

TESIS

**ANALISIS RANTAI NILAI DAN KETERLIBATAN KELOMPOK RENTAN
DALAM AGROWISATA DI KAWASAN TWA MALINO
(Studi Kasus di Malino Highland, Is Strawberry Farm
dan Langit Topidi)**

*VALUE CHAIN ANALYSIS AND INVOLVEMENT OF VULNERABLE
GROUPS IN AGRO-TOURISM IN THE TWA MALINO AREA
(Case Study In Malino Highland, Is Strawberry Farm and Langit Topidi)*

MUHAMMAD WAFIQ



PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS

SEKOLAH PASCASARJANA

UNIVERSITAS HASANUDDIN

2022

**ANALISIS RANTAI NILAI DAN KETERLIBATAN KELOMPOK RENTAN
DALAM AGROWISATA DI KAWASAN TWA MALINO
(Studi Kasus di Malino Highland, Is Strawberry Farm
dan Langit Topidi)**

*VALUE CHAIN ANALYSIS AND INVOLVEMENT OF VULNERABLE
GROUPS IN AGRO-TOURISM IN THE TWA MALINO AREA
(Case Study In Malino Highland, Is Strawberry Farm and Langit Topidi)*

MUHAMMAD WAFIQ



PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS

SEKOLAH PASCASARJANA

UNIVERSITAS HASANUDDIN

2022

LEMBAR PENGESAHAN TESIS
ANALISIS RANTAI NILAI DAN KETERLIBATAN KELOMPOK RENTAN
DALAM AGROWISATA DI TWA MALINO
(Studi Kasus di Malino Highlands, Is Strawberry Farm dan Langit Topidi)

Disusun dan diajukan oleh

MUHAMMAD WAFIQ
P042201007

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Magister Agribisnis Sekolah Pascasarjana
Universitas Hasanuddin

Pada tanggal 01 Desember 2022
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Mahyuddin, M.Si.,
NIP. 19680702 199303 2 003

Pembimbing Pendamping



Pipi Diansari, S.E., M.Si., Ph.D
NIP. 19750829 2006042001

Ketua Program Studi Agribisnis
Sekolah Pasca Sarjana
Universitas Hasanuddin



Dr. Ir. Muh. Hatta Jamil, S.P., M.Si
NIP. 1967122311995121001

Dekan Sekolah pascasarjana
Universitas Hasanuddin



Prof. dr. Budu / Ph.D., Sp.M(K), M.Med.Ed
NIP. 196612311995031009

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Wafiq

Nomor Mahasiswa : P042201007

Program Studi : Agribisnis

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang Saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya Saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini hasil karya orang lain, Saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 9 November 2022

Yang menyatakan,



Muhammad Wafiq

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Tinjauan Pustaka.....	4
1. Agrowisata.....	4
2. Konsep Rantai Nilai.....	7
3. Konsep Kelompok Rentan.....	12
4. Analisis Rantai Nilai.....	12
5. Kerangka Pemikiran.....	20
BAB II. METODE PENELITIAN.....	22
A. Rancangan Penelitian.....	22
1. Pendekatan Penelitian.....	22
2. Ruang Lingkup Penelitian.....	22
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	22
1. Lokasi Penelitian.....	22
2. Waktu Penelitian.....	22
C. Teknik Penentuan Sampel.....	22
D. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	23
E. Metode Analisis Data.....	23
BAB III. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	25
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	25
B. Aktivitas Rantai Nilai Agrowisata.....	33

C. Analisis rantai nilai Agrowisata di TWA Malino.....	49
D. Keterlibatan Kelompok Rentan.....	50
BAB IV.KESIMPULAN.....	53
A. Kesimpulan.....	53
B. Saran.....	53
 DAFTAR PUSTAKA	 54

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
1.	Penelitian Terdahulu	20
2.	Jenis Penutupan Lahan TWA Malino	39
3.	Jumlah Penduduk berdasarkan Kecamatan dan Desa Kelurahan di TWA Malino	41
4.	Jumlah kelompok rentan yang terlibat dalam setiap destinasi agrowisata di Kawasan TWA Malino	61

DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
1.	Rantai Nilai Generik	8
2.	Rantai Nilai Destinasi Agrowisata	14
3.	Perincian Rantai Nilai Agrowisata	15
4.	Kerangka Berpikir Penelitian	32
5.	Peta Administrasi Agrowisata TWA Malino	38
6.	Peta Tutupan Lahan TWA Malino	39
7.	Konversi Penggunaan Lahan di TWA Malino	40
8.	Aktivitas Rantai Nilai Destinasi MHL	45
9.	Aktivitas Rantai Nilai Destinasi Is Strawberry Farm	51
10.	Aktivitas Rantai Nilai Destinasi Langit Topidi	57
11.	Rantai Nilai Agrowisata di TWA Malino	60
12.	Aktivitas Kelompok Rentan dalam Rantai Nilai Agrowisata	62

ABSTRAK

MUHAMMAD WAFIQ. *Analisis Rantai Nilai dan Keterlibatan Kelompok Rentan dalam Agrowisata di Kawasan TWA Malino (dibimbing oleh Mahyuddin dan Pipi Diansari)*

