

Key Elements of Successful Management of Nglangeran Cocoa Agrotourism in Gunung Kidul Regency and Senare Regency, Indonesia

I Wayan Sweca Yasa^{1*}

¹Program Doktor Pertanian Berkelanjutan, Pascasarjana, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia;

Article Info	Abstract
<p><i>Article History</i> Received: June 29th, 2025 Revised: August 4th, 2025 Accepted: August 29th, 2025 Published: August 31th, 2025</p> <hr/> <p>*Corresponding Author: I Wayan Sweca Yasa, Program Doktor Pertanian Berkelanjutan, Pascasarjana, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia sweca.yasa@unram.ac.id</p>	<p>Agritourism management refers to organizing agricultural activities to attract tourism, offering visitors direct experiences with farming life. It has gained importance as a strategy to increase farmers' income, support rural development, and preserve cultural traditions. This study explores the key factors behind successful cocoa agritourism management in Indonesia, focusing on Kampung Coklat Senare (KCS) and Griya Coklat Nglangeran. A qualitative descriptive approach was used, with data gathered from both primary (observations, interviews, documentation) and secondary sources (literature reviews and credible online publications). Fieldwork was conducted in Nglangeran Village (Yogyakarta) and Senare Village (North Lombok, NTB). Findings highlight institutional strength as a crucial factor in Nglangeran's agrotourism success. In contrast, Senare lacks sufficient institutional support, with minimal local government involvement, weak promotion, limited innovation in human resources, and poor integration with nearby attractions. Both sites allow tourists to engage in cocoa processing activities. Nglangeran applies a community-driven and conservation-focused tourism model, while Senare adopts an educational approach. Despite differences, both have embraced sustainable agriculture-based tourism, contributing to local economic growth and environmental conservation.</p> <p>Keywords: agrotourism management, agrotourism opportunities, definition of agrotourism, rural tourism.</p>

© 2025 The Authors. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 5.0 International License.

PENDAHULUAN

Agrowisata merupakan suatu bentuk usaha untuk mengembangkan potensi sektor pertanian sebagai daya tarik wisata, baik melalui keindahan alam di wilayah pertanian maupun melalui keunikan budaya yang dimiliki oleh komunitas petani setempat (Dayan & Sari., 2024). Secara global, agrowisata menjadi salah satu strategi pembangunan berkelanjutan yang mendukung transformasi sosial, penguatan ekonomi hijau, serta pelestarian budaya local. Fenomena ini mencerminkan pergeseran paradigma pariwisata yang kini lebih menekankan keberlanjutan, konservasi sumber daya alam, serta pemberdayaan masyarakat sebagai aktor utama pembangunan. Seiring meningkatnya permintaan wisata berbasis alam dan pengalaman autentik, destinasi agrowisata semakin menonjolkan keunikan budaya dan kearifan lokal sebagai daya tarik utama (Putra & Dewi, 2023).

Manajemen agrowisata tidak hanya mencakup aspek operasional dan komersial, tetapi juga meliputi perencanaan strategis, pengorganisasian sumber daya, pelaksanaan program inovatif, hingga evaluasi berkelanjutan untuk menjamin keberlanjutan destinasi. Manajemen strategis adalah proses atau upaya dalam merancang dan mengatur hal-hal yang bersifat strategis dengan memperhatikan berbagai aspek, termasuk faktor yang mendukung maupun yang menghambat, yang saling berhubungan, guna mencapai tujuan dan sasaran secara

optimal dan efisien (Febriana & Meirinawati., 2021). Pendekatan ini menempatkan nilai edukasi, konservasi, dan pemberdayaan sebagai pilar penting pengembangan destinasi. Implementasi manajemen berbasis masyarakat (*community-based tourism management*) juga semakin relevan karena mampu memperkuat rasa kepemilikan lokal, meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, serta menjaga kelestarian lingkungan dan budaya (Putri et al., 2024).

Meski demikian, destinasi agrowisata masih menghadapi tantangan seperti kapasitas manajerial yang terbatas, lemahnya inovasi produk dan layanan, serta kurang optimalnya strategi promosi yang menyebabkan rendahnya daya saing. Terbatasnya inovasi dalam pengembangan keunikan daya tarik wisata merupakan salah satu faktor yang membatasi pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan (Khumairouzzahra et al., 2025). Sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak membahas persepsi wisatawan atau aspek pemasaran, sedangkan kajian mendalam tentang identifikasi elemen kunci keberhasilan manajemen agrowisata berbasis masyarakat masih jarang ditemukan. Terlebih di kawasan yang memiliki potensi unggulan seperti kakao di Nglangeran (Kabupaten Gunungkidul, DIY Yogyakarta) dan Senaru (Kabupaten Lombok Utara, NTB), riset yang mengkaji faktor internal dan eksternal penentu keberhasilan pengelolaan destinasi agrowisata kakao berbasis masyarakat masih sangat terbatas.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis elemen kunci keberhasilan manajemen agrowisata kakao berbasis masyarakat. Temuan penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pemangku kepentingan, memperkuat praktik pengelolaan berkelanjutan, mendukung transformasi sosial-ekonomi masyarakat desa, serta meningkatkan daya saing Nglangeran dan Senaru sebagai destinasi agrowisata kakao unggulan di tingkat nasional dan global,

BAHAN DAN METODE

Waktu dan tempat

Penelitian ini dilaksanakan bertempat di dua lokasi utama: Griya Coklat Nglangeran, Kabupaten Gunung Kidul, DIY Yogyakarta, dan Kampung Coklat Senare, Kabupaten Lombok Utara, Nusa Tenggara Barat.

