

**ANALISA POTENSI DAN PELUANG PENGEMBANGAN AGROWISATA
DI KOTA BATU**

A.Faidlal Rahman
Pendidikan Vokasi Universitas Brawijaya
Jl. Veteran 12-16, Malang 65145
Telp. 081252864519
faid_rahman@yahoo.com

Diterima: 1 Mei 2013**Layak Terbit: 11 Juli 2013****Abstrak. Analisa Potensi dan Peluang Pengembangan Agrowisata di Kota Batu.**

Pengembangan pariwisata agro perlu terus dilakukan untuk memberikan diversifikasi produk pariwisata. Pengembangan ini didasari dengan adanya pergeseran motif wisatawan yang bersifat massal ke minat khusus. Kota Batu sebagai wilayah administratif juga berpeluang untuk dikembangkan sebagai destinasi agrowisata, karena kota ini memiliki potensi yang berupa keindahan alam, pertanian dan perkebunan. Sehubungan dengan itu, artikel ini ditulis bertujuan mendeskripsikan potensi dan peluang pengembangan agrowisata di Kota Batu. Dalam penulisan artikel ini, penulis menggunakan analisis data secara induktif, dimana pengumpulan data bukan dimaksudkan untuk membuktikan hipotesis akan tetapi lebih merupakan pembentukan abstraksi berdasarkan bagian-bagian yang telah dikumpulkan. Kemudian dari analisa tersebut, penulis menyimpulkan bahwa Kota Batu dapat dijadikan sebagai destinasi pariwisata agro yang tidak hanya berorientasi pada pengembangan pasar (*market oriented*) tetapi lebih ditekankan pada pengembangan produk (*product oriented*).

Kata Kunci: pengembangan pariwisata, agrowisata**Abstract. Analysis of Potentials and Chances of Agrotourism Development in Batu.**

Agrotourism needs to be developed continuously in order to give diversification of tourism products. The development is based on the fact that there is a changing motive of tourists from public interest to special one. Batu, as an administrative area, has chances to be developed as a destination of agrotourism because this city has natural beauty, farm and plantation. Regarding this, this article aims to describe potentials and chances of agrotourism_development in Batu. The data analysis was done inductively in which the data collection was done to make

abstraction instead of hypothesis testing. From the data collection and analysis, it can be concluded that Batu can be considered as a destination of agrotourism which focuses more on product development (product-oriented) instead of market development (market-oriented).

Keywords: tourism development, agrotourism

PENDAHULUAN

Dalam akhir dasawarsa pertama abad ini, pariwisata terus mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dari waktu ke waktu, bersamaan dengan peningkatan konsumsi komoditas wisata sebagian masyarakat di negara-negara maju. Pertumbuhan ini misalnya, dapat dilihat dari peningkatan jumlah kedatangan wisatawan internasional dari tahun 1950 sampai 2010, yang mencatat 25 juta sampai 490 juta orang dengan pertumbuhan setiap tahunnya rata-rata 6,2% (UNWTO, 2011), bahkan diperkirakan pada tahun 2020 akan meningkat hingga mencapai 1,6 miliar kunjungan wisatawan dunia, dengan sebagian besar, yaitu 1,2 miliar, merupakan wisatawan regional dan hanya 378 juta orang yang merupakan wisatawan jarak jauh (*long haul*) (Kembudpar, 2009).

Di Indonesia, pembangunan pariwisata telah menjadi aspek penting dan telah memberikan kontribusi yang cukup signifikan dalam pembangunan perekonomian dan peningkatan devisa. Misalnya saja pada tahun 2009, dimana pariwisata tercatat mampu menyumbangkan devisa terbesar ketiga setelah minyak & gas bumi dan minyak kelapa sawit (Kembudpar, 2010). Kondisi ini dikarenakan Indonesia memiliki sumberdaya alam yang berlimpah dan budaya yang dapat memicu kedatangan wisatawan.