Daerah Malino merupakan destinasi wisata yang terkenal dengan pemandangan alam dan potensi pertanian berupa buah markisa, tanaman teh, bunga krisan, dan anggrek dan juga potensi tanaman sayurannya. Akan tetapi, jumlah agrowisata di kawasan TWA Malino masih sangat sedikit apabila dibandingkan dengan potensi alam di sana. Agrowisata seharusnya mampu menjadi solusi peningkatan nilai ekonomis dari aktifitas pertanian dengan menjadi atraksi wisata yang menarik. Peningkatan nilai ekonomis tersebut diharapkan melibatkan masyarakat lokal, termasuk kelompok rentan yang ada di sekitar destinasi agrowisata. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis rantai nilai agrowisata dan mengidentifikasi tingkat keterlibatan kelompok rentan dalam rantai nilai Agrowisata di kawasan TWA Malino, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi, pencatatan, dan wawancara. Metode analisis yang digunakan yakni analisis deskriptif kualitatif dan analisis rantai nilai berdasarkan kerangka konsep dari Morales-Zamorano. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa rantai nilai agrowisata di TWA Malino terdiri atas aktivitas utama dan aktivitas pendukung. Aktivitas utama yakni desain destinasi agrowisata, manajemen SDM, logistik internal, layanan tujuan agrowisata, dan layanan purnajual. Untuk aktivitas layanan purnajual baru dilakukan oleh Malino Highland. Aktivitas pendukung yaitu infrastruktur dan teknologi; promosi dan penjualan, pasokan dan konservasi sumber daya; serta organisasi, dan system informasi. Keempat aktivitas pendukung sudah dilakukan di setiap destinasi agrowisata. Terdapat 4 aktivitas yang melibatkan kelompok rentan. Aktivitas tersebut terdiri dari 2 aktivitas utama yakni logistik internal dan layanan tujuan agrowisata dan juga 2 aktivitas pendukung yaitu Infrastruktur dan teknologi serta aktivitas pasokan dan konservasi sumber daya. Kelompok rentan yang terlibat yakni anak dan remaja, wanita, penyandang disabilitas, dan juga orang tua.

Kata kunci: *agrowisata, rantai nilai, kelompok rentan*



ABSTRACT

MUHAMMAD WAFIQ. *Value chain analysis and involvement of vulnerable groups in agro-tourism in the TWA Malino area* (supervised by **Mahyuddin** and **Pipi Diansari**)

The Malino area is a destination famous for tours with a view of nature and potential agriculture in the form of fruit passion fruit, planted tea, flowers chrysanthemums and orchids, and also potency plant vegetables. However, the amount there is very little agrotourism in the TWA Malino area if compared with the potency nature there. Agrotourism should be capable of becoming a solution enhancement score economical from activity agriculture with Becomes attractions interesting tour. Enhancement score economical the expected involve public local, including groups vulnerable around destination agrotourism. The purpose of this study is to analyze the agro-tourism value chain and identify the level of involvement of vulnerable groups in the agro-tourism value chain in the TWA Malino area, Gowa Regency, South Sulawesi. Data collection techniques by observing, recording, and interviewing. The analytical method used is descriptive qualitative analysis and value chain analysis based on the conceptual framework of Morales-Zamorano. The results of this study found that the agro-tourism value chain in TWA Malino consists of main activities and supporting activities. The main activities are agro-tourism destination design, HR management, internal logistics, agro-tourism destination services, and after-sales services. For new after-sales service activities carried out by Malino Highland. Supporting activities, namely infrastructure and technology, promotion and sales, supply and conservation of resources, and organization and information systems. There are 4 activities involving vulnerable groups. These activities consist of 2 main activities, namely internal logistics and agro-tourism destination services and also 2 supporting activities, namely infrastructure and technology and resource supply and conservation activities. Vulnerable groups involved are children and youth, women, persons with disabilities and also the elderly.

Keyword: *agrotourism, value chain, vulnerable groups*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertanian ialah sektor yang berperan penting dan memiliki andil yang besar terhadap pemasukan nasional. Mulai dari subsektor perkebunan, peternakan, perikanan, kelautan, serta hortikultura. Pertanian mempunyai potensi yang sangat besar untuk dikembangkan. Olehnya itu, maka pemahaman tentang pentingnya sektor pertanian perlu ditingkatkan. Saat ini, orang tua masih mendominasi dan memegang peran yang banyak dalam aktivitas usaha tani. Menilik data dari web sovereignpangan.net, saat ini cuma 12% petani Indonesia yang berumur di bawah 35 tahun. Potensi sektor pertanian perlu ditunjukkan agar semakin banyak orang yang terlibat di sector pertanian, khususnya para pemuda.

