung bagi kegiatan agro dengan kegiatan pariwisata dalam kesatuan kawasan, antara lain berbagai kegiatan dan produk wisata yang dikembangkan secara berkelanjutan

2.2.4 Lingkup dan Potensi Agrowisata

Penentuan klasifikasi agrowisata didasari oleh konsepsi dan tujuan pengembangan agrowisata, jenis-jenis obyek agrowisata beserta daya tarik obyek

tersebut. Daya tarik agrowisata terdiri dari komoditi usaha agro, sistem sosial ekonomi dan budaya, sistem teknologi dan budidaya usaha agro, peninggalan budaya agro, budaya masyarakat, keadaan alam dan prospek investasi pada usaha agro tersebut. Ruang lingkup dan potensi agrowisata oleh Team Menteeri Rakornas Wistata pada tahun 1992 *dalam* Betrianis (1996) dijelaskan :

a. Tanaman Pangan

- (i) Lingkup komoditas yang ditangani meliputi komoditas tanaman padi, palawija dan komoditas tanaman hortikultura.
- (ii) Lingkup kegiatan yang ditangani meliputi kegiatan usaha tani tanaman pangan (padi, palawija, hortikultura) yang terdiri dari berbagai proses kegiatan pra panen, pasca panen/pengelolaan hasil sampai pemasarannya.

b. Perkebunan

Daya tarik perkebunan sebagai sumberdaya wisata antara lain sebagai berikut :

- (i) Daya tarik histori wisata alam
- (ii) Lokasi perkebunan
- (iii) Cara-cara tradisional dalam pola tanam, pemeliharaan, pengelolaan

Ruang lingkup bidang usaha perkebunan meliputi:

- Perkebunan tanaman keras dan tanaman lainnya yang dilakukan oleh perusahaan swasta atau BUMN
- Berbagai kegiatan obyek usaha perkebunan dapat berupa praproduksi (pembibitan), produksi dan pasca produksi (pengolahan dan pemasaran)

c. Peternakan

Daya tarik peternakan sebagai sumberdaya wisata antara lain sebagai berikut :

- Pola peternakan yang ada
- Cara-cara tradisional dalam peternakan
- Tingkat teknik pengelolaan
- Budidaya hewan ternak

Ruang lingkup obyek wisata peternakan meliputi:

- Pra produksi : pembibitan ternak, pabrik pakan ternak, pabrik obat-obatan dan lain-lain
- Kegiatan produksi : usaha peternakan unggas, ternak perah, ternak potong dan aneka ternak
- Pasca produksi : pasca panen susu, daging telur, kulit dan lain-lain
- Kegiatan lain : penggemukan ternak, karapan sapi, adu domba, pacu itik dll.

d. Perikanan

Daya tarik perikanan sebagai sumberdaya wisata antara lain sebagai berikut: (i) Adanya pola perikanan yang telah ditetapkan oleh pemerintah

- (ii) Cara-cara tradisional dalam perikanan
- (iii) Tingkat teknik pengelolaan
- (iv) Budidaya perikanan

Ruang lingkup obyek wisata perikanan meliputi :

- 1) Kegiatan penangkapan ikan, yang merupakan suatu kegiatan usaha untuk memperoleh hasil perikanan melalui usaha penangkapan pada suatu kawasan perairan tertentu di laut atau perairan umum (danau, sungai, rawa, waduk atau genangan air lainnya). Kegiatan ini ditunjang oleh penyediaan prasarana di darat berupa Pusat Pendaratan Ikan atau Pelabuhan Perikanan
- 2) Kegiatan perikanan budidaya yang merupakan suatu kegiatan untuk memperoleh hasil perikanan melalui usaha budidaya perikanan yang mencakup usaha pembenihan dan pembesaran. Kegiatan budidaya perikanan meliputi budidaya ikan tawar, budidaya air payau dan budidaya laut.
- 3) Kegiatan pasca panen yang merupakan kegiatan penanganan hasil perikanan yang dilakukan pada periode setelah ditangkap dan sebelum dikonsumsi. Kegiatan ini merupakan upaya penanganan, pengolahan dan pemasaran hasil perikanan.

2.2.5 Konsep Dasar Pengembangan Agrowisata

Pengembangan Agrowisata disetiap lokasi menurut Betrianis (1996) merupakan pengembangan yang terpadu antara pengembangan masyarakat desa, alam terbuka yang khas, pemukiman desa, budaya dan kegiatan pertaniannya serta sarana pendukung wisata seperti transportasi, akomodasi dan komunikasi. Secara umum, pengembangan agrowisata selalu menunjukkan suatu usaha perbaikan kehidupan masyarakat petani dengan memanfaatkan potensi yang ada secara optimal.

Upaya pengembangan agrowisata menurut Deasy (1994) dalam Firadiansyah, (2011) mengelompokkan dasar pengembangan agrowisata menjadi lima kelompok, yaitu :

- a. Fungsi agrowisata sebagai obyek wisata merupakan ajang pertemuan antara kelompok masyarakat dengan wisatawan yang mempunyai latar belakang sosial budaya yang erbeda dan yang mempunyai motivasi untuk mengetahui, menghayati serta menikmati hasil budidaya masyarakat pada daerah tertentu.
- b. Sistem struktural agrowisata, terdiri dari sub-sub sistem obyek wisata, sarana dan prasarana pariwisata, promosi dan penerangan pariwisata dan wisatawan.
- c. Strategi pengembangan desa agrowisata, dipandang sebagai unsur pengembangan masyarakat yang lebih fundamental karena orientasinya pada msyarakat, maka sasarannya bersifat strategis, menyangkut kemampuan mandiri manusia di wilayah pedesaan. Dengan demikian pengembangan agrowisata tidak lagi sekedar proses pembangunan ekonomi tetapi juga proses pembangunan kebudayaan yang mengandung arti pengembangan dan pelestarian.semua program pengembangan agrowisata hendaknya berperan sebagai motivatir, innovator dan dinamisator terhadap pertumbuhan dan perkembangan masyarakat pedesaan menurut proses evolusi desa secara wajar. Selain itu, semua program yang sifatnya pemanfaatan sumber daya alam dan sumber dana harus memberikan dampak positif kepada semua pihak yang terlibat

- d. Lokasi agrowisata memberikan pengaruh besar terhadap sub-sub sistem obyek wisata, prasarana dan sarana pariwisata, transportasi, promosi dan wisatawan yang datang. Lokasi agrowisata dapat di dalam kota, di pinggir kota atau di luar kota. Lokasi di luar kota/pedesaan merupakan ciri lingkungan yang mempunyai daya tarik yang kuat bagi wisatawan yang sebagian berasal dari kota.
- e. Tata ruang suatu kawasan dipengaruhi oleh sistem nilai dan sistem norma yang berlaku ditempat tersebut. oleh karena itu, program pengembangan agrowisata hendaknya memperhatikan tata ruang yang sesuai dengan keadaan dan keperluan masyarakat setempat.

Menurut Tirtawinata dan Fachrudin (1996) menyatakan bahwa terdapat tiga alternatif model agrowisata yang dapat diterapkan adalah sebagai berikut:

- a. Alternatif pertama, memilih daerah yang mempunyai potensi agrowisata dengan masyarakat tetap bertahan dalam kehidupan tradisional berdasarkan nilai-nilai kehidupannya. Model alternatif ini dapat ditemui di daerah terpencil dan jauh dari lalu lintas ekonomi luar.
- b. Alternatif kedua, memilih salah satu tempat yang dipandang strategis dari segi geografis pariwisata, tetapi tidak mempunyai potensi agrowisata sama sekali. Pada daerah ini akan dibuat agrowisata buatan.
- c. Alternatif ketiga, memilih daerah yang masyarakatnya memperlihatkan unsur- unsur tata hidup tradisional dan memiliki pola kehidupan bertani, beternak, berdagang dan sebagainya serta tidak jauh dari lalu lintas wisata yang cukup padat.

Dalam pengelolaan agrowisata, perlu mempertimbangkan secara seksama beberapa aspek yang akan melatarbelakangi keberhasilan pengelolaan agrowisata. Menurut Gumelar S. Sastrayuda (2010), aspek yang dimaksud diantara seperti :

- i. Aspek Sumber Daya Manusia
Sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk pengelolaan agrowisata harus memiliki latar belakang pendidikan dibidangnya dan memiliki pengalaman yang luas dalam mengelola pekerjaannya. Para petani memiliki skill dalam bercocok tanam perlu mendapatkan tambahan

pengetahuan tentang ilmu tanaman, tumbuhan untuk pengembangan informasi kepada pengunjung.

ii. Aspek Fasilitas, Sarana dan Prasarana

Hasil komoditas berbagai usaha pertanian yang dimanfaatkan sebagai obyek kunjungan perlu ditunjang dengan oleh tersedianya sarana dan prasana seperti jalan/akses menuju ke kawasan agrowisata. Sarana yang dibutuhkan untuk menunjang pelayanan kepada wisatawan antara lain seperti fasilitas umum (toilet), restoran, ruang informasi dan sarana transportasi.

iii. Aspek Pemilihan Lokasi

Perpaduan antara kekayaan komoditas pertanian dengan keindahan alam dan kehidupan masyarakat dipedesaan pada dasarnya memberikan nuansa kenyamanan dan kenangan dapat mendorong kekayaan daya tarik wisata di berbagai daerah. Untuk lokasi agrowisata perlu adanya identifikasi terhadap wilayah pertanian yang akan dijadikan kawasan agrowisata dengan mempertimbangkan beberapa faktor dominan seperti prasarana dasar, sarana, transportasi dan komunikasi dan yang penting identifikasi terhadap peran serta masyarakat lainnya yang dapat menjadi pendorong berkembangnya agrowisata.

iv. Karakteristik Tradisi Para Petani

Masyarakat petani dari sejak turun temurun telah melahirkan berbagai upacara tradisi yang berkembang ditengah-tengah mereka dan diakui oleh masyarakat di luar lingkungannya sebagai tradisi turun temurun yang dapat dipertahankan keberadaanya, misalnya kegiatan membajak sawah atau menggembala bebek di pemata ng sawah. Banyak nilai-nilai tradisi bertani di Indonesia yang perlu di gali dan dikembangkan sebagai potensi agrowisata.

v. Karakteristik Agro Industri

Agro industri lebih menampilkan berbagai hasil dari komoditi pertanian baik berupa makanan siap saji, maupun kegiatan atau proses dari terbentuknya makanan tersebut. Aktivitas lainnya seperti menanam buah,

pohon dan lain- lain yang menjadi daya tarik. Kegiatan tersebut telah banyak menarik wisatawan.

2.2.6 Model Pengembangan Agrowisata

a) Pengembangan lanskap

Pengembangan lanskap agrowisata harus berdasarkan RTRW (Rencana Tata Ruang Wilayah) yang dilakukan di kota, kabupaten, provinsi atau produk perencanaan lainnya yang mendukung dan menjadi dasar pengembangan wilayah.

Konsep dasarnya meliputi :

- Memanfaatkan dan melestarikan kawasan lindung yang menjamin fungsi hidrologis serta sebagai pengendali pelestarian alam yang meliputi kawasan lindung, kawasan hutan lindung, kawasan suatu alam dan cagar budaya serta kawasan rawan bencana.
- Mengembangkan kawasan budidaya pertanian lahan basah dan lahan kering sebagai mata pencaharian pokok penduduk jangka panjang, sekaligus pembentukan lanskap pertanian yang menunjang keindahan dan keseimbangan alam, pengalihan lahan-lahan non pertanian diarahkan pada lahan-lahan yang tidak atau kurang produktif.
- Mengembangkan kawasan-kawasan wisata baru sesuai dengan potensi alam yang tersedia, selain mengembangkan obyek wisata yang telah ada, perlu dikembangkan/diversifikasi produk lainnya yang menjadi alternatif daya tarik wisata.

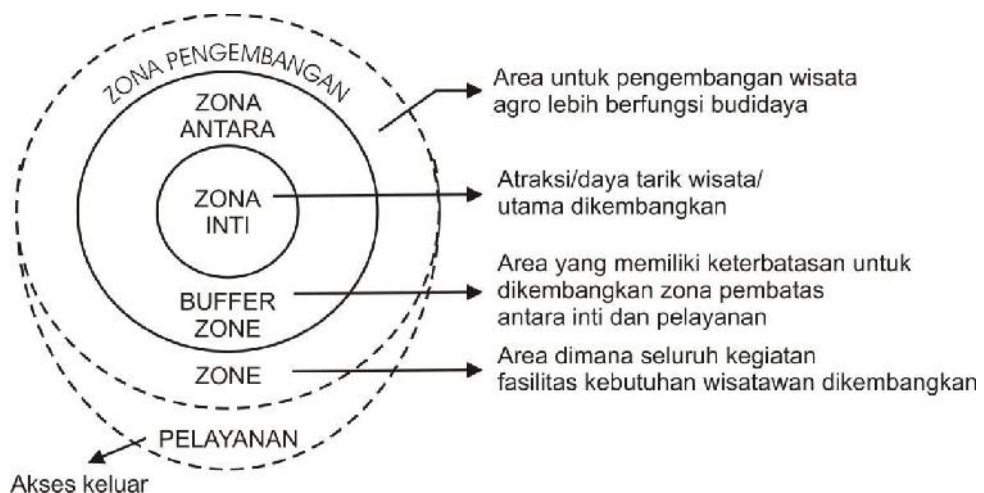
2.2.7 Zonasi pengembangan kawasan

Agrowisata yang dikembangkan hendaknya mendukung terhadap upaya diversifikasi produk wisata yang mendukung fungsi kawasan wisata dan sekaligus memperhatikan budidaya pertanian. Pengembangannya dilakukan berdasarkan potensi pertanian yang dimiliki dan peruntukan ruangnya sesuai dengan RTDR dari masing-masing desa di satu kecamatan sehingga fungsi pariwisata dapat dilakukan sejalan dengan fungsi budidaya pertanian.

Menurut Gumelar S. Sastrayuda (2010) pengembangan zonasi kewilayahan (RTRW) dikategorikan dalam beberapa peletakannya terdiri dari :

- i. Dalam kawasan lindung, peruntukan ruang adalah hutan lindung, hutan suaka margasatwa dan cagar alam, dan hutan konservasi.
- ii. Dalam kawasan penyangga yaitu kawasan antara hutan lindung dan kawasan budidaya pertanian adalah dalam bentuk perkebunan terbatas.
- iii. Dalam kawasan budidaya pertanian, ruang diperuntukan tanaman tahunan, tanaman pangan lahan basah dan tanaman pangan lahan kering.
- iv. Dalam kawasan non pertanian diperuntukan untuk rekreasi fungsi pariwisata, pemukiman dan industri.

Sedangkan dalam peletakan dan penataan zonasi yang berkaitan dengan pengembangan OTDW (Obyek Daya Tarik Wisata) agrowisata, penzonasian perlu dilaksanakan dengan mengkombinasikan keindahan sumberdaya alam sebagai OTDW dengan sumberdaya pertanian sebagai ODTW agro. Untuk memperoleh kesan dan pengalaman wisawatan penataan zonasi sangatlah penting sebagaimana dikemukakan oleh Wallace (1995) *dalam* Gumelar S. Sastrayuda (2010) suatu sistem zonasi yang terencana dengan baik akan memberikan kualitas yang tinggi terhadap pengalamam pengunjung dan memberikan lebih banyak pilihan yang akan mempermudah pengelola untuk beradaptasi terhadap perubahan pasar.



Gambar 2. 3 Penataan zona pada agrowisata

- (i) Dalam zona inti dapat dikembangkan berbagai kegiatan atraksi yang saling berkaitan dengan potensi sumber daya pertanian sebagai daya tarik agrowisata. Area ini memiliki keunikan tersendiri.
- (ii) Zona penyangga lebih menitik beratkan atau mefokuskan kepada penyangga yang dapat memperkuat kesan hijau, nyaman, dan memiliki nilai konservasi yang tinggi.
- (iii) Zona pelayanan merupakan zona semua kegiatan dan penyediaan fasilitas yang dibutuhkan seperti restoran atau tempat informasi.
- (iv) Zona pengembangan menitik beratkan pada kegiatan penelitian pengembangan/budidaya dari masing-masing komoditi.

Menurut Tirtawinata dan Fachruddin (1996), prinsip yang harus dipegang dalam sebuah perencanaan agrowisata, yaitu: (1) sesuai dengan rencana pengembangan wilayah tempat agrowisata itu berada, (2) dibuat secara lengkap, tetapi sesederhana mungkin, (3) mempertimbangkan tata lingkungan dan kondisi sosial masyarakat disekitarnya, (4) selaras dengan sumberdaya alam, sumber tenaga kerja, sumber dana, dan teknik-teknik yang ada, (5) perlu evaluasi sesuai dengan perkembangan yang ada.

Dalam mengidentifikasi suatu wilayah pertanian sebagai wilayah kegiatan agrowisata perlu pertimbangan yang matang. Pertimbangan tersebut meliputi kemudahan aksesibilitas, karakter alam, sentra produksi pertanian, dan adanya kegiatan agroindustri. Perpaduan antara kekayaan komoditas dengan bentuk keindahan alam dan budaya masyarakat merupakan kekayaan obyek wisata yang amat bernilai. Agar lebih banyak menarik wisatawan, objek wisata perlu dilengkapi dengan sarana dan prasarana pariwisata, seperti transportasi, promosi dan penerangan (Tirtawinata dan Fachruddin, 1996).

2.3 Gambaran Umum Agrowisata Zagro Jemah Agritourism Education Center

Desa Sukaraja merupakan yang berada di wilayah Kecamatan Air Putih Kabupaten Batu Bara Provinsi Sumatera Utara. Desa ini terletak di jalan Lintas Sumatera dengan suhu rata-rata harian sekitar 30 derajat celcius. Secara geografis Desa Sukaraja memiliki batas-batas sebagai berikut: Sebelah Utara : Desa Aras,

Sebelah Selatan : Tanah Tinggi, Sebelah Barat : Desa Tanah Rendah, Sebelah Timur: Desa Pematang Panjangdan, Sebelah Timur Laut: Desa Kampung kelapa

Berdasarkan organisasi pemerintahan, Desa Sukaraja terdiri dari 9 Dusun. Selain itu pemerintahan Desa Sukaraja juga memiliki sebuah Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM), Badan Permusyawaratan Desa (BPD), Tim Penggerak PKK, dan Karang Taruna, serta beberapa kelompok tani. Desa Sukaraja memiliki luas wilayah sebesar 3800 Ha yang mayoritas penduduknya bertani. Berdasarkan penggunaannya, luas tersebut dipergunakan untuk kepentingan beberapa hal sebagai berikut: pemukiman 538 Ha, persawahan 2130 Ha, perkembunan tidak ada, tegal/kebun 310 Ha, tambak/empang 11 Ha , luas lahan bukan sawah 2451 Ha, luas tanam padi sawah 426 Ha, luas panen padi sawah 426 Ha, produktivitas padi 2.598,6 ton = 6,1 ton/Ha, jumlah industri sedang 1, jumlah industri kecil 2 dan jumlah industri rumah tangga 15.

2.3.1 Topografi dan Geografis Wilayah

Desa Sukaraja merupakan salah satu desa di Kecamatan Air Putih Kabupaten Batu Bara. Wilayah desa ini berbatasan dengan Desa Aras di sebelah utara, Desa Tanah Tinggi di sebelah selatan, dan Desa Tanah Rendah sebelah barat serta Desa Pematang Panjang & Desa Kampung Kelapa di sebelah barat. Adapun secara lebih jelas dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 2. 4 Peta Desa Sukaraja Kec. Air putih

Berdasarkan gambar 2.4 di atas, Desa Sukaraja merupakan daerah dataran rendah dengan ketinggian 16 m dpl. Serta letak geografis 3.259884 Lintang Utara serta 99.390144 Bujur Timur. Akses menuju ke desa Sukaraja sangat lah mudah dengan sarana dan prasarana yang sangat baik.

2.3.2 Demografi dan Aktifitas Masyarakat

Jumlah penduduk Desa Sukaraja adalah 3.572 jiwa, dan jumlah kepala keluarga sebanyak 808 KK, yang terbagi dalam jumlah laki-laki 1727 jiwa dan perempuan 1846 jiwa. Adapun persentase penduduk sebesar 6,96 dengan kepadatan penduduk 929 perKm². Sebagian besar masyarakat Desa menggantungkan kehidupannya pada bidang pertanian yang mencapai 596 KK . Adapun jenis pertanian yang digeluti oleh warga adalah pertanian jagung, kacang tanah, padi, ubi kayu, tomat, pertanian sayuran, cabe.