Desain penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif untuk memperoleh gambaran mendalam mengenai manajemen agrowisata kakao. Desain kualitatif dipilih karena sesuai untuk mengeksplorasi konteks sosial dan budaya melalui pendekatan naturalistik (Creswell, 2016). Penelitian deskriptif kualitatif juga memungkinkan peneliti merekonstruksi realitas berdasarkan data empiris di lapangan (Sugiyono, 2019).

Prosedur penelitian

Tahapan penelitian dimulai dengan penentuan lokasi dan identifikasi pihak terkait, dilanjutkan pengumpulan data primer melalui observasi langsung aktivitas agrowisata, wawancara mendalam dengan informan kunci, serta dokumentasi kegiatan. Penelitian juga dilengkapi telaah pustaka dan penelusuran data sekunder dari jurnal terindeks dan dokumen resmi sebagai pembandingan dan pendalaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Agrowisata dari berbagai Perspektif

Pengertian agrowisata hingga kini masih menjadi isu konseptual yang diperdebatkan. Sejumlah peneliti mencoba mendefinisikan agrowisata dari sudut pandang berbeda, sebagaimana dirangkum pada Tabel 1. Akan tetapi, definisi tentang apa yang dimaksud dengan pertanian yang berfungsi dalam kegiatan wisata sebagian besar diabaikan dalam literatur agrowisata; Sebagian besar kasus di mana pertanian yang berfungsi ditetapkan sebagai persyaratan agrowisata, tidak ada definisi yang diberikan dengan meyakinkan. Dalam konteks perdebatan pedesaan yang lebih luas, hal ini menimbulkan masalah yang signifikan karena ‘pertanian’ tidak hanya dapat dipahami sebagai entitas ekonomi tetapi juga dalam hal sosial dan budayanya.

Tabel 1. Pengertian agrowisata menurut beberapa ahli

No.	Perspektif	Pengertian	Sumber acuan
1.	Ekonomi	Kegiatan pariwisata yang dilakukan di wilayah non-perkotaan oleh individu yang pekerjaan utamanya berada di sektor ekonomi primer atau sekunder Agrowisata merupakan alternatif untuk menambah penghasilan dan kelangsungan hidup, dengan menggali potensi ekonomi petani kecil dan masyarakat pedesaan	Darmawan et al., (2024) Wu et al., (2022)
2.	Pariwisata	Agrowisata diartikan sebagai gabungan antara wisata dan pertanian, di mana pengunjung dapat mengunjungi perkebunan, peternakan, atau kilang anggur untuk membeli produk, menikmati pertunjukan, mengikuti kegiatan, makan, atau bermalam bersama di area perkebunan atau kebun Agrowisata diartikan sebagai suatu bentuk kegiatan wisata yang memanfaatkan usaha pertanian (agribisnis) sebagai objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, rekreasi, dan hubungan bisnis di bidang pertanian	Phillip et al., (2010) Junaedi & Utama, 2017 : Djuwendah et al., (2021)
3.	Pertanian	Agrowisata adalah kegiatan pariwisata berskala kecil, yang berasal dari keluarga atau koperasi, yang dikembangkan di daerah pedesaan oleh orang-orang yang bekerja di bidang pertanian Usaha pariwisata komersial di lahan pertanian. Ini tidak termasuk usaha penginapan dan sarapan, wisata alam, dan hiburan panggung	Kizos, T., & Iosifides, T. (2007) Ollenburg & Buckley (2007); Oppermann, (1996).
4.	Pelestarian lingkungan	Agrowisata adalah suatu sistem kegiatan terpadu dan terkoordinasi untuk pengembangan pariwisata sekaligus pertanian, dalam kaitannya dengan pelestarian lingkungan, peningkatan kesejahteraan masyarakat petani	Fleischer & Tchetchik, (2005)

Bila diamati dari kedua tipologi agrowisata kakao yang dikembangkan di desa Senare dan desa Nglangeran termasuk agrowisata yang mendekati pengertian agrowisata menurut Wu *et al* (2022) dan Kizos, T., & Iosifides, T. (2007). Hal ini bisa dibuktikan wisatawan tidak terlibat langsung dalam kegiatan pertanian, melainkan hanya menikmati demotransi sebagian kegiatan pertanian. Perkebunan kakao yang berfungsi, kontak langsung, dan agrowisata yang autentik dialami wisatawan. Wisatawan merasakan sendiri aktivitas pertanian secara langsung, misalnya fasilitas ‘petik sendiri’, atau partisipasi dalam

tugas pertanian. Ini adalah satu-satunya jenis agrowisata yang melampaui lingkungan wisata ‘normal’ ke ‘daerah terpencil’ pertanian (MacCannell, 1973).