Agrowisata bisa menjadi jawaban dalam mengedukasi orang tentang pentingnya sector pertanian. Agrowisata ialah jenis wisata yang memakai pertanian sebagai atraksi utama dalam aktivitas wisata. Secara umum konsep agrowisata yakni kegiatan wisata yang dipadukan dengan pertanian dengan mengacu pada unsur rekreatif yang memang sudah menjadi ciri kegiatan wisata, unsur pendidikan dalam kemasan paket wisatanya, serta unsur sosial ekonomi dalam pembangunan pertanian dan pedesaan. Agrowisata saat ini menjadi alternatif rekreasi baru yang dibutuhkan masyarakat karena dalam agrowisata menyajikan wisata alam pertanian yang dapat dilihat, dilakukan dan dibeli. Masyarakat dapat datang ke Agrowisata untuk mengetahui proses budidaya buah, setelah itu mereka dapat terlibat untuk memetik buah secara langsung di kebun kemudian mengonsumsi dan membawa pulang hasil petikannya. Dengan konsep agrowisata, dapat membuat kebun lebih produktif karena memaksa pengelola kebun untuk menyajikan kebun yang berkualitas dan sesuai dengan standar wisata edukasi. Selain itu, apabila kebutuhan produk pertanian tersebut meningkat, maka pengelola kebun akan melakukan mitra dengan petani sekitar agar melakukan budidaya tanaman sejenis

untuk memenuhi permintaan dari konsumen. Hal ini dilakukan agar “*stock display*” yang disediakan di tempat agrowisata selalu ada.

Saat ini, industri agrowisata biasanya tersebar di bermacam wilayah dengan dengan berbagai macam atraksi wisata dan komoditi yang dibudidayakan. Tumbuhnya agrowisata berpotensi untuk meningkatkan pemasukan petani ataupun warga dekat, melestarikan teknologi serta kearifan lokal, dan melestarikan sumber energi. Agrowisata hendak berkembang, yang hendak menciptakan lebih banyak pekerjaan, lebih banyak duit, serta keadaan yang lebih baik untuk petani. Pengembangan agrowisata mempunyai beberapa dampak menguntungkan, sebagian di antara lain tercantum menaikkan harga jual produk pertanian serta mengaitkan banyak komunitas dengan menghasilkan aliran pemasukan baru. Agrowisata pula ialah metode yang baik buat membuat wilayah tertentu lebih diketahui dengan memberinya label pariwisata. Agrowisata mempunyai kemampuan buat tingkatkan ekonomi warga di sesuatu wilayah. Diawali dengan orang-orang biasa yang sanggup mempersiapkan rumahnya buat digunakan selaku penginapan, menjangkau pemuda yang sanggup bekerja serta jadi pemandu serta penerima tamu, serta diakhiri dengan petani yang membeli hasil produksinya pembedahan pertanian mereka.

Petani belum merasakan khasiat yang berarti dari keberadaan agrowisata di daerah tersebut, walaupun sebagian tipe agrowisata sudah sukses mengkomersialkan produk yang mereka jual. Sementara itu salah satu tujuan agrowisata merupakan buat mengikutsertakan petani dalam operasionalnya tidak cuma pembudidaya yang harga komoditasnya sangat rendah. Tetapi diharapkan petani bisa turut dan apalagi mendampingi wisatawan langsung sehingga bisa tingkatkan keuntungan mereka. Isunya, usaha agrowisata wajib bermutu. supaya sumber energi yang ikut serta menunjang mutu yang diharapkan. Sedangkan itu, apalagi petani dengan pengetahuan budidaya yang luas juga tidak senantiasa bisa menarangkan proses budidaya secara mencukupi kepada wisatawan serta bermacam konsep yang wajib dikenal pelanggan. Pasti saja, ini hendak mempunyai

nilai negatif serta menyebabkan kerugian untuk agrowisata. Petani serta warga dekat kurang ikut serta dalam penerapannya. sehingga dibutuhkan konsep agrowisata yang inklusif, ialah agrowisata yang betul- betul sanggup mengaitkan serta memberdayakan petani dan tingkatkan taraf hidup warga dekat.

Masih banyak perkara yang menghadang perkembangan agrowisata. Isu- isu tersebut antara lain SDM yang kurang menunjang, minimnya kantor serta kerangka kerja, metodologi waktu yang terbatas serta hal- hal lain yang sesungguhnya wajib diusahakan supaya agrowisata industri ekspedisi bisa menjajaki prinsip- prinsip industri ekspedisi secara totalitas. Jumlah desa wisata yang saat ini digunakan buat agrowisata pula terus menjadi menurun. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis rantai nilai dan mengidentifikasi tingkat inklusifitas dari agrowisata yang ada di lingkup TWA Malino. Output dari analisis yang dilakukan yakni dihasilkan rekomendasi strategi pengembangan Agrowisata yang inklusif di setiap aktifitas rantai yang tentunya melibatkan masyarakat, terutama masyarakat rentan (orang lanjut usia, anak-anak, fakir miskin, wanita hamil, dan penyandang cacat). Harapan dari penerapan strategi tersebut yakni penentuan strategi yang tepat sehingga bisa dijalankan oleh pihak yang berperan dalam pengembangan agrowisata.

B. Rumusan Masalah

Agrowisata memiliki potensi dan peluang yang sangat besar untuk berkembang. Saat ini terdapat beberapa pilihan agrowisata di kawasan Malino yang masing-masing menawarkan keunggulan tersendiri. Dengan menawarkan berbagai paket menarik, perusahaan agrowisata ini bersaing satu sama lain untuk merebut hati pelanggan. Mulai dari tiket masuk yang murah, paket edukasi yang lengkap, infrastruktur yang memadai, promosi rutin, paket souvenir pelanggan, dan berbagai penawaran lainnya sebagai bagian dari strategi pemasaran.

