

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai salah satu negara yang memiliki daya tarik wisata. Negara tropis yang memiliki musim berbeda dengan negara dibelahan dunia lainnya, yaitu musim panas dan musim penghujan. Berada diantara dua benua dan dua samudra membuat Indonesia menjadi daya tarik bagi para wisatawan. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa memang sejak dulu sering disinggahi dan diakui sebagai salah satu negeri yang indah. Letak strategis inilah yang merupakan salah satu faktor penunjang dalam pariwisata.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Indonesia (asing dan lokal)

No	Tahun	Jumlah Pengunjung (Juta Orang)
1.	2016	11,52
2.	2017	14,04
3.	2018	15,81

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2019.

Pariwisata merupakan salah satu kegiatan industri pelayanan dan jasa yang menjadi andalan Indonesia sebagai salah satu penghasil pertumbuhan ekonomi negara disektor non migas. Dengan adanya sektor pariwisata diharapkan menjadi pendorong pertumbuhan pembangunan pada sektor perkebunan, pertanian, perdagangan, perindustrian dan lain-lain. Dalam sektor pertanian, salah satu potensi yang sedang dikembangkan secara optimal adalah agrowisata (*agro tourism*). Agrowisata merupakan suatu kegiatan yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai salah satu objek wisata, baik dalam potensi pemandangan alam kawasan pertanian, keanekaragaman aktivitas produksi, dan teknologi pertaniannya.

Agrowisata merupakan bentuk usaha bisnis di bidang pertanian dengan memanfaatkan kawasan pertanian (pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, dan hortikultura) di tata secara teratur menjadi sebuah kawasan wisata dengan menggunakan sistem penjualan jasa kepada konsumen. Bentuk jasa tersebut dapat berupa keindahan, ketentraman, dan pendidikan. Pengembangan usaha agrowisata membutuhkan manajemen yang prima di antara sub sistem diantaranya, ketersediaan sarana dan prasarana wisata, objek yang dijual, promosi, dan pelayanan. Menurut Nurisjah (2001) dalam Budiarti (2013), agrowisata didefinisikan sebagai rangkaian aktivitas perjalanan wisata yang memanfaatkan lokasi atau sektor pertanian mulai dari awal produksi sampai memperoleh hasil pertanian dalam berbagai sistem dan skala dengan tujuan memperluas pengetahuan, pemahaman, pengalaman, dan rekreasi di bidang pertanian.

Bisnis dalam pertanian tidak hanya dalam bidang agrowisata akan tetapi saat ini banyak dikembangkan agrowisata bersifat edukasi atau lebih dikenal dengan istilah agroedukasi. Agroedukasi merupakan salah satu potensi ekonomi kreatif pada sektor pertanian yang dapat memberikan dampak positif diantaranya tidak hanya berwisata akan tetapi memberikan nilai-nilai edukasi kepada pengunjung, dan meningkatkan nilai jual produk pertanian. Potensi Agroedukasi yang sangat tinggi belum sepenuhnya dapat dikembangkan dan dimanfaatkan secara optimal. Maka, perlu dirumuskan langkah-langkah kebijakan yang konkrit dan operasional untuk tercapainya keberhasilan suatu pengelolaan agroedukasi yang mengacu dengan era globalisasi dan otonomi

daerah tersebut. Sesuai dengan keunikan atau kekayaan spesifik pada lokasi yang dimiliki.

Setiap daerah dituntut untuk meningkatkan kapasitas dan produktivitasnya sehingga memiliki daya saing yang tinggi. Peningkatan daya saing tersebut diharapkan dapat berdampak untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Setiap obyek agroedukasi membutuhkan kerjasama yang sinergis antara pelaku yang terlibat dalam pengelolaan agroedukasi yaitu masyarakat, swasta, dan pemerintah. Dengan sumber daya yang tersedia dan berbagai potensi keunikan masing-masing, pemerintah daerah juga dituntut untuk senantiasa bekerja keras dalam menciptakan atau mengembangkan sumber daya yang ada.

Strategi komersial dapat diterapkan pada agroedukasi untuk meningkatkan kesejahteraan baik dalam finansial, sosial, dan lingkungan. Sehingga dapat memaksimalkan profit sekaligus dampak bagi setiap elemen yang terlibat di dalam usahanya hal tersebut dapat dikatakan juga sebagai *social enterprise*. Dengan menggunakan *social enterprise* suatu usaha tidak perlu bergantung pada donor atau tenaga sukarela. Bisnis agroedukasi tersebut dapat terus berjalan dan memiliki profit serta keuntungan dengan cara pemutaran dana bisnis. Dengan semakin berkembangnya bisnis berbasis sosial maka profitnya akan semakin besar juga dapat digunakan untuk mendukung misi sosial dalam bisnis. Maka kesinambungan akan tercapai dan keberlangsungan bisnis serta misi sosial akan lebih terjamin.