Selanjutnya komposisi masyarakat ditinjau dari sisi mata pencaharian adalah terbesar petani yang mencapai 596 KK, buruh 102 KK, PNS/TNI/Polri 25 KK pengrajin/industri kecil 15 KK dan lainnya 46 KK.

Pembangunan di Desa Sukaraja melibatkan berbagai komponen masyarakat, yaitu Pemerintahan Desa Sukaraja yang terdiri dari Pemerintahan Desa, Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Desa, Badan Permusyawaratan Desa dan 7 kedesdusnan. Selain komponen pemerintahan desa, komponen masyarakat yang juga aktif berpartisipasi dalam melaksanakan pembangunan adalah Tim Penggerak PKK, Karang Taruna serta 3 kelompok usaha masyarakat. Potensi yang sangat besar pengaruhnya terhadap keberhasilan pembangunan daerah adalah nilai-nilai kebersamaan, persatuan dan gotongroyong masyarakat yang masih kuat. Hal ini dapat dilihat dari hasil pembangunan yang saat ini dinikmati masyarakat adalah sebagian dilakukan secara swadaya. Antara lain jalan desa, dibuat secara swadaya dan program-program yang dicanangkan pemerintah dapat berjalan dengan baik.

2.3.3 Prasarana dan Sarana Daerah

Akses menuju desa Sukaraja sangatlah mudah, karena berada di jalan Lintas Sumatera, hal ini pula yang menjadi kekuatan dalam mewujudkan wisata

agro yang akan di bangun. Lebar jalan desa saat ini adalah 4 meter, sehingga sangat memadai untuk dilalui oleh kendaraan besar.

Sebagian besar jumlah penduduk ini memiliki tingkat pendidikan rata-rata setingkat SMP. Desa Sukaraja memiliki 1 unit bangunan Sekolah Dasar (SDN), 1 unit Sekolah Dasar Swasta, 1 unit bangunan TK, 1 unit bangunan SMP swasta dan 1 unit bangunan Sekolah Menengah Kejuruan Negeri.

Potensi utama daerah ini adalah pertanian (padi sawah) sehingga memerlukan sarana pengairan untuk menunjang kebutuhan airnya.



Gambar 2. 5 Irigasi Teknis di Desa Sukaraja

Dalam hal penyediaan irigasi teknis pemerintah Kabupaten Batu Bara mengandalkan sungai Dalu-dalu sebagai sumber airnya.



Gambar 2. 6 Sungai Dalu Dalu Meluap Kala Hujan Tiba

2.3.4 Sumber Daya Alam

Secara geografis, Desa Sukaraja terletak di dataran rendah, dengan suhu yang cukup panas, namun menyediakan pemandangan alam lahan persawahan yang sangat indah dengan semilir angin laut yang berhembus.



Gambar 2. 7 213 Ha Lahan Persawahan

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

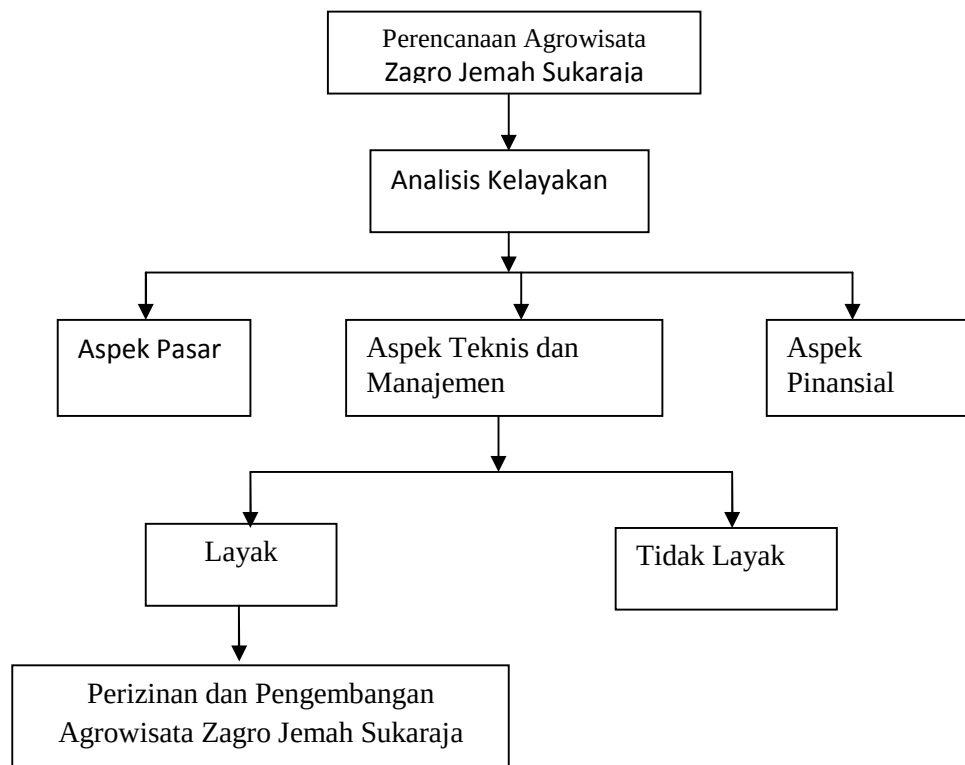
Desain penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah *descriptive analysis*, Desain ini bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang gejala-gejala yang diteliti pada saat sekarang. Kemudian dicari jawaban bagi pemecahan masalah atau fenomena-fenomena yang ada. Penelitian deskriptif menggunakan teknik survey (Iskandar, 2001) yaitu penelitian yang bertujuan menggambarkan keadaan nyata di lapangan secara sistematis dan akurat menyangkut fakta-fakta dari objek penelitian serta pengamatan terhadap akibat yang terjadi dan mencari fakta yang mungkin menjadi penyebabnya melalui data tertentu. Penelitian ini diharapkan dapat memperoleh gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diteliti, khususnya dalam kajian *feasibility study* yang dilakukan untuk kegiatan pengembangan agrowisata .

3.2 Identifikasi dan Pengumpulan Data

Tahapan ini dilakukan untuk mengumpulkan data yang relevan dengan kegiatan penelitian dengan tujuan mendapatkan informasi mengenai studi kelayakan wisata agro ditinjau dari sudut pandang ekonomis serta keberlanjutan dari kegiatan bisnis wisata agro. Selanjutnya, pengumpulan data dilakukan dengan beberapa tahapan, yaitu: [1] studi kepustakaan, [2] observasi (survey dengan menggunakan panduan), dan [3] *focus group discussion* dengan berbagai pemangku kepentingan. Hasil pengumpulan data tersebut diharapkan dapat mendukung terhadap kajian *feasibility study* pengembangan wisata agro.

3.3 Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan dan analisis data dilakukan dengan menggunakan beberapa tahapan seperti dijelaskan pada gambar 3.1.



Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan mengikuti langkah-langkah berikut:

a. Identifikasi dan Pengumpulan Data

Tahapan ini dilakukan untuk mengumpulkan data yang relevan dengan kegiatan penelitian dengan tujuan mendapatkan informasi mengenai kajian wisata agro ditinjau dari sudut pandang kelayakan pasar, kelayakan teknis dan manajemen, dan kelayakan ekonomis. Selanjutnya, pengumpulan data dilakukan dengan beberapa tahapan, yaitu: [1] studi kepustakaan, [2] observasi, dan [3] *focus group discussion* (FGD). Hasil pengumpulan data tersebut diharapkan dapat mendukung terhadap analisis pengembangan wisata agro yang dilaksanakan.

b. Pengolahan dan Pembahasan

Pengolahan dan Metode Analisis Data dilakukan dengan ruang lingkup sebagai berikut:

1. Aspek Pasar dan Teknis dan Aspek Manajemen (Kriteria Analisis Kelayakan Kawasan Wisata Agro)

Kriteria yang digunakan dalam tahapan awal adalah penetapan kondisi eksisting dari lokasi kajian dengan menggunakan kriteria, antara lain: 1) Daya Tarik; keindahan; banyaknya jenis sumberdaya alam yang menonjol untuk wisata, keunikan sumberdaya alam, keutuhan sumberdaya alam, pilihan kegiatan, kebersihan udara, ruang gerak pengunjung, dan kepekaan sumberdaya alam, 2) Potensi Pasar; jumlah penduduk kabupaten pada radius 75 km, jarak obyek dari terminal bus atau non-bus, 3) Kadar Hubungan; kondisi jalan, jumlah kendaraan bermotor, frekuensi kendaraan umum, jumlah tempat duduk transportasi utama menuju lokasi per minggu, 4) Kondisi Lingkungan; tata guna lahan atau perencanaan, status kepemilikan lahan, kepadatan penduduk, sikap masyarakat, mata pencaharian, pendidikan, media yang masuk, dampak sumberdaya alam biologis, dan sumberdaya fisik, 5) Pengelolaan Perawatan dan Pelayanan; pemantapan organisasi atau pengelola, mutu pelayanan, dan sarana perawatan dan pelayanan, 6) Kondisi Iklim; pengaruh iklim dan cuaca terhadap waktu kunjungan, suhu udara ambient pada musim kemarau, jumlah bulan kering pertahun, rata-rata lama penyinaran matahari pada musim hujan, kecepatan musim angin, kelembaban udara, 7) Akomodasi; unsur-unsur yang digunakan dalam kriteria ini didasarkan ketersediaan fasilitas di lingkungan wilayah tersebut, 8) Prasarana dan Sarana Penunjang; prasarana yang ada pada radius 2 km dari batas kawasan, sarana penunjang, fasilitas khusus, fasilitas kegiatan, 9) Ketersediaan Air Bersih; jarak sumber air terhadap lokasi obyek wisata, debit sumber air, dan dapat tidaknya dialirkan, dan 10) Hubungan dengan Wisata Lain, dalam pengembangan suatu obyek di suatu lokasi perlu memperhatikan adanya obyek lain di lingkungannya yang mencerminkan unsur-unsur yang dinilai dalam kriteria ini didasarkan ada dan tidaknya serta jumlah obyek wisata lain dalam radius 75 Km dari obyek wisata yang dinilai.

2. Aspek Finansial

Metode yang digunakan untuk melakukan analisis finansial pada proyek atau usaha ini adalah dengan menggunakan kriteria penilaian investasi. Metode tersebut bertujuan untuk mengkaji layak atau tidaknya suatu proyek atau usaha dapat dijalankan secara finansial. Metode tersebut terdiri dari *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, *Net Benefit per Cost (Net B/C)*, dan *Payback Period (PP)*. Kajian kelayakan aspek finansial dilakukan untuk menguji berbagai produk unggulan kawasan wisata agro.

3. Strategi Pengembangan Wisata Agro

Membahas tentang perencanaan dan jenis wisata yang memungkinkan dikembangkan beserta tahapannya.

3.4 Kesimpulan dan Rekomendasi

Berisikan penjelasan mengenai kesimpulan berdasarkan tujuan pengembangan wisata agro disertai rekomendasi tahapan pengembangannya.

BAB IV

PEMBAHASAN PENGEMBANGAN WISATA AGRO

4.1 Kajian Pengembangan Wisata Agro

Wisata agro termasuk dalam salah satu kegiatan wisata alam. Program wisata alam dibuat untuk menciptakan lingkungan fisik luar atau bentang alam yang dapat mendukung tindakan dan aktivitas rekreasi manusia yang menunjang keinginan, kepuasan dan kenyamanannya, dimana proses perencanaan dimulai dari pemahaman sifat dan karakter serta kebijakan manusianya dalam menggunakan tapak untuk kawasan wisata (Knudson, 1980). Menurut Gold (1980), perencanaan adalah suatu alat yang sistematis, yang digunakan untuk menentukan saat awal suatu keadaan dan cara terbaik untuk pencapaian keadaan tersebut, dimana perencanaan lanskap dapat dilakukan melalui beberapa pendekatan, antara lain:

1. *Pendekatan sumberdaya*, yaitu penentuan tipe-tipe serta alternatif aktivitas rekreasi dan wisata berdasarkan pertimbangan kondisi dan situasi sumberdaya.
2. *Pendekatan aktivitas*, yaitu penentuan tipe dan alternatif aktivitas berdasarkan seleksi terhadap aktivitas pada masa lalu untuk memberikan kemungkinan yang dapat disediakan pada masa yang akan datang.
3. *Pendekatan ekonomi*, yaitu penentuan tipe, jumlah dan lokasi kemungkinan aktivitas berdasarkan pertimbangan ekonomi.
4. *Pendekatan perilaku*, yaitu penentuan kemungkinan aktivitas berdasarkan pertimbangan perilaku manusia.

Untuk menghasilkan suatu rencana dan rancangan areal rekreasi yang baik, ada beberapa hal yang harus diperhatikan, dipelajari dan dianalisis seperti: potensi dan kendala tersedia, potensi pengunjung, kebijakan dan peraturan yang terkait dengan sumberdaya dan penggunaannya, alternatif dan dampak dari perencanaan dan pelaksanaan serta pemantauan hasil perencanaan dan perancangan. Secara lebih khusus kajian study feasibility pengembangan wisata agro ini difokuskan terhadap beberapa aspek, antara lain: aspek pasar, aspek

teknis, aspek manajemen, dan aspek ekonomi yang relevan dengan dampak dari pengembangan wisata agro.

4.1.1 Aspek Pasar

Penetapan pasar pada bidang pariwisata ditentukan oleh permintaan dan penawaran dalam komoditi pariwisata yang memiliki perbedaan mendasar dibandingkan dengan permintaan dan penawaran jasa lainnya. Ini disebabkan karena komoditi pariwisata dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan yang terpisah, tetapi dari segi permintaan komoditi tersebut merupakan suatu keuntungan. Permintaan dalam kepariwisataan bisa berupa benda yang diperoleh tanpa membeli tetapi mempunyai daya tarik bagi wisatawan seperti pemandangan alam yang indah, udara yang segar, cahaya matahari dan sebagainya. Atau dengan perkataan lagi, wisatawan umumnya dapat melihatnya secara langsung tanpa bantuan orang lain seperti pemandangan, gunung, danau, lembah, monumen dan lain-lain. Ciri-ciri permintaan pariwisata yaitu terkonsentrasi menurut musim dan daerah tujuan tertentu, elastisitasnya tinggi, dan berubah-ubah sesuai dengan motivasi masing-masing individu (Yoeti, 1990).

Menurut Douglas (1982), permintaan rekreasi sebagai jumlah kesempatan rekreasi yang diinginkan masyarakat. Permintaan rekreasi terdiri dari pemanfaatan aktual yang berasal dari fasilitas yang tersedia dan permintaan yang tersembunyi karena tidak terlihat disebabkan fasilitas yang tidak memadai. Selain kedua jenis permintaan tersebut, Gold (1980) mengungkapkan bahwa ada tipe permintaan lain yaitu permintaan yang timbul akibat adanya perubahan, misalnya permintaan yang disebabkan oleh promosi, tipe permintaan ini disebut permintaan terdorong. Menurut Yoeti (1990), bahwa ada 3 (tiga) ciri permintaan pariwisata yaitu: 1) terkonsentrasi menurut musim dan daerah tujuan tertentu, 2) elastisitasnya tinggi, dan 3) berubah-ubah sesuai dengan motivasi masing-masing individu. Menurut Douglas (1982), tahapan dalam analisis permintaan ada 4 (empat), yaitu: 1) menentukan populasi efektif, 2) menghitung laju partisipasi, 3) menentukan permintaan yang ada, dan 4) melakukan estimasi permintaan yang akan datang. Banyaknya faktor yang

mempengaruhi permintaan pariwisata, dimana faktor utama adalah jumlah penduduk, selanjutnya waktu luang, pendapatan perkapita dan transportasi.

Menurut Gold (1980), faktor yang mempengaruhi terhadap rekreasi harian, mingguan, musiman dan tahunan adalah:

1. Faktor pengguna potensial, yaitu: jumlah penduduk sekitar, kepadatan penduduk, karakteristik penduduk, pendapatan, waktu luang, tingkat pengalaman rekreasi, tingkat kesadaran keperluan rekreasi, dan tingkat kesadaran dari perilaku yang dilarang;
2. Faktor tempat rekreasi yaitu: daya tarik obyek rekreasi, intensitas pengelolaan tempat rekreasi, alternatif tapak yang tersedia, daya dukung dan kemampuan disain tempat rekreasi, iklim mikro, karakteristik alam, dan fisik areal rekreasi;
3. Faktor penggunaan potensial dan tempat rekreasi yaitu: waktu perjalanan dan jarak, kenyamanan perjalanan, biaya, informasi, status areal rekreasi, dan pengaturan pengawasan yang dilakukan.

Penawaran pariwisata meliputi seluruh areal tujuan wisata yang ditawarkan kepada wisatawan. Penawaran ini terdiri dari unsur-unsur daya tarik alam, barang dan jasa hasil ciptaan manusia yang dapat mendorong keinginan seseorang untuk berwisata. Hal ini sejalan dengan pendapat Gold (1980), bahwa penawaran rekreasi adalah jumlah dan kualitas dari sumber daya yang tersedia untuk penggunaan pada waktu tertentu.

Soekadijo (2000) mengemukakan bahwa “pemasaran pariwisata merupakan usaha mengaktualisasikan perjalanan wisata, dimana tujuan akhirnya ialah agar orang membeli produk yang ditawarkan”. Marpaung (2002:118) mengemukakan bahwa:

“pemasaran pariwisata mencakup: menemukan apa yang menjadi keinginan konsumen (*market reseach*), mengembangkan pemberian pelayanan yang sesuai kepada wisatawan (*product planning*) pemberitahuan tentang produk yang dibuat (*advertising and promotion*) dan memberikan intruksi dimana wisatawan dapat memperoleh produk-produk tersebut (*channels of distribution-tour operator and travel agent*)”.

Menurut Salah Wahab (Soekadijo 2000) pemasaran merupakan: “pemasaran sebagai proses manajemen yang digunakan oleh organisasi-organisasi pariwisata Nasional atau perusahaan-perusahaan kepariwisataan untuk mengidentifikasikan wisatawan-wisatawan yang mereka pilih, baik yang actual maupun yang potensial, dan berkomunikasi dengan mereka untuk menentukan dan mempengaruhi keinginan, kebutuhan, motivasi, kesenangan dan ketidaksenangan (*like and dislike*) mereka pada tingkat lokal, regional, nasional, internasional, dan untuk merumuskan dan mengalokasikan produk pariwisata yang sesuai dengan situasi dengan maksud untuk mencapai kepuasan wisatawan yang sebesar-besarnya dan mencapai sasaran yang diinginkan. Dalam pemasaran sering digunakan promosi dan publikasi dengan tujuan agar keberadaan suatu objek wisata dapat diketahui oleh wisatawan menurut Soekadijo (2000) promosi publikasi merupakan:

Promosi adalah penyesuaian antara produk pariwisata dengan permintaan pasar wisata. Sedangkan Publikasi adalah usaha menciptakan permintaan dan cara permintaan atau mempengaruhi permintaan dengan cara menonjolkan kesesuaian produk wisata dengan permintaan.

1. Promosi, berdasarkan jenis promosi maka promosi dapat dilakukan secara langsung dan tidak langsung.
 - a. promosi langsung dapat dilakukan melalui: 1) peragaan (*display*), misalnya rumah adat, pakaian tradisional, gambar-gambar barang cetakan (*prospectus, leaflet, folder, booklet* atau *brochure*) yang disebar ke pasar, 2) pameran khusus berupa benda-benda kebudayaan, pertunjukan kesenian, dan sebagainya, 3) pemberian rabata selama jangka waktu tertentu biasanya diberikan pada waktu promosi, 4) pemberian hadiah, khusus selama waktu promosi, misalnya karcis bebas untuk atraksi di daerah pariwisata dan sebagainya.
 - b. promosi tidak langsung, dapat dilakukan melalui: 1) pemberian informasi dalam bentuk barang cetakan, 2) publikasi dalam majalah, 3) kunjungan pada perusahaan-perusahaan penyalur, 4) pertemuan dengan perusahaan penyalur untuk memberi informasi, 5)

penyelenggaraan temu karya (*workshop*), 6) mengundang wakil-wakil perusahaan penyalur untuk mengunjungi daerah tujuan wisata

2. Publikasi, publikasi dapat dilakukan secara langsung disampaikan kepada konsumen di pasar atau melalui media massa. Publikasi dapat dilakukan melalui: 1) publikasi langsung yaitu melalui *leaflet*, *folder*, *booklet*, atau *brochure*, 2) publikasi dalam media massa pemasaran adalah upaya penyelaraskan produk wisata dengan potensi pasar dilakukan melalui promosi dan publikasi.