Kawasan TWA Malino menawarkan peluang agrowisata yang melimpah dan memiliki potensi untuk berkembang. Berikut adalah daftar

permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini, sebagaimana diuraikan di atas:

1. Bagaimana rantai nilai Agrowisata di kawasan TWA Malino, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan dengan studi kasus di Malino Highland, Is Strawberry Farm dan Langit Topidi?
2. Bagaimana tingkat keterlibatan kelompok rentan dalam Agrowisata di kawasan TWA Malino, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan dengan studi kasus di Malino Highland, Is Strawberry Farm dan Langit Topidi?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan penelitian ini adalah

1. Menganalisis rantai nilai Agrowisata di kawasan TWA Malino, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan dengan studi kasus di Malino Highland, Is Strawberry Farm dan Langit Topidi.
2. Mengidentifikasi tingkat keterlibatan kelompok rentan dalam Agrowisata di kawasan TWA Malino, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan dengan studi kasus di Malino Highland, Is Strawberry Farm dan Langit Topidi.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini akan diperoleh manfaat antara lain ;

1. Bagi perusahaan, sebagai pedoman dalam melakukan pengembangan agrowisata yang memiliki konsep serupa dengan objek penelitian.
2. Bagi pemerintah, akan bermanfaat sebagai dasar dalam pembuatan kebijakan dan program yang selaras dengan pengembangan agrowisata.
3. Bagi pembaca dan penulis, sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan serta aplikasi ilmu yang diperoleh selama menempuh pendidikan.
4. Bagi peneliti selanjutnya, akan bermanfaat sebagai salah satu sumber referensi apabila melakukan penelitian yang serupa.

E. Tinjauan Pustaka

1. Agrowisata

Definisi Agrowisata

Menurut Herrera (2004), agrowisata adalah kumpulan kegiatan yang berlangsung di pedesaan. Beberapa kegiatan tersebut antara lain bertani, belajar tentang budaya daerah, mengamati pemandangan dan keanekaragaman hayati, menggunakan metode pertanian organik atau konvensional, dan memetik buah dan sayuran tropis. Brscic (2006) menambahkan bahwa agrowisata adalah sebuah jenis bisnis tertentu yang memiliki dampak ganda pada hubungan dan ruang sosial ekonomi pedesaan. Ini adalah bentuk wisata selektif yang berlangsung di pertanian keluarga. Senada dengan itu, Lopez (2006) menegaskan bahwa agrowisata adalah kegiatan rekreasi yang telah mencapai keberhasilan di bidang lingkungan dan budaya pedesaan dengan harga yang menarik bagi masyarakat. berbagai pasar. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa agrowisata adalah jenis wisata yang fokus utamanya adalah pertanian. Perkebunan, peternakan, dan perikanan merupakan contoh pertanian.

Pengembangan Agrowisata Tergantung pada arah pengembangan agrowisata, ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan untuk mengembangkan agrowisata secara efektif dan efisien. Hal ini akan memastikan bahwa upaya yang dilakukan terintegrasi dengan baik dan berjalan lancar. Berikut beberapa pertimbangan yang harus dilakukan dalam pengembangan agrowisata, menurut Departemen Pertanian (2008):

1. Sumber Daya Manusia

Kemampuan, keterampilan, dan pengetahuan pengelola agrowisata dalam menyediakan, mengemas, dan menyajikan paket wisata yang menarik wisatawan untuk mengunjungi industri agrowisata merupakan pertimbangan sumber daya manusia yang harus dilakukan. Diperlukan pendidikan khusus agrowisata karena pengembangan agrowisata sangat tergantung pada persaingan dari sumber daya manusia yang terlibat.

2. Aset dan Iklim Reguler

Agrowisata sebagai ciri bisnis hortikultura memerlukan keselarasan, segala sesuatunya sama, salah satunya aset normal dan iklim. Keberlanjutan agrowisata sangat dipengaruhi oleh sumber daya alam, lingkungan, dan produk wisata yang dijual. Kondisi lingkungan masyarakat sekitar menentukan minat wisatawan untuk berkunjung. Walaupun paket wisata yang tersedia sangat bagus, pemasaran agrowisata akan sulit jika tinggal di masyarakat yang tidak menerimanya.

3. Kegiatan yang mempromosikan agrowisata

Informasi dan pesan untuk promosi dapat disebarluaskan di tempat umum maupun melalui leaflet, booklet, pameran, souvenir, media massa (dalam bentuk iklan atau media audiovisual), dan bentuk lainnya media massa.

4. Sarana dan Prasarana

Terciptanya fasilitas seperti pelayanan yang baik, penginapan, transportasi, dan kesadaran masyarakat juga mempengaruhi jumlah wisatawan yang datang. Selain itu, kerangka dasar yang diperlukan untuk mendorong tumbuhnya agrowisata adalah dukungan dalam bentuk kebijakan pemerintah.

5. Dalam hal pertumbuhan,

kelembagaan agrowisata membutuhkan dukungan dari semua pihak, baik pemerintah, swasta, instansi terkait seperti biro perjalanan, perguruan tinggi, dan masyarakat. Dalam hal ini pemerintah memfasilitasi dukungan untuk tumbuhnya agrowisata. Melalui kemajuan agroindustri wisata yang mengedepankan budaya kedaerahan dalam pemanfaatan lahan, diyakini dapat meningkatkan pendapatan peternak sekaligus menyelamatkan aset daerah, serta tetap mengikuti budaya dan inovasi lingkungan.

