

**Strategi Pemerintah Desa Muara dalam Pengembangan Agrowisata
(Studi Kasus Agrowisata Melon Emas di Desa Muara Kabupaten Karawang)**

Aliyah¹, Lina Aryani² Evi Priyanti³

¹Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang

^{2,3}Dosen Universitas Singaperbangsa Karawang

Email: aliyah.pff14@gmail.com, HP. 085889692410

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima: 2 Maret 2020

Direvisi: 6 Maret 2022

Dipublikasikan: Maret 2022

e-ISSN: 2089-5364

p-ISSN: 2622-8327

DOI: 10.5281/zenodo.6357836

Abstract:

Tourism is often referred to as one of the keys to building a country's economy where currently many countries including Indonesia are trying to make the tourism sector one of the key sectors of economic development and help boost the country's foreign exchange. The Muara Village Government and Muara BUMDes made a tourism innovation, namely establishing a golden melon garden agrotourism. However, the potential of Golden Melon Agrotourism has not been fully developed to its full potential. There are several causes for the less than optimal development of agro-tourism, including the limited quality of human resources and the limited budget. The research was conducted to determine the strategy of the Muara village government in the development of agro-tourism. This research was conducted in Muara Village, Cilamaya Wetan District. Data was collected through observation, interviews and documentation. The data used in this study are primary data and secondary data. After obtaining the data, the researcher then analyzed the data, and the analytical methods used in this study were data reduction, data presentation and conclusion drawing. The results showed that the strategy carried out by the Muara Village government was still not optimal. This is seen through Kotten's theory where Kotten suggests that the types of strategies are divided into four, namely organizational strategy, program strategy, resource availability strategy and institutional strategy

Keywords: *Strategy, Village Government, Tourism Development, Agrotourism*

PENDAHULUAN

Pariwisata sering disebut sebagai salah satu kunci dalam membangun

perekonomian negara dimana saat ini banyak negara termasuk Indonesia berupaya memanfaatkan sektor pariwisata sebagai salah satu sektor

kunci dalam pembangunan ekonomi dan membantu mendongkrak devisa negara. Pariwisata juga dinilai menjadi sarana penting dalam memperkenalkan budaya lokal kepada para wisatawan. Sebagai negara agraris, Indonesia menaruh harapan besar pada sektor pariwisata ini. Hal tersebut karena Indonesia mempunyai segudang potensi wisata, baik dalam segi potensi alam ataupun sosial budaya. Dimana jika sektor pariwisata ini dapat dikelola dengan baik dan tepat tentu akan menjadi sumber adalah bagi perekonomian nasional.

Dewasa ini perkembangan pariwisata menawarkan beragam destinasi wisata baru dengan konsep unik dan menarik seperti halnya destinasi agrowisata yang banyak digemari wisatawan akhir-akhir ini. Agrowisata dalam KBBI memiliki makna wisata yang sarasannya adalah pertanian. Secara umum agrowisata dapat diartikan sebagai sebuah bidang pariwisata yang menjadikan potensi pertanian sebagai objek utama pariwisata. Tujuan dari pengembangan agrowisata itu sendiri selain memperoleh keuntungan ekonomi juga untuk memperluas pengetahuan wisatawan mengenai pertanian dan memberikan pengalaman rekreasi sekaligus belajar bertani. Menurut Sznajder dkk (2009) Agrowisata adalah rekreasi yang membawa wisatawan ke daerah pertanian atau pertanian dengan jasa wisata untuk rekreasi, pendidikan dan tujuan hiburan.

Pengelolaan dan pengembangan pariwisata pada prinsipnya sangat memerlukan dukungan dari berbagai pihak terkait seperti pemerintah, swasta maupun masyarakat. Pemerintah desa diberikan kewenangan untuk mengelola sendiri potensi pariwisatanya, hal tersebut tertuang dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang

Desa, dimana pemerintah Desa memiliki kewenangan untuk mengatur dan mengurus urusan rumah tangganya sendiri. Dengan kewenangan yang diberikan, pemerintah Desa mempunyai hak untuk mengolah potensi-potensi yang ada di desa untuk dapat dikembangkan dan dimanfaatkan sebaik mungkin. Untuk menggunakan wewenang baik tersebut, pemerintah desa harus menyiapkan strategi khusus untuk mencari dan mengembangkan potensi wisata yang ada di Desa.