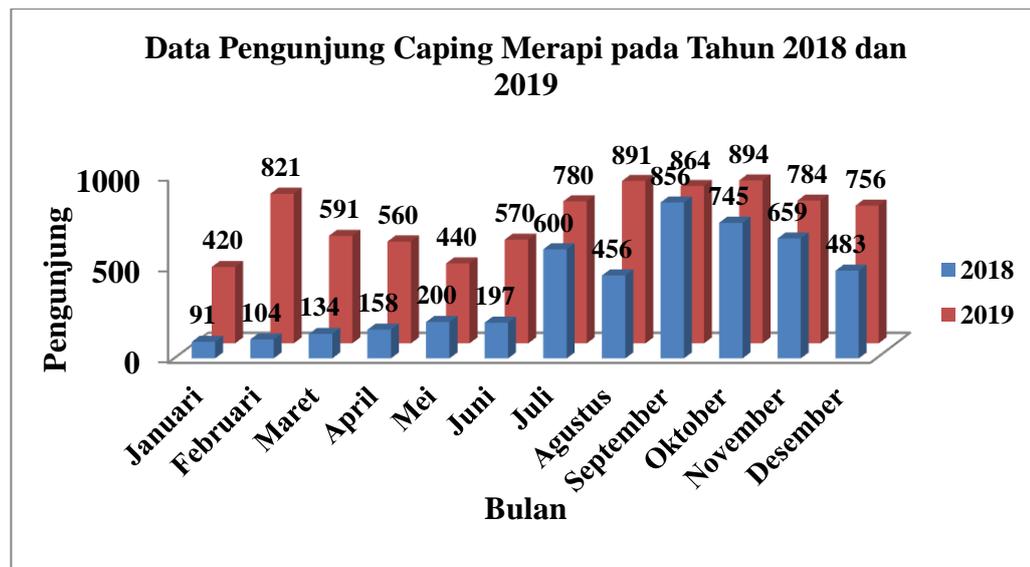
Strategi pengembangan agroedukasi di Daerah Istimewa Yogyakarta lebih mengoptimalkan pemanfaatan dari berbagai potensi sumberdaya lokal

yang tersedia untuk dapat mendorong dan mengakselerasi terwujudnya sistem agroedukasi yang berdayasaing, memiliki keunggulan kompetitif dan komparatif, berbasis kerakyatan (*pro poor*), ramah lingkungan (*pro environment*), berkelanjutan, dan menciptakan lapangan kerja baru (*pro job*). Bertumpu pada inovasi, kreatifitas, peran serta, dan partisipasi aktif seluruh pelaku usaha dan masyarakat pertanian (*pro growth*) serta difasilitasi secara memadai oleh pemerintah dan didukung penuh oleh kalangan akademisi, dan pihak swasta.

Salah satu agroedukasi yang dikembangkan oleh pihak swasta dan menerapkan misi sosial adalah Agroedukasi Caping Merapi. Agroedukasi Caping merapi pertama kali didirikan pada 7 Oktober 2017 oleh para anggota komunitas pertanian yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Agroedukasi Caping Merapi berlokasi di Jl. Raya Tajem KM 2.5, Wedomartani, Ngemplak, Sleman, D.I.Yogyakarta. Memiliki luas area sekitar 2,4 ha yang dapat digunakan untuk melakukan kegiatan budidaya, wisata, dan pelatihan secara optimal. Melihat perkembangan pembangunan yang semakin pesat membuat lahan pertanian dan lahan terbuka hijau diperkotaan khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta semakin berkurang. Penerapan pertanian organik yang sangat lambat di masyarakat membuat pihak Agroedukasi Caping Merapi sebagai salah satu wadah pertanian organik di Yogyakarta terdorong untuk bergerak secara simultan untuk melakukan edukasi kepada masyarakat untuk lebih memanfaatkan hasil pertanian secara organik dan mengembangkan hasil pertanian.

Awal berdirinya Agroedukasi Caping Merapi ini disebabkan karena adanya keresahan dari para anggota komunitas pertanian khususnya di Yogyakarta untuk mengembangkan bisnis dalam bidang pertanian khususnya pertanian organik di daerah tersebut, dan juga belum banyak yang membuka jasa kegiatan edukasi terutama dalam bidang pertanian organik. Agroedukasi Caping Merapi bisa dikatakan sebagai *sociopreneur*, karena agroedukasi tidak hanya menjalankan bisnis untuk mendapatkan keuntungan semata tetapi terdapat unsur sosial agar dapat berkontribusi dalam kesejahteraan banyak orang. Salah satu cara yang digunakan yaitu memberikan edukasi kepada masyarakat tentang pemanfaatan dan pengembangan pertanian organik.