Sejarah Agrowisata

Agrowisata muncul sebagai strategi integratif yang memadukan sektor pertanian dan pariwisata untuk mendorong diversifikasi pendapatan masyarakat pedesaan, seperti yang berhasil diterapkan di Swiss, Selandia Baru,

Australia, dan Austria (Rilla et al., 2011). Keberhasilan tersebut ditopang oleh pengemasan pengalaman autentik, seperti kegiatan bertani, pemanfaatan hasil kebun, dan penyediaan akomodasi yang menekankan interaksi langsung antara wisatawan dan lanskap pertanian. Sebaliknya, di Amerika Serikat, khususnya California, pengembangan agrowisata masih relatif baru dan bersifat sporadis, meskipun menunjukkan tren positif sebagai sumber pendapatan tambahan bagi keluarga petani. Menariknya, akar historis agrowisata berkelindan dengan perkembangan ekowisata, yang di banyak negara

berkembang diadopsi sebagai pendekatan konservasi berbasis masyarakat dan instrumen peningkatan ekonomi lokal (Fricker, 2003). Model ini menegaskan pentingnya keseimbangan antara nilai komersial, pelestarian lingkungan, dan pemberdayaan sosial sebagai fondasi keberlanjutan agrowisata. Oleh sebab itu, praktik agrowisata yang efektif harus dirancang tidak hanya untuk memenuhi preferensi wisatawan terhadap pengalaman rural yang otentik, tetapi juga untuk memastikan terjaganya fungsi ekologis dan keberlanjutan sosial-ekonomi masyarakat setempat.

Tabel 2. Sejarah Perkembangan Agrowisata Sejalan Dengan Berkembangnya Kesadaran akan Pembangunan pertanian berkelanjutan

No.	Wawasan yang dapat ditindaklanjuti	Inspirasi masa lalu	Aksi terkini	Contoh implementasi
1.	Kebijakan penggunaan lahan berkelanjutan	Karya dan Hari-hari Hesiod; Georgics karya Virgil	Aturan zonasi eko-sistem yang mudah rusak dan pelestarian warisan budaya	Upaya penggalangan dana konservasi Butan berkelanjutan
2.	Pemerataan sumberdaya	Lahan ulayat Roma	Kebijakan pariwisata berbasis komunitas untuk pemerataan pendapatan	Konservasi yang dikeleola masyarakat di Nambibia
3.	Strategi manajemen pengunjung	Moderisasi dan keseimbangan penggunaan lahan	Membatasi jumlah pengunjung, mendorong wisata di masa sepi kunjungan, mengeksplorasi dan mengembangkan situs yang kurang dikenal	Membatasi Pengunjung Machu Phicu setiap hari dan membuat alternatif wisata virtual
4.	Pariwisata dikelola masyarakat	Tanggungjawab masyarakat Roma	Penduduk lokal dilibatkan dalam perencanaan dan membuat keputusan pariwisata dan mendapat pengalaman terlibat dalam perencanaan pariwisata	Setyoyama Jepang, inisiasi tradisi dan pertanian yang paling menonjol di Jepang
5.	Pelestarian budaya dan lingkungan	Pengelolaan lahan secara etis	Merancang alur ekologi budaya dan mengalokasikan pendapatan pariwisata baik untuk restorasi dan konservasi ekosistem	Agrowisata Itali yang mempromosikan pertanian berkelanjutan dan pelestarian budaya
6.	Pariwisata edukasi	Etos pedagogi Delphi dan Strabo	Mengembangkan program yang menekankan kesadaran lingkungan, kepekaan budaya dan edukasi sejarah	Pariwisata penghutan kembali di Iceland dikombinasikan dengan peran serta wisatawan dengan pendidikan berkelanjutan

Sumber: Olivadese and Dindo (2025)

Perkembangan agrowisata di Desa Nglangeran menunjukkan pendekatan berbasis masyarakat yang mengutamakan pelestarian budaya dan lingkungan melalui model pengelolaan lahan yang etis, sedangkan Agrowisata KCS lebih menekankan fungsi edukasi bagi pengunjung. Perbedaan orientasi ini mencerminkan keragaman strategi yang muncul dari kondisi sosial dan potensi lokal masing-masing wilayah. Sebagaimana dijelaskan Lobo et al. (1999), pengembangan agrowisata dapat menciptakan peluang peningkatan pendapatan bagi petani, memperkuat fungsi edukasi publik terhadap pentingnya sektor pertanian, menekan urbanisasi melalui terciptanya lapangan kerja lokal, serta menjadi sarana promosi produk dan penggerak ekonomi daerah melalui pemasaran langsung.