4.1.2 Aspek Teknis

Agar obyek dan daya tarik wisata dapat dimanfaatkan secara nyata diperlukan modal dan teknologi yang memadai serta untuk menjaga kelestariannya diperlukan pengelolaan yang arif agar tidak menimbulkan dampak negative terhadap lingkungan kawasan dan social budaya masyarakat sekitar. Pemanfaatan jasa lingkungan untuk kepentingan wisata alam perlu memperhatikan prinsip-prinsip pengembangan pariwisata alam yaitu: konservasi, edukasi, ekonomi, rekreasi dan partisipasi masyarakat. Agar prinsip-prinsip tersebut dapat tercapai maka diperlukan perencanaan yang holistic terhadap seluruh aspek/ unsur yang mendukung pengembangan kegiatan pariwisata. Dari sisi kebutuhan pariwisata, pendidikan dan pelatihan harus dilakukan untuk melakukan alih teknologi, menghadapi persaingan demi terwujudnya prinsip pariwisata berkelanjutan. Keberhasilan pariwisata berkelanjutan sangat ditentukan tingkat pendidikan masyarakat lokal. Oleh karenanya peningkatan akses dan mutu pendidikan bagi masyarakat lokal menjadi sasaran dan tujuan yang sangat utama (Ardiwidjaja: 2003).

Untuk mengantisipasi dampak negatif pariwisata, perlu pendekatan daya dukung dalam pengelolaan pariwisata sesuai dengan batas-batas yang dapat diterima. Daya dukung pariwisata dipengaruhi faktor motivasi wisatawan dan faktor lingkungan biofisik lokasi pariwisata. Perspektif daya dukung pariwisata tidak hanya terbatas pada jumlah kunjungan, namun juga meliputi aspek-aspek lainnya, seperti: kapasitas ekologi (kemampuan lingkungan alam untuk memenuhi kebutuhan wisatawan), kapasitas fisik (kemampuan sarana dan prasarana untuk

memenuhi kebutuhan wisatawan), kapasitas social (kemampuan daerah tujuan untuk menyerap pariwisata tanpa menimbulkan dampak negatif pada masyarakat lokal), dan kapasitas ekonomi (kemampuan daerah tujuan untuk menyerap usaha-usaha komersial namun tetap mewadahi kepentingan ekonomi lokal).

Secara garis besar, indikator yang dapat dijabarkan dari karakteristik berkelanjutan antara lain adalah lingkungan. Artinya industri pariwisata harus peka terhadap kerusakan lingkungan, misalnya: pencemaran limbah, sampah yang bertumpuk, dan kerusakan pemandangan yang diakibatkan pembalakan hutan, gedung yang letak dan arsitekturnya tidak sesuai, serta sikap penduduk yang tidak ramah. Dengan kata lain, aspek lingkungan lebih menekankan pada kelestarian ekosistem dan biodiversitas, pengelolaan limbah, penggunaan lahan, konservasi sumber daya air, proteksi atmosfer, dan minimalisasi kebisingan dan gangguan visual.

Selain lingkungan, sosial budaya pun menjadi aspek yang penting diperhatikan. Interaksi dan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi menyebabkan persentuhan antar budaya yang juga semakin intensif. Pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang memberi kontribusi persentuhan budaya dan antar etnik serta antar bangsa. Oleh karenanya, penekanan dalam social budaya lebih kepada ketahanan budaya, integrasi sosial, kepuasan penduduk lokal, keamanan dan keselamatan, kesehatan publik.

Dasar penilaian yang dapat dipakai dalam perencanaan pengembangan kawasan wisata, adalah: 1) berorientasi pada kepentingan konservasi kawasan, 2) memberikan pemahaman pendidikan konservasi pada masyarakat, 3) meningkatkan peran serta masyarakat, 4) memberikan nilai ekonomi kepada pihak ketiga dan pemerintah, dan 5) memberikan nilai rekreasi kepada wisatawan/pengunjung.

4.1.3 Aspek Ekonomi dan Finansial

Salim (1993) menyatakan terdapat dua pendekatan pembangunan ekonomi, pertama pendekatan fisik, pendekatan *physiokrat* atau *production approach*, yang membahas masalah ekonomi dari sudut fisik yang riil. Kedua, pendekatan moneter, dikenal dengan *monetary approach*, yang membahas

masalah ekonomi dari sudut moneter. Terdapat beberapa kritik yang disampaikan oleh Islam dan Henault (1979) bahwa pada pembangunan ekonomi telah mengabaikan unsur social demografi dan peran sumberdaya manusia dalam proses pembangunan, distribusi, pemerataan dan pengentasan kemiskinan. Bahkan model ini telah dianggap gagal menghasilkan pemerataan dan lapangan kerja, sehingga banyak menimbulkan banyak ketimpangan, dan kerusakan lingkungan. Kebijakan penanggulangan kemiskinan tidak dapat dilepaskan dari kebijakan pembangunan yang diterapkan di setiap tahapan pembangunan. Kebijakan pemerataan pembangunan dengan hasil-hasilnya dimaksudkan untuk memberikan kesempatan kepada seluruh masyarakat, terutama penduduk miskin agar dapat menikmati pembangunan serta hasil-hasilnya yang telah dicapai. Bantuan, bimbingan dan pembinaan pemerintah yang merupakan tanggungjawab dari semua instansi melalui koordinasi dan keterpaduan (*cross sectoral approach*).

Profil kemiskinan dapat dilihat dari karakteristik karakteristik ekonominya seperti sumber pendapatan, pola konsumsi/ pengeluaran, tingkat beban tanggungan, dan lain lain. Juga perlu diperhatikan profil kemiskinan dari karakteristik sosial-budaya dan demografinya, seperti tingkat pendidikan, cara memperoleh fasilitas kesehatan, jumlah anggota keluarga, cara memperoleh air bersih, dan sebagainya. Karakter kemiskinan sebagaimana dikemukakan oleh Salim (dalam Iskandar, 1999) terdapat lima ciri-ciri yang hidup dibawah garis kemiskinan, yaitu:

1. Tidak memiliki faktor produksi; tidak memiliki kemungkinan untuk memperoleh asset produksi dengan kekuatan sendiri;
2. Tingkat pendidikannya rendah tidak sampai tamat SD;
3. Waktu tersita habis untuk mencari nafkah dan mendapatkan tambahan penghasilan;
4. Kebanyakan tinggal di pedesaan, tidak memiliki tanah dan walaupun ada sangat sedikit;
5. Hidup di daerah kota masih berusia muda dan tidak didukung dengan keterampilan yang memadai.

Menurut Ginanjar (1996) kondisi kemiskinan dapat disebabkan oleh sekurang-kurangnya empat penyebab, yaitu:

1. **Rendahnya taraf pendidikan.** Taraf pendidikan yang rendah mengakibatkan kemajuan pengembangan diri terbatas dan menyebabkan sempitnya lapangan kerja yang dapat dimasuki.
2. **Rendahnya derajat kesehatan.** Taraf kesehatan dan gizi yang rendah menyebabkan rendahnya daya tahan fisik, daya pikir dan prakarsa.
3. **Terbatasnya lapangan kerja.** Keadaan kemiskinan karena kondisi pendidikan dan kesehatan diperberat oleh terbatasnya lapangan kerja.
4. **Kondisi keterisolasian.** Banyak penduduk miskin secara ekonomi tidak berdaya karena terpencil dan terisolasi

Penekanan aspek ekonomi ini lebih kepada Pemerataan Usaha dan Kesempatan Kerja, Keberlanjutan Usaha, Persaingan Usaha, Keuntungan Usaha dan Pajak, Proporsi Kepemilikan Lokal, dan Akuntabilitas. (Ardiwidjaja: 2003) Pada aspek ekonomi, adanya perkembangan aktivitas pariwisata di dalam kawasan mengakibatkan perubahan pada tingkat pendapatan masyarakat yang cukup signifikan. Pada kesempatan kerja dan berusaha juga mengalami peningkatan, hal ini karena salah satu dampak dari kegiatan pariwisata adalah mampu menyediakan lapangan pekerjaan baru. Meskipun besarnya nilai tersebut belum sesuai dengan target yang seharusnya dicapai oleh masyarakat di dalam kawasan. Setiap kegiatan pembangunan yang akan dilaksanakan harus dilakukan perhitungan kelayakan ekonomi finansial selain analisis kelayakan teknologi dan dampak lingkungan. Penilaian kelayakan ekonomi sangat penting sebab kegiatan pembangunan pariwisata akan memanfaatkan sumberdaya alam dan lingkungan. Oleh karena itu perlu dilakukan identifikasi terhadap manfaat maupun biaya yang harus dikeluarkan selama kegiatan pembangunan pariwisata. Dalam kenyataannya manfaat maupun biaya tidak seluruhnya dapat dirupiahkan. Meskipun demikian menominalkan manfaat dan biaya proyek tetaplah penting untuk menghitung kelayakan proyek secara finansial.

Disisi lain penilaian kelayakan finansial tidak boleh mengabaikan manfaat dan biaya yang tidak dapat dinominalkan seperti terciptanya kelestarian alam,

munculnya persepsi positif/ kebanggaan masyarakat yang dapat mendorong mereka lebih peduli untuk turut menjaga kelestarian obyek wisata, Berkurangnya kriminalitas karena terbukanya kesempatan kerja dan lain sebagainya. Adapun biaya yang tidak dapat dirupiahkan antara lain dampak pencemaran yang terjadi, gangguan kenyamanan masyarakat akibat semakin banyaknya pengunjung yang datang dan lain sebagainya.

4.1.4 Aspek Manajemen

Kepariwisata sebagai salah satu kegiatan pembangunan diupayakan dapat sejalan dengan konsep dan prinsip pembangunan berkelanjutan, perlu menerapkan kaidah-kaidah sebagai berikut:

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

Pariwisata berbasis masyarakat sebagai sebuah pendekatan pemberdayaan yang melibatkan dan meletakkan masyarakat sebagai pelaku penting dalam konteks paradigma baru pembangunan yakni pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development paradigm*), pariwisata berbasis masyarakat merupakan peluang untuk menggerakkan segenap potensi dan dinamika masyarakat, guna mengimbangi peran pelaku usaha pariwisata skala besar.

Pariwisata berbasis masyarakat tidak berarti merupakan upaya kecil dan lokal semata, tetapi perlu diletakkan dalam konteks kerjasama masyarakat secara global. Pemberdayaan masyarakat tidak bersifat selamanya, melainkan sampai target masyarakat mampu untuk mandiri dan dilepas untuk mandiri, dengan demikian pemberdayaan melalui satu proses belajar, hingga mencapai status mandiri. Oleh karena pemberdayaan masyarakat akan berlangsung secara bertahap. Tahap-tahap yang harus dilalui menurut Ambar Teguh Sulistiyani (2004), meliputi:

1. Tahap penyadaran dan pembentukan perilaku menuju perilaku sadar dan membutuhkan peningkatan kapasitas diri. Tahapan pertama atau tahap penyadaran dan pembentukan perilaku merupakan tahap persiapan dalam pemberdayaan masyarakat. Pada tahap ini para pelaku pemberdayaan masyarakat berusaha menciptakan prakondisi agar dalam tahap ini dapat mencapai kesadaran tentang perlunya memperbaiki kondisi untuk menciptakan masa depan yang lebih baik. Tahap ini merangsang pula kesadaran dan kemauan belajar dengan demikian masyarakat semakin terbuka dan merasa membutuhkan pengetahuan, dan keterampilan untuk memperbaiki kondisi.
2. Tahap, transformasi kemampuan berupa wawasan pengetahuan, kecakapan, keterampilan dasar sehingga dapat mengambil peran didalam pembangunan. Tahapan merupakan kelanjutan tahapan pertama, jika tahap pertama telah terkondisi, maka tahap kedua adalah tahap dimana masyarakat akan menjalani proses belajar tentang pengetahuan, kecakapan, keterampilan yang memiliki hubungan dengan apa yang menjadi kebutuhan. Dengan demikian menguasai kecakapan, pada tahapan ini masyarakat hanya menjadi pengikut, yaitu sekedar menjadi obyek pembangunan saja, belum menjadi subyek pembangunan.
3. Tahap peningkatan kemampuan intelektual, kecakapan, keterampilan sehingga terbentuklah inisiatif dan kemampuan INOVATIF untuk mengantarkan kepada kemandirian. Tahapan ini merupakan tahapan pengayaan atau peningkatan intelektualitas, kecakapan dan keterampilan yang diperlukan, agar mereka dapat membentuk kemampuan kemandirian.

Kemandirian tersebut akan diwujudkan dalam bentuk inovasi, kreativitas, inisiatif dan kreasi-kreasi dalam lingkungannya. Apabila masyarakat telah sampai pada tahap ini, masyarakat akan menjadi pemeran utama dalam berbagai konteks pembangunan kebudayaan dan kepariwisataan. Namun, demikian dalam konteks pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan, maka tahapan-tahapan pemberdayaan yang berkaitan dengan kedewasaan sikap masyarakat, merupakan tahapan yang perlu dicermati secara seksama mengingat dalam pemberdayaan masyarakat, masyarakat akan berproses secara bertahap, dalam waktu yang tidak singkat. Proses tahapan akan memberikan gambaran terhadap keterkaitan antara pengetahuan (know ledge), sikap (attitude) dan keterampilan (practice) dengan tahapan proses pemahaman masyarakat terhadap tahapan pembelajaran pada masing-masing tahapan Ambar Teguh Sulistiyani (2004:84-85), mengenai sikap kedewasaan masyarakat, pada masing-masing tahapan dapat diamati pada model perlakuan untuk meningkatkan aspek afektif, konitif, psikomotorik dan konatif.

Apabila kebiasaan sikap tersebut telah terbentuk dan tertanamkan pada masyarakat, maka tidak perlu lagi dipaksa atau, didorong untuk melakukan sesuatu kesadaran akan pentingnya perubahan kemandirian akan tumbuh dengan sendirinya, sejalan dengan itu dalam pembinaan pemberdayaan masyarakat pariwisata, tentunya tahapan-tahapan demi tahapan dibutuhkan waktu untuk mencapai perubahan-perubahan.

Pada umumnya sejumlah kalangan sepakat perlu dikembangkan partisipasi sebagai upaya menyertakan masyarakat seluas-luasnya yang mendorong, berkembangnya proses kebersamaan. Munculnya proses partisipasi dalam rangka pemberdayaan masyarakat mendasarkan atas dua pendekatan.

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

Kemitraan merupakan kesatuan hubungan antar pelaku pembangunan yang saling menghargai dalam mengembangkan potensi bersama agar dapat saling menguntungkan (*mutual benefits*) dalam rangka memperkuat kemandirian, bukan ketergantungan. Kemitraan dalam kaitannya dengan pengembangan kebudayaan dan pariwisata dapat diartikan sebagai upaya membangun kekuatan sosial dan pertumbuhan ekonomi pariwisata yang ditandai dengan indikator-indikator peningkatan kunjungan wisatawan, belanja wisatawan, dan lama tinggal wisatawan. Kekuatan sosial dan pertumbuhan ekonomi tersebut dengan bertumpukan pada pemanfaatan sumber daya lokal secara optimal sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan antara lainnya rumah tangga miskin dan usaha kecil (UKM).

Dalam pola kemitraan tersebut di atas pada dasarnya perlu didasari oleh beberapa komitmen diantara pelaku kemitraan untuk menciptakan kerjasama dan saling mempercayai antara pelaku dan mengembangkan sikap tanggap dalam pengelolaan program pengembangan kebudayaan dan kepariwisataan, disamping itu dengan kemitraan perlu diciptakan sinergi melalui jaringan dan komunikasi informasi, pengetahuan dan pengalaman. Dalam proses pemberdayaan dibidang pengambilan keputusan, pemerintah sebaiknya memberikan fasilitas sistem edukasi masyarakat, dengan cara:

1. Memberikan ruang yang lebar kepada masyarakat untuk menyampaikan saran, ide, masukan, kritik merasa keberatan tanpa dibebani sangsi dan ancaman.
2. Memberikan informasi secara transparan kepada masyarakat
3. Pelibatan masyarakat dalam formulasi kebijakan dengan melihat profesionalisme, kompetensi disamping nilai kepentingan masyarakat terhadap program pemberdayaan

Sedangkan dalam hal pendanaan pemerintah lebih melandaskan kebijakan dalam hal membangun permodalan dengan mempersatukan suatu bangunan struktur sosial yang dapat menjadi permasalahan dalam sistem investasi, aliran dana, dan tumbuh berkembangnya basis perekonomian, dengan demikian ekonomi rakyat diharapkan dapat berkembang secara merata. Peran dunia usaha

lebih banyak mengambil peran dalam hal implementasi penentuan langkah/ *policy action* bersama masyarakat. Peran dunia usaha dalam implementasi kebijakan pemberdayaan mencakup juga kontribusi dana melalui investasi yang bermanfaat untuk mendukung proses pemberdayaan masyarakat, disamping itu dukungan terhadap berbagai pelaksanaan program yang menjadi kebijakan pemerintah berupa pemanfaatan tenaga ahli serta teknologi memadai.

Dalam proses kemitraan pemberdayaan masyarakat terdapat berbagai komponen yang terlibat dan memegang peranan sebagai pelaku kemitraan pemberdayaan masyarakat, para pelaku tersebut diantaranya: pemerintah, pakar, dunia usaha, LSM, dan masyarakat. Dalam menjalin kemitraan diantara unsur-unsur tersebut membuat jaringan-jaringan kerja efektif dan efisien untuk tercapai keuntungan bersama melalui berbagai dimensi kegiatan antara lain kegiatan pengembangan usaha ekonomi rakyat, penguatan modal social masyarakat. Dalam jaringan kerja kemitraan tersebut pada dasarnya lebih menitikberatkan kepada bagaimana upaya yang dapat dilakukan oleh setiap komponen pemberdayaan masyarakat, agar masyarakat yang tidak mampu dan belum berdaya menjadi berdaya, oleh karena itu dalam fase kegiatan pengembangan usaha ekonomi rakyat tergambar tiga unsur penting adalah produksi rakyat, hasil yang dicapai rakyat dan dapat memberikan kehidupan disertai dengan dukungan pengelolaan pasca produksi mampu mengembangkan keuntungan melalui inovasi produksi dan pemasaran.

4.1.4 Penetapan Kriteria Kelayakan Pengembangan Wisata Agro

Pembangunan berkelanjutan pada umumnya mempunyai sasaran memberikan manfaat bagi generasi sekarang tanpa mengurangi manfaat bagi generasi mendatang. Tuntutan akan perlunya masyarakat yang berkelanjutan, dan panggilan kemanusiaan untuk bertindak sedemikian rupa agar kehidupan manusia dan makhluk hidup lainnya menikmati hidup berkelanjutan di tengah keterbatasan dunia. Hal ini menunjukkan walaupun dunia yang diibaratkan tersebut maka peranan masyarakat untuk memelihara lingkungan demi kehidupan masa mendatang. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pariwisata berkelanjutan harus bertitik tolak dari kepentingan dan partisipatif masyarakat untuk dapat

memenuhi kebutuhan wisatawan/ pengunjung sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan kata lain bahwa pengelolaan sumberdaya wisata agro dilakukan sedemikian rupa sehingga kebutuhan ekonomi, sosial, dan estetika dapat terpenuhi dengan memelihara integritas budaya, proses ekologi yang esensial, keanekaragaman hayati dan sistem pendukung kehidupan.

Pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) menjadi tema yang kuat dan kontroversial. Kuat karena hampir semua negara di dunia menyetujui tema ini, kontroversial karena tema ini seolah-olah menjadi retorika belaka bagi negara-negara dunia maju.