Jumlah pengunjung di Caping Merapi, pada dasarnya mengalami peningkatan dari tahun ketahun (Gambar 1). Peningkatan jumlah pengunjung terutama pada pengunjung pelajar, diharapkan berdampak positif untuk dapat menumbuhkan minat generasi muda dalam bidang pertanian. Berikut adalah data pengunjung Caping Merapi pada tahun 2018 dan tahun 2019.



Sumber: Manajemen Caping Merapi

Gambar 1. Data Pengunjung Caping Merapi pada tahun 2018 dan 2019

Caping Merapi memiliki potensi wisata edukasi karena mereka berfokus kepada hal edukasi, dimana mereka ingin memperkenalkan mengenai pertanian organik secara luas kepada masyarakat, terutama pada pertanian sehat dan *urban farming*. Lokasi yang sangat mudah ditemukan dan akses menuju kebun sangat memadai. Selain itu juga agroedukasi memiliki kebun yang sangat kompleks dengan tanaman hortikultura seperti sayuran, buah-buahan, tanaman hias, dan tanaman herbal. Pengunjung juga dapat menikmati langsung atau membeli produk-produk hasil pertanian dari kebun yang dikembangkan oleh Agroedukasi Caping Merapi. Fasilitas yang mendukung juga sangatlah lengkap dari kebun, tempat penjualan bibit tanaman hortikultura, lahan parkir cukup luas, aula yang digunakan untuk sarana pengolahan dan sarana pelatihan. Potensi agroedukasi yang tinggi tersebut belum sepenuhnya dapat dikembangkan dan dimanfaatkan secara optimal seperti fasilitas penunjang yang sudah memadai namun masih belum cukup terawat dengan baik. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kurangnya sumber daya manusia dalam mengelola Agroedukasi Caping Merapi, dan apabila terjadi musim hujan maka akses menuju kebun akan terhambat dikarenakan terjadi genangan di area kebun. Adapun beberapa faktor eksternal yang dimiliki oleh Agroedukasi Caping Merapi seperti banyaknya pengunjung di dominasi oleh kalangan pelajar yang merupakan segmen utama dalam wisata edukasi, dan adanya pesaing yang bergerak dalam bidang yang sama.

Berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal diatas, Agroedukasi Caping Merapi ini memiliki beberapa permasalahan yaitu penurunan jumlah

pengunjung pada enam bulan pertama di setiap tahunnya dapat dilihat pada (Gambar 1), promosi yang terbatas, kurangnya inovasi dalam penyampaian materi kepada para pengunjung, kegiatan dalam melakukan kunjungan agroedukasi kurang bervariasi, sumber daya manusia masih belum cukup banyak dalam mengelola agroedukasi yang mengakibatkan terjadinya perangkapan kerja. Hal tersebut membuat fasilitas yang ada di Agroedukasi Caping Merapi kurang terjaga kebersihannya. Sementara pesaing dalam bidang yang sama menawarkan fasilitas yang lebih lengkap dan beragam untuk menunjang edukasi dalam bidang pertanian, terdapat pula beberapa fasilitas spot foto yang dapat menarik minat pengunjung untuk datang. Melihat kondisi tersebut maka Agroedukasi Caping Merapi perlu melakukan strategi pengembangan dengan mengetahui beberapa faktor yang ada. Mendeskripsikan beberapa faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Agroedukasi Caping Merapi, membuat strategi alternatif yang dapat diterapkan serta memberikan prioritas strategi bagi Agroedukasi Caping Merapi agar dapat lebih berkembang.

B. Tujuan

1. Mendeskripsikan berbagai faktor kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dimiliki oleh Agroedukasi Caping Merapi.
2. Merumuskan strategi pengembangan yang tepat agar dapat diterapkan oleh Agroedukasi Caping Merapi.

C. Kegunaan

1. Bagi penulis, dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai strategi pengembangan pada suatu komoditas.
2. Bagi pembaca, penelitian ini diharap dapat memberikan informasi mengenai strategi pengembangan agroedukasi.
3. Bagi pihak Caping Merapi, diharap penelitian ini bisa memberikan masukan mengenai strategi dalam pengembangan agroedukasi serta dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan, dan dapat mengevaluasi Agroedukasi Caping Merapi untuk lebih berkembang.