Keberhasilan agrowisata juga sangat bergantung pada sinergi tiga aktor utama, yaitu pemerintah sebagai pembuat kebijakan, petani sebagai pelaku utama, dan dunia usaha sebagai motor penggerak ekonomi rakyat (Sutjipta

dalam Utama, 2013). Selain itu, peran pelaku ekonomi seperti BUMN/D, perusahaan nasional, koperasi, hingga usaha perorangan penting untuk menjamin keberlanjutan, dengan model pengelolaan berbasis rasionalitas modal dan sistem kerja sama yang saling menguntungkan (Afandhi, 2005; Utama, 2014). Kualitas sumber daya manusia, khususnya tenaga pemandu dan pengelola yang profesional, juga menjadi faktor kunci untuk memperkuat daya tarik destinasi agrowisata (Utama, 2013). Meski demikian, potensi besar objek agrowisata di Indonesia hingga kini masih menghadapi kendala rendahnya minat kunjungan akibat keterbatasan sarana, prasarana, dan promosi yang belum optimal (Djuwendah et al., 2021). Oleh karena itu, penguatan kapasitas SDM, peningkatan infrastruktur, serta strategi pemasaran terpadu menjadi agenda prioritas untuk mendorong transformasi agrowisata sebagai instrumen pembangunan berkelanjutan.

Ruang Lingkup Agrowisata

Dalam pengembangan kawasan agrowisata, terdapat tiga sub-sistem utama yang saling mendukung untuk menciptakan pengalaman wisata yang utuh dan berkelanjutan, yaitu sub-sistem lahan budidaya, pengolahan dan pemasaran, serta prasarana dan fasilitas umum (Riadi, 2023). Sub-sistem lahan budidaya merupakan kawasan inti tempat berbagai komoditas pertanian dan perkebunan dibudidayakan. Di kawasan ini, kegiatan seperti pembibitan, penanaman, hingga pengelolaan hasil pertanian dilakukan. Lahan ini juga dapat dimanfaatkan sebagai objek wisata edukatif, seperti wisata kebun atau wisata berbasis pembelajaran tentang teknik budidaya.

Sub-sistem berikutnya adalah pengolahan dan pemasaran, yang berfungsi untuk mengolah hasil pertanian menjadi produk bernilai tambah serta memasarkan produk tersebut kepada wisatawan. Kawasan ini bisa terpisah dari lahan budidaya, mencakup ruang untuk industri rumah tangga, pusat oleh-oleh, dan area promosi. Jenis wisata yang dapat dikembangkan dalam sub-sistem ini antara lain wisata belanja dan wisata edukatif yang mengenalkan proses pengolahan hasil pertanian. Terakhir, sub-sistem prasarana dan fasilitas umum menjadi elemen pendukung yang vital dalam menunjang kenyamanan pengunjung. Fasilitas seperti akses transportasi, penginapan, pusat informasi, serta layanan kesehatan dan keamanan harus tersedia dan dirancang sesuai dengan karakter lokal. Ketiga sub-sistem ini harus dikembangkan secara harmonis agar kawasan agrowisata dapat berkembang secara holistik dan berkelanjutan.

Faktor Penentu Keberhasilan Agrowisata

Faktor-faktor yang berhubungan dengan keberhasilan suatu agrowisata jika dikaitkan dengan daya tarik yang ditawarkan sebagai objek wisata, menurut Syamsu *et al* , dalam Matthew *et al*, (2018) mengidentifikasi faktor-faktor keberhasilan agrowisata antara lain: kelangkaan, kealamian, keunikan, keterlibatan tenaga kerja, pemanfaatan alan yang optimal, adil dan merata, serta penataan wilayah.

- 1) Kelangkaan. Apabila wisatawan melakukan wisata di suatu kawasan agrowisata, wisatawan mengharapakan hamparan perkebunan atau taman yang mengandung unsur kelangkaan karena tanaman tersebut sangat jarang ditemukan saat ini.
- 2) Kealamian. Kealamian daya tarik agrowisata juga akan sangat menentukan keberlanjutan agrowisata yang dikembangkan. Apabila daya tarik wisata tersebut tercemar atau penuh dengan kepalsuan, wisatawan pasti akan merasa sangat tertipu dan tidak akan berkunjung lagi.
- 3) Keunikan. Keunikan dalam hal ini adalah sesuatu yang sama sekali berbeda dengan daya tarik wisata

yang sudah ada. Keunikan dapat berupa budaya, tradisi, dan teknologi setempat tempat objek wisata tersebut dikembangkan.