Pertumbuhan agrowisata berpotensi memberikan *multiplier-effect*, antara lain manfaat bagi lingkungan, masyarakat, budaya, dan pengetahuan, selain finansial. Menurut Astuti (2014), jika agrowisata dikelola secara profesional dapat menawarkan berbagai manfaat, antara

lain pelestarian lingkungan, peningkatan keindahan alam dan nilai estetika, penyediaan kesempatan rekreasi, dan perluasan usaha ilmiah dan kemajuan ilmu pengetahuan. Menurut Subowo (2002), pertumbuhan kegiatan agrowisata secara tidak langsung akan meningkatkan kesadaran petani dan masyarakat umum akan pentingnya menjaga sumber daya lahan pertanian. Kegiatan agrowisata juga dapat membantu petani atau masyarakat sekitar untuk menghasilkan lebih banyak uang dengan melestarikan sumber daya, melestarikan pengetahuan dan teknologi lokal, dan meningkatkan pendapatan mereka. .

Agrowisata harus dikembangkan dengan mempertimbangkan sejumlah faktor penting. Arifin et al (2007) membagi model kemajuan industri wisata agro menjadi pergantian peristiwa aktual, pergantian peristiwa kelembagaan, pelaksanaan perbaikan khusus, dan perbaikan ekspresi dan budaya .Pembinaan fisik meliputi penataan tempat wisata, pembersihan kawasan wisata, pembuatan taman di sekitar jalan dan destinasi wisata, dan penataan objek wisata.Pengembangan kelembagaan berupa pemberian kemampuan kepada kelompok tani untuk merancang dan menjalankan program agrowisata dan membentuk tim yang menjalankan agrowisata secara langsung.Kelompok tani melakukan pembinaan pelaksanaan teknis, menyiapkan tenaga untuk menangani atau mengelola agrowisata.Selain itu, penemuan dan pelestarian warisan budaya yang menarik untuk kepentingan pengunjung merupakan komponen kunci dalam pertumbuhan seni dan budaya

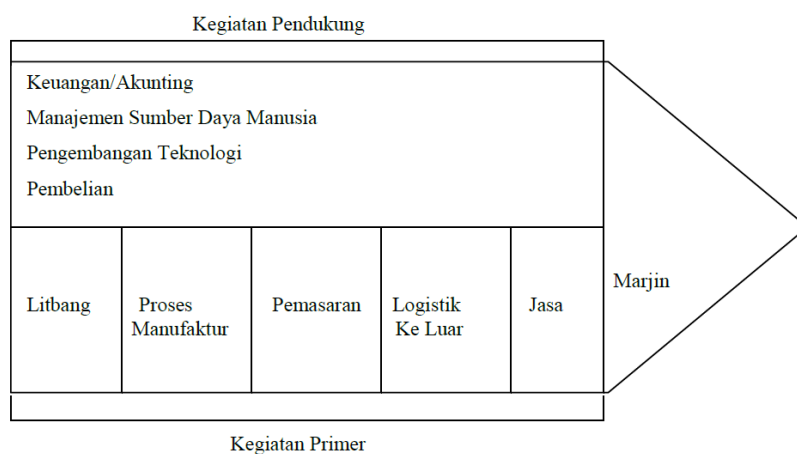
2. Konsep Rantai Nilai

Rantai Nilai didefinisikan sebagai urutan kegiatan yang harus memberikan kontribusi lebih kepada nilai akhir dari produk daripada biaya. Produk yang dihasilkan oleh sebuah organisasi bergantung pada berbagai kegiatan organisasi dan menggunakan sumber daya yang berbeda sepanjang rantai nilai tergantung pada spesifikasi produk. Pada dasarnya, semua aliran produk yang melalui rantai nilai, dimulai dengan penelitian, pengembangan , rekayasa kemudian bergerak melalui aktifitas manufaktur

dan terus kepada pelanggan. Tergantung pada suatu produk, pelanggan mungkin memerlukan layanan dan atau memilih untuk mengkonsumsi produk tersebut atau membuangnya setelah mendapatkan tujuan dari mengkonsumsi produk tersebut (Atkinson et al, 2007).

Dalam Kotler dan Keller (2008), rantai nilai merupakan alat untuk mengidentifikasi cara-cara menciptakan lebih banyak nilai pelanggan. Menurut model ini, setiap perusahaan merupakan sintesa dari kegiatan yang dilakukan untuk merancang, menghasilkan, memasarkan, memberikan dan mendukung produknya. Rantai nilai mengidentifikasi sembilan kegiatan strategis dan relevan yang menciptakan nilai dan biaya didalam bisnis tertentu. Kesembilan kegiatan yang menciptakan nilai itu terdiri dari lima kegiatan utama dan empat kegiatan pendukung.

Sedangkan menurut Porter (1985), kerangka value chain dengan data biaya diperlukan untuk mendukung analisis rantai nilai yang dibutuhkan untuk memberikan informasi bagi manajer dalam mengambil keputusan strategis dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi perusahaan. Dengan demikian analisis value chain dapat digunakan sebagai salah satu alat analisis untuk pengambilan keputusan strategis dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat.