Kekayaan alam di Indonesia, terutama di bidang pertanian dapat memegang peranan penting dalam pengembangan pariwisata agro di masa depan. Pengembangan ini tentu akan berdampak sangat luas dan signifikan bagi peningkatan ekonomi dan upaya-upaya pelestarian sumberdaya alam dan lingkungan. Apalagi akhir-akhir ini mulai dikampanyekan pengembangan pariwisata yang peduli terhadap lingkungan oleh UNWTO melalui kode etik pariwisata dunia (*global code of ethics for tourism*), yang tersirat dalam pasal 3, ayat 1 bahwa semua pelaku pembangunan pariwisata untuk menjaga kelestarian lingkungan alam, dalam perspektif suatu pertumbuhan ekonomi yang sehat, berkelanjutan dan berkesinambungan, tepat untuk memenuhi secara adil kebutuhan dan harapan generasi sekarang dan generasi yang akan datang.

Di Indonesia, agrowisata (*agrotourism*) didefinisikan sebagai sebuah bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan usaha agro (agribisnis) sebagai objek wisata

dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, rekreasi dan hubungan usaha di bidang pertanian. Agrowisata merupakan bagian dari objek wisata yang memanfaatkan usaha pertanian (agro) sebagai objek wisata. Tujuannya adalah untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi, dan hubungan usaha dibidang pertanian. Melalui pengembangan agrowisata yang menonjolkan budaya lokal dalam memanfaatkan lahan, diharapkan bisa meningkatkan pendapatan petani sambil melestarikan sumber daya lahan, serta memelihara budaya maupun teknologi lokal (*indigenous knowledge*) yang umumnya telah sesuai dengan kondisi lingkungan alamnya (Direktori Wisata Agro Indonesia, 2012).

Kemudian menurut Wood (2000) dalam I Gde Pitana, 2002 bahwa agrowisata berpegang pada prinsip-prinsip, yaitu: a) Menekankan serendah-rendahnya dampak negatif terhadap alam dan kebudayaan yang dapat merusak daerah tujuan wisata, b) Memberikan pembelajaran kepada wisatawan mengenai pentingnya suatu pelestarian, c) Menekankan pentingnya bisnis yang bertanggung jawab yang bekerjasama dengan unsur pemerintah dan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan penduduk lokal dan memberikan manfaat pada usaha pelestarian, d) Mengarahkan keuntungan ekonomi secara langsung untuk tujuan pelestarian, manajemen sumberdaya alam dan kawasan yang dilindungi, e) Memberi penekanan pada kebutuhan zone pariwisata regional dan penataan serta pengelolaan tanam-tanaman untuk tujuan wisata di kawasan-kawasan yang ditetapkan untuk tujuan wisata tersebut, f) Memberikan penekanan pada kegunaan studi-studi berbasis lingkungan dan sosial, dan program-program jangka panjang, untuk mengevaluasi dan menekan serendah-rendahnya dampak pariwisata terhadap lingkungan, g) Mendorong usaha peningkatan manfaat ekonomi untuk negara, pebisnis, dan masyarakat lokal, terutama penduduk yang tinggal di wilayah sekitar kawasan yang dilindungi, h) Berusaha untuk meyakinkan bahwa perkembangan pariwisata tidak melampaui batas-batas sosial dan lingkungan yang dapat diterima seperti yang ditetapkan para peneliti yang telah bekerjasama dengan penduduk lokal, dan i) Mempercayakan pemanfaatan sumber energi, melindungi tumbuh-tumbuhan dan binatang liar, dan menyesuaikannya dengan lingkungan alam dan budaya.

Kota Batu merupakan salah satu kota administratif di Indonesia yang menyimpan potensi alam dan pertanian. Potensi tersebut dapat menjadi daya tarik wisata yang akan banyak diminati oleh wisatawan apabila terus dikembangkan. Ke depan pengembangan potensi pertanian akan menemukan posisi strategisnya, yakni sebagai bagian penting dalam perkembangan pariwisata global yang akan membawa seseorang mendapatkan pengalaman yang benar-benar berbeda dari rutinitas kesehariannya dan menjaga keberlangsungan dan kelestarian lingkungan setempat. Atas dasar pemikiran di atas, penulisan makalah ini bertujuan untuk mengetahui potensi dan peluang pengembangan agrowisata di Kota Batu.