- 4) Keterlibatan Tenaga Kerja. Pengembangan agrowisata diharapkan dapat melibatkan tenaga kerja setempat, paling tidak dapat meminimalisir tergusurnya masyarakat setempat akibat pengembangan objek wisata tersebut
- 5) Optimalisasi Pemanfaatan Lahan Lahan pertanian atau perkebunan diharapkan dapat dimanfaatkan secara optimal, apabila objek agrowisata ini dapat berfungsi dengan baik. Tidak ditemukan lagi lahan tidur, namun pengembangan agrowisata ini berdampak positif terhadap pengelolaan lahan, jangan sampai dieksploitasi secara semena-mena.
- 6) Pertimbangan Keadilan dan Pemerataan Pengembangan agrowisata diharapkan mampu menggerakkan perekonomian masyarakat secara menyeluruh, baik masyarakat tani/pedesaan, investor/pemodal, regulator. Dengan mengkoordinasikan pengembangan secara rinci dari input yang ada.
- 7) Penataan Wilayah. Agrowisata pada hakikatnya merupakan kegiatan yang memadukan sistem pertanian dan sistem pariwisata sehingga membentuk objek wisata yang menarik.

Sementara itu menurut Spillane, (2005) mengatakan bahwa untuk dapat mengembangkan suatu kawasan menjadi kawasan pariwisata termasuk agrowisata harus ada lima unsur yang dipenuhi, yaitu antara lain (a) *Daya Tarik*: Dalam rangka pengembangan agrowisata, daya tarik yang dimaksud adalah hamparan kebun/lahan pertanian, keindahan alam, keindahan kebun, budaya petani dan segala sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan pertanian tersebut. (b) *Fasilitas*: Fasilitas yang diperlukan dapat berupa penambahan fasilitas umum, telekomunikasi, hotel, dan restoran di pusat-pusat pasar. (c) *Prasarana*: Prasarana yang dimaksud berupa sistem pengairan, jaringan komunikasi, sarana kesehatan, terminal angkutan, sumber listrik dan air. energi, sistem pembuangan limbah/air, jalan raya, dan sistem keamanan. (d) *Transportasi*: Angkutan umum, Terminal Bus, sistem keamanan penumpang, sistem informasi perjalanan, tenaga kerja, kepastian tarif, peta kota/objek wisata. (e) *Keramahtamahan*: Keramahtamahan masyarakat akan menjadi cerminan keberhasilan sistem pariwisata yang baik (Wulandari *et al*. 2018).

Agrowisata Kampung Coklat Senare (KCS) desa Genggeling Kabupaten Lombok Utara

Kampung Coklat Senare (KCS) adalah salah satu destinasi agrowisata yang termasuk kawasan desa Genggeling. Desa Genggeling memiliki luas wilayah 1.766,6 ha yang terdiri atas dataran tinggi. Wilayah Desa Genggeling secara astronomis terletak di sebelah selatan

garis khatulistiwa yaitu: $115^{\circ}46'$ - $116^{\circ}28''$ BT dan $8^{\circ}12'$ - $8^{\circ}55'$ LS. Batas wilayah Desa Genggeling yaitu: sebelah utara : Desa segara katon, sebelah selatan : hutan produksi, sebelah barat : Desa Gondang, Desa Bentek dan Desa Seelos, dan sebelah timur : Desa Rempek dan Desa Rempek Darussalam.

Sarana Prasarana

Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh desa Genggeling adalah berupa sarana dan prasarana pendidikan, kesehatan dan air bersih. Saran pendidikan berupa PAUD dan TK sebanyak 11 unit, SD dan sederajat sebanyak 8 unit, SMP sederajat 5 unit serta sarana dan prasarana sekolah lanjutan tingkat atas sederajat sebanyak 2 unit. Sarana kesehatan berupa Polindes sebanyak 2 unit dan puskesmas pembantu sebanyak 1 unit. Saran dan prasarana air bersih di wilayah ini berasal dari mata air pegunungan, air hujan dan air kemasan.

Aksesibilitas

Desa Genggeling berada cukup dekat dengan kecamatan Gangga sekitar 8 Km dan jarak dengan kabupaten kurang lebih 15 Km. Desa Genggeling berjarak sekitar 60 Km ke ibukota provinsi. Waktu tempuh ke ibukota kecamatan sekitar 15 menit, ke ibukota kabupaten sekitar 30 menit dan ke ibukota provinsi sekitar 1 jam 30 menit dengan kondisi jalan beraspal mulus (*hot mix*).

Sebagian besar masyarakat desa Genggeling merupakan petani dan pekebun. Komoditas pertanian dan perkebunan yang dapat dijadikan sebagai produk unggulan



Gambar 2a. Wawancara Kelompok tani Gapoktan Kumpul Makaryo

Keindahan bentang alam dan keunikan Gunung api purba menjadi salah satu daya tarik desa wisata Nglangeran berdasarkan sejarah geologinya, gunung api purba berumur 0,6 - 1,7 juta tahun lalu dan termasuk gunung api purba berumur tersier (Oligo-Miosen). Wisatawan dapat menjelajahi bongkahan batu berukuran raksasa yang menjulang tinggi, bisa berfoto di atas batu besar dengan panorama alam dan mandi oksigen

agrowisata. Potensi agrowisata daerah ini mencakup perkebunan kopi, durian, dan vanili selain perkebunan kakao yang menjadi primadona di Kampung Coklat Senare (KCS (Gambar 1)