Gambar 1. Rantai nilai generik (Porter, 1985)

Kegiatan-kegiatan utama mencerminkan urutan dari membawa bahan baku ke perusahaan (inbound logistic), mengkonversinya menjadi produk jadi (operations), mengirim produk jadi (outbound logistic), memasarkannya

(marketing and sales) dan melayaninya (service). Kegiatan-kegiatan penunjang – perolehan sumberdaya (bahan baku), pengembangan teknologi, manajemen sumber daya manusia, dan prasarana perusahaan – ditangani oleh departemen-departemen khusus tertentu, tetapi tidak hanya di tempat itu. Sebagai contoh, departemen-departemen lain mungkin melakukan beberapa kegiatan pembelian dan mempekerjakan karyawan. Infrastruktur perusahaan mencakup biaya- biaya manajemen umum, perencanaan, keuangan, akuntansi, hukum dan masalah pemerintahan.

Tugas perusahaan adalah memeriksa biaya dan kinerja di masing-masing kegiatan penciptaan nilai dan mencari cara untuk memperbaikinya. Perusahaan harus memperkirakan biaya dan kinerja pesaingnya sebagai acuan pembanding untuk dibandingkan dengan biaya dan kinerjanya sendiri.

Keberhasilan perusahaan bukan hanya bergantung pada keberhasilan masing-masing bagian dalam melakukan tugasnya, melainkan juga pada keberhasilan dalam mengkoordinasikan berbagai kegiatan bagian tersebut untuk melakukan proses bisnis inti.

Proses-proses bisnis inti ini mencakup hal-hal berikut ini :

1. Proses memahami pasar. Semua kegiatan yang mencakup pengumpulan inteligensi pasar, penyebarannya dalam organisasi, dan tindakan berdasarkan informasi tersebut.
2. Proses realisasi produk baru. Semua kegiatan yang mencakup penelitian, pengembangan, dan peluncuran produk-produk baru yang berkualitas tinggi dengan segera dan sesuai anggaran.
3. Proses mendapatkan pelanggan. Semua kegiatan yang tercakup dalam upaya menetapkan pasar sasaran dan mencari pelanggan baru.
4. Proses manajemen pemenuhan. Semua kegiatan yang mencakup penerimaan dan persetujuan pesanan, pengiriman barang yang tepat waktu dan penagihan piutang (Kotler & Keller, 2008).

Analisis rantai nilai (value chain analysis–VCA) mengacu pada proses yang dengannya perusahaan menentukan biaya yang terkait dengan aktivitas organisasional dari pembelian bahan mentah sampai produksi dan pemasaran produk tersebut. VCA bertujuan untuk mengidentifikasi dimana keunggulan (advantage) atau kelemahan (disadvantage) biaya rendah yang ada di sepanjang rantai nilai mulai dari bahan mentah sampai aktivitas layanan konsumen. VCA memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi secara lebih baik kekuatan dan kelemahannya sendiri,

khususnya bila dibandingkan dengan analisis rantai nilai pesaing dan data mereka sendiri yang diteliti dari waktu ke waktu (David, 2009). Penilaian substansial kiranya dibutuhkan dalam melakukan VCA karena hal-hal yang berbeda dalam rantai nilai bisa berdampak secara positif atau negatif terhadap hal yang lain, sehingga terdapat keterkaitan yang kompleks. Sebagai contoh layanan konsumen yang baik mungkin sangat mahal tetapi mampu menekan biaya retur dan meningkatkan pendapatan. Perbedaan biaya dan harga diantara perusahaan pesaing bisa jadi merupakan akibat dari aktivitas yang dilakukan oleh pemasok, distributor, kreditor atau bahkan pemegang saham. Terlepas dari kompleksitas VCA, langkah awal untuk menerapkan prosedur ini adalah dengan membagi operasi suatu perusahaan ke dalam berbagai aktivitas atau proses bisnis yang spesifik. Kemudian, analisis berusaha untuk mengenakan biaya pada setiap aktivitas, dan biaya tersebut bisa dalam bentuk waktu dan uang. Terakhir, analisis mengubah data biaya itu menjadi informasi dengan mencari kekuatan dan kelemahan biaya kompetitif yang mungkin menghasilkan keunggulan atau kelemahan kompetitif.

Ketika suatu pesaing terbesar atau pelaku baru di pasar menawarkan produk atau jasa dengan harga yang sangat rendah, ini mungkin dikarenakan perusahaan tersebut telah secara substansial mampu menekan biaya rantai nilainya atau sedang berusaha keras dan mati-matian untuk meraih penjualan atau pangsa pasar. Jadi analisis rantai nilai bisa jadi sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk memonitor apakah harga dan biayanya kompetitif.

Ketika suatu pesaing terbesar atau pelak baru di pasar menawarkan produk atau jasa dengan harga yang sangat rendah, ini mungkin dikarenakan perusahaan tersebut telah secara substansial mampu menekan biaya rantai nilainya atau sedang berusaha keras untuk meraih penjualan atau pangsa pasar. Gabungan biaya seluruh aktivitas di suatu rantai nilai perusahaan menentukan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menjalankan bisnisnya (David, 2009).