Lawrence, 1994 (dalam Aryanto, 2003) menuliskan pembangunan berkelanjutan hanya dapat dicapai jika dampak sosial dan dampak lingkungan seimbang dengan tujuan ekonomi yang diharapkan. Dalam hal pariwisata, tidak adanya dampak (*zero impact*) sebagai akibat dari wisatawan berupa level pencapaian minimum dari dampak negatif perlu direncanakan. Pendekatan manajemen pariwisata berkelanjutan, sebagai bagian dari pembangunan berkelanjutan, haruslah didasarkan pula pada prinsip-prinsip global dari pembangunan berkelanjutan. Semua kegiatan pengaturan suatu daerah tujuan seharusnya mempertimbangkan (merupakan) bagian dari nilai pembangunan berkelanjutan. *National Geographic Online* dalam *The Global Development Research Center* (2002) mendefinisikan pariwisata berkelanjutan sebagai berikut:

- 1) Pariwisata yang memberikan penerangan. Wisatawan tidak hanya belajar tentang kunjungan (negara/ daerah yang dikunjungi) tetapi juga belajar bagaimana menyokong kelangsungan karakter (negara/ daerah yang dikunjungi) selama dalam perjalanan mereka. Sehingga masyarakat yang dikunjungi dapat belajar (mengetahui) bahwa kebiasaan dan sesuatu yang sudah biasa dapat menarik dan dihargai oleh wisatawan;
- 2) Pariwisata yang mendukung keutuhan (integritas) dari tempat tujuan. Pengunjung memahami dan mencari usaha yang dapat menegaskan karakter tempat tujuan wisata mengenai hal arsitektur, masakan, warisan, estetika dan ekologi;
- 3) Pariwisata yang menguntungkan masyarakat setempat. Pengusaha pariwisata melakukan kegiatan yang terbaik untuk mempekerjakan dan

melatih masyarakat lokal, membeli persediaan-persediaan lokal, dan menggunakan jasa-jasa yang dihasilkan dari masyarakat lokal;

- 4) Pariwisata yang melindungi sumber daya alam. Dalam pariwisata ini wisatawan menyadari dan berusaha untuk meminimalisasi polusi, konsumsi energi, penggunaan air, bahan kimia dan penerangan di malam hari;
- 5) Pariwisata yang menghormati budaya dan tradisi. Wisatawan belajar dan melihat tata cara lokal termasuk menggunakan sedikit kata-kata sopan dari bahasa lokal. Masyarakat lokal belajar bagaimana memperlakukan/menghadapi harapan wisatawan yang mungkin berbeda dari harapan yang mereka punya;
- 6) Pariwisata ini tidak menyalahgunakan produk. Pemangku kepentingan mengantisipasi tekanan pembangunan (pariwisata) dan mengaplikasikan batas-batas dan teknik-teknik manajemen untuk mencegah sindrom kehancuran (*loved to death*) dari lokasi wisata. Pemangku kepentingan bekerjasama untuk menjaga habitat alami dari tempat-tempat warisan budaya, pemandangan yang menarik dan budaya lokal;
- 7) Pariwisata ini menekankan pada kualitas, bukan kuantitas (jumlah). Masyarakat menilai kesuksesan sektor pariwisata ini tidak dari jumlah kunjungan belaka tetapi dari lama tinggal, jumlah uang yang dibelanjakan, dan kualitas pengalaman yang diperoleh wisatawan;
- 8) Pariwisata ini merupakan perjalanan yang mengesankan. Kepuasan, kegembiraan pengunjung dibawa pulang (ke daerahnya) untuk kemudian disampaikan kepada teman-teman dan kerabatnya, sehingga mereka tertarik untuk memperoleh hal yang sama, hal ini secara terus menerus akan menyediakan kegiatan di lokasi tujuan wisata.

Sedangkan Jamieson dan Noble (2000) menuliskan beberapa prinsip penting dari pembangunan pariwisata berkelanjutan, yaitu:

- 1) Pariwisata tersebut mempunyai prakarsa untuk membantu masyarakat agar dapat mempertahankan kontrol/ pengawasan terhadap perkembangan pariwisata tersebut;

- 2) Pariwisata ini mampu menyediakan tenaga kerja yang berkualitas kepada dan dari masyarakat setempat dan terdapat pertalian yang erat (yang harus dijaga) antara usaha lokal dan pariwisata;
- 3) Terdapat peraturan tentang perilaku yang disusun untuk wisatawan pada semua tingkatan (nasional, regional dan setempat) yang didasarkan pada standar kesepakatan internasional. Pedoman tentang operasi pariwisata, taksiran penilaian dampak pariwisata, pengawasan dari dampak kumulatif pariwisata, dan ambang batas perubahan yang dapat diterima merupakan contoh peraturan yang harus disusun;
- 4) Terdapat program-program pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan serta menjaga warisan budaya dan sumber daya alam yang ada.

Pariwisata sebagai salah satu sektor pembangunan tidak dapat dilepaskan kaitannya dengan pembangunan berkelanjutan yang telah dicanangkan oleh pemerintah sesuai dengan tujuan pembangunan nasional. Pariwisata yang bersifat multisektoral merupakan fenomena yang sangat kompleks dan sulit didefinisikan secara baku untuk diterima secara universal. Sehingga menimbulkan berbagai persepsi pemahaman terhadap pariwisata, baik sebagai industri, sebagai aktivitas, atau sebagai sistem. Pariwisata yang melibatkan antara lain pelaku, proses penyelenggaraan, kebijakan, *supply* dan *demand*, politik, sosial budaya yang saling berinteraksi dengan eratnya, akan lebih realistis bila dilihat sebagai sistem dengan berbagai subsistem yang saling berhubungan dan mempengaruhi. Dalam kerangka kesisteman tersebut, pendekatan terhadap fungsi dan peran pelaku, dampak lingkungan, peningkatan pengetahuan dan kesejahteraan masyarakat, serta kesetaraan dalam proses penyelenggaraan menjadi semakin penting. Kecenderungan yang berkembang dalam sektor kepariwisataan maupun pembangunan melahirkan konsep pariwisata yang tepat dan secara aktif membantu menjaga keberlangsungan pemanfaatan budaya dan alam secara berkelanjutan dengan memperhatikan apa yang disebut sebagai pilar dari pariwisata berkelanjutan yaitu ekonomi masyarakat, lingkungan dan social budaya.

Pembangunan pariwisata berkelanjutan, dapat dikatakan sebagai pembangunan yang mendukung secara ekologis sekaligus layak secara ekonomi,

juga adil secara etika dan sosial terhadap masyarakat. Untuk itu, perlu diperhatikan bahwa faktor yang menjadi penentu keberhasilan penyelenggaraan pariwisata berkelanjutan. Penyelenggaraan pemerintahan yang baik (*good governance*) yang melibatkan partisipasi aktif secara seimbang antara pemerintah, swasta, dan masyarakat. Selanjutnya berdasarkan konteks pembangunan berkelanjutan di atas, pariwisata berkelanjutan dapat didefinisikan sebagai: pembangunan kepariwisataan yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan dengan tetap memperhatikan kelestarian dan memberi peluang bagi generasi muda untuk memanfaatkan dan mengembangkannya.

Ketiga pilar pariwisata berkelanjutan tersebut harus dijabarkan ke dalam prinsip-prinsip operasionalisasi yang disepakati oleh para pemangku kepentingan dari berbagai sektor (multisektor). Dengan harapan, kesepakatan dan kesamaan pandang tersebut dapat mewujudkan orientasi pengembangan pembangunan kepariwisataan yang juga sama dan terpadu. Prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan yang dimaksud adalah "Berbasis Masyarakat". Tentu saja prinsip-prinsip tersebut paling kental pada wisata agro, selain secara geografis berada di pedesaan juga secara sistem, langsung menyentuh lapisan masyarakat pada level paling bawah (petani kecil) baik secara langsung maupun tidak langsung.

Prinsip ini menekankan keterlibatan masyarakat secara langsung, terhadap seluruh kegiatan pembangunan pariwisata dari mulai perencanaan, pelaksanaan hingga pengawasan. Masyarakat diletakkan sebagai faktor utama, yang memiliki kepentingan berpartisipasi secara langsung dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat melalui upaya konservasi serta pemanfaatan sumber daya alam dengan dilandaskan pada opsi pemilikan sendiri sarana dan prasarana pariwisata oleh masyarakat setempat, kemitraan dengan pihak swasta dan sewa lahan atau sumber daya lainnya baik oleh masyarakat maupun kerja sama dengan swasta. Wisata agro memungkinkan terhadap kegiatan pariwisata secara langsung memberi akses kepada semua orang untuk melihat, mengetahui, dan menikmati pengalaman intelektual dan budaya masyarakat lokal, dan ini yang akan menjadi ancaman berupa pengambilan secara ilegal pengetahuan tentang sumber daya lokal. Oleh karenanya, perlu upaya perlindungan melalui pemberdayaan masyarakat dalam hal antara lain hak untuk menolak atas

pengembangan pariwisata di daerahnya yang tidak berkelanjutan; hak akses atas informasi baik negatif maupun positif; dan akses serta berpartisipasi dalam pembuatan kebijakan. Agar wisata agro dapat berkelanjutan maka produk wisata agro yang ditampilkan harus harmonis dengan lingkungan local spesifik. Dengan demikian masyarakat akan peduli terhadap sumberdaya wisata karena memberikan manfaat sehingga masyarakat merasakan kegiatan wisata sebagai suatu kesatuan dalam kehidupannya.

Cernea, 1991 (dalam Lindberg and Hawkins, 1995) mengemukakan bahwa partisipasi lokal memberikan banyak peluang secara efektif dalam kegiatan pembangunan dimana hal ini berarti bahwa memberi wewenang atau kekuasaan pada masyarakat sebagai pemeran social dan bukan subjek pasif untuk mengelola sumberdaya membuat keputusan dan melakukan control terhadap kegiatan-kegiatan yang mempengaruhi kehidupan sesuai dengan kemampuan mereka. Adanya kegiatan wisata agro haruslah menjamin kelestarian lingkungannya terutama yang terkait dengan sumberdaya hayati *renewable* maupun *non renewable* sehingga dapat menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat di kawasan tersebut. Terdapat berbagai perencanaan dalam mengembangkan wisata agro, sehingga pengembangan wisata agro dapat diarahkan dalam bentuk ruangan tertutup, ruangan terbuka, atau kombinasi antara keduanya. Tampilan wisata agro 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.

Wisata agro ruangan terbuka dapat berupa penataan lahan yang khas dan sesuai dengan kapabilitas dan tipologi lahan untuk mendukung suatu sistem usaha tani yang efektif dan berkelanjutan. Komponen utama pengembangan wisata agro 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. Wisata agro ruangan terbuka dapat dilakukan dalam dua versi/ pola, yaitu (<http://database.deptan.go.id>):

1. Wisata Agro Ruang Terbuka Alami Objek wisata agro ruangan terbuka alami ini berada pada areal di mana kegiatan tersebut dilakukan langsung oleh masyarakat petani setempat sesuai dengan kehidupan keseharian mereka. Masyarakat melakukan kegiatannya sesuai dengan apa yang biasa mereka lakukan tanpa ada pengaturan dari pihak lain. Untuk memberikan tambahan kenikmatan kepada wisatawan, atraksi-atraksi spesifik yang dilakukan oleh masyarakat dapat lebih ditonjolkan, namun tetap menjaga nilai estetika alaminya. Sementara fasilitas pendukung untuk kenyamanan wisatawan tetap disediakan sejauh tidak bertentangan dengan kultur dan estetika asli yang ada, seperti sarana transportasi, tempat berteduh, sanitasi, keamanan, dan lainnya.

2. Wisata Agro Ruang Terbuka Buatan

Kawasan wisata agro ruang terbuka buatan ini dapat didesain pada kawasankawasan 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 wisata agro 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.

Dengan kedua jenis wisata agro di atas, dapat disimpulkan bahwa pengembangan *agritourism* merupakan kombinasi antara pertanian dan dunia wisata untuk liburan di desa. Atraksi dari *agritourism* adalah pengalaman bertani dan menikmati produk kebun bersama dengan jasa yang disediakan. Wisata agro merupakan bagian dari objek wisata yang memanfaatkan usaha pertanian sebagai objek wisata. Tujuannya adalah untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi, dan hubungan usaha di bidang pertanian. Melalui pengembangan wisata

agro yang menonjolkan budaya lokal dalam memanfaatkan lahan, selanjutnya dapat meningkatkan pendapatan petani sambil melestarikan sumber daya lahan, serta memelihara budaya maupun teknologi lokal (*indigenous knowledge*) yang umumnya telah sesuai dengan kondisi lingkungan alaminya.

Keuntungan dari pengembangan *agritourism* bagi petani lokal dapat dirinci sebagai berikut (Lobo dkk, 1999):

- 1) *Agrotourism* 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) *Agrotourism* dapat menjadi media promosi untuk produk lokal, dan membantu perkembangan regional dalam memasarkan usaha dan menciptakan nilai tambah dan “*direct-marketing*” merangsang kegiatan ekonomi dan memberikan manfaat kepada masyarakat di daerah dimana *agrotourism* dikembangkan.

Sedangkan Manfaat *Agritourism* bagi pengunjung (Rilla, 1999) adalah:

1. Menjalin hubungan kekeluargaan dengan petani atau masyarakat lokal.
2. Meningkatkan kesehatan dan kesegaran tubuh
3. Beristirahat dan menghilangkan kejenuhan
4. Mendapatkan petualangan yang mengagumkan
5. Mendapatkan makanan yang benar-benar alami (*organic food*)
6. Mendapatkan suasana yang benar-benar berbeda
7. Biaya yang murah karena wisata agro relatif lebih murah dari wisata yang lainnya.

Pengembangan wisata agro diharapkan sesuai dengan kapabilitas, tipologi, dan fungsi ekologis lahan sehingga akan berpengaruh langsung terhadap kelestarian sumber daya lahan dan pendapatan petani serta masyarakatsekitarnya. Kegiatan ini secara tidak langsung akan meningkatkan persepsi positif petani serta

masyarakat sekitarnya akan arti pentingnya pelestarian sumber daya lahan pertanian. Pengembangan wisata agro pada gilirannya akan menciptakan lapangan pekerjaan, karena usaha ini dapat menyerap tenaga kerja dari masyarakat pedesaan, sehingga dapat menahan atau mengurangi arus urbanisasi yang semakin meningkat saat ini. Manfaat yang dapat diperoleh dari wisata agro adalah melestarikan sumber daya alam, melestarikan teknologi lokal, dan meningkatkan pendapatan petani/ masyarakat sekitar lokasi wisata (<http://database.deptan.go.id>)

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

Selanjutnya, Afandhi (2005) menyatakan pembangunan dan pengembangan wisata agro bagi dunia usaha dapat dilakukan oleh ketiga pelaku ekonomi, yaitu: Badan Usaha Milik Negara/ Daerah, Perusahaan Nasional, Koperasi, dan Usaha Perorangan. Adapun tenaga kerja sebagai salah satu kunci keberhasilan pembangunan obyek wisata agro adalah kemampuan pengelola yang terdiri dari tenaga pembina, pelaksana, dan pemandu wisata.

Untuk itu, penyediaan tenaga managerial dan pemandu wisata agro yang profesional sesuai dengan bidangnya mutlak diperlukan. Pola pengelolaan wisata agro yang dikembangkan atau dibangun perlu dilakukan dengan mengikutsertakan masyarakat setempat dalam berbagai kegiatan yang menunjang usaha wisata agro. Peran serta masyarakat dapat dilakukan melalui:

1. Masyarakat desa yang memiliki lahan di dalam kawasan yang dibangun agar tetap dapat mengolah lahannya sehingga menunjang peningkatan hasil produk pertanian yang menjadi daya tarik wisata agro dan di sisi lain akan mendorong rasa memiliki dan tanggungjawab di dalam pengelolaan kawasan secara keseluruhan.
2. Melibatkan masyarakat desa setempat di dalam kegiatan perusahaan secara langsung sebagai tenaga kerja, baik untuk pertanian maupun untuk pelayanan wisata, pemandu dan lain-lain. Untuk itu pihak pengelola perlu

melakukan langkah-langkah dan upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tenaga kerja khusus yang berasal dari masyarakat.

Menyediakan fasilitas dan tempat penjualan hasil pertanian, kerajinan dan cendera mata bagi masyarakat desa di sekitar kawasan, sehingga dapat memperkenalkan khas setempat sekaligus untuk meningkatkan penghasilan. Disamping itu, dapat pula diikutsertakan di dalam penampilan atraksi seni dan budaya setempat untuk disajikan kepada wisatawan. Upaya pengembangan Wisata agro secara garis besar mencakup aspek pengembangan sumberdaya manusia, sumberdaya alam, promosi, dukungan sarana dan kelembagaan (<http://database.deptan.go.id>). Selanjutnya aspek-aspek tersebut dapat dirinci sebagai berikut:

1. Sumberdaya Manusia

Sumberdaya manusia mulai dari pengelola sampai kepada masyarakat berperan penting dalam keberhasilan pengembangan wisata agro. Kemampuan pengelola Wisata agro dalam menetapkan target sasaran dan menyediakan, mengemas, menyajikan paket-paket wisata serta promosi yang terus menerus sesuai dengan potensi yang dimiliki sangat menentukan keberhasilan dalam mendatangkan wisatawan. Dalam hal ini keberadaan/ peran pemandu wisata dinilai sangat penting. Kemampuan pemandu wisata yang memiliki pengetahuan ilmu dan keterampilan menjual produk wisata sangat menentukan. Pengetahuan pemandu wisata seringkali tidak hanya terbatas kepada produk dari objek wisata yang dijual tetapi juga pengetahuan umum terutama hal-hal yang lebih mendalam berkaitan dengan produk wisata tersebut. Ketersediaan dan upaya penyiapan tenaga pemandu Wisata agro saat ini dinilai masih terbatas. Pada jenjang pendidikan formal seperti pendidikan pariwisata, mata ajaran Wisata agro dinilai belum memadai sesuai dengan potensi wisata agro di Indonesia. Sebaliknya pada pendidikan pertanian, mata ajaran kepariwisataan juga praktis belum diajarkan. Untuk mengatasi kesenjangan tersebut pemandu wisata agro dapat dibina dari pensiunan dan atau tenaga yang masih produktif dengan latar belakang pendidikan

pertanian atau pariwisata dengan tambahan kursus singkat pada bidang yang belum dikuasainya.

2. Promosi

Kegiatan promosi merupakan kunci dalam mendorong kegiatan wisata agro. Informasi dan pesan promosi dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti melalui *leaflet*, *booklet*, pameran, cinderamata, *mass media* (dalam bentuk iklan atau media audiovisual), serta penyediaan informasi pada tempat public (hotel, restoran, bandara dan lainnya). Dalam kaitan ini kerjasama antara objek Wisata agro dengan Biro Perjalanan, Perhotelan, dan Jasa Angkutan sangat berperan. Salah satu metoda promosi yang dinilai efektif dalam mempromosikan objek Wisata agro adalah metoda "*tasting*", yaitu memberi kesempatan kepada calon konsumen/ wisatawan untuk datang dan menentukan pilihan konsumsi dan menikmati produk tanpa pengawasan berlebihan sehingga wisatawan merasa betah. Kesan yang dialami promosi ini akan menciptakan promosi tahap kedua dan berantai dengan sendirinya.

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

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

4. Dukungan Sarana dan Prasarana

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

5. Kelembagaan

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

Sedangkan faktor-faktor yang berhubungan dengan keberhasilan suatu wisata agro dalam kaitannya dengan atraksi yang ditawarkan sebagai objek wisata, Syamsu dkk. (2001) mengidentifikasi faktor-faktor tersebut sebagai berikut:

a) Kelangkaan

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

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

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

d) Pelibatan Tenaga Kerja

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

e) Optimalisasi Penggunaan Lahan

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

f) Keadilan dan Pertimbangan Pemerataan Pengembangan Wisata agro diharapkan dapat menggerakkan perekonomian masyarakat secara keseluruhan, baik masyarakat petani/ desa, penanam modal/ investor,

regulator. Dengan melakukan koordinasi dalam pengembangan secara detail dari input-input yang ada.

- g) Penataan Kawasan Wisata agro pada hakekatnya merupakan suatu kegiatan yang mengintegrasikan sistem pertanian dan sistem pariwisata sehingga membentuk objek wisata yang menarik.

Sedangkan menurut Spillane, (1994) untuk dapat mengembangkan suatu kawasan menjadi kawasan pariwisata (termasuk juga wisata agro) ada lima unsur yang harus dipenuhi seperti di bawah ini:

1) *Attractions*

Attraction dapat digolongkan dalam dua kelompok yaitu *site attraction* dan *event attraction*. *Site Attraction* dalam konteks pengembangan wisata agro, atraksi yang dimaksud adalah, hamparan kebun/ lahan pertanian, keindahan alam, keindahan taman, budaya petani tersebut serta segala sesuatu yang berhubungan dengan aktivitas pertanian tersebut. Adapun *event attraction* merupakan kegiatan-kegiatan yang secara periodic atau sewaktu-waktu dapat dilakukan dan menjadi daya tarik bagi kegiatan wisata seperti Adanya pertunjukan/ festival budaya, pertandingan olah raga yang berkaitan dengan alam misal arum jeram, paralayang dsb.

2) *Facilities*

Fasilitas yang diperlukan mungkin penambahan sarana umum, telekomunikasi, hotel dan restoran pada sentra-sentra pasar. Fasilitas berkaitan dengan segala sesuatu yang diperlukan untuk melayani wisatawan selama perjalanan dan cenderung berorientasi pada *attraction* di suatu lokasi. Oleh karenanya fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Fasilitas yang diperlukan antara lain penginapan, rumah makan, pusat perdagangan cinderamata dll.