Desa Muara berlokasi di Kecamatan Cilamaya Kabupaten Karawang yang kaya akan potensi sumber daya alam. Potensi sumber daya alam di Desa Muara diantaranya adalah perikanan dan pertanian. Selain kedua sektor tersebut, Desa Muara juga mempunyai tanah/lahan yang cukup luas dan subur untuk bisa ditanami berbagai tumbuhan dan sayur-sayuran. Melihat potensi perkebunan yang sangat menjanjikan Pemerintah Desa Muara dan BUMDes Muara membuat sebuah inovasi wisata yaitu membangun Agrowisata kebun melon emas. Agrowisata melon emas ini berlokasi di Desa Muara Kecamatan Cilamaya wetan Kabupaten Karawang yang dimana agrowisata ini dikelola langsung oleh BUMDes Karya Jaya Desa Muara dan resmi dibuka pada tahun 2020. Agrowisata melon emas ini menawarkan beberapa produk seperti melon emas dan beragam sayuran. Agrowisata melon emas ini dibangun di atas lahan 750 m². Sejak pertama kali dibuka Agrowisata ini ramai didatangi oleh wisatawan, baik oleh wisatawan lokal Desa Muara ataupun dari luar Desa Muara.

Objek wisata utama Agrowisata ini merupakan kebun melon emas yang ditanam langsung oleh petani Desa Muara. Buah melon di wisata ini bukan melon biasa melainkan buah melon

super yaitu melon varietas unggulan jenis *erni* dan *golden*. Agrowisata di Desa Muara ini mengusung konsep *Food and Fun* dimana wisatawan yang mengunjungi Agrowisata ini bukan hanya melihat perkebunannya saja melainkan bisa langsung memetik buah melon emas ini langsung dari kebun. Buah melon emas ini dapat dipanen selama 3 bulan sekali, dalam sekali periode panen, buah yang bisa di panen mencapai puluhan ton buah melon. Bahkan dalam hasil panen melon tahap pertama mencapai 1 ton buah melon.

Namun potensi Agrowisata Melon Emas ini belum sepenuhnya dikembangkan dengan maksimal. Sarana dan prasarana di objek wisata tersebut masih sangat minim dan kurang memadai. Ada beberapa penyebab kurang maksimalnya pengembangan Agrowisata tersebut diantaranya masih terbatasnya kualitas sumber daya manusia yang mampu mengelola agrowisata dan masih terbatasnya anggaran. Untuk itu perlu dirumuskan langkah-langkah dan kebijakan konkrit untuk mengoptimalkan pengembangan Agrowisata melon emas ini agar memberikan kebermanfaatan untuk masyarakat setempat. Oleh karena itu diperlukannya sebuah strategi untuk meningkatkan kualitas agrowisata melon emas ini agar bisa lebih baik. Strategi menjadi hal yang sangat diperlukan dalam pengembangan suatu objek wisata di sebuah organisasi ataupun perusahaan dalam rangka mencapai tujuan.

Berdasarkan fenomena yang telah peneliti jelaskan, peneliti tertarik untuk meneliti Strategi Desa Muara dalam pengembangan Agrowisata yang dimana penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Strategi Pemerintah Desa Muara dalam pengembangan Agrowisata.

Strategi adalah alat yang digunakan untuk mencapai sebuah tujuan yang telah ditetapkan. Strategi merupakan suatu hal fundamental dan wajib digunakan oleh setiap organisasi, karena jika strategi dirumuskan dan digunakan dengan baik, maka semua aktivitas akan berjalan secara efektif dan sistematis. Menurut Rangkuti (2004:3) strategi adalah alat yang digunakan untuk mencapai tujuan atau sasaran yang ditetapkan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya keuangan. Sedangkan menurut David (2011 : 18-19) Strategi merupakan sarana kolaboratif untuk tujuan jangka panjang yang ingin dicapai. Dapat disimpulkan bahwa strategi adalah alat yang digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang (Fitriadi, 2013). Dalam mengembangkan sebuah bisnis, perlu dikembangkan strategi untuk mencapai visi-misi atau untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya.