Adapun Donelan dan Kaplan (2000) mengungkapkan bahwa VCA merupakan tool yang digunakan untuk menjelaskan organisasi sebagai sebuah jaringan dari komponen-komponen utama dan saling keterkaitannya. Tujuan utama analisis adalah untuk menyajikan/menampilkan aktifitas-aktifitas utama dalam organisasi dan hubungan dari aktifitas-aktifitas tersebut. Selanjutnya dari proses analisis ini akan diperoleh bagaimana hal-hal tersebut menambah nilai sehingga dapat memuaskan pelanggan dan memperoleh sumberdaya dari supplier. Selain itu dalam analisis ini akan teridentifikasi tahap-tahap value chain sehingga organisasi dapat meningkatkan value untuk pelanggan atau untuk menurunkan biaya. Penurunan biaya operasional dan peningkatan nilai tambah (value added) dapat meningkatkan keunggulan kompetitif organisasi.

Selanjutnya Donelan dan Kaplan (2000) menyatakan bahwa VCA mampu untuk menjelaskan :

1. Aliran informasi pada industri dan bagaimana kritisnya informasi tersebut untuk mendayagunakan industri dan sukses dari perusahaan di dalamnya. Dengan menentukan dimana dan kapan informasi tersebut tersedia, siapa yang memilikinya dan bagaimana informasi tersebut dapat diperoleh dan diarahkan menjadi advantage atau digunakan dalam perusahaan.
2. Informasi yang atau dipertukarkan dengan pelanggan dan supplier melalui rantai untuk memperbaiki kinerja bisnis atau saling memandu perbaikan kinerja dengan pembagian keuntungan (informasi yang

dibutuhkan untuk menjual produk kepada pelanggan atau suplier untuk memperoleh input sumber daya).

3. Bagaimana efektifitas aliran informasi melalui proses utama dan penggunaannya oleh mereka : (a) di dalam masing-masing aktifitas untuk mengoptimalkan kinerja, (b) untuk menghubungkan aktifitas-aktifitas secara bersama-sama dan menghindari biaya yang tidak perlu serta menghindari peluang, (c) memungkinkan *support activities* untuk berkontribusi pada *value adding process*.

3. Konsep Kelompok Rentan

Kelompok rentan adalah kelompok yang tidak dapat memenuhi kebutuhan hidup yang layak yang perlu mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah. Adanya kelompok rentan diakibatkan karena aset dan akses yang terbatas sehingga dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat. Yang dimaksud dengan kelompok masyarakat yang rentan antara lain orang lanjut usia, anak-anak, fakir miskin, wanita hamil, dan 'penyandang cacat'.

Agrowisata adalah strategi pembangunan ekonomi utama yang bertujuan untuk menguntungkan keduanya pertanian dan pariwisata dan, setidaknya dalam kasus negara berkembang, berkontribusi untuk penghidupan pedesaan yang berkelanjutan. Membina kegiatan ekonomi di tingkat lokal dan skala regional yang secara holistik mempertimbangkan kesehatan lingkungan, sosial dan budaya dapat membantu untuk membangun ketahanan dan mengurangi kerentanan masyarakat (Anderson, 2011; Regenvanu, 2010).

Indikator Tujuan Pembangunan Berkelanjutan harus dipilah, jika relevan, berdasarkan pendapatan, jenis kelamin, usia, ras, etnis, status migrasi, disabilitas dan geografis lokasi, atau karakteristik lain, sesuai dengan Prinsip Dasar Statistik Resmi (Resolusi Majelis Umum 68/261).”