3) *Infrastructure*

Infrastruktur yang dimaksud dalam bentuk Sistem pengairan, Jaringan komunikasi, fasilitas kesehatan, terminal pengangkutan, sumber listrik dan

energi, system pembuangan kotoran/pembuangan air, jalan raya dan system keamanan. Bagian penting dari infrastruktur pembangunan pariwisata adalah jaringan air bersih, tenaga listrik, sistem pembuangan kotoran, jasa kesehatan dan jaringan jalan. Infrastruktur yang dibangun di suatu daerah wisata sebetulnya dinikmati atau dipakai oleh wisatawan maupun masyarakat yang tinggal di sana sehingga keuntungan dari pembangunan infrastruktur juga dirasakan manfaatnya oleh penduduk sekitar lokasi wisata. Oleh karena itu pembangunan infrastruktur hampir selalu menjadi tanggung jawab pemerintah.

4) *Transportation*

Transportasi umum, Bis-Terminal, sistem keamanan penumpang, sistem Informasi perjalanan, tenaga Kerja, kepastian tarif, peta kota/ objek wisata.

5) *Hospitality*

Keramahtamahan masyarakat dan rasa aman selama berada di lokasi wisata akan menjadi cerminan keberhasilan sebuah sistem pariwisata yang baik.

Dengan kriteria di atas, juga harus didukung untuk pemilihan lokasi wilayah pertanian yang akan dijadikan objek wisata agro perlu dipertimbangkan, di antaranya mempertimbangkan kemudahan mencapai lokasi, karakteristik alam, sentra produksi pertanian, dan adanya kegiatan agro industri.

Terdapat beberapa aspek yang perlu dilaksanakan untuk pengembangan wisata agro menurut Situs Departemen Pertanian (2007), yaitu:

1. Aspek pengembangan sumberdaya manusia.
2. Aspek sumberdaya alam.
3. Aspek promosi, baik melalui media informasi atau dari mulut ke mulut.
4. Aspek sarana transportasi.
5. Aspek kelembagaan, baik pemerintah, swasta maupun masyarakat

Menurut Tirtawinata dan Fachruddin (1996), prinsip yang harus dipegang dalam sebuah perencanaan wisata agro, yaitu sebagai berikut:

- ✓ Perencanaan wisata agro sesuai dengan rencana pengembangan wilayah tempat wisata agro itu berada
- ✓ Perencanaan dibuat secara lengkap, tetapi sesederhana mungkin
- ✓ Perencanaan mempertimbangkan tata lingkungan dan kondisi sosial masyarakat sekitar
- ✓ Perencanaan selaras dengan sumberdaya alam, sumberdaya manusia, sumber dana dan teknik-teknik yang ada
- ✓ Perlu dilakukan evaluasi sesuai dengan perkembangan yang ada.

Berdasarkan beberapa kriteria yang dikembangkan seperti dijelaskan sebelumnya, untuk mengembangkan sebuah wilayah menjadi tujuan wisata agro dapat dikelompokkan menjadi dua kriteria, yaitu: 1) Aspek Pasar dan Teknis, dan 2) Aspek Manajemen. Uraian dari kedua kriteria tersebut dijelaskan pada tabel 4.1 di bawah ini.

Tabel 4. 1 Kriteria Pengembangan Wisata Agro

NO.	KRITERIA	KETERANGAN
1.	Potensi Pasar	Jumlah Penduduk Kabupaten pada Radius 75 Km Jarak Obyek dari Terminal Bus atau Non-Bus Pintu Gerbang Udara Regional dan Internasional
2.	Daya Tarik	Keindahan Alam yang Menjadi Daerah Tujuan Wisata Banyaknya Jenis Sumberdaya Alam ang Menonjol untuk Wisata Keunikan Sumberdaya Alam Keutuhan Sumberdaya Alam Pilihan Kegiatan Kebersihan Udara Ruang Gerak Pengunjung Kepekaan Sumberdaya Alam
3.	Kadar Hubungan	Kondisi Jalan Jumlah Kendaraan Bermotor Frekuensi Kendaraan Umum Jumlah Tempat Duduk Transportasi Utama Menuju Lokasi Per Minggu
4.	Kondisi Lingkungan	Tata Guna Lahan atau Perencanaan Status Pemilikan Lahan Kepadatan Penduduk Sikap Masyarakat Mata Pencaharian Pendidikan Media Yang Masuk Dampak Sumberdaya Alam Biologis Sumberdaya Fisik
5.	Pengelolaan Perawatan dan Pelayanan	Pemantapan Organisasi atau Pengelola Mutu Pelayanan Sarana Perawatan dan Pelayanan
6.	Kondisi Iklim	Pengaruh Iklim dan Cuaca Terhadap Waktu Kunjungan

NO.	KRITERIA	KETERANGAN
		Suhu Udara Ambient pada Musim Kemarau
		Jumlah Bulan Kering PerTahun
		Rata-Rata Lama Penyinaran Matahari Pada Musim Hujan
		Kecepatan Musim Angin
		Kelembaban Udara
7.	Akomodasi	Ketersediaan Fasilitas di Lingkungan Wilayah Tersebut
8.	Prasarana dan Sarana Penunjang	Prasarana yang Ada Pada Radius 2 KM dari Batas Kawasan
		Sarana Penunjang
		Fasilitas Khusus
		Fasilitas Kegiatan
9.	Tersedianya Air Bersih	Jarak Sumber Air Terhadap Lokasi Obyek Wisata
		Debit Sumber Air
		Dapat Tidaknya Dialirkan
10.	Hubungan dengan Wisata Lain	Ada dan Tidaknya Serta Jumlah Obyek Wisata Lain dalam Radius 75 Km dari Obyek Wisata yang Dinilai

Berdasarkan kriteria pada tabel di atas, selanjutnya bagaimana pengembangan wisat agro dapat dikembangkan agar memenuhi kelayakan pengembangannya serta dapat menjadi konsep wisata agro yang berkelanjutan.

4.2 Objek Wisata Pemandang

Kawasan Agrowisata Sawah Pematang Johar berada di Kabupaten Deli Serdang yang berjarak 5 Km dari jalan Pancing Medan. Kawasan wisata ini pada hari Senin sampai dengan Jum'at mendapat kunjungan tamu sebanyak 1.000 orang dan pada hari Sabtu dan Minggu rata-rata 2.000 orang tamu. Total tamu yang datang per bulannya sekitar 10.000 orang per bulan dengan jam operasional jam 10.00 sampai dengan jam 20.00 malam. Kawasan ini dikelola oleh Kepala Desa dengan Konsep Badan Usaha Milik Desa (BUMDES). Agrowisata Sawah ini menyediakan pondok makan, tempat selfie, dan kolam air. Umumnya tamu yang datang selain untuk makan, mereka melakukan selfie dan sebagian kecil dari mereka menggunakan sampan air di kolam buatan. Adapun Hambatan/Kelemahan Agrowisata ini adalah :

1. Pondok/saung dibangun dengan konstruksi kayu dan bambu dimana setiap pondok/saung dihubungkan dengan koridor jalan dengan konstruksi bambu dan kayu. Kelemahan konstruksi bangunan ini mudah lapuk, sehingga koridor jalan menuju pondok setiap bulannya harus diperbaiki/renovasi yang mengeluarkan biaya Rp. 30.000.000 per bulan.

2. Agro wisata sawah ini memiliki tempat parkir yang sempit, yaitu di sepanjang jalan masuk dengan lebar jalan 5 meter, sehingga berdampak dengan kemacetan lalu lintas.
3. Sistem pengajian pegawai pada agro wisata sawah ini dibayar secara tetap, ini berpengaruh pada cash flow karena pada saat Covid-19 lokasi ini pernah dilakukan penutupan.
4. Pelayanan terhadap tamu kurang dikarenakan lokasi pondok yang bisa berjauhan dari restoran. Selanjutnya, pilihan makanan di tempat ini tidak bervariasi dan tidak berbeda/differensiasi dengan tempat makan lainnya (hanya ayam penyet dan lontong pecel), Hal ini diperparah lagi dimana peralatan makanan, misalnya piring masih terbuat dari plastik. Untuk lebih jelasnya mengenai gambaran umum kawasan agrowisata persawahan Pematang Johar dapat dilihat pada Gambar 4.1 berikut ini :



Gambar 4. 1 View Pondok Dan Koridor Jalan Dengan Konstruksi Kayu Dan Bambu



Gambar 4. 2 Pintu Masuk Kawasan Agrowisata Persawahan Pematang Johar

4.3 Program Pengembangan Kawasan Agrowisata Sukaraja

Potensi pasar dari usaha wisata agro cukup tinggi. Hal ini didasarkan oleh perkembangan preferensi wisatawan yang cenderung menginginkan wisata yang berkaitan dengan alam atau yang dikenal dengan slogan “*Back to Nature*”. Wisatawan cenderung ingin menikmati hal-hal yang berkaitan dengan alam, seperti menikmati udara yang segar, pemandangan yang indah, jauh dari kebisingan, pengolahan produk-produk tradisional, serta pengolahan produk pertanian baik secara tradisional maupun modern. Melihat perkembangan dari preferensi wisatawan sekarang ini baik domestik maupun mancanegara, wisata agro merupakan alternatif objek wisata yang sangat cocok untuk memenuhi permintaan wisatawan selaku konsumen. Hal ini dikarenakan wisata agro menyediakan fasilitas yang tidak hanya berbasiskan alam, tetapi juga menyediakan fasilitas yang berkaitan dengan edukasi di bidang pertanian.

Kabupaten Kabupaten Baru Bara memiliki lima objek wisata berbasiskan alam/pantai, Objek wisata tersebut berada di Kecamatan Tanjung Tiram, Kecamatan Talawi, Kecamatan Lima Puluh Pesisir, Kecamatan Sei Suka, dan Kecamatan Medang Deras. Selanjutnya. Untuk wisata religi dapat ditemukan di Kecamatan Tanjung Tiram, yaitu Istana Niat Lima Laras, di Kecamatan Lima

Puluh, yaitu Kubah Datuk Keramat, dan di Kecamatan Sei Suka, yaitu Danau Laut Tador. Sedangkan untuk wisata Budaya tersebar di Kecamatan Tanjung Tiram, yaitu Meriam Bogak, di Kecamatan Lima Puluh, dengan Meriam Simpang Dolok, dan Kecamatan Medang Deras, yaitu Meriam Nenas Siam. Dari semua obyek wisata, yang menjadi favorit wisatawan domestic adalah wisata pantai. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut ini.

Tabel 4. 2 Jumlah Kunjungan Objek Wisata Menurut Jenis dan Kecamatan di Kabupaten Batu Bara Tahun 2019

Kecamatan	Nama Lokasi	Jenis Objek Wisata	Jumlah Kunjungan
Sei Balai	Singapore Land Water Park	Wisata Buatan	1.443
Tanjung Tiram	- Pantai Bunga - Pantai Galuh - Pulau Salah Nama - Pulau Pandang - Istana Niat Lima Laras - Meriam Bogak	- Wisata Alam - Wisata Alam - Wisata Alam - Wisata Alam - Wisata Religi - Wisata Budaya	- 337 - 0 - 332 - 13 - 0 - 0
Nibung Hangus	-	-	-
Talawi	- Pantai BALI	Wisata Alam	330
Datuk Tanah Datar	-	--	0
Lima Puluh	- Kubah Datuk Keramat - Meriam Simpang Dolok	- Wisata Religi - Wisata Budaya	0
Lima Puluh Pesisir	- Pantai Sejarah	Wisata Alam	0
Datuk Lima Puluh	-	-	0
Air Putih	- Water Boom Dogi Park	- Wisata Buatan	0
Sei Suka	- Wisata Alam Datuk - Danau Laut Tador	- Wisata Alam - Wisata Religi	- 2.886 - 0
Medang Deras	- Pantai Sujono - Meriam Nenas Siam	- Wisata Alam - Wisata Budaya	- 1.875 - 0

Sumber: BPS

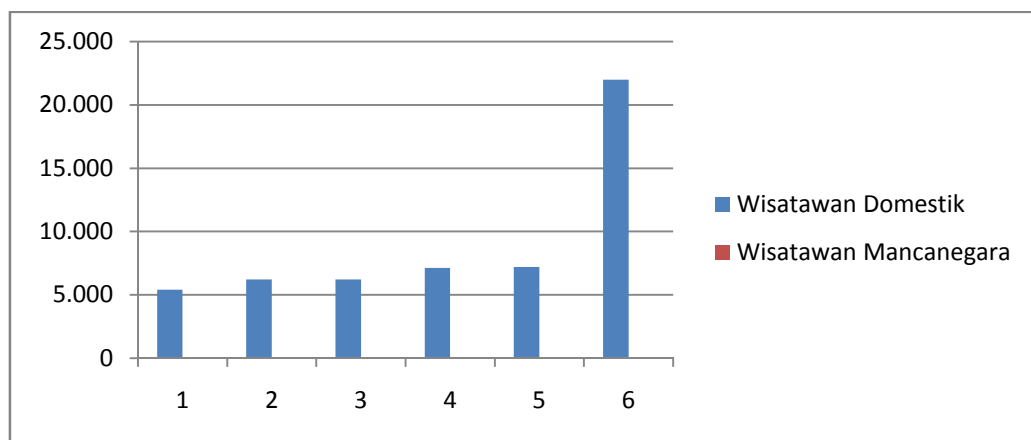
Permintaan terhadap objek wisata dapat dilihat dari jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata tersebut. Tabel 4.3 menunjukkan perkembangan jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata di Kabupaten Batu Bara.

Dimana wisatawan yang berkunjung di Kabupaten Batu Bara masih di dominasi oleh wisatawan domestik, dimana jumlah wisatawan mengalami peningkatan setiap tahunnya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.3 dan gambar 4.3 berikut ini.

Tabel 4. 3 Jumlah Wisatawan di Kabupaten Batu Bara

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Domestik	Mancanegara	
2014	5.400	0	5.400
2015	6.211	0	6.211
2016	6.213	0	6.213
2017	7.118	0	7.118
2018	7.216	0	7.216
2019	22000	0	22.000

Sumber : BPS



Gambar 4. 3 Jumlah Wisatawan di Kabupaten Batu Bara

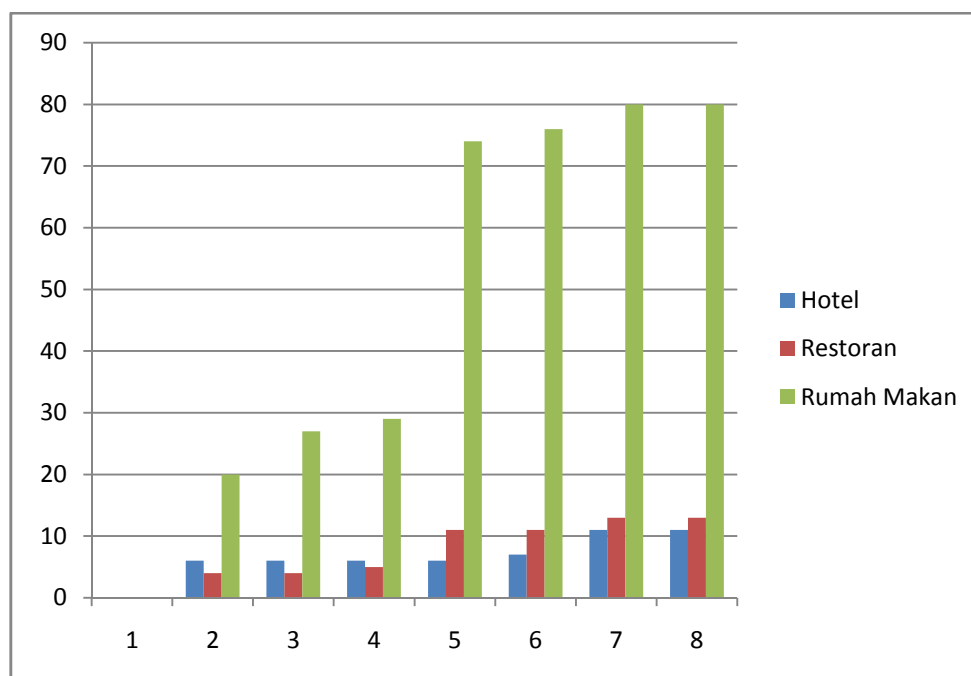
Selanjutnya, bila dilihat dari fasilitas penunjang pariwisata, seperti hotel, restoran dan rumah makan, Kabupaten Batu Bara memiliki perkembangan yang cukup signifikan, dimana fasilitas hotel dari tahun 2013 sampai dengan 2019 bertambah dari 6 unit menjadi 11 unit hotel. Untuk fasilitas restoran juga mengalami perkembangan yang cukup signifikan, dimana jumlah Restoran pada tahun 2013 sebanyak 4 unit restoran dan pada 2019 berkembang menjadi 13 unit

Restoran. Selanjutnya, untuk fasilitas Rumah Makan juga mengalami perkembangan yang berarti, dimana jumlah Rumah Makan dari tahun 2013 sebanyak 20 unit berkembang menjadi 80 unit pada tahun 2019. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa Kabupaten Batu Bara menjadi daerah yang berkembang pesat yang menjadi tujuan bisnis dan wisata. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut ini.

Tabel 4. 4 Jumlah Hotel, Restoran dan Rumah Makan di Kabupaten Batu Bara

Tahun	Hotel	Restoran	Rumah Makan
2013	6	4	20
2014	6	4	27
2015	6	5	29
2016	6	11	74
2017	7	11	76
2018	11	13	80
2019	11	13	80

Sumber : BPS



Gambar 4. 4 Jumlah Hotel, Restoran dan Rumah Makan di Kabupaten Batu Bara

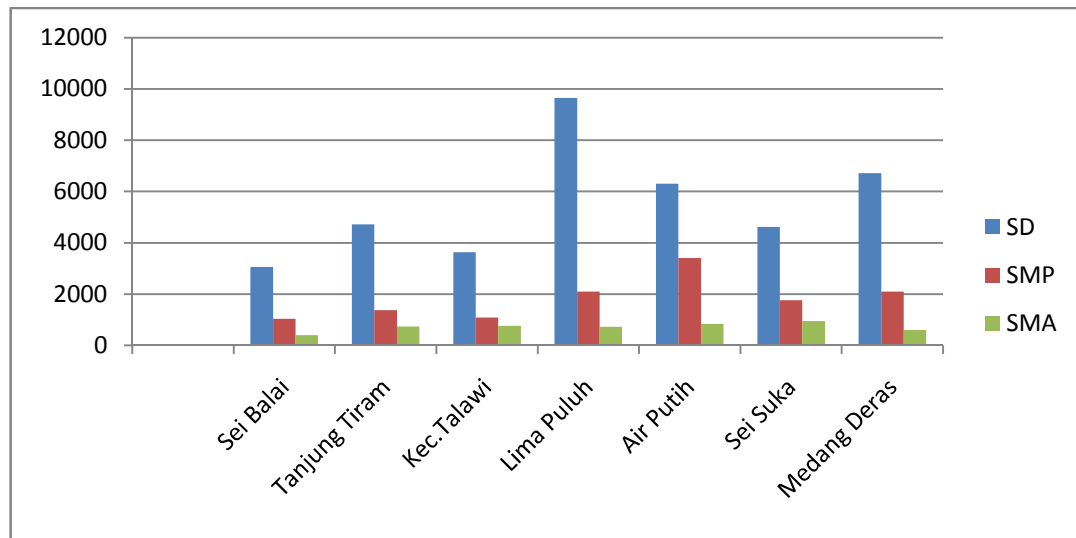
4.3.1 Potensi Pendidikan

Potensi usaha agrowisata juga berpotensi untuk mendukung pendidikan di Wilayah Kabupaten Batu Bara, hal ini diharapkan kawasan ini bisa menyediakan sarana pendidikan berupa media peraktek siswa di luar lingkungan sekolah khususnya yang berorientasi pada sektor pertanian, peternakan, perikanan, dan lain-lainnya. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Pendidikan Kabupaten Batu Bara, jumlah penduduk untuk tingkat pendidikan SD sebanyak 38720 jiwa, SMP sebanyak 12850, dan SMA/SMK sebanyak 4987. Kecamatan yang paling banyak siswa SD nya adalah Kecamatan Lima Puluh, sebanyak 9.648 siswa yang merupakan gabungan dengan siswa SD di Lima Puluh Pesisir. Untuk jumlah siswa SMP terbesar berada di Kecamatan Air Putih sebanyak 3.404 siswa. Untuk jumlah siswa SMA/SMK Negeri di Kabupaten Batu Bara sebanyak 4.987 jiwa. Sedangkan, jumlah siswa SMS/SMK swasta yang tersebar di setiap kecamatan berjumlah 2.420 jiwa. Jadi, total jumlah siswa SMA/SMK di kabupaten Batu Bara sebanyak 7.407 siswa. Jumlah siswa SMA/SMK terbesar berada di kecamatan Sei.Suka sebanyak 949 siswa. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.5 dan gambar 4.5 berikut ini.