Tipe strategi

Pisau analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe-tipe strategi yang dituliskan oleh Kotten dalam (Samsuriadi, 2017). Tipe-tipe strategi yang dikemukakan Kotten terdapat 4 tipe. Teori Kotten akan membantu peneliti dalam menganalisa tipe atau bentuk apa yang dipakai oleh pemerintah Desa Muara dalam pengembangan Agrowisata. Adapun tipe-tipe strategi yang dikemukakan Kotten adalah sebagai berikut:

1. Strategi organisasi (*Corporate Strategy*)

Tipe strategi pertama ini berkaitan dengan visi misi dan tujuan organisasi dimana biasanya strategi dirumuskan melalui visi misi suatu organisasi atau lembaga pemerintahan seperti yang termuat dalam

rencana strategis ataupun rencana-rencana masa depan organisasi.

2. Strategi program (*Program Strategy*)

Tipe strategi ini cenderung memperhatikan dampak atau implikasi strategis program tertentu. Jika suatu program dijalankan apa dampak yang nantinya akan dirasakan masyarakat, apakah masyarakat akan merasakan manfaat positif program yang dijalankan atau tidak.

3. Strategi pendukung sumber daya (*Resource Support Strategy*)

Tipe strategi ini memfokuskan pada pengoptimalan berbagai sumber daya yang tersedia untuk meningkatkan kinerja organisasi. Sumber daya itu dapat berupa sarana prasarana, tenaga, teknologi, keuangan dan lainnya.

4. Strategi kelembagaan (*Institutional Strategi*)

Tipe strategi kelembagaan ini memfokuskan pada peningkatan kualitas atau kemampuan sebuah organisasi dalam memanfaatkan seefektif mungkin unsur-unsur kelembagaan seperti aturan organisasi, kewenangan dan tanggung yang dimiliki instansi tersebut dalam mendukung suatu program.

KONSEP PEMERINTAH DESA

Pemerintah Desa adalah unit penyelenggara pemerintahan terkecil yang berkedudukan di wilayah Kabupaten/Kota dan memiliki batas wilayah dan juga memiliki kewenangan untuk mengatur sendiri urusan pemerintahannya. Hal ini selaras dengan pengertian Desa menurut Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014

pasal 1 angka 2 pemerintah desa adalah kasatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah dan memiliki kewenangan untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintah, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat. Desa seperti yang sudah didefinisikan oleh UU No. 6 Tahun 2014 dengan jelas mendefinisikan bahwa desa memiliki kewenangan untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan rumah tangganya. Dengan kata lain Desa juga memiliki otonomi Desa dan dengan diberikannya otonomi desa, pemerintah Desa berhak mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat Desa sesuai dengan kondisi sosial budaya lokal masyarakat setempat..

Menurut Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014, Desa mempunyai kewenangan meliputi kewenangan dibidang penyelenggaraan pemerintah Desa, penyelenggaraan pembangunan Desa, pembinaan masyarakat desa berdasarkan prakarsa masyarakat, asal usul dan adat istiadat Desa. Berdasarkan hal tersebut pemerintah Desa diberikan keleluasaan untuk mengelola sendiri urusan pemerintahannya dimana hal tersebut bertujuan untuk percepatan dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat Desa dan membangun kemajuan bangsa yang dimulai dari masyarakat Desa.

KONSEP PENGEMBANGAN PARIWISATA

M. Liga Suryadana dalam Putra (2019:18) menyebutkan bahwa ada beberapa elemen dasar pariwisata yang harus diperhatikan dalam melakukan pengembangan pariwisata. Komponen-komponen tersebut diantaranya : Daya tarik, Aksesibilitas, Fasilitas dan Lembaga pengelola. Adapun menurut Yoeti (1997:2-3) dalam (M Ryan Saputra, 2019) pengembangan

pariwisata perlu memperhatikan beberapa aspek yaitu :