METODE

Penulisan makalah dilakukan dengan menelusuri bahan pustaka atau data sekunder yang meliputi bahan pariwisata primer dan bahan pariwisata sekunder. Kemudian data tersebut dianalisis secara kualitatif, artinya tanpa menggunakan rumus akan tetapi disajikan dalam bentuk uraian dan konsep. Kemudian dalam penulisan makalah ini, penulis menggunakan analisis data secara induktif. Analisis data secara induktif berarti bahwa pengumpulan data bukan dimaksudkan untuk membuktikan hipotesis akan tetapi lebih merupakan pembentukan abstraksi berdasarkan bagian-bagian yang telah dikumpulkan. Dalam hal ini analisis data dilakukan dengan memahami dan merangkai data-data yang telah dikumpulkan secara sistematis. Dengan demikian akan diperoleh kesimpulan yang digunakan dalam menjawab permasalahan (Moleong, 2005).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Batu dan sekitarnya banyak menarik minat masyarakat lain untuk mengunjungi dan menikmati kawasan pegunungan yang mempunyai daya tarik tersendiri ini. Apalagi kondisi tersebut didukung dengan tanahnya yang subur dengan penggunaan lahannya secara umum didominasi dengan pertanian, yakni sebesar 110.320.609,905 Km² (56,29%), yang kemudian disusul dengan lahan kawaan hutan sebesar 33,29% (Dinas PU Cipta Karya dan Tata Ruang Provinsi Jawa Timur, 2011).

Hingga saat ini ada beberapa potensi agrowisata yang terdapat di Kota Batu, antara lain: a) tanaman hortikultura, seperti apel, sayur mayur, jeruk, dan strawberry; b) tanaman hias, seperti bunga potong-gladiol, mawar, anturium dan krisan; c) tempat-tempat pembibitan dan penjualan bunga; d) budaya dan aktivitas pertanian masyarakat Kota Batu, seperti bertani, berkebun dan bercocok tanam; e) potensi alam dan lingkungan hidup, seperti: Kawasan Hutan Arjuno Lalijiwo dengan berbagai macam jenis tumbuhan; Kawasan Lereng Gunung Berapi, seperti G. Welirang, G. Arjuno dan G. Kembar; Kawasan Perlindungan Mata Air seperti: Mata Air Cangar, Songgoriti, Arboretrum Sumber Brantas; dan Kawasan Hutan Lindung seperti: G. Panderman, G. Banyak dan G. Srandil, dan masih banyak potensi lainnya, terutama yang terkait dengan alam dan lingkungan hidup.

Berdasar pada potensi tersebut, membuat kota ini berpotensi untuk dikembangkan sebagai kota pariwisata berbasis pertanian (*agriculture based tourism*). Hal ini dikarenakan potensi dasar ini merupakan sebuah kekuatan (*power*)

dalam melestarikan kekhasan dan menciptakan keberagaman daya tarik wisata (*diversifikasi produk*) yang berbeda dengan daerah-daerah lain, selain tetap memperhatikan potensi-potensi lainnya yang telah ada. Kekhasan dan keberagaman tersebut merupakan identitas dan ciri khas pariwisata Kota Batu yang unggul dan berdaya saing dalam pasar wisata global dan nasional.

Dalam konteks ini, terutama menangkap fenomena peluang perkembangan pariwisata sebagaimana dijelaskan di atas, maka pengembangan potensi agrowisata di Kota Batu sebaiknya tidak hanya diarahkan pada bagaimana wisatawan bisa memetik dan makan buah-buahan di lokasi, tetapi juga diarahkan dalam bentuk a) ruangan tertutup, yakni tampilan ruang tertutup dapat berupa koleksi alat-alat pertanian yang khas dan bernilai sejarah atau naskah dan visualisasi sejarah penggunaan lahan maupun proses pengolahan hasil pertanian, dan b) 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 agrowisata ruangan terbuka dapat berupa flora dan fauna yang dibudidayakan maupun liar, teknologi budi daya dan pascapanen komoditas pertanian yang khas dan bernilai sejarah, atraksi budaya pertanian setempat, dan pemandangan alam berlatar belakang pertanian dengan kenyamanan yang dapat dirasakan (Direktori Wisata Agro Indonesia, 2012). Pengembangan yang seperti ini, tentu dapat memberikan nilai tambah (*value added*) tersendiri di kalangan wisatawan, bahkan ke depan sangat memungkinkan kota Batu menjadi laboratorium agrowisata (*agrotourism laboratorium*) yang dapat mendorong wisatawan datang dan menginginkan sesuatu yang berbeda (*something different*) dan pengkayaan pengalaman (*experience enrichment*) dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam pengembangan agrowisata di Kota Batu selain bertujuan menangkap peluang perubahan pasar wisatawan (*tourist demand*) secara global, juga melestarikan budaya agraris masyarakat Kota Batu yang telah lama melekat dan menjadi kebiasaan (*habit*). Bahkan dalam implementasinya, pengembangan ini tidak saja dalam bentuk aktivitas wisatawan semata, tetapi perlu didukung adanya penciptaan dan pemasangan simbol-simbol pertanian di tempat-tempat strategis dengan desain yang menarik dan unik dan mudah ditemukan, seperti simbol apel di jalanan atau rumah-rumah penduduk, hotel, dan lain sebagainya.