Gambar 1a. Ikon KCS desa Genggeling



Gambar 1b. Perkenunan Kakako KCS desa Genggeling

Agrowisata Desa Nglangeran

Desa wisata Nglangeran merupakan salah satu desa wisata terbaik ASEAN pada tahun 2017 dengan konsep Pariwisata Berbasis masyarakat). Desa wisata ini berada di kecamatan Patuk, kabupaten Gunung Kidul provinsi DIY Yogyakarta. Desa Nglangeran berjarak 25 km dari ibukota provinsi dan dapat ditempuh dengan kendaraan mobil selama 1 jam. Mayoritas masyarakat desa Nglangeran adalah petani, pekebun dan peternak (Gambar 2.). Desa Nlangeran terletak pada koordinat $7,85^{\circ}$ LS dan $110,55^{\circ}$ BT.



Gambar 2b. Penjelasan teknik fermentasi biji kakao oleh Kelompok tani Gapoktan Kumpul Makaryo

menghirup udara segar pegunungan. Gunung purba termasuk salah satu geosite dari Gunung Sewu UNESCO Global Geopark di Indonesia.

Desa Nglangeran mulai berkembang sejak tahun 1990 dan terus berkembang sejak tahun 2007 sampai saat ini dengan membangun fasilitas umum serta homestay semua dilengkapi dengan toilet duduk dan kamar

mandi sesuai standar kebersihan. Perkembangan desa wisata Nglangeran makin pesat sejak mendapatkan hibah Gubernur DIY melalui Dinas Pariwisata DIY pada tahun 2025 untuk melengkapi 80 *homestay* dengan toilet *homestay* berstandar.

Griya coklat Nglangeran adalah produsen dan pusat oleh oleh desa wisata Nglangeran yang dikembangkan sejak tahun 2014 -2015 dengan pendampingan dari



Gambar 3a. Outlet Griya Coklat

Prestasi dan apresiasi yang diperoleh desa agrowisata ini antara lain : 1). menjadi salah satu desa wisata berkelanjutan dari kemenparekraf RI tahun 2021, 2). Griya Coklat Nglangeran mendapatkan pendampingan pada program Food Startup Indonesia dari Badan Ekonomi Kreatif pada tahun 2018, 3). Menjadi pemenang Asean Sustainable Tourism Award (ASTA) tahun 2018 serta 5). menjadi pemenang desa wisata terbaik ASEAN berkonsep berbasis masyarakat tahun 2017, 6). Mendapatkan penghargaan Juara II Pokdarwis berprestasi tingkat nasional dari kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tahun 2013 dan 7). Bersama team Sentra Pemuda Taruna Purba Mandiri mendapatkan anugerah MBM Challenge Award dan bank Mandiri dan Menteri BUMN pada tahun 2012.

Kekuatan kelembagaan menjadi kunci sukses pengembangan agrowisata desa wisata Nglangeran. Adanya kelompok masyarakat yang inovatif dan bertanggungjawab dapat menumbuhkan rasa kepercayaan pemerintah sampai dengan terjalin kerjasama antara dua elemen yang berfungsi dan berpengaruh. Desa wisata Nglangeran mampu berkerjasama dengan pihak swasta untuk berkontribusi dalam pengembangan wisata Nglangeran melalui CSR, misalnya bank Indonesia, Bank Mandiri dan LIPI.

BPTBA-LIPI dan Bank Dunia serta Dinas Perkebunan Gunung Kidul. Griya Coklat Nglangeran (Gambar 3) diresmikan pada tanggal 2 Desember 2015 oleh gubernur DIY dan saat ini menjadi pusat edukasi pengolahan kakao serta produsen dan tempat membeli oleh oleh khas desa Nglangeran. Desa Nglangeran telah mengadopsi teknologi. Salah satu wujudnya berupa e-ticketing dan terus dilakukan pengembangan secara berkelanjutan.



Gambar 3b. Ruang Produksi Griya Coklat

Faktor Eksternal dan Internal dalam upaya Pengembangan Agrowisata Kampung Coklat Senare (KCS)

Kawasan agrowisata KCS di Desa Genggelang memiliki keunggulan utama berupa kesuburan lahan yang mendukung pengembangan komoditas kakao serta pemandangan alam yang indah yang menjadi daya tarik wisata. Desa Genggelang juga menawarkan keragaman atraksi seperti air terjun, rumah pohon, dan budaya lokal yang memperkuat diferensiasi destinasi. Fasilitas penunjang seperti toilet, pusat informasi, peta wisata, penginapan, serta akses transportasi publik semakin memperkuat potensi desa ini sebagai kawasan agrowisata yang kompetitif (Huzaefah, 2023). Namun demikian, kawasan ini menghadapi kelemahan internal yang mencakup kurangnya sumber daya manusia yang berpengalaman, rendahnya intensitas promosi, kesadaran masyarakat yang belum optimal dalam menjaga kelestarian objek wisata, ketiadaan suvenir khas daerah, serta keterbatasan dukungan sarana dan prasarana.