- a. Wisatawan
Menganalisis karakteristik wisatawan merupakan hal yang penting dalam rangka pengembangan wisata, dengan mengetahui karakteristik wisatawan, pengelola wisata akan mengetahui mengenai dari mana wisatawan tersebut berasal, berapa usianya dan kapan wisatawan tersebut melakukan perjalanan. Hal tersebut untuk menjadi bahan kajian pengelola wisata untuk menyesuaikan dengan apa yang wisatawan inginkan.
- b. Transportasi
Transportasi menjadi hal yang penting dalam pariwisata, penyediaan transportasi dan kemudahan memperoleh transportasi pada lokasi wisata menjadi nilai tambah dan membuat wisatawan menjadi mudah dalam menuju objek wisata yang mereka inginkan.
- c. Objek Wisata
Objek wisata yang akan dijual kepada pengunjung harus memenuhi tiga syarat yaitu (Helpiastuti, 2018),
 1. Apa yang dapat dilihat (*something to see*) berkaitan dengan apakah objek wisata tersebut memiliki sesuatu untuk bisa dilihat atau ditonton oleh pengunjung wisata atau tidak. Atau dengan kata lain objek wisata tersebut harus memiliki daya tarik yang mampu menarik perhatian wisatawan.
 2. Apa yang dapat dilakukan (*something to do*) syarat ini berkaitan dengan aktivitas apa saja yang ditawarkan kepada wisatawan, dimana aktivitas ini memberikan sesuatu yang

berguna dan memberikan kesan positif bagi pengunjung dengan memanfaatkan sarana dan prasarana yang telah disediakan di objek wisata tersebut.

3. Apa yang dapat dibeli (*something to buy*) syarat ini berkaitan dengan cenderamata atau oleh-oleh yang bisa wisatawan beli di lokasi wisata yang dimana cenderamata ini biasanya sesuatu ciri khas objek wisata tersebut.
- d. Fasilitas Pelayanan
Wisata akan lebih nyaman di kunjungi jika memiliki fasilitas pelayanan yang lengkap dan baik. Fasilitas tersebut mencakup restaurant, pelayanan umum, penginapan dan lain sebagainya.
- e. Informasi atau Promosi
Agar sebuah wisata dapat diketahui oleh publik maka perlu dibuatkan iklan untuk membagikan informasi kepada masyarakat luas mengenai pengembangan objek wisata dan mengajak wisatawan untuk berkunjung ke lokasi wisata. Promosi yang dilakukan biasanya berupa memasang papan iklan, brosur, promosi melalui media sosial dan lain sebagainya.
Prinsip pembangunan agrowisata yang berkelanjutan menurut Damaik dan Weber (2006) adalah adanya peran serta masyarakat dalam perencanaan. Masyarakat lokal, terutama penduduk lokal yang bertempat tinggal di kawasan wisata karena sesungguhnya masyarakat lokal memiliki peran penting dalam menentukan kualitas produk wisata. (Afni et al., 2020)

KONSEP AGROWISATA

Pariwisata didefinisikan oleh Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 sebagai berbagai jenis kegiatan pariwisata yang didukung

oleh berbagai sarana dan layanan yang disediakan oleh pemerintah, masyarakat ataupun swasta. Srimulyadi (2007:1) mendefinisikan agrowisata sebagai kegiatan wisata yang bertempat dikawasan pertanian. Kemudian Yoeti (2000) mendefinisikan agrowisata sebagai salah satu alternatif potensial untuk dikembangkan di desa. Dikatakan bahwa Agrowisata memiliki batasan karena agrowisata merupakan jenis wisata yang secara khusus menjadikan hasil peternakan, pertanian dan perkebunan sebagai daya tarik utama bagi wisatawan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa agrowisata adalah jenis wisata yang menarik wisatawan dengan memanfaatkan hasil pertanian dan menjadikan pertanian sebagai daya tarik utama untuk menarik wisatawan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Pendekatan kualitatif adalah suatu langkah yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian yang bersumber dari aktivitas observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini berlokasi di Desa Muara Kecamatan Cilamaya Wetan Kabupaten Karawang. Penelitian ini dilakukan selama satu minggu yakni pada tanggal 3-9 Juni 2021. Alasan peneliti memilih lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa agrowisata di Desa Muara ini memiliki potensi dan daya tarik yang luar biasa yang apabila dikembangkan dengan baik akan menjadi destinasi wisata kebanggaan warga Desa Muara. Penentuan subjek penelitian menggunakan *purposive sampling* dengan beberapa informan yaitu Kepala Desa Muara selaku penggerak pembangunan dan Direktur BUMDes Karya Jaya Desa Muara selaku pengelola BUMDes. Data dalam penelitian ini terdiri dari data primer

dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan melalui pengamatan, wawancara dengan informan dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder adalah data yang sebelumnya sudah diolah terlebih dahulu. Data yang peneliti maksud adalah data profile desa. Setelah memperoleh data, peneliti kemudian menganalisis data tersebut, dan metode analisa yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas mengenai strategi yang dilakukan oleh pemerintah Desa dalam mengembangkan Agrowisata di Desa Muara Kecamatan cilamaya wetan. Pemerintah memiliki hak dan tanggung jawab dalam menjalankan roda pemerintahan tentunya tidak terlepas dengan sebuah strategi. Karena dalam mengembangkan sebuah objek wisata tentu perlu adanya sebuah strategi-strategi khusus agar Agrowisata ini dapat menarik banyak wisatawan.

Untuk menganalisis strategi yang dilakukan pemerintah Desa Muara dalam pengembangan Agrowisata, penulis melihat sudut pandang Kotten yang dimana Kotten mengatakan bahwa ada 4 tipe strategi yaitu strategi organisasi, strategi program, strategi pendukung sumber daya dan strategi kelembagaan.

1. Strategi Organisasi (*Corporate Strategy*)

Tipe strategi pertama ini berkaitan dengan visi misi dan tujuan organisasi dimana biasanya strategi dirumuskan melalui visi misi suatu organisasi Tipe strategi ini dilihat dari upaya-upaya yang dilakukan pemerintah Desa dalam mewujudkan visi misinya tersebut. Strategi ini umumnya dapat dilihat

melalui program atau kegiatan yang dilakukan oleh suatu instansi atau dalam hal ini adalah pemerintah Desa.

Berdasarkan Visi-Misi Pemerintah Desa Muara ditemukan bahwa pemerintah Desa Muara memiliki Visi untuk mewujudkan masyarakat Desa Muara yang sejahtera melalui bidang perekonomian. Dalam rangka mewujudkan kemandirian perekonomian masyarakat, pemerintah Desa Muara membuat sebuah inovasi membangun sebuah Agrowisata, dimana Agrowisata ini merupakan program unggulan pemerintah Desa Muara dalam hal meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes) dan membantu perekonomian masyarakat. Kepala Desa Muara memprioritaskan pengembangan Agrowisata tersebut di periode kedua kepemimpinannya, dalam hal ini pemerintah Desa muara akan sangat serius untuk mengembangkan Agrowisata melon emas ini agar bisa memberikan kebermanfaatn untuk seuruh masyarakat Desa.

Dalam hal ini visi-misi yang telah disusun oleh pemerintah Desa dalam mewujudkan masyarakat yang sejahtera melalui ekonomi sudah sejalan dengan program Agrowisata yang dikembangkan yang dimana tujuannya untuk membantu perekonomian masyarakat sekitar. Dapat disimpulkan bahwa pemerintah Desa Muara dalam strategi organisasi ini sudah sangat baik.

2. Strategi Program (*Program Strategy*)

Strategi program ini cenderung memberikan perhatian pada dampak atau implikasi yang dirasakan. Aspek-aspek yang dapat dilihat dari strategi yang dilaksanakan oleh pemerintah ataupun perusahaan dengan melihat program tersebut memberikan dampak positif atau tidak untuk masyarakat

ataupun lingkungannya. Agrowisata di Desa Muara ini pada awalnya hanyalah sebuah perkebunan melon biasa. Tidak ada pengunjung dan hanya sebuah lahan yang ditanami pohon melon. Namun setelah perkebunan melon ini panen, banyak warga yang datang untuk melihat kebun melon tersebut dan membelinya. Antusias warga sangat besar sampai lahan perkebunan terisi penuh oleh warga yang ingin melihat dan membeli buah melon emas ini. Melihat antusias yang besar, pemerintah Desa Muara memutuskan untuk membuat sebuah objek wisata yang nilai jual utamanya adalah pertanian. Kemudian pemerintah Desa Muara dan BUMDes Muara memutuskan akan mengembangkan perkebunan melon ini menjadi Agrowisata Melon Emas. Pemerintah Desa terus berinovasi dalam mengembangkan Agrowisata ini. Menurut Manager BUMDes Karyajaya Desa Muara, pihaknya terus melakukan inovasi yaitu dengan menanam jenis buah yang lain yang sama-sama memiliki kualitas super. Seperti yang disampaikan oleh Manager Karyajaya BUMDes Desa Muara sebagai berikut:

“Kami (BUMDes Muara) bersama dengan Pemerintah Desa terus melakukan koordinasi dalam hal pengembangan objek Agrowisata ini, pemerintah Desa meminta agar bisa lebih banyak inovasi yang dilakukan agar Agrowisata ini bisa menarik perhatian wisatawan. Kami pun telah melakukan inovasi dengan menanam beragam jenis buah lain dengan kualitas super agar Agrowisata ini bisa memiliki lebih banyak pohon buah dan lebih banyak mendapatkan untung dengan menjual buah-buahan tersebut”.

Kehadiran Agrowisata melon emas ini sangat dirasa dampak positifnya oleh warga khususnya bagi para petani yang mengelola kebun melon

tersebut. Hasil dari panen melon tersebut akan dibagi untuk BUMDes Karyajaya dan untuk para petani kebun tersebut. Seperti yang disampaikan oleh Manager BUMDes Karyajaya Desa Muara sebagai berikut:

“Agrowisata melon emas ini sangat bermanfaat selain untuk meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes) Agrowisata ini menjadi sumber pendapatan warga. Meskipun saat ini petani yang mengelola ini hanya ada 5 orang namun semoga kedepannya kita bisa menarik lebih banyak pekerja, maka dari itu kita terus berusaha agar Agrowisata ini bisa terus ada dan diminati oleh wisatawan agar lebih banyak lagi warga Desa yang bisa kita berdayakan”

Diketahui bahwa Agrowisata melon emas sangat dirasa kebermanfaatannya oleh masyarakat sekitar, bahkan menjadikan Agrowisata ini menjadi sumber pendapatan masyarakat lokal. Maka dapat disimpulkan bahwa pemerintah Desa telah melakukan strategi program dengan baik karena program ini bisa dirasakan manfaatnya oleh masyarakat.

3. Strategi Pendukung Sumber Daya (Resource Support Strategy)

a. Sarana dan Prasarana

Salah satu hal pokok dalam menunjang kenyamanan wisatawan dalam berwisata adalah dengan menyediakan sarana dan prasarana yang cukup. Pemerintah Desa Muara terus melakukan perbaikan sarana dan prasarana wisata hal tersebut agar Agrowisata Desa Muara ini bisa menarik perhatian wisatawan. Menurut Moenir dalam (Samsuriadi, 2017) menuliskan bahwa sarana merupakan segala bentuk peralatan atau perlengkapan

kerja dan fasilitas yang dimanfaatkan untuk menunjang pelaksanaan pekerjaan. Adapun sarana dan prasarana yang diberikan dalam pengembangan Agrowisata ini adalah sebagai berikut:

1. Membangun gubuk

Gubuk di area Agrowisata dibangun dengan tujuan memberikan rasa nyaman untuk wisatawan yang membawa keluarganya untuk berwisata. Gubuk ini memiliki beragam fungsi seperti memungkinkan pengunjung untuk berkumpul bersama keluarga dan makan bersama. Pemerintah Desa membangun 3 buah gubuk yang cukup besar dan gubuk tersebut dibangun di atas empang hal tersebut bertujuan untuk memberikan sensasi yang berbeda kepada wisatawan. Dengan banyaknya pohon rindang dan gubuk yang luas,, diharapkan fasilitas ini bisa membuat wisatawan merasa nyaman dan ingin kembali berkunjung.