Nuansa dan kondisi yang seperti ini akan berdampak pada eksistensi Batu sebagai kota pariwisata berbasis pertanian yang dapat memberikan ruang penyadaran kepada wisatawan terkait pelestarian alam dan lingkungan, selain memberikan kesan tersendiri (*good impression*) bagi wisatawan yang berkunjung. Salah satu contoh apa yang terjadi di Bali, dimana ajaran-ajaran agama Hindu dielaborasi dengan budaya Bali sebagai identitas mereka, dan diperkenalkan kepada wisatawan sebagai syiar ajaran agama, bahkan tidak luput juga tarian-tarian Bali dan Pura-Pura sebagai simbol

agama Hindu mudah ditemukan diberbagai sudut, yang sekaligus menjadi ciri khas pariwisata Bali. Dalam hal ini, Kota Batu perlu kiranya mencontoh Bali, yakni bagaimana kondisi alam dan budaya agraris masyarakat Kota Batu tetap dipertahankan sekaligus menjadi pijakan dalam menentukan arah pengembangan pariwisata Kota Batu ke depan, sehingga makna pariwisata sebagai sektor yang melestarikan dan memanfaatkan sumberdaya menjadi sebuah kenyataan dan bukan jargon semata.

Jika pariwisata berbasis pertanian diterima sebagai faktor pelestarian dan keberlangsungan potensi pariwisata Kota Batu ke depan, maka ada beberapa langkah strategis terkait perencanaan yang perlu diambil (Damanik dan Weber, 2006) antara lain: a) mengidentifikasi sumberdaya yang menjadi potensi keunggulan agrowisata. Pilihan ini didasarkan pada pertimbangan yang sangat rasional, jika perlu bahkan melalui studi kelayakan agar dapat menjamin kalau pilihan pengembangan tersebut tidak meleset dan mubazir, b) menegaskan tugas. Tanggungjawab dan hak-hak pemangku kepentingan.

Meskipun ada *success story* terkait pengembangan agrowisata di berbagai daerah secara individual, tetapi dewasa ini pengelolaan secara kolektif cenderung lebih prospektif. Jadi, para pemangku kepentingan harus diajak duduk bersama untuk mendesain proyek agrowisata. Bahkan rekomendasi merekalah yang menjadi patokan, apakah potensi daya tarik itu perlu dikembangkan atau tidak, dan c) memilih prioritas potensi atraksi yang akan dikembangkan. Tidak semua potensi harus dikembangkan sekaligus. Pilihan pada atraksi yang paling menarik dan berpotensi untuk dikembangkan merupakan pilihan yang perlu diutamakan.

Selain langkah-langkah strategis tersebut, arah pengembangan pariwisata berbasis pertanian perlu dibarengi dengan upaya pengembangan yang mencakup beberapa aspek (Direktori Wisata Agro Indonesia, 2012), yaitu:

Pertama, sumberdaya manusia. Sumberdaya manusia mulai dari pengelola sampai kepada masyarakat berperan penting dalam keberhasilan pengembangan pariwisata agro. Kemampuan pengelola pariwisata 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 obyek wisata yang dijual tetapi juga pengetahuan umum terutama hal-hal yang lebih mendalam berkaitan dengan produk wisata tersebut. Hingga saat ini, ketersediaan dan upaya penyiapan tenaga pemandu wisata agro dinilai masih terbatas, bahkan nyaris tidak ada di Kota Batu.

Untuk mengatasi persoalan tersebut, pemerintah Kota Batu terutama dinas terkait dapat bekerjasama dengan organisasi Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) di Jawa Timur atau Kota Malang untuk melatih dan membina anak-anak muda yang memiliki keahlian dalam salah satu bahasa asing untuk menjadi pemandu yang baik.