Di sisi lain, peluang eksternal tercipta melalui ketersediaan tenaga kerja lokal, terbukanya investasi di sektor agrowisata, kebijakan pemerintah daerah Kabupaten Lombok Utara yang mendukung pengembangan wisata berbasis kakao, serta potensi pengembangan produk perkebunan lain seperti durian dan kopi untuk menambah nilai ekonomis kawasan. Ancaman yang perlu diantisipasi adalah alih fungsi lahan pertanian dan perubahan perilaku

masyarakat lokal akibat interaksi dengan wisatawan yang berpotensi mengganggu keaslian budaya serta keberlanjutan destinasi.

Dengan mempertimbangkan keseluruhan faktor internal dan eksternal tersebut, kawasan agrowisata KCS di Desa Genggeling berada pada posisi strategis untuk menerapkan rapid growth strategy yang menekankan percepatan pembangunan berbasis keunggulan lokal. Strategi ini dapat dilakukan dengan optimalisasi fungsi lahan dan atraksi wisata, peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan profesional, penguatan promosi digital, serta kolaborasi multipihak yang melibatkan pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat sebagai subjek utama pengembangan. Pendekatan ini selaras dengan prinsip pariwisata berkelanjutan yang mengintegrasikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan, sehingga agrowisata KCS tidak hanya menjadi destinasi rekreasi tetapi juga pendorong transformasi ekonomi pedesaan berbasis potensi lokal yang inklusif dan berdaya saing.

KESIMPULAN

Manajemen agrowisata kakao di Indonesia memerlukan pendekatan adaptif yang berbasis pada potensi lokal untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan. Penguatan kelembagaan petani menjadi elemen kunci dalam mendukung operasional jangka panjang sekaligus menjaga warisan budaya lokal, sebagaimana dicontohkan oleh model pariwisata berbasis komunitas di Nglangeran. Selain itu, promosi yang efektif dan kolaborasi antar destinasi wisata memungkinkan terciptanya paket wisata bernilai tambah, seperti penggabungan aktivitas pengolahan kakao dengan penyediaan layanan kuliner dan akomodasi lokal. Inovasi dalam pengembangan sumber daya manusia juga dibutuhkan agar potensi alam dan budaya dapat dikemas menjadi produk wisata yang edukatif dan ekonomis, seperti yang tengah diupayakan di Senare. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan pengelolaan agrowisata kakao sangat bergantung pada strategi terpadu yang mencakup penguatan kelembagaan, peningkatan kapasitas SDM, promosi yang terintegrasi, serta konektivitas antar destinasi, yang bersama-sama berkontribusi terhadap pembangunan desa yang berkelanjutan dan kompetitif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada bapak Mardan, ketua kelompok tani Kampung Coklat Senare (KCS) desa Genggeling kabupaten Lombok Utara, pak Samiadi anggota Gabungan Kelompok Tani Kumpul Makaryo desa Nglangerean kabupaten Gunung Kidul DIY Yogyakarta dan KWT SidoMuncul desa Nglangeran yang telah banyak berkontribusi untuk keberhasilan data penulisan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandhi, A. (2005). *Etika Pembangunan dan Pengembangan Agrowisata di Indonesia*. Jakarta: Universitas Trisakti
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. 4th ed. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Darmawan, K. K., Astawa, I. P., & Budarma, I. K. (2024). Pengembangan agrowisata berbasis nilai sosial budaya dan potensi alam di Desa Sidetapa Baliaga, Buleleng, Bali. *Journal of Social Service and Empowerment*, 1(1), 12-21. DOI: <https://doi.org/10.56743/josse.v1i1.413>
- Dayan, M. A., & Sari, M. I. (2022). Potensi Agrowisata Berbasis Masyarakat. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(1), 53-59. DOI: <https://doi.org/10.32528/nms.v1i1.11>
- Djuwendah, E., Karyani, T., & Wulandari, E. (2021). Potential development strategy for attraction and community-based agrotourism in Lebak Muncang Village. *E3S Web of Conferences*, 249, 1004. DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202124901004>
- Febriana, N., & Meirinawati, M. (2021). Manajemen Strategi Pengelolaan Desa Agrowisata Oleh Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Watesari Kecamatan Balongbendo Kabupaten Sidoarjo. *Publika*, 9(3), 29-42. DOI: <https://doi.org/10.26740/publika.v9n3.p29-42>
- Fleischer, A., & Tchetchik, A. (2005). Does rural tourism benefit from agriculture? *Tourism Management*, 26(4), 493-501. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.10.003>
- Fricker, K. (2003). Tourism, The Festival Marketplace and Robert Lepage's The Seven Streams of the River Ota. *Contemporary Theatre Review*, 13(4), 79-93. <https://doi.org/10.1080/1048680032000118404>
- Junaedi, I. W. R., & Utama, I. G. B. R. 2017. Agrotourism As The Economics Transformation Of The Tourism Village In Bali (Case Study: Blimbingsari Village, Jembrana, Bali). *Journal of Business on Hospitality and Tourism*. DOI: <https://doi.org/10.22334/jbhost.v2i1.37>
- Khumairotuzzahra, F. F. (2025). Strategi Pengembangan Objek Wisata Di Gentong Mas Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Menggunakan Analisis Swot (Studi Objek Wisata Di Desa Sukolilo Kecamatan Wajak Kabupaten Malang). *Jiagabi (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 14(1), 313-321.
- Kizos, T., & Iosifides, T., 2007. The contradictions of agrotourism development in Greece: evidence from three case studies. *South European Society and Politics*, 12, 59-77. DOI: <https://doi.org/10.1080/13608740601155443>
- Lobo, R., Goldman, G., Jolly, D., Wallace, B., Schrader, W., & Parker, S. (1999). Agrotourism benefits agriculture in San Diego county. *California Agriculture*, 53(6), 20-24.