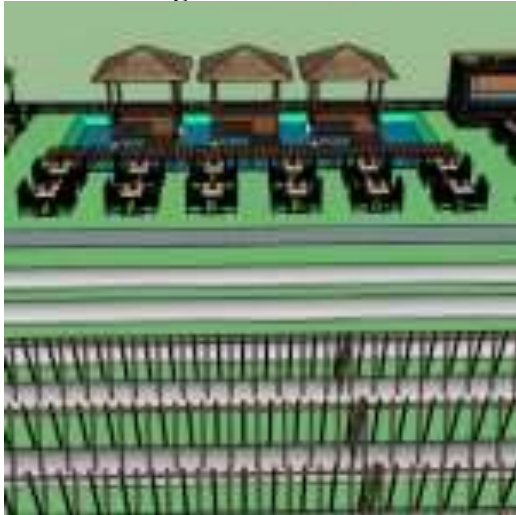
2. Membangun tempat duduk

Tempat duduk merupakan hal yang sangat penting untuk dibangun karena bisa dijadikan tempat wisatawan untuk beristirahat dan menikmati segarnya alam di Agrowisata ini. Tempat duduk yang dibuat memiliki konsep seperti rumah makan. Tempat duduk ini dibangun di beberapa titik dekat perkebunan. wisatawan bisa memanfaatkan tempat duduk tersebut untuk bersantai ataupun beristirahat setelah mengelilingi kebun.

3. Membangun Mushola

Selain membangun berbagai fasilitas pendukung guna menciptakan rasa nyaman, pemerintah Desa juga membangun mushola yang dapat wisatawan gunakan untuk beribadah.

Sarana Prasarana ataupun Fasilitas digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Fasilitas Wisata

b. Sumber Daya Manusia

Kualitas sumber daya manusia akan menjadi hal yang penting dalam pengembangan suatu program. Kualitas sumber daya manusia akan sangat menentukan kesuksesan suatu program. Menyadari peran penting dari kualitas sumber daya manusia, pemerintah desa memfasilitasi para petani dan pengelola Agrowisata ini seorang ahli. Ahli tersebut merupakan seorang Dosen pertanian di salah satu Universitas di Bandung, tentu dengan pengalaman ahli tersebut dalam bidang pertanian, pemerintah Desa berharap bahwa para petani dan pengelola dapat mengambil banyak ilmu dan pengalaman sehingga Agrowisata ini memiliki kualitas sumber daya manusia yang berkualitas.

Pengembangan agrowisata ini juga sangat membutuhkan dukungan dan peran serta warga setempat karena objek wisata Agrowisata ini bergantung pada warga setempat dalam hal menjaga lingkungan dan dalam mengelola objek wisata tersebut. Dalam hal ini sosialisasi menjadi hal yang penting untuk dilakukan. Sosialisasi yang dilakukan pemerintah bertujuan untuk menyamakan persepsi antara pemerintah dan anggota masyarakat agar tujuan pengembangan Agrowisata ini bisa didukung oleh berbagai pihak termasuk masyarakat setempat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Desa Muara, beliau mengatakan bahwa pemerintah Desa berperan dalam mensosialisasikan program ini ke pada masyarakat. Hal ini dilakukan agar objek wisata ini bisa diketahui oleh setiap warga dan berharap warga Desa akan ikut membantu dan ikut berkontribusi terhadap pembangunan Agrowisata tersebut. Berikut adalah pernyataan dari Kepala Desa Muara mengenai Sosialisasi dan Promosi Agrowisata Desa Muara:

“Dalam melakukan pengembangan agrowisata ini tentu Pemerintah Desa melakukan sosialisasi terlebih dahulu kepada masyarakat mengenai akan dibangunnya objek wisata Agrowisata, sosialisasi tersebut dilakukan melalui komunikasi secara langsung kepada masyarakat dan melalui media sosial. Saya kira sosialisasi dan promosi wisata akan lebih efektif jika memanfaatkan media sosial karena saat ini sebagian besar warga telah memiliki smartphone

yang digunakan untuk mengakses informasi”

Dapat disimpulkan bahwa strategi sumber daya ini telah dilakukan dengan baik oleh pemerintah Desa dengan membuat pelatihan sekaligus mendatangkan ahli pertanian untuk membantu pengelola dan dalam mengelola kebun melon tersebut.

4. Strategi Kelembagaan (Institutional Strategy)

Strategi kelembagaan menurut Kotten adalah bagaimana Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) memaksimalkan aturan-aturan, tanggung jawab, Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk mengelola Agrowisata tersebut. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Manager BUMDes diketahui bahwa secara kelembagaan BUMDes memiliki struktur keanggotaan yang jelas dan bertanggung jawab atas tugas dan fungsinya masing-masing.