Tabel 4. 5 Perkembangan Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Kecamatan	SD	SMP	SMA	TOTAL
		3063	1042	398	4503
2	Tanjung Tiram	4723	1375	735	6833
3	Kec.Talawi	3633	1086	757	5476
4	Lima Puluh	9648	2095	718	12461
5	Air Putih	6310	3404	832	10546
6	Sei Suka	4619	1755	949	7323
7	Medang Deras	6724	2093	598	9415
	Jumlah	38720	12850	4987	56557

Sumber :Dinas Pendidikan KabupatenBatu Bara.



Gambar 4. 5 Jumlah Siswa SD, SMP dan SMA di Kabupaten Batu Bara

4.3.2 Segmenting, Targetting, Positioning (STP), dan Differensiasi

Agar suatu bisnis dapat berjalan dengan lancar dan berhasil maka diperlukan analisis strategi bersaing yang tepat yaitu dengan cara menentukan segmentasi pasar (segmentation), posisi pasar (positioning), dan pasar sasaran (targetting) (Khasmir dan Jakfar 2009).

1) Segmentation

Segmentasi pasar yang diterapkan oleh Agrowisata Kabupaten Batu Bara antara lain segmentasi geografis, segmentasi demografis, dan segmentasi psikografis. Berdasarkan data historikal pengunjung, terlihat bahwa segmentasi geografis dari pengunjung Agrowisata Kabupaten Batu Bara adalah wisatawan domestik. Segmentasi demografis yang diterapkan oleh Agrowisata Kabupaten Batu Bara adalah berdasarkan tingkat pendapatan yaitu semua golongan ekonomi, yaitu ekonomi bawah dan menengah. Sedangkan wisatawan berdasarkan tingkat pendidikan yaitu dari mulai TK, SD, SMP, dan SMA, serta berdasarkan umur yaitu semua tingkatan umur. Sedangkan segmentasi psikografis adalah konsumen yang memiliki keterkaitan dengan alam dan sistem pertanian.

2) Targetting

Target pasar yang diinginkan oleh Agrowisata Kabupaten Batu Bara adalah Keluarga, Anak Muda, Pengunjung/Orang Yang Transit, Pelajar, dan Perusahaan/Corporate.

A. Pelajar

Untuk pelajar yang menjadi target khusus Agrowisata Kabupaten Batu Bara adalah pelajar di wilayah Kabupaten Batu Bara. Agrowisata untuk pelajar diharapkan menjadi bisa menjadi media pembelajaran atau edukasi di bidang pertanian, peternakan, perikanan, dan UMKM. Oleh karena itu, perlu dibuat Paket Pendidikan khusus untuk pelajar SD, SMP, dan SMA/SMK dan dengan harga yang sangat terjangkau bagi kalangan pelajar.

B. Keluarga dan Anak Muda

Untuk Keluarga dan anak muda yang menjadi target adalah keluarga dan anak muda yang berdomisili di wilayah Kabupaten Batu Bara dan di luar Kabupaten Batu Bara. Pada kawasan agrowisata ini tersedia rumah makan dalam bentuk saung di sekitar pesawahan dengan view/pemandangan persawahan dan kawasan tanaman bunga yang dilengkapi oleh fasilitas Selfie. Selain itu, jembatan yang menghubungkan antar saung di desain dengan kolam ikan dimana pengunjung bisa memberi makan ikan dan memancing ikan.

C. Pengunjung Transit

Untuk Pengunjung transit, agrowisata persawahan ini juga menyediakan fasilitas Rest Area/tempat istirahat berupa restoran dan coffe shop dengan pemandangan persawahan. Pengunjung yang transit dapat menikmati menu khas Kabupaten Batu Bara, misalnya Makanan Laut dan pengunjung juga dapat menikmati makanan di saung/pondok yang berada di area sawah beserta foto selfie di area sawah. Pengunjung hanya bisa memberi makan ikan.

D. Pengunjung Bisnis/Corporate

Untuk pengunjung Client bisnis, agrowisata sawah ini juga menyediakan fasilitas untuk kalangan menengah dan atas, berupa restoran yang bersifat multi fungsi yang dapat digunakan untuk Rapat kerja, jamuan makan tamu instansi pemerintahan/industri /corporate yang berada di Kab.Batu Bara. Restoran bisa juga di gunakan untuk Rapat Kerja, Pelatihan karyawan, Perayaan Ulang Tahun, Resepsi Nikah, dll

3) Positioning

Produk yang ditawarkan oleh Agrowisata Kabupaten Batu Bara berupa jasa. Produk yang dihasilkan terdiri dari berbagai kegiatan dan fasilitas yang dikemas ke dalam paket-paket wisata yang telah disediakan oleh Agrowisata Kabupaten Batu Bara. Produk yang ditawarkan oleh Agrowisata Kabupaten Batu Bara ini tidak hanya berupa tempat Wisata Persawahan pada umumnya tetapi juga menawarkan Fasilitas Edukasi Di Bidang Pertanian peternakan, perikanan, dan UMKM.

4) Differensiasi

Agrowisata Kabupaten Batu Bara memiliki perbedaan (differensiasi) dengan Agrowisata lainnya di Sumatera Utara yang umumnya hanya wisata kuliner berbasis persawahan. Adapun yang membedakan agrowisata ini yaitu menjual jasa Edukasi di Bidang Pertanian, Perikanan, Peternakan, dan UMKM berbasis pertanian berbasis pada Panorama Persawahan. Lokasi agrowisata ini juga dapat menikmati kuliner yang menjadi ciri khas kabupaten Batu Bara, yaitu Sea Food.

4.3.3 Brand /Nama Agrowisata Kecamatan Air Putih

Agrowisata Kabupaten Batu Bara ini diberi nama/Brand yang disesuaikan dengan adat Melayu yaitu **“Zagro Jemah” yang artinya Zahir membangun pertanian Yang Berkelanjutan.** Oleh karena itu, sesuai dengan nama/brand yang

diambil dari Bahasa Melayu, ini mempengaruhi desain bangunan sarana dan prasarana yang akan di bangun.

4. 3.4 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Zagro Jemah Agrotourism

Education Center Sukaraja

Bauran pemasaran dalam bidang jasa meliputi “7P”, yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (distribusi), *Promotion* (promosi), *People* (personil), *Physical Evidence* (bukti fisik), dan *Process* (proses).

1. Produk

Agrowisata Zagro Jemah, menjual produk berupa jasa. Produk yang ditawarkan pun beragam jenisnya. Agrowisata Zagro Jemah ini menawarkan paket wisata yang beragam. Paket wisata yang disediakan oleh Agrowisata Zagro Jemah terdiri dari paket wisata tanpa menginap. Yang termasuk dalam paket wisata tanpa menginap adalah sebagai berikut:

a) Paket Standar (*Standard Package*)

Dalam paket ini wisatawan akan menerima fasilitas wisata persawahan dan kebun bunga yaitu jalan-jalan di area persawahan, hidroponik, perikanan, peternakan yang dipandu oleh pemandu wisata yang menjelaskan mengenai pembuatan tanaman padi mulai dari pembibitan, penanaman, perawatan sampai dengan panen. Kemudian menjelaskan mengenai sektor perikanan darat, peternakan, dan UMKM berbasis pertanian. Wisatawan juga dapat menikmati fasilitas selfie dikebun bunga.

b) Paket Eksklusif (*Exclusive Package*)

Paket Eksklusif ini wisatawan akan menerima fasilitas yang sama dengan paket standar hanya ditambah dengan jamuan makan siang berupa makanan tradisional yaitu menu makanan yang disesuaikan dengan nuansa pedesaan. Paket ini juga ditambah dengan bersepeda di area persawahan dan flying Fox.

c) Paket Pendidikan

Paket ini merupakan paket yang ditujukan untuk para pelajar yang ingin berkunjung ke Agrowisata Zagro Jemah. Fasilitas yang

ditawarkan pada paket ini sama dengan fasilitas Paket Standar yaitu berkeliling area persawahan kebun bunga/hidroponik, peternakan, dan perikanan, dipandu oleh pemandu wisata yang menjelaskan mengenai pembuatan tanaman padi mulai dari pembibitan, penanaman, perawatan sampai dengan panen. Kemudian menjelaskan mengenai sektor perikanan darat, peternakan, dan UMKM berbasis pertanian. Wisatawan juga dapat menikmati fasilitas selfie di kebun bunga. Di dalam paket pendidikan ini juga terdapat fasilitas tambahan berupa kegiatan *outbond* sederhana yang bertujuan untuk memotivasi siswa.

2. Harga (*Price*)

Penetapan harga pada produk jasa yang dihasilkan disesuaikan dengan fasilitas-fasilitas yang diterima oleh pengunjung berdasarkan paket yang diambil. Paket yang ditawarkan di Agrowisata Zagro Jemah adalah sebagai berikut:

- a) Paket Standar (*Standard Package*). Paket ini merupakan paket kunjungan sehari. Dalam paket ini wisatawan dapat menikmati fasilitas berkeliling agrowisata persawahan dan kebun bunga dan mendapatkan jamuan minuman. Waktu untuk menikmati paket ini selama dua jam. Harga yang ditawarkan pada Paket Standar ini sebesar Rp 10.000 per orang dengan jumlah minimal 10 orang.
- b) Paket Eksklusif (*Exclusive Package*). Paket ini merupakan paket kunjungan sehari. Dalam paket ini wisatawan mendapatkan fasilitas berkeliling agrowisata persawahan dan kebun bunga dan mendapatkan jamuan minuman dan mendapatkan jamuan makan siang. Waktu untuk menikmati paket ini selama tiga jam. Harga yang ditawarkan untuk paket eksklusif ini adalah sebesar Rp 50.000 per orang dengan jumlah minimal 20 orang.
- c) Paket Pendidikan. Paket ini merupakan paket yang ditujukan untuk para pelajar yang ingin berkunjung ke Agrowisata Zagro Jemah. Fasilitas yang ditawarkan pada paket ini sama dengan fasilitas Paket Standar yaitu, yaitu berkeliling area persawahan dan area kebun

bunga, dipandu oleh pemandu wisata yang menjelaskan mengenai pembuatan tanaman padi mulai dari pembibitan, penanaman, perawatan sampai dengan panen, serta mendapatkan minum gratis. Harga yang ditawarkan untuk paket ini adalah sebagai berikut:

- i) Sekolah Dasar (SD) : Rp 7.500 perorang
- ii) Sekolah Menengah Pertama (SMP) : Rp 10.000 perorang
- iii) Sekolah Menengah Umum (SMA) : Rp 12.500 perorang

3). Distribusi

Agrowisata Zagro Jemah merupakan usaha agrowisata yang menawarkan produk jasa. Dalam kegiatan usahanya, setiap produk jasa yang ditawarkan dinikmati oleh konsumen langsung di lokasi usaha. Oleh karena itu, strategi distribusi yang digunakan oleh Agrowisata Zagro Jemah adalah distribusi langsung, yaitu proses distribusi produk dari produsen ke konsumen tanpa melalui perantara distributor, dimana konsumen melakukan kegiatan konsumsinya di lokasi usaha berada. Lokasi yang dipilih adalah kawasan persawahan yang berada di Kecamatan Air Putih seluas 4.5 Ha, dimana lokasinya berada di pinggir jalan Lintas Sumatera. Dilihat dari tingkat aksesibilitasnya, lokasi agrowisata ini sangat strategis karena mudah dijangkau oleh wisatawan.

4). Promosi (*Promotion*)

Agrowisata Zagro Jemah melakukan berbagai kegiatan promosi dalam kegiatan usahanya. Tujuan dari diadakannya kegiatan promosi ini adalah agar calon wisatawan mengetahui keberadaan dari Agrowisata Zagro Jemah. Kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh Agrowisata Zagro Jemah ini adalah:

- a) Melakukan kerjasama dengan biro perjalanan. Biro perjalanan ini merekomendasikan Agrowisata Zagro Jemah kepada konsumennya. Jadi, biro perjalanan ini secara langsung menjual Agrowisata Kabupaten Batu Bara kepada konsumen. Hal ini dapat membantu Agrowisata Kabupaten Batu Bara dalam menawarkan produknya

kepada calonwisatawan.

- b) Promosi melalui teknologi *e-commerce*, teknologi *e-commerce* merupakan kegiatan promosi melalui media internet. Agrowisata Zagro Jemah memiliki *website* yaitu www.agrowisazagrojemahagritourismeducationcenter.com. *Website* tersebut berisi tentang profil perusahaan, kegiatan dan fasilitas yang disediakan di Agrowisata Zagro Jemah. Promosi juga dapat dilakukan secara langsung (online) dengan melalui situs Babe, instangram, Whatap group, dan lain-lain.
- c) Promosi dengan cara mengikuti pameran. Agrowisata Zagro Jemahtergabung dalam sebuah asosiasi yaitu Asosiasi Wisata Agro Indonesia (AWAI). Melalui asosiasi ini Agrowisata Kabupaten Batu Bara sering mengikuti pameran- pameran yang diadakan oleh provinsi.
- d) Promosi melalui papan jalan. Terdapat empat papan jalan selain digunakan sebagai penunjuk jalan juga sebagai media promosi. Melalui papan terebut orang-orang dapat mengetahui keberadaan dari Agrowisata **Zagro Jemah Agritourism Education Center**.
- e) *Word of mouth*. Jenis promosi ini sangat efektif bagi kelangsungan usaha Agrowisata Kabupaten Batu Bara, karena pengunjung merupakan media promosi yang sangat potensial. Melalui *word of mouth* pengunjung yang pernah mengunjungi dan menikmati kegiatan di Agrowisata Zagro Jemahkan menceritakan kepada calon pengunjung lain seperti keluarga dan teman. Hal yang harus diperhatikan untuk jenis promosi ini adalah pelayanan yang diberikan oleh AgrowisataZagro Jemah. Pelayanan yang diberikan oleh pihak Agrowisata Zagro Jemah harus dapat memuaskan konsumen, sehingga konsumen tersebut dapat merekomendasikan Agrowisata Zagro Jemah kepada orang lain baik itu keluarga ataupunteman.

5). Personil

Personil (karyawan) merupakan unsur penting dalam menunjang

kegiatan usaha karena terlibat langsung dalam hal penyampaian produk ke konsumen. Agrowisata Zagro Jemaha memiliki standar dalam memilih tenaga kerja.

6) Bukti Fisik

Agrowisata Zagro Jemah memiliki 11 bangunan. Bangunan yang ada di Agrowisata Zagro Jemah ini memberikan suasana alam yang sejuk, asri dan indah. Lokasi usaha juga berbatasan langsung dengan pemandangan persawahan yang mewujudkan suasana pedesaan bagi para wisatawan yang datang. Agrowisata Zagro Jemah dilengkapi oleh beberapa fasilitas baik fasilitas utama ataupun fasilitas pendukung. Beberapa bukti fisik yang mendukung kegiatan usaha Agrowisata Kabupaten Batu Bara antara lain:

1) Area Persawahan

Area persawahan seluas 4.5 Ha yang terletak di Kec. Sei Putih yang berbatasan langsung dengan jalan Lintas Sumatera. Pengunjung wisata persawahan dapat menikmati pemandangan sawah dari *Rest Area* atau langsung menikmati suasana persawahan sambil menikmati kuliner Kabupaten Batu Bara.

2) Rest Area

Rest area adalah tempat istirahat orang yang transit di sepanjang jalan lintas Sumatera. Pada area ini orang yang transit dapat menikmati makanan dan minuman beserta coffee shop yang menghadap ke area sawah. Rest area ini juga dilengkapi pondok/saung dan area foto/selfie, dimana fasilitas ini digunakan bagi orang yang transit tapi membutuhkan waktu yang lama untuk istirahat. Sepanjang jalan yang menghubungkan pondok/saung di buat kolam ikan dimana pengunjung bisa memberi makan ikan dan memancing ikan dan ikannya bisa dimasak untuk dikonsumsi.

3) Restoran dan pondok

Restoran ini terletak di area Centre Point atau bersebelahan dengan tempat reservasi. Selanjutnya, selain restoran di area centre point juga disediakan pondok tempat makan dengan suasana

persawahan. Restoran yang dibangun bersifat multi fungsi yang bisa juga digunakan untuk rapat dan resepsi pernikahan. Masing-masing pondok dihubungkan dengan koridor jalan yang di bawahnya terdapat kolam ikan, dimana ikannya bisa di pancing dan bisa dikonsumsi.

4) Arena Edukasi dan flying fox

Area edukasi seluas 12 Ha digunakan untuk edukasi sektor pertanian, perikanan darat, peternakan, dan UMKM. Dalam arena bermain tersedia flying fox, taman bunga/labirin, dan hidroponik. Diharapkan para pelajar bisa mempelajari bagaimana cara menanam hidroponik dan juga bisa menikmati suasana bermain di taman labirin dan menggunakan flying fox.

5) Area Sepeda Santai

Bagi pengunjung yang ingin menikmati suasana pesawahan secara langsung sambil berolah raga, manajemen menyediakan area sepeda santai yang jalurnya di sepanjang jalan irigasi di area pesawahan. Pesepeda santai bisa menikmati pemandangan dan udara segar pesawahan sambil menunggu hidangan makanan di pondokan atau di restoran.

6) Pentas Pertunjukan

Pentas pertunjukan di bangun di area Centre Point, yang fungsinya untuk penggunaan dari aspek kebudayaan, misalnya pentas seni musik, tari, dll. Penggunaan pentas seni ini dapat digunakan oleh semua masyarakat dan pelajar dengan sistem sewa.

7) Tempat Parkir

Agrowisata Zagro Jemah memiliki area parkir yang cukup luas. Agrowisata Zagro Jemah memiliki lahan parkir di dua titik yang berbeda yaitu di bagian depan Agrowisata Zagro Jemah yang biasa digunakan oleh kendaraan sedang dan besar. Tempat parkir yang kedua terletak di kawasan *Rest Area* Agrowisata Zagro Jemah yang biasanya digunakan roda dua atau kendaraan roda empat.

8) Kantor (*Office*)

Kantor yang ada di Agrowisata Zagro Jemah merupakan salah satu sarana yang dapat mempermudah pengelola dalam melayani pengunjung, seperti reservasi. Pengunjung pun dapat melaporkan keluhan terkait dengan pelayanan yang ada.

9) Toilet

Toilet yang dimiliki oleh Agrowisata Zagro Jemah berjumlah enam buah. Tiga buah untuk wanita dan tiga buah untuk laki-laki. Toilet ini terletak di kantor Agro Wisata (*centre point*) dan *rest area*.

10) Mushola

Agrowisata Zagro Jemah memiliki satu mushola. Letak dari mushola tersebut adalah di bawah kantor. Mushola merupakan salah satu sarana pendukung kegiatan Agrowisata Zagro Jemah. Pengunjung dapat melakukan kegiatan ibadah di mushola tersebut dan tidak perlu mencari-cari mesjid yang terdekat. Dalam mushola ini juga tersedia sajadah, sarung, dan mukena yang dapat digunakan oleh pengunjung. Mushola disediakan di *rest area* dan *centre point*.

11) Pos Satpam

Pos satpam ini terletak tepat di pintu masuk Agrowisata Petugas yang berjaga setiap hari berjumlah dua orang. Dua orang petugas keamanan ini berjaga secara bergantian selama 24 jam. Adanya petugas keamanan ini membuat pengunjung merasa lebih aman.

12) Tempat sampah

Biasanya orang membawa bekal makanan dan minuman saat berekreasi, bahkan sambil berjalan mereka menikmati makanannya. Wadah makanan dan minuman sering menjadi masalah karena berserakan di mana-mana, sehingga setiap beberapa meter perlu disediakan tempat sampah, terutama di tempat-tempat duduk untuk beristirahat. Dengan tersedianya sarana kebersihan, lingkungan yang bersih dan nyaman dapat diciptakan. Oleh karena itu di lokasi

agrowisata diperlukan tempat sampah di beberapa sudut agar sampah – sampah tidak berserakan di jalan.