Kedua, 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 publik (hotel, restoran, bandara dan lainnya). Dalam kaitan ini kerjasama antara obyek wisata agro dengan biro perjalanan, perhotelan, dan jasa angkutan sangat berperan. Salah satu metoda promosi yang dinilai efektif dalam mempromosikan obyek dan daya tarik 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.

Ketiga, sumberdaya alam dan lingkungan. Sebagai bagian dari usaha pertanian, usaha pariwisata agro sangat mengandalkan kondisi sumberdaya alam dan lingkungan. Sumberdaya alam dan lingkungan tersebut mencakup sumberdaya obyek 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 pariwisata agro. Kondisi lingkungan masyarakat sekitar sangat menentukan minat wisatawan untuk berkunjung. Sebaik apapun obyek wisata yang ditawarkan namun apabila berada di tengah masyarakat tidak menerima kehadirannya akan menyulitkan dalam pemasaran obyek wisata. Antara usaha pariwisata agro dengan pelestarian sumberdaya alam dan lingkungan terdapat hubungan timbal balik yang saling menguntungkan. Usaha pariwisata agro berkelanjutan membutuhkan terbinanya sumberdaya alam dan lingkungan yang lestari, sebaliknya dari usaha bisnis yang dihasilkannya dapat diciptakan sumberdaya alam dan lingkungan yang lestari.

Keempat, dukungan sarana dan prasarana. Kehadiran konsumen/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 sapta pesona merupakan aspek penting yang perlu diciptakan.

Kelima, kelembagaan. Pengembangan pariwisata agro memerlukan dukungan semua pihak pemerintah, swasta terutama pengusaha pariwisata agro, lembaga yang terkait seperti perjalanan wisata, perhotelan dan lainnya, perguruan tinggi serta masyarakat. Pemerintah bertindak sebagai fasilitator dalam mendukung

berkembangnya pariwisata 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 obyek wisata agro, maupun antara obyek wisata agro dengan lembaga pendukung (perjalanan wisata, perhotelan dan lainnya) sangat penting. Terobosan kegiatan bersama dalam rangka lebih mengembangkan usaha agro diperlukan.

Keenam, kerjasama. Pengembangan pariwisata Kota Batu berbasis pertanian (*agriculture based tourism*) tidak dapat dilakukan secara parsial maupun individual, karena pariwisata bersifat multi-sektoral dan tidak terbatas administratif wilayah (*borderless region*). Karenanya pengembangan pariwisata memerlukan adanya kerjasama antar pihak/daerah atau antar berbagai level. Oleh sebab itu, pengembangan kerjasama menjadi penting dalam mengakselerasi pengembangan pariwisata yang bertumpu pada potensi kota ini.

Adapun bentuk kerjasama yang dapat dilakukan dalam pengembangan pariwisata berbasis pertanian di Kota Batu dapat berupa 4C (Baiqhuni, 2011), yaitu: a) *Sister Community*; merupakan bentuk kerjasama antar komunitas yang dapat dijalin melalui internet dunia maya hingga interaksi langsung saling mengunjungi, saling memahami dan saling memberi manfaat (*mutual benefits*). Kegiatan antar komunitas ini bisa beragam mulai dari tukar pengalaman, apresiasi karya dan pameran, kreasi dan karya bersama, hingga perdagangan. Misalnya komunitas petani apel di Kota Batu bisa menjalin komunikasi dan kerjasama dengan komunitas lain di AS atau komunitas pencinta tanaman di Kota Batu melakukan komparasi dalam memelihara tanaman (tidak harus kompetitif) dengan pencinta tanaman di Bandung, Yogyakarta, bahkan dengan negara lain seperti Cina, Jepang. Mereka bisa saling mengunjungi, mengadakan pameran bersama dan bertransaksi saling meningkatkan kualitas produksi. b) *Sister Campus*; melalui kerjasama antar sekolah/instansi pendidikan dan lembaga riset. Pariwisata berbasis pertanian dapat dijadikan bagian dari proses pembelajaran. Di Malang Raya terdapat beberapa lembaga pendidikan atau kampus dan tentu saja akan menarik bila masing-masing memiliki kerjasama secara internasional. Berapa banyak wisatawan pelajar asing yang bisa ke Malang Raya melalui program kerjasama pendidikan. Mereka tidak saja belajar secara akademis di kampus dengan membaca buku dan kuliah, tetapi dengan melakukan agrowisata para mahasiswa asing ini bisa terjun ke lapangan keluar masuk kampung/desa memahami kehidupan dan budaya agraris masyarakat Kota Batu. c) *Sister City*; kerjasama antar kota juga bisa menjadi kekuatan dalam menjaring dan menjalin kegiatan kemitraan. Misalnya saja promosi Malang Raya (Kota Batu, Kota Malang dan Kabupaten Malang).