- Matthew, N. K., Ahmad, S., Ramachandran, S., Syamsul-Herman, M. A., & Zaiton, S., 2018. Visitors preferences on forest conservation and management in Endau-Rompin National Park. *Journal of Tropical Forest Science*, 30(3), 354–361
- Mac. Cannell, D. (1973). Staged authenticity: arrangements of social space in tourist settings. *The American Journal of Sociology*, 79, 589–603.
- Ollenburg, C., & Buckley, R. (2007). Stated economic and social motivations for farm tourism operators. *Journal of Travel Research*, 45, 444–452. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287507299574>
- Olivadese, M. and M.L. Dindo. (2025). Ancient Wisdom in Modern Tourism: Sustainable Solutions from Greek and Roman Literature. *Land* 14 (109) :1 - 29. <https://doi.org/10.3390/land14010109>. Diakses tanggal 25 Juni 2025.
- Oppermann, M. (1996). Rural tourism in Southern Germany. *Annals of Tourism Research*, 23, 86–102. DOI: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00021-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00021-6)
- Phillip, S., Hunter, C., & Blackstock, K. (2010). A typology for defining agrotourism. *Tourism Management*, 31(6), 754–758. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.001>
- Puspito, A.R. dan D. Rahmawati. (2015). Faktor -Faktor yang Berpengaruh terhadap Pengembangan Kawasan Agrowisata melalui Pendekatan Community Based Tourism di Kecamatan Bumiaji Kota Batu. *Jurnal Teknik ITS* 4 (2) : 92 – 97
- Putra, P. S., & Dewi, M. K. (2023). Pengaruh Struktur Modal dan Likuiditas Terhadap Kualitas Laba Pada Perusahaan Sektor Infrastruktur, Utilitas dan Transportasi. *Jurnal Kajian Akuntansi dan Auditing*, 64-76. DOI: <https://doi.org/10.37301/jkaa.v18i1.107>
- Putri, B., Kartina, A., Hady, F., Alya, G., Tasya, I., Irham, M., Putri, N., Izzuddin, N., Khalilah, N., & Jawda, R. (2024). Peningkatan Kapasitas Komunitas Dalam Pengelolaan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Cbt) Di Songkhla, Thailand Melalui Pendidikan Dan Pelatihan. *Jurnal Layanan Masyarakat*, 8(4). DOI: <https://doi.org/10.20473/jlm.v8i4.2024.596-611>
- Riadi, M. 2023., Agrowisata : Pengertian, Fungsi, Aspek dan Komponen. Kajian Pustaka.com. <https://www.kajianpustaka.com/2023/agrowisata.html?m=1>. Diakses pada tanggal 25 Juni 2025.
- Rilla, E., Hardesty, S., Getz, C., & George, H. (2011). California agrotourism operations and their economic potential are growing. *California Agriculture*, 65(2), 57–65.
- Spillane, J. J. (2005). Tourism in developing countries: Neocolonialism or nation builder. *Management and Labour Studies*, 30(1), 7–37. DOI: <https://doi.org/10.1177/0258042X0503000101>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Dan Pengembangan Research Dan Development*. Bandung : Alfabeta.
- Utama, I. G. B. R. (2023). Review studies key element of agrotourism management. In *Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia*.
- Wu, C. K., Wang, C.-N., Le, T. K. T., & Nhieu, N.-L. (2022). Sustainable Agrotourism Location Investigation in Vietnam by a Spherical Fuzzy Extension of Integrated Decision-Making Approach. *Sustainability*, 14(17), 10555. DOI: <https://doi.org/10.3390/su141710555>
- Wulandari, M., Susanto, P. C., Andityawan, I. M., Sinlae, J. B., Wiryadikara, R. P., & Adiada, A. A. K. (2018). Pendampingan Kelompok Sadar Wisata Desa.