13) Desa Penyangga

Desa penyangga adalah desa yang berada pada jalur jalan ke luar lokasi kawasan Agrowisata Zagro Jemah yang berdekatan dengan pintu gerbang Selamat Jalan. Agar kawasan Agrowisata Zagro Jemah ini kontribusinya ekonominya dapat dirasakan oleh masyarakat sekitarnya, maka diperlukan program pemberdayaan masyarakat, seperti :

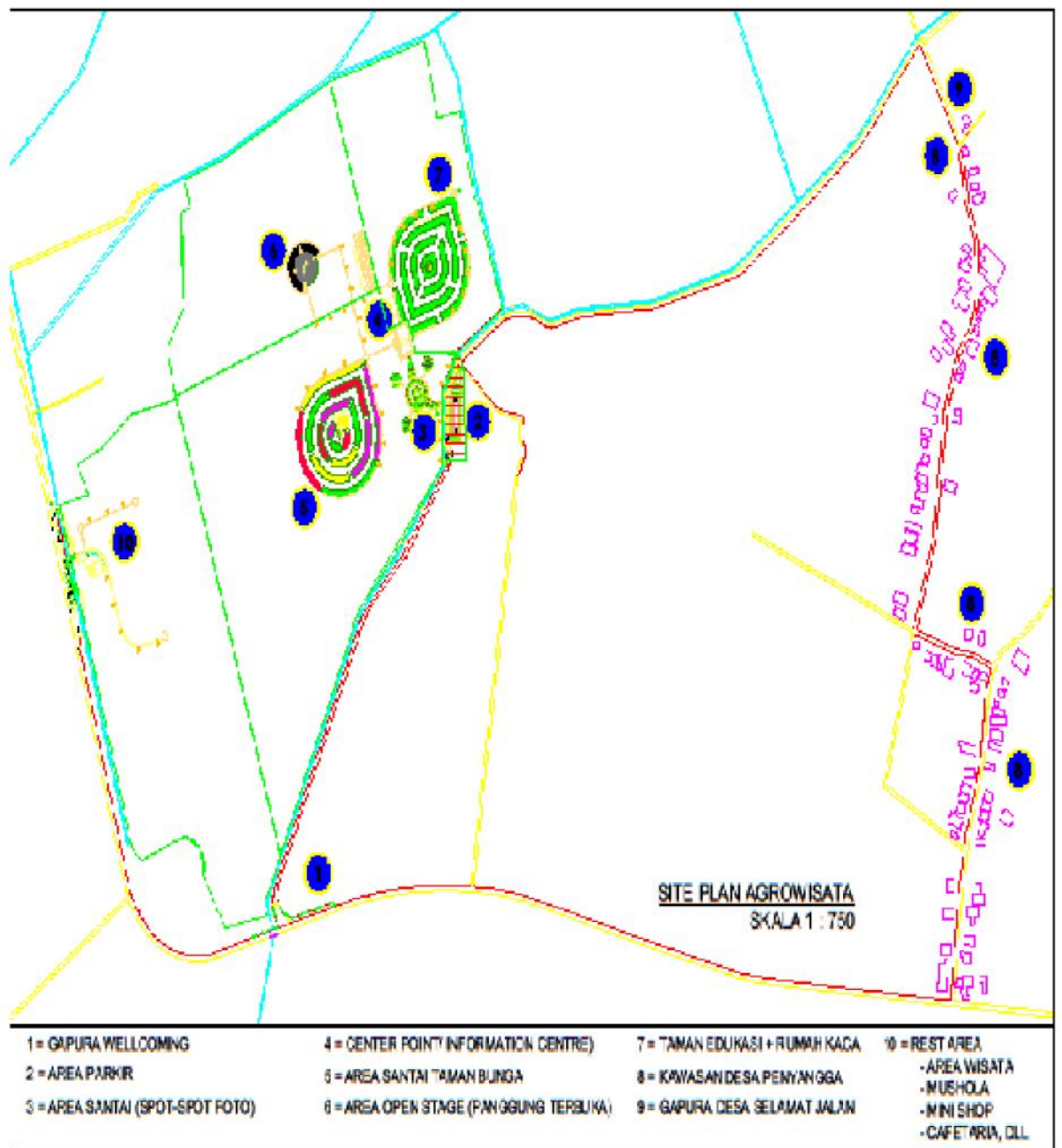
1. Masyarakat sekitarnya dapat dilibatkan langsung sebagai pekerja di kawasan Agrowisata Zagro Jemah.
2. Masyarakat setempat, melalui kelompok tani, kelompok kerajinan, kelompok kebun, dan kelompok lainnya disediakan/diberikan bantuan stand dalam memasarkan produk-produknya.
3. Masyarakat sekitarnya bisa menjadi mitra kawasan Agrowisata Zagro Jemah dengan menyediakan *Home Stay*, apabila ada permintaan tamu untuk menginap pada program Pelatihan Karyawan/Rapat Kerja.

Untuk lebih jelasnya mengenai peletakan Sarana dan Prasarana di agrowisata Zagro Jemah ini dapat di lihat pada Gambar 4.6.

7) Proses

Agrowisata Zagro Jemah mengatur urutan dari produk jasa yang ditawarkan agar dapat dinikmati oleh wisatawan secara maksimal. Urutan kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan masuk ke *Centre Point*, kemudian wisatawan bisa memilih makan di restoran atau pondok sambil melakukan swa foto/selfie. Bagi pengunjung yang ingin mendapatkan pengetahuan/edukasi mengenai pertanian, perikanan, peternakan, dan UMKM, wisatawan diberikan pengetahuan mengenai cara budidaya tanaman padidari mulai menanam hingga proses pemanenan, cara beternak, dan budi daya perikanan. Bagi wisatawan

yang ingin menikmati wahana permainan, disini tersedia kebun bunga labirin, *flying fox* dan bersepeda di kawasan persawahan. Bagi wisatawan yang ingin menikmati kuliner bersama keluarga, mereka dapat makan di pondok yang langsung berhadapan dengan sawah, sambil memberi makan ikan dan memancing ikan. Ikan tersebut dapat di masak langsung sebagai menu makanan oleh manajemen. Bagi tamu yang ingin lebih privasi di sediakan tempat makan yang lebih privat yang tersedia di Restoran utama, dimana ruangnya dapat di sekat, ruangan ini dapat digunakan sebagai ruang rapat/resepsi pernikahan/ulang tahun/seminar, dan lain-lain.



Gambar 4. 6 Master Plan dan Site Plan Agrowisata Kec. Air Putih

BAB V

ANALISIS KELAYAKAN FINANSIAL

5.1 Analisis Aspek Finansial

Analisis data dilakukan secara kuantitatif untuk mengetahui kelayakan finansial dari usaha agrowisata. Kriteria yang digunakan adalah *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Net Benefit per Cost* (Net B/C), dan *Payback Period* (PBP). *Net Present Value* (NPV) merupakan keuntungan bersih yang berupa nilai bersih sekarang berdasarkan jumlah dari *Present Value* (PV). Rumus umum yang digunakan dalam perhitungan NPV adalah:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1 + i)^t}$$

Keterangan: B_t = Benefit pada tahun ke-t

C_t = Cost pada tahun ke-t

i = Tingkat Diskonto (%)

n = Umur proyek (tahun)

NPV memiliki tiga nilai yang masing-masing memiliki arti terhadap criteria investasi, yaitu:

- 1) **NPV < 0** (negatif), hal ini berarti bahwa usaha atau proyek tersebut tidak layak secara finansial karena masih mengalami kerugian.
- 2) **NPV = 0**, hal ini juga berarti bahwa usaha atau proyek tersebut tidak mengalami kerugian dan juga tidak mengalami keuntungan, maka keputusan untuk meneruskan usaha ini atau tidak berada di tangan pemilik usaha sendiri.
- 3) **NPV > 0** (positif), hal ini berarti bahwa usaha atau proyek tersebut layak secara finansial sebab mendapatkan keuntungan.

Menurut Gray *et al* (2007) IRR merupakan *discount rate* yang membuat NPV sama dengan nol, tetapi tidak ada hubungannya sama sekali dengan *discount rate* yang dihitung berdasarkan data di luar proyek sebagai *social opportunity cost of capital* (SOCC) yang berlaku umum di masyarakat (bunga deposito). Untuk menghitung IRR sebelumnya harus dicari *discount rate* yang menghasilkan NPV positif, kemudian dicari *discount rate* yang menghasilkan NPV negatif. Langkah

selanjutnya adalah melakukan interpolasi dengan rumus berikut:

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} (i_2 - i_1)$$

Keterangan: IRR = *Internal Rate of Return*

i_1 = Tingkat Diskonto yang menghasilkan NPV+ i_2 = Tingkat Diskonto yang menghasilkan NPV

NPV_1 = Net Present Value bernilai positif

NPV_2 = Net Present Value bernilai negatif

IRR digunakan untuk menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih di masa-masa mendatang. IRR memiliki tiga nilai yang masing-masing memiliki arti terhadap kriteria investasi, yaitu:

- 1) **IRR < SOCC**, hal ini berarti bahwa usaha atau proyek tersebut tidak layak secara finansial.
- 2) **IRR = SOCC**, hal ini juga berarti bahwa usaha atau proyek tersebut berada dalam keadaan *break evenpoint*.
- 3) **IRR > SOCC**, hal ini berarti bahwa usaha atau proyek tersebut layak secara finansial.
- 4) Net B/C merupakan nilai manfaat yang bisa didapatkan dari proyek atau usaha setiap kita mengeluarkan biaya sebesar satu rupiah untuk proyek atau usaha tersebut. Net B/C merupakan perbandingan antara NPV positif dengan NPV negatif. Nilai Net B/C memiliki arti sebagai berikut:
 - a) **Net B/C > 1**, maka berarti proyek atau usaha layak dijalankan secara finansial.
 - b) **Net B/C = 1**, hal ini juga berarti bahwa usaha atau proyek tersebut berada dalam keadaan *break evenpoint*.
 - c) **Net B/C < 1**, maka berarti proyek atau usaha tidak layak dijalankan secara finansial.

Rumus yang digunakan untuk menghitung Net B/C adalah:

$$NET \frac{B}{C} = \frac{\sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{C_t - B_t}{(1+i)^t}}$$

Keterangan: B_t = Benefit pada tahun ke-t

C_t = Cost pada tahun ke-t

i = Tingkat Diskonto (%)

n = Umur proyek (tahun)

$B_t - C_t$ = untuk Benefit lebih besar dari Cost pada tahun ke-t

$C_t - B_t$ = untuk Cost lebih besar dari Benefit pada tahun ke-t

Pay Back Period (PBP) merupakan salah satu kriteria investasi yang berupa jangka waktu yang diperlukan dalam pengembalian seluruh investasi atau bisa diartikan juga sebagai teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu proyek atau usaha. *Pay Back Period* dapat dicari dengan mengakumulatikan arus manfaat dan biaya mulai dari yang bernilai negatif hingga positif yang pertama. *Payback Period* dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$PBP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih/tahun}} \times 12 \text{ bulan}$$

Analisis aspek finansial ini merupakan analisis finansial usaha Agrowisata Kabupaten Batu Bara yang akan dijalankan/direncanakan.

5.2 Arus Penerimaan (*Inflow*)

Arus penerimaan dalam analisis aspek finansial diperoleh dari estimasi pendapatan kunjungan wisatawan yang diambil berdasarkan studi banding di Kawasan Agrowisata Kampung Sawah Pematang Johar Kabupaten Deli Serdang.

Tabel 5. 1 Jenis Pendapatan Kawasan Wisata Zagro Jemah Agritourism Education Center Kabupaten Batu Bara

No.	Jenis Pendapatan	Jumlah (Rp)
1.	Restoran/Warung Kuliner (Rest Area) dan Centre Point (25.000 x 10.000 x 12) + 75.000 x 10.000 x 12	1.200.000.000
2.	Retribusi Masuk 100.000 x 12 x 5000	6.000.000.000
3.	Retribusi Parkir 100.000 x 12 x 2000	240.000.000
4.	Penggunaan Toilet 10.000 x 12 x 1000	120.000.000
5.	Sewa stan/outlet 1.000.000 x 12 x 5	60.000.000
	TOTAL	7.560.000.000

Sumber : Hasil Analisis

5.3 Arus Pengeluaran (Outflow)

Arus pengeluaran pada analisis finansial terdiri dari 2 jenis yaitu biaya investasi dan biaya operasional. Biaya investasi merupakan biaya yang dikeluarkan pada tahun pertama berdirinya suatu usaha. Biaya investasi yang dikeluarkan oleh Wisata Zagro Jemah Agritourism Education Center Kabupaten Batu Bara diperkirakan sebesar Rp 14.998.175.000, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.2 berikut ini.

Tabel 5. 2 Biaya Pembangunan Sarana Prasarana Wisata Zagro Jemah Agritourism Education Center Kabupaten Batu Bara

No.	Jenis Kebutuhan Sarana	Ukuran	Kuantitas	Satuan	Jumlah Biaya (RP)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1.	Area Wisata Sawah Terpakai	504.819 m ²	50	ha	562.500.000
2.	Area Parkir Kendaraan Roda 4 + Roda 2	60 m X 20 m	1	lokasi	960.000.000
3.	Gapura Wellcoming (Gerbang Masuk)	7m x 3m	1	unit	75.000.000
4.	Vergola Masuk Centre Point	5m x 3m	1	unit	25.500.000
5.	Taman Bermain (<i>Sky Walk</i>)	400 m ²	1	unit	480.000.000
6.	Kolam Ikan (Saluran Irigasi)	75 m ²	1	unit	22.500.000
7.	Pos Tiket + Pengelola	2,5m x 4,75	1	unit	27.300.000
8.	Saung Pondokan/ Gazebo Kecil	3 m x 3 m	37	unit	240.500.000
9.	Saung/ Gazebo Besar	5m x 10m	7	unit	455.000.000
10.	Spot Foto	5m x 5m	6	unit	45.000.000
11.	Jembatan Kayu/ Bambu (<i>Sky Walk</i>)	Lebar 1,5 m	1380	m'	966.000.000
12.	Fasilitas Penerangan (<i>Solar</i>	1 Unit	1	Unit	150.000.000

No.	Jenis Kebutuhan Sarana	Ukuran	Kuantitas	Satuan	Jumlah Biaya (RP)
	Cell)				
13.	Lampu Taman (Penerangan Sky Walk)	Ls	85 buah	titik	72.250.000
14.	Area Pusat Kegiatan/ Centre Point(Konstruksi Kayu dan Bambu):				
	- Restoran/ Pusat Kuliner	10m x 20m	1	unit	500.000.000
	- Pantry + Bartender	3m x 6 m	1	unit	45.000.000
	- Ruang Pertemuan VVIP (Balroom)	15m x 20m	1	unit	550.000.000
	- Kantor Pengelola	6m x 10m	1	unit	150.000.000
	- Mushola	6m x 7m	1	unit	105.000.000
	- Toilet	3m x 6m	2	unit	90.000.000
	- Fasilitas Penerangan Center Point	Ls	45	titik	63.000.000
15.	Taman Selfi/ Taman Bunga Zona Keluarga	11.000 m ²	1	unit	1.650.000.000
16.	Taman Edukasi (Tanaman Hortikultura)	9.500 m ²	1	unit	1.425.000.000
17.	Rumah Kaca Kebun Hidroponik	5m x 15m	4	unit	330.000.000
18	Panggung Teater Terbuka/Open Stage	450 m ²	1	unit	945.000.000
19.	Plumbing		270	m'	86.400.000
20.	Jalan irigasi/jalur sepeda	Lebar 2m	300	m'	235.500.000
21.	Fasilitas Penyewaan Sepeda	20m x 5m	1	unit	120.000.000
22.	Fasilitas Permainan Flying Fox	Ls	1	unit	60.000.000
23.	Bangku Taman	Ls	35	unit	70.000.000
24.	Rest Area (Konstruksi Beton Bertulang) :				
	- Mushola	7m x 7m	1	unit	137.200.000
	- Cafeteria/ Tempat Makan Minum	12m x 20m	1	unit	358.400.000
	- Minishop	7m x 10m	1	unit	196.000.000
	- Toilet	5m x 6m	2	unit	168.000.000
	- Pos Tiket	2,5m x 4,75	1	unit	27.300.000
	- Area Parkir Kendaraan	10,5m x 50m	1	unit	700.000.000
	- Taman Bermain (Spot Foto)	300 m ²	1	unit	360.000.000
	- Saung Pondokan/ Gazebo	3 m x 3 m	15	unit	367.500.000
	- Jembatan Kayu/ Bambu (Sky Walk)	Lebar 1,5 m	635	m'	158.750.000
	- Lampu Taman (Sky Walk)	Ls	25 buah	titik	21.250.000
	- Jalur Pejalan Kaki/Pedestrian	1,5m	195	m'	153.075.000
	- Fasilitas Penerangan Jalan Rest Area	Per 7m'	40	titik	68.000.000

No.	Jenis Kebutuhan Sarana	Ukuran	Kuantitas	Satuan	Jumlah Biaya (Rp)
25.	Etalase Pada Desa Penyangga	4 m x 3m	20	unit	400.000.000
26.	Penerangan Lampu Jalan	Tinggi 7 m	63	titik	157.500.000
27.	Perkerasan Jalan Masuk (Aspal) + Saluran Drain	Lebar 5 m	4250	m ²	1.218.750.000
Jumlah Total					14.998.175.000

Sumber : Hasil analisis

Sedangkan biaya operasional Zagro Jemah Agritourism Education Center Kabupaten Batu Bara ini diperkirakan sebesar Rp. 314.400.000, yang rinciannya dapat dilihat pada Tabel 5.3 berikut ini.

Tabel 5. 3 Biaya Operasional Agrowisata Batu Bara

Biaya	Jumlah	Bulan	Gaji (Rp)	Total Gaji (Rp)
A. Biaya Operasional Pengelola :				
- Manajer	1	12	2.500.000	30.000.000
- Bendahara	1	12	1.750.000	21.000.000
- Ahli Budidaya Tanaman	1	12	2.000.000	24.000.000
B. Petugas Umum :				
- (Parkir, Security, Kantin dan Petugas OB)	5	12	1.000.000	60.000.000
- Pelayan restoran (harian)	10	12	1.000.000	120.000.000
C. Pemeliharaan	1	12	15.000.000	15.000.000
D. Listrik + air + Komunikasi +WIFI	-	1	3.000.000	36.000.000
E. Biaya Promosi	-	1	500.000	6.000.000
F. Perlengkapan kantor	-	1	200.000	2.400.000
TOTAL				314.400.000

Sumber : Hasil Analisis

5.4 Analisis Kelayakan Finansial

Analisis kelayakan finansial dapat dilihat berdasarkan laporan laba rugi usaha. Berdasarkan laporan laba rugi dapat dilihat bahwa Agrowisata Kabupaten Batu Bara memperoleh laba positif setiap tahunnya selama sepuluh tahun umur usaha.

Hasil dari laba rugi usaha Agrowisata Zagro Jemah Agritourism Education Center Kabupaten Batu Bara dapat dilihat pada Tabel 5.4 berikut.

Tabel 5. 4 Hasil Laba Rugi

Tahun	Laba Usaha (Rp)	Modal Kerja (Rp)
0	-	Rp15.312.575.000
1	6.931.200.000	
2	8.317.440.000	
3	9.980.928.000	
4	11.977.113.600	
5	9.249.792.000	
6	11.099.750.400	
7	8.380.320.000	
8	6.931.200.000	
9	6.931.200.000	
10	6.931.200.000	
Total	86.730.144.000	
Jumlah	Laba	Rp 71.417.569.000

Sumber : Analisis Data

Selain laporan laba rugi, analisis kelayakan finansial dapat dinilai berdasarkan nilai kriteria analisis kelayakan finansial yaitu NPV, Net B/C, IRR, dan *Discounted Payback Period*. *Cashflow* dari usaha Agrowisata Zagro Jemah Kabupaten Batu Bara sebagai dasar perhitungan dari kriteria kelayakan investasi dapat dilihat pada Lampiran . Sedangkan hasil kelayakan finansial dapat dilihat pada tabel 5.5

A. Net Present Value

Net Present Value (NPV) merupakan keuntungan bersih yang berupa nilai bersih sekarang berdasarkan jumlah dari *Present Value* (PV). Rumus umum yang digunakan dalam perhitungan NPV adalah:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1 + i)^t}$$

Berdasarkan hasil analisis di dapati bahwa nilai NPV dengan estimasi suku bunga deposito bank sekitar 11%, maka di dapat nilai NPV sebesar Rp 30.172.285.555 dalam jangka waktu 10 tahun. Ini berarti kawasan agrowisata Zagro Jemah Agritourism Education Center Kabupaten Batu Bara **dikatakan layak untuk investasi.**

B. Internal Rate of Return (IRR)

IRR merupakan *discount rate* yang membuat NPV sama dengan nol, Untuk menghitung IRR sebelumnya harus dicari *discount rate* yang menghasilkan NPV positif, kemudian dicari *discount rate* yang menghasilkan NPV negatif. Langkah selanjutnya adalah melakukan interpolasi dengan rumus berikut:

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} (i_2 - i_1)$$

Keterangan: IRR = *Internal Rate of Return*

i_1 = Tingkat Diskonto yang menghasilkan NPV+ i_2 = Tingkat Diskonto yang menghasilkan NPV.