Kerjasama ini akan terasa sangat bagus apabila dapat terwujud apalagi ketiga daerah ini memiliki karakteristik yang berbeda sehingga akan saling mengisi dan

menjadi kekuatan tersendiri dalam pengembangan pariwisata. Karenanya, inisiatif kerjasama ini dalam mendorong pengembangan pariwisata ini perlu dilakukan oleh pihak-pihak terkait, sehingga ke depan tercipta kerjasama yang saling bermitra. Dan d) *Sister Company*; peran perusahaan atau bisnis dalam mengembangkan pariwisata berbasis pertanian juga bisa menjadi pola kerjasama. Perusahaan kini gencar melakukan CSR (*corporate social responsibility*) yang memerlukan mitra baik perusahaan kecil, koperasi, maupun kelompok usaha masyarakat. Perusahaan yang maju dan ingin bertahan dengan citra yang baik di mata konsumen, perlu mengembangkan kegiatan kemitraan yang baik pula. Melalui agrowisata dapat diwujudkan upaya kepedulian segenap karyawan perusahaan pada masyarakat sekitarnya, terutama terkait kehidupan dan budaya masyarakat agraris di Kota Batu dan pelestarian alam dan lingkungan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengembangan pariwisata berbasis pertanian (*agriculture based tourism*) di Kota Batu membutuhkan konsistensi dan komitmen yang kuat dari berbagai pemangku kepentingan. Pengelola atau pihak-pihak terkait perlu menyadari bahwa Kota Batu memiliki potensi dasar yang perlu dipertahankan dan dilestarikan sebagai kekuatan pariwisata ke depan sekaligus untuk menangkap perkembangan pariwisata global. Oleh sebab itu, pengembangan pariwisata Kota Batu perlu berorientasi pada pengembangan produk (*product oriented*) dan bukan pada pencapaian target-target kuantitatif (*market oriented*) dan pembentukan kebanggaan semu yang sering tidak memberikan kontribusi positif bagi masyarakat Kota Batu. Karena jika hal ini yang terjadi, maka akan berdampak buruk terhadap Kota Batu dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Baiquni, M. 2011. Pariwisata alternatif di Wilayah Yogyakarta dan Sekitarnya, *Jurnal Kepariwisataan Indonesia*, Vol. 6 No. 2. Jakarta: P3K Badan Pengembangan Sumber Daya Kebudayaan dan Pariwisata, Kembudpar.
- Biro Perencanaan dan Hukum Sekretariat Jenderal Departemen Kebudayaan dan Pariwisata. 2009. *Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional 2010-2025*. Jakarta: Kembudpar.
- Damanik, Janianton. *Isu-isu Krusial di dalam Pengelolaan Desa Wisata Dewasa ini*, Makalah tidak dipublikasikan. Yogyakarta: UGM.

- Dinas PU Cipta Karya dan Tata Ruang Provinsi Jawa Timur. 2011. *Revitalisasi Pemanfaatan Ruang Kawasan Perkotaan Kota Batu. Laporan Final*. Surabaya: Pemerintah Provinsi Jawa Timur.
- Direktori Wisata Agro Indonesia . 2012. *Strategi Pengembangan Wisata Agro di Indonesia*, (Online), (<http://database.deptan.go.id/agrowisata/viewfitur.asp?id=1>), diakses 27 Januari 2012.
- Moleong, Lexy J.DR. 2005. *Metode penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pitana, I Gde. *Pengembangan Ekowisata di Bali*. Makalah disampaikan pada Seminar Ekowisata di Auditorium Universitas Udayana pada tanggal 29 Juni 2002.
- _____ dan Helmut F. Weber. 2006. *Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.