Jika dalam teori Kotten bahwa strategi kelembagaan adalah strategi dengan memaksimalkan lembaga lewat aturan-aturan, tanggung jawab, wewenang setiap anggota lembaga, tentu sudah ada dan sudah dijalankan dengan baik oleh setiap anggota lembaga tersebut. Namun ternyata belum ada Standar Operasional Prosedur (SOP) yang mengatur mengenai Agrowisata tersebut. Padahal SOP merupakan hal yang sangat penting dan dibutuhkan agar Agrowisata ini bisa berjalan sesuai dengan baik dan teratur. Dapat peneliti simpulkan bahwa secara kelembagaan strategi pemerintahan Desa ini masih kurang maksimal karena belum memiliki SOP yang jelas mengenai Agrowisata tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan yang peneliti temui dilapangan, peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa strategi

pemerintah Desa Muara dalam mengembangkan Agrowisata masih dikatakan belum maksimal. Hal tersebut berdasarkan pada hasil penelitian yang sudah di kaji dan disandingkan dengan pendapat Kotten dimana strategi dibagi menjadi 4 tipe yaitu strategi organisasi, strategi program, strategi pendukung sumber daya dan strategi kelembagaan. Melihat keempat variabel dari strategi Kotten tersebut, dapat dilihat strategi pemerintah Desa Muara dalam melakukan pengembangan Agrowisata sebagai berikut:

1. Strategi organisasi, strategi ini sudah dijalankan dengan baik oleh pemerintah Desa Muara karena visi-misi yang telah disusun oleh pemerintah Desa dalam mewujudkan masyarakat yang sejahtera melalui ekonomi sudah sejalan dengan program Agrowisata yang dikembangkan.
2. Strategi program, program yang dibangun pemerintah Desa Muara adalah program Agrowisata melon emas, program ini sangat dirasa kebermanfaatannya oleh masyarakat sekitar, bahkan menjadikan Agrowisata ini menjadi sumber pendapatan masyarakat lokal. Maka dapat disimpulkan bahwa pemerintah Desa telah melakukan strategi program dengan baik karena program ini bisa dirasakan manfaatnya oleh warga sekitar.
3. Strategi pendukung sumber daya, strategi ini telah dilakukan dengan tepat oleh pemerintah Desa dengan melakukan pelatihan sekaligus mendatangkan ahli pertanian untuk membantu pengelola dan dalam mengelola kebun melon tersebut.
4. Strategi kelembagaan, bahwa secara kelembagaan strategi pemerintahan Desa ini belum maksimal karena belum memiliki

SOP yang jelas mengenai Agrowisata tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Afni, Y. N. (2020). (Studi Kasus Agrowisata Durian di Bukit Sege Indah Desa Adisana Kecamatan Bumiayu) SKRIPSI.
- Helpiastuti, S. B. (2018). Pengembangan Destinasi Pariwisata Kreatif Melalui Pasar Lumpur (Analisis Wacana Grand Opening “Pasar Lumpur” Kawasan Wisata Lumpur, Kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember). *Journal of Tourism and Creativity*.
- Ilham, I. (2020). Pengembangan Bumkam Berbasis Potensi Lokal Di Kawasan Perbatasan Indonesia-Papua New Guinea. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- KBE, R. (2020). *Berkat BUMDes Muara Panen Melon Emas Melimpah*. Karawang: KBE Online.
- M Ryan Saputra, D. R. (2019). Strategi Pengembangan Wisata Di Kawasan Gunung Andong Magelang. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Maulida, L. S. (2019). PERAN PENGELOLA AGROWISATA DALAM MENGENTASKAN KEMISKINAN MASYARAKAT PEDESAAN (Studi kasus di Desa Cihideung Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat). *Comm-Edu (Community Education Journal)*.
- Palit, I. G. (2017). STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN AGROWISATA RURUKAN Ireine Gratia Palit Celcius Talumingan. *Jurnal Agri-Sosio Ekonomi Unsrat*.
- Samsuriadi. (2017). STRATEGI PEMERINTAH KABUPATEN BINTAN. *Universitas Maritim Raja Ali Haji*, 6.
- Setiawan Hari Purnomo, Z. (2017). *Manajemen Strategi: Sebuah Konsep Pengantar*.