NPV_1 = Net Present Value bernilai positif

NPV_2 = Net Present Value bernilai negative

Berdasarkan hasil analisis nilai discount rate NPV yang positif yaitu suku bunga 12% yaitu Rp21.144.330.986 dan discount rate yang menghasilkan NPV negatif yaitu 19.6 %, sebesar - Rp 1.391.963.603, setelah dilakukan interpolasi didapati discount rate yang membuat nilai NPV= 0 sebesar 19,5 %. Artinya investasi ini disimpulkan Layak karena nilai discount rate di atas nilai Suku Bunga Deposito. Disini investor akan lebih tertarik untuk investasi karena tingkat keuntungan yang di dapat masih tinggi di bandingkan investasi dalam instrumen Deposito sebesar 9,7 %. Atau dengan kata lain, usaha agro wisata ini akan menghasilkan tingkat pengembalian terhadap investasi sebesar 19,5 persen.

C. Net B/C

Net B/C merupakan nilai manfaat yang bisa didapatkan dari proyek atau usaha setiap kita mengeluarkan biaya sebesar satu rupiah untuk proyek atau usaha tersebut. Net B/C merupakan perbandingan antara NPV positif dengan NPV negatif. Nilai Net B/C memiliki arti sebagai berikut:

- 1) **Net B/C > 1**, maka berarti proyek atau usaha layak dijalankan secara finansial.
- 2) **Net B/C = 1**, hal ini juga berarti bahwa usaha atau proyek tersebut berada dalam keadaan *break evenpoint*.
- 3) **Net B/C < 1**, maka berarti proyek atau usaha tidak layak dijalankan secara finansial.

Rumus yang digunakan untuk menghitung Net B/C adalah:

$$NET \frac{B}{C} = \frac{\sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{C_t - B_t}{(1+i)^t}}$$

Berdasarkan analisis data di dapat nilai PV Benefit sebesar Rp 42.181.146.666 dan nilai PV Cost sebesar Rp 13.795.112.613, Selanjutnya dengan memasukkannya pada rumus di dapat nilai Net B/C sebesar 3,057687737 atau dibulatkan menjadi 3,57. Ini berarti nilai Net B/C >1, artinya proyek atau usaha layak dijalankan secara finansial. Hasil analisis Net B/C ini juga dapat diartikan bahwa setiap satu rupiah yang dikeluarkan akan menghasilkan manfaat sebesar Rp 3.057

D. Pay Back Period (PBP)

Pay Back Period (PBP) merupakan salah satu kriteria investasi yang berupa jangka waktu yang diperlukan dalam pengembalian seluruh investasi atau bisa diartikan juga sebagai teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu proyek atau usaha. *Payback Period* dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$PBP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih/tahun}} \times 12 \text{ bulan}$$

Diketahui bahwa Nilai investasi sebesar Rp 15.312.575.000 dan nilai Kas Bersih/tahun sebesar Rp7.833.942.720, oleh karena itu di dapati *Pay Back Ratio* sebesar 1,954644749 atau di bulatkan menjadi 2 Tahun. Ini menunjukkan bahwa pengembalian terhadap biaya investasi akan berlangsung selama 2 tahun. Untuk lebih jelasnya mengenai NPV, IRR, Net B/C, dan PBP dapat dilihat pada Tabel 5.5 berikut ini.

Tabel 5. 5 Hasil Analisis Kelayakan Finansial

Kriteria Investasi	Jumlah
<i>Net Present Value</i> (NPV) 11 %	Rp 30.172.285.555
<i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	19,6%
<i>Net Benefit Cost Ratio</i> (Net B/C)	3.057
<i>Discounted Payback Period</i> (PB)	2 Tahun

Sumber : Hasil Analisis

BAB V

KESIMPULAN SARAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat dilakukan pengambilan kesimpulan sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan Agrowisata Sukaraja di Kecamatan Air Putih. Adapun kesimpulan terhadap pengembangan adalah :

1. Pengembangan Agrowisata di lingkungan Lokasi Pariwisata di Desa Sukaraja sebagai salah satu desa di Air Putih Kabupaten Batu Bara layak untuk dikembangkan menjadi lokasi wisata agro, hal ini didasarkan pada pertimbangan prinsip kelayakan dasar pengembangan wisata agro, antara lain :

-  Memiliki sumberdaya lahan dengan agroklimat yang sesuai untuk mengembangkan komoditi pertanian yang akan dijadikan komoditi unggulan.

-  Memiliki prasarana dan infrastruktur yang memadai untuk mendukung pengembangan sistem dan usaha wisata agro, seperti: jalan, sarana irigasi/ pengairan, sumber air baku, pasar, terminal, jaringan telekomunikasi, fasilitas perbankan, pusat informasi pengembangan agribisnis, sarana produksi pengolahan hasil pertanian, dan fasilitas umum serta fasilitas sosial lainnya.

-  Memiliki sumberdaya manusia yang berkemauan dan berpotensi untuk mengembangkan kawasan wisata agro.

-  Mampu mendukung upaya-upaya konservasi alam dan kelestarian lingkungan hidup bagi kelestarian sumberdaya alam, kelestarian social budaya maupun ekosistem secara keseluruhan.

2. Berdasarkan aspek pasar, pengembangan Kawasan Wisata Agro Sukaraja sangat memungkinkan apabila mempertimbangkan pasar sasarannya berdasarkan berbagai aspek, antara lain:

- ❖ Faktor pengguna potensial, berdasarkan faktor pengguna utama dapat memanfaatkan penduduk sekitar wilayah Kecamatan Air Putih dengan jumlah penduduk sebesar 51.352 jiwa dengan

komposisi usia 15 s.d. 65 tahun kira-kira sebanyak 33.379 jiwa, penduduk yang berada di lingkungan Desa Sukaraja sejumlah 5.035 jiwa, dengan jumlah penduduk sejumlah tersebut maka tingkat kepadatan sebanyak 929 jiwa per KM. Berdasarkan kriteria yang ditetapkan pada radius 75 KM dari lokasi pengembangan, tingkat kepadatan penduduk mencapai 777 jiwa per KM. Dari kedua kriteria persyaratan yang ada, pengembangan lokasi wisata agro Sukaraja sangat memungkinkan untuk dilakukan pengembangannya.

- ❖ Faktor tempat rekreasi, daya tarik obyek wisata agro yang dikembangkan di Wilayah Sukaraja sangat menarik, karena berada dataran rendah dengan 16 dpml yang didukung dengan lokasi yang berada tepat di Jalan Lintas Sumatera Medan – Asahan. Untuk pengembangan tahap awal pembentukan Wisata Agro dengan produk unggulan hamparan padi sawah milik penduduk seluas 35 Ha.
 - ❖ Faktor penggunaan potensial dan tempat rekreasi, berdasarkan jarak tempuh untuk menuju tempat wisata, lokasi pengembangan wisata agro Sukaraja dapat ditempuh dalam waktu kurang hanya 30 menit dari Ibukota Kabupaten Batu Bara dan 7 menit dari Ibukota Kecamatan Air Putih. Lokasi yang sangat strategis dan mudah di jangkau bagi semua pengguna jalur Lintas Sumatera terebut akan menjadi kekuatan dalam pengembangan Zagro Jemah Agritourism.
3. Dukungan terhadap perencanaan lokasi agrowisata Sukaraja untuk menjadi lokasi wisata agro harus didukung dari berbagai aspek. Dukungan tersebut merupakan langkah awal dalam pengembangan Desa Sukaraja menuju Kawasan Wisata Desa Terpadu yang diawali dengan wisata agro padi sawah. Adapun dukungan sarana yang dibutuhkan, yaitu:
- Sarana kebutuhan air bersih.
 - Sarana kesehatan dengan pembangunan puskesmas pembantu.
 - Fasilitas perdagangan umum berbentuk pasar desa.

- Fasilitas pendidikan dalam upaya peningkatan sumberdaya manusia.
- 4. Pengembangan wisata agro berbasis padi sawah ini dapat dilanjutkan dengan memperhatikan kawasan sekitarnya sehingga menjasi Satuan Kawasan Wisata dengan memanfaatkan lokasi yang ada seperti saluran irigasi teknis sebagai lokasi pendukung kegiatan wisata. Adapun pengembangannya dapat dilakukan dengan kegiatan seperti: Pusat Kegiatan Sekunder (Pariwisata), *flying fox*, foto selfi, taman bunga, sistem bercocok tanam menggunakan hidroponik, resto dan jalur sepeda.
- 5. Berdasarkan hasil analisis kelayakannya, tedapat dua kelompok pengkajian, yaitu:
 - Analisis finansial dengan menggunakan metode NPV, IRR, dan Payback Period. Berdasarkan ketiga analisis tersebut dengan menggunakan nilai MARR sebesar 11 % IRR sebesar 19,6%, (Net B/C) 3.057 dan periode pengembalian 2 tahun), maka dapat disimpulkan bahwa **kegiatan pengembangan ini sangat layak secara ekonomis.**
 - Berdasarkan nilai manfaat yang didapat oleh warga masyarakat lingkungan Desa Barudua, kegiatan pengembangan ini akan memberikan dampak terhadap penciptaan lapangan kerja baru serta peningkatan pendapatan masyarakat apabila rencana pengembangan ini direalisasikan.

Berdasarkan hasil kajian yang telah dilakukan terdapat berbagai hal yang harus segera dilakukan penetapan kebijakan dalam pengembangan Wisata Agro Sukaraja. Adapun rekomendasi terhadap berbagai pihak yang berkepentingan terhadap pengembangan Wisata Agro Sukaraja, yaitu:

1. Untuk merealisasikan pengembangan wisata agro di lingkungan Sukaraja ini, diharapkan segera dilakukan koordinasi dari setiap pihak yang berkepentingan, khususnya dalam penyediaan fasilitas atau sarana dasar untuk pengembangan kawasan wisata, seperti: jalan, pasar desa, dan fasilitas kesehatan.

2. Harus segera dilakukan koordinasi terkait pola tanam padi sawah dari 2 x dalam 1 tahun menjadi 3 x dalam 1 tahun guna mendukung view secara kontinue.
3. Pemberian motivasi serta pembekalan kepada masyarakat sekitar Sukaraja sebagai daerah pengembangan wisata agro.

DAFTAR PUSTAKA

- Astina, S. T., Sunarti, dan Mawardi, M. K. (2016) “*Analisis segmentation, targeting, dan positioning dalam rangka meningkatkan daya saing melalui strategi pemasaran di toko Pia Cap Mangkok Cabang Semeru.*” Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) 39 (2)
- About Agritourism at <http://www.farmstop.com/aboutagritourism.asp>
- Agenda 21, 1992, The Travel Tourism Industry; towards Environmentaly Sustainable Development, WTTC, WTO, The Earth Council
- Agricultural Tourism Small Farm Center and Partners Launch Agricultural Tourism Project at <http://www.sfc.ucdavis.edu/agritourism/agritour.html>
- Anonim. 2004. ”Potensi Agrowisata”. Pada <http://lampungpost.com/berita.php?id=2004091006350721>
- Ariyanto. 2003. *Ekonomi Pariwisata* Jakarta: Pada http://www.geocities.com/ariyanto_eks79/home.htm
- Aryanto, Rudy. 2003. *Environmental Marketing Pada Ekowisata Pesisir: Menggerakkan Ekonomi Rakyat Daerah Otonom*. P062024264 / S3 / PSL / IPB
- Baldwin P. and Brodess D. 1993. *Asia’s New Age Travelers*. Asia Travel Trade.
- Deptan, 2005. “*Agrowisata Meningkatkan Pendapatan Petani*” pada <http://database.deptan.go.id>
- Betrianis, 1996, “*Kajian Strategis Pengembangan Kawasan Agrowisata di Nanggerang*”, Kabupaten Sukabumi
- Ferdiansyah. 2010. *Analisis Kelayakan Finansial Perencanaan Agrowisata Markisa di Kecamatan Tombolo Kabupaten Povinsi Sulawesi Selatan*. Institut Pertanian Bogor.
- Fandeli, Chafid. 2001. *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. (Editorial) Yogyakarta: Liberty
- Faulkner B. 1997. *Tourism development in Indonesia: The “Big Picture” Perspective. Planning Sustainable Tourism*. ITB. Bandung
- Gunarto, A. (2009). *Melalui Pengembangan Agrowisata Perikanan Di Danau Singkarak Sumatera Barat*. 5(2), 145–156.
- Gunawan M.P. 1997. *Tourism in Indonesia: Past, Present and Future. Planning Sustainable Tourism*. ITB. Bandung

- Jamieson, W. and Noble, A. 2000. *A Manual for Community Tourism Destination Management. Canadian Universities Consortium Urban Environmental Management Project Training and Technology Transfer Program*, Ca
- Lindberg, K. 1996. The Economic Impacts of Ecotourism. <http://ecotour.csu.edu.au/ecotour/mar1.htm>
- Kotler dan Philip (1997) “*Marketing 1.*” Jakarta, Erlangga.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2006) “*Prinsip-prinsip pemasaran.*” Jakarta, Erlangga
- Lindberg, K. 1991. *Policies for Maximizing Nature Tourism Ecological and Economic Benefit*. World Resources Institute
- Lindberg K. dan Hawkins E.D, 1995. *Ekoturisme : Petunjuk Untuk Perencanaan dan Pengelolaan. The Ecotourism Society*. North Benington, Vermont.
- Lobo, R.E., Goldman G.E. and others. 1999. *Agricultural Tourism: Agritourism Benefits Agriculture in San Diego County*, California Agriculture, University of California.
- OTA. 1992. *Southeastern Rural Mental Health Research Center, University of Virginia*, Madison House, 170 Rugby Road, 22903 Charlottesville, Virginia
- Pitana, I Gede. 2002. *Kebijakan dan Strategi Pemerintah Daerah Bali dalam Pembangunan Pariwisata. Pada Seminar Nasional Pariwisata Bali the Last or the Lost Paradise. Pembangunan Pariwisata yang Berkelanjutan*. Denpasar: Universitas Udayana
- Pitana, I Gde. (2009) *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Purwanti, E. (2012) “*Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga.*” *Among Makarti* 5 (9):13-28.
- Rachmawati, R. (2011) “*Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan: Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran.*” *Jurnal Kompetensi Teknik* 2 (2): 143-150.
- Rilla, E. 1999. *Bring the City & County Together. California Coast and Ocean*. Vol. 15, No. 2. 10p.
- Safitra, R. (2017) “*Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea.*” *Jurnal Ekonomika dan Manajemen* 6 (1): 28-43.

- Sastrayuda, Gumelar S. 2010. *Konsep Pengembangan Kawasan Agrowisata. Hand Out Mata Kuliah Concept Resort And Leisure, Strategi Pengembangan Dan Pengelolaan Resort And Leisure.* http://file.upi.edu.gumelar_s.go.id
- Subowo. 2002. *Agrowisata Meningkatkan Pendapatan Petani. Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanah dan Agroklimat.* Bogor
- Syamsu dkk. 2001. "Penerapan Etika Perencanaan pada kawasan wisata, studi kasus di kawasan Agrowisata Salak Pondoh, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta". Jakarta: LP3M STP Tri Sakti, Jurnal Ilmiah, Vol 5. No. 3 Maret 2001.
- The International Ecotourism Society at <http://www.ecotourism.org>
- Tirtawinata dan Fachrudin. 1999. *Daya Tarik dan Pengelolaan Agrowisata.* Jakarta: Penebar Swadaya.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. (2012) "*Pemasaran Strategis*. 2 ed." Yogyakarta, C.V Andi Offset.
- Wood, M. E. 2002. *Ecotourism: Principles, Practices and Policies for Sustainability. United Nation Publication.* New York. Wood, M. E. 2002. *Ecotourism: Principles, Practices and Policies for Sustainability. United Nation Publication.* New York.
- Yuliana, R. (2013) "*Analisis Strategi Pemasaran pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa Segmentasi, Targeting, dan Positioning serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Semarang.*" Jurnal STIE Semarang 5 (2): 79-92.

LAMPIRAN I

Analisis Finansial Kawasan Zagro Jemah Agritourism Education Center Desa Sukaraja Kecamatan Air Putih Kabupaten Batu Bara

No	Kegiatan	BIAYA	BENEFIT	PV BIAYA KOTOR	PV BENEFIT KOTOR	BENEFIT BERSIH	NPV 11%
1	Pemb.Sanpras +Oprasional (thn1)	Rp15.312.575.000		13.795.112.613	0	-	-
2	Profit Tahun-0						
3	Profit Tahun-1	Rp314.400.000	Rp7.245.600.000	255.174.093	Rp5.880.691.502	Rp7.245.600.000	Rp5.880.691.502
4	Profit Tahun-2	Rp314.400.000	Rp8.694.720.000	229.886.570	Rp7.056.829.803	Rp8.694.720.000	Rp6.357.504.327
5	Profit Tahun-3	Rp314.400.000	Rp9.564.192.000	207.105.018	Rp6.993.254.760	Rp9.564.192.000	Rp6.300.229.513
6	Profit Tahun-4	Rp314.400.000	Rp10.520.611.200	186.581.098	Rp6.930.252.464	Rp10.520.611.200	Rp6.243.470.689
7	Profit Tahun-5	Rp314.400.000	Rp9.564.192.000	168.091.079	Rp6.867.817.757	Rp11.572.672.320	Rp6.187.223.205
8	Profit Tahun-6	Rp314.400.000	Rp9.564.192.000	151.433.404	Rp5.113.407.607	Rp9.564.192.000	Rp4.606.673.520
9	Profit Tahun-7	Rp314.400.000	Rp8.694.720.000	136.426.490	Rp4.187.885.018	Rp8.694.720.000	Rp3.772.869.386
10	Profit Tahun-8	Rp314.400.000	Rp7.245.600.000	122.906.748	Rp3.144.057.822	Rp7.245.600.000	Rp2.832.484.524
11	Profit Tahun-9	Rp314.400.000	Rp7.245.600.000	110.726.800	Rp1.982.739.167	Rp5.071.920.000	Rp1.786.251.502
12	Profit Tahun-10	Rp314.400.000	Rp7.245.600.000	38.996.260	Rp1.786.251.502	Rp5.071.920.000	Rp629.090.054
	TOTAL		Rp78.339.427.200		Rp48.156.935.901	Rp62.861.652.520	Rp30.172.285.555

NPV 12%	NPV 17%	DF 11 %	DF 12%	DF 17 %
-				
Rp12.317.064.833	-Rp13.087.670.940			
		0,900900901	0,892857143	0,854700855
Rp5.776.147.959	Rp5.293.008.985	0,811622433	0,797193878	0,730513551
Rp6.188.729.956	Rp5.428.727.164	0,731191381	0,711780248	0,624370556
Rp6.078.216.921	Rp5.103.931.522	0,658730974	0,635518078	0,533650048
Rp5.969.677.333	Rp4.798.568.098	0,593451328	0,567426856	0,456111152
Rp5.863.075.952	Rp4.511.474.280	0,534640836	0,506631121	0,389838592
Rp2.454.889.871	Rp1.453.509.735	0,481658411	0,256675093	0,151974128
Rp1.130.657.825	Rp2.897.040.513	0,433926496	0,13003959	0,333195378
Rp477.355.368	Rp2.063.419.169	0,390924771	0,065882103	0,284782374
Rp169.290.160	Rp1.234.524.289	0,352184479	0,033377924	0,243403738
Rp85.767.663	Rp300.487.827	0,124033907	0,016910295	0,05924538
Rp21.144.330.986	-Rp1.391.963.603			

Rata2	Rp93.661.344.000	Rp7.833.942.720	
B/C 11 %	PVBENEFIT		Rp42.181.146.666
	PV COST		Rp13.795.112.613
	PVBENEFIT/PV COST		3,057687737
NPV 11%	Rp30.172.285.555		

IRR =	0.12	Rp21.144.330.986
		-Rp1.391.963.603
		Rp22.536.294.588
		1,52
		0.076
		0.195
	19,6 %	

PI	1,954644749	2 TAHUN
-----------	--------------------	----------------