

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia memiliki berbagai macam kesibukan, seperti bekerja untuk memenuhi kebutuhan manusia, baik itu kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder atau bahkan tersier. Namun, dalam rutinitas sehari-hari tersebut, ada kalanya manusia memiliki rasa jenuh dari yang mereka lakukan. Salah satu cara untuk menghilangkan rasa jenuh dan penat itu bisa melalui kegiatan *refreshing*. Kegiatan ini bertujuan untuk mengalihkan perhatian kepada suasana baru yang diharapkan dapat menghilangkan rasa penat dan jenuh akibat kegiatan sehari-hari. Kegiatan *refreshing* yang paling umum dilakukan oleh masyarakat adalah dengan berwisata. Menurut Undang Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Pariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang serta Negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah serta pengusaha (Riani, 2021). Berdasarkan pengertian tersebut, pariwisata bisa menjadi alternatif untuk kegiatan *refreshing* masyarakat, bahkan bisa meningkatkan pendapatan daerah dan pendapatan nasional, bila dikelola dengan baik.

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting yang berkontribusi dalam pendapatan nasional. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menjelaskan bahwa dalam beberapa waktu terakhir, pariwisata berkontribusi semakin besar

setiap tahunnya terhadap perekonomian negara. Rencana Induk Kementerian Pariwisata mengenai Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025, menyebutkan bahwa dalam rangka mewujudkan visi pembangunan kepariwisataan nasional, diantaranya ditempuh melalui misi pembangunan kepariwisataan nasional dengan mengembangkan pemasaran pariwisata yang sinergis, unggul, dan bertanggung jawab untuk meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara. Walaupun wisatawan nusantara tidak dapat meningkatkan devisa negara, wisatawan nusantara dapat berperan untuk menggerakkan perekonomian negara, seperti menghidupkan sektor transportasi, penginapan, kuliner dan sebagainya. Wisatawan yang dapat meningkatkan devisa negara disebut wisatawan mancanegara (wisman). Selama tahun 2019, jumlah kunjungan wisman ke Indonesia mencapai 16,11 juta kunjungan atau naik 1,88 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisman pada periode yang sama tahun 2018 yang berjumlah 15,81 juta kunjungan (BPS, 2019). Menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, devisa yang dihasilkan dari sektor pariwisata pada tahun 2019 adalah sebesar Rp. 280 triliun, meningkat dari devisa yang dihasilkan sektor pariwisata pada tahun 2018 dengan jumlah sebesar Rp. 270 triliun. Selain itu, sektor pariwisata juga pada PDB Nasional sebesar 5,5%. Oleh karena itu, sektor pariwisata dapat berperan penting pada pemasukan pendapatan negara dan mendorong beberapa daerah untuk mengembangkan potensi pariwisata mereka.

Indonesia sebagai negara khatulistiwa mempunyai panorama alam yang indah. Hal ini mendorong beberapa daerah untuk mengembangkan sektor pariwisata mereka. Beberapa daerah yang menjadi destinasi favorit wisatawan, mengembangkan sektor pariwisata mereka, seperti Bali dan Daerah Istimewa

Yogyakarta. Bali sebagai destinasi favorit wisatawan mancanegara mengembangkan potensi keindahan alam mereka, seperti pantai dan daratan tinggi. Sedangkan, Daerah Istimewa Yogyakarta mengembangkan potensi mereka yang memiliki keindahan alam, budaya jawa yang kental dan beberapa peninggalan kerajaan hindu-budha (candi).

Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki banyak tempat wisata untuk dikunjungi. Beberapa diantaranya yang paling populer adalah Candi Borobudur yang merupakan candi budha terbesar didunia dan pernah menjadi salah satu dari 7 keajaiban dunia. Selain itu, Jalan Malioboro juga merupakan destinasi wajib bagi pada wisatawan yang hendak berwisata ke Yogyakarta. Malioboro menawarkan berbagai pernik dan pakaian bernuansa jawa yang menarik untuk dibawa sebagai cinderamata. Namun, Daerah Istimewa Yogyakarta juga memiliki wisata alam, seperti *Lava Tour* dan beberapa agrowisata.

Agrowisata atau wisata pertanian didefinisikan sebagai rangkaian aktivitas perjalanan wisata yang memanfaatkan lokasi atau sektor pertanian mulai dari awal produksi hingga diperoleh produk pertanian dalam berbagai sistem dan skala dengan tujuan memperluas pengetahuan, pemahaman, pengalaman, dan rekreasi di bidang pertanian. Adanya Pengembangan Agrowisata di perdesaan yang berbasis masyarakat setempat diharapkan dapat memberi manfaat yang banyak, tidak saja bagi masyarakat perdesaan tetapi juga masyarakat perkotaan untuk lebih memahami dan memberikan apresiasi pada bidang pertanian serta menjadi sarana edukasi.(Nurisjah, 2015).

Agrowisata di Yogyakarta semakin berkembang pada beberapa waktu. Hal ini dikarenakan potensi alam dan kesuburan tanah yang baik dimiliki oleh Provinsi DIY. Beberapa agrowisata yang berkembang di Yogyakarta adalah berupa agrowisata buah, antara lain, Kebun Buah Mangunan, Kebun Buah Langka Sedayu, dan agrowisata yang baru terbentuk sejak Oktober 2020, yaitu agrowisata Jogja Anggur.

Jogja Anggur merupakan agrowisata buah anggur yang menawarkan pemandangan kebun anggur, petik buah, dan penjualan bibit anggur. Jogja Anggur berlokasi di Jetis, Patalan, Kec. Jetis, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lahan yang dimiliki oleh Jogja Anggur adalah seluas 2000 meter persegi. Aktivitas yang disediakan oleh agrowisata ini adalah kegiatan petik anggur dan membeli anggur tersebut. Selain itu, agrowisata ini juga menawarkan penjualan bibit buah anggur. Wisatawan dapat menikmati agrowisata tersebut dengan membayar tiket masuk sebesar Rp.10.000 – Rp. 25.000. Anggur dapat dipetik pada musim panen dan dijual per Kg dengan kisaran harga Rp.100.000 – Rp.140.000. Anggur yang dikembangkan pada agrowisata ini merupakan jenis buah varietas eropa. Selain itu, anggur yang terdapat pada agrowisata ini juga diolah menjadi selai. Namun, agrowisata ini baru berdiri sejak Oktober 2020 dan belum terlalu populer jika dibandingkan dengan agrowisata buah lain yang terletak di Yogyakarta. Oleh karena itu, melihat potensi yang dimiliki oleh agrowisata tersebut serta pengunjung yang belum masif, maka perlu dilakukan penelitian tentang Strategi Pengembangan Agrowisata Jogja Anggur.

B. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis faktor lingkungan internal dan eksternal yang berpengaruh dalam pengembangan Agrowisata Jogja Anggur
2. Mengetahui Strategi Pengembangan Agrowisata Jogja Anggur

C. Kegunaan Penelitian

1. Bagi pembaca, penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat mengenai strategi pengembangan di Jogja Anggur
2. Bagi pemilik dan pengelola Jogja Anggur agar dapat mengembangkan Agrowisata Jogja Anggur menjadi lebih baik lagi
3. Bagi penulis, untuk menambah ilmu dan mengembangkan wawasan dalam strategi pengembangan