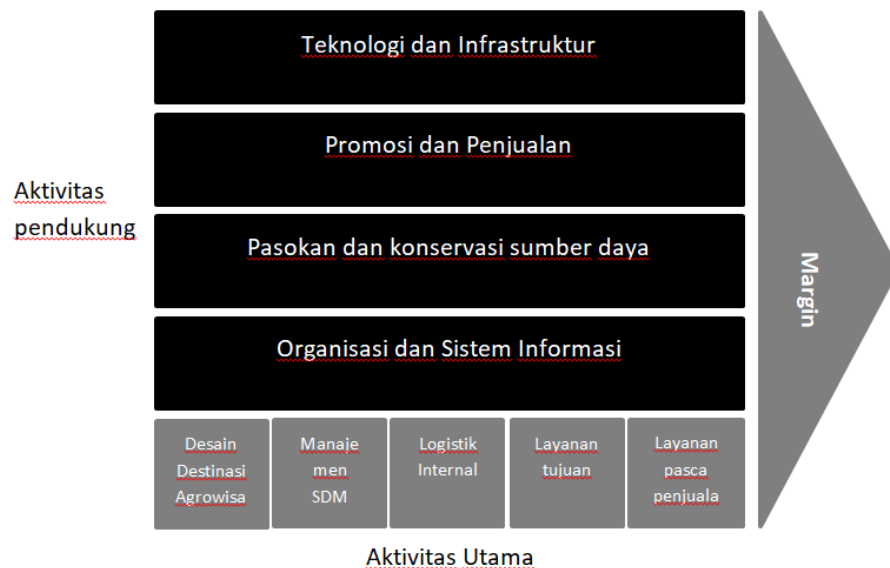
4. Analisis Rantai Nilai Agrowisata

Analisis rantai nilai (*Value Chain Analysis*) mengacu pada proses dimana suatu perusahaan menentukan biaya yang berhubungan dengan aktivitas organisasi dari pembelian bahan mentah, lalu produksi barang, hingga pemasaran barang tersebut. VCA bertujuan untuk mengidentifikasi dimana keunggulan biaya rendah atau kelemahan terjadi di sepanjang rantai nilai dari bahan mentah hingga aktivitas pelayanan pelanggan. VCA memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi dengan lebih baik kekuatan dan kelemahannya, khususnya ketika dibandingkan terhadap analisis rantai nilai pesaing dan data mereka sendiri yang dievaluasi dari waktu ke waktu (David, 2009).

Dari perspektif teoretis, rantai nilai perusahaan jasa, khususnya di perusahaan pertanian, hanya sedikit dipelajari. Namun, kita tidak boleh melupakan fakta bahwa lingkungan pedesaan memiliki banyak daya tarik, bukan hanya pertanian. Seperti terlihat pada awal dokumen ini, kegiatan peternakan, budidaya perikanan dan perikanan, rimba, dan hutan dapat dilengkapi dengan wisata dan juga menelusuri kawasan arkeologi, sejarah untuk mengapresiasi kekayaan keanekaragaman hayati, melihat fenomena alam, dan sebagainya, yang dapat menjadi pelengkap atau atraktif bahkan lebih kuat dari sekedar kegiatan pertanian.

Akomodasi pedesaan, serta menikmati kuliner khas daerah, memungkinkan wisatawan kontak langsung dengan masyarakat pedesaan, budaya, tradisi, dan kerajinan mereka di lingkungan pedesaan yang alami (Royo dan Serarols 2005). Itulah sebabnya karya ini dibenarkan sejauh mengusulkan analisis rantai nilai dalam tautan yang diidentifikasi dalam layanan agrowisata, sebagai tawaran wisata yang menarik dan kompetitif yang mengintegrasikan istirahat dan makanan organik daerah dengan kesenangan dan apresiasi terhadap budaya dan tradisi, terintegrasi dengan inovasi. Destinasi wisata pertanian ini harus memiliki, menyukai segala aktivitas, rasa dan identitas, sehingga tetap mempertahankan daya tariknya.

Setiap produk agrowisata yang dijalankan hanya dapat menghasilkan nilai jika dirancang sebagai konsep baru dan disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan nasional dan asing (Morales-Zamorano dan Camacho García 2019). Mempesona setiap segmen pasar sasaran, berdasarkan pengalaman emosi tertentu untuk setiap generasi usia, harus menjadi kunci desain yang menghasilkan nilai (Yamamoto dan Katrina 2014). Rantai layanan yang diusulkan menjelaskan dengan cara yang sangat umum rantai layanan agrowisata yang menghasilkan nilai dalam produk layanan ini yang mencakup penggunaan langsung sumber daya pertanian. Gambar di bawah merupakan skema rantai nilai yang diusulkan, menunjukkan kegiatan utama dan kegiatan pendukung yang menjadi rujukan.



Gambar 2. Rantai Nilai Destinasi Agrowisata (Luis Morales, dkk 2020)

Ciri khas suatu jasa adalah variabilitas, kadaluarsa, tidak berwujud, dan tidak dapat dipisahkan. Namun, ada penulis yang mengklaim bahwa sumber daya pariwisata sebagian besar berwujud (Leisen 2001; Andrade-Suárez 2010). Selain itu, karena ketidakterpisahan mengacu pada kenyataan bahwa tidak dapat dipisahkan dari layanan penyediannya, proses langsung rantai nilai layanan agrowisata dimulai sejak wisatawan

memutuskan untuk mengunjungi tujuan wisata, transportasi untuk tiba, penerimaan, menikmati semua aktivitas yang termasuk dalam paket, dan diakhiri dengan transportasi pulang wisata dan layanan purna jual. Dalam semua langkah ini, klien "menikmati" layanan secara langsung.

Gambar berikut menunjukkan unsur-unsur nilai dalam kegiatan utama dan kegiatan pendukung.

Aktivitas utama	Desain destinasi agrowisata	Manajemen SDM	Logistik internal	Layanan tujuan wisata agro	Layanan purna jual
	<ul style="list-style-type: none"> Pemesanan dan kebersihan Sejarah, proses Aktivitas olahraga Pertunjukan, konser Kesehatan, tradisi, budaya, pemandangan Hiburan, permainan Manajemen Integral dari 5 indera 	<ul style="list-style-type: none"> Arah/ Petunjuk Layanan berkualitas Pengembangan keterampilan dan pengetahuan tata boga dan penginapan Kemampuan komunikasi personal (bahasa) Motivasi dan kompensasi 	<ul style="list-style-type: none"> Perilaku positif Transportasi kedatangan Layanan penerimaan, penanganan bagasi Informasi dan perhatian Pendaftaran, pengawasan Aktivitas perpisahan Transportasi outbound 	<ul style="list-style-type: none"> Pusat pengunjung Akomodasi, kebersihan dan kenyamanan Rumah pedesaan Tata boga: local, higienis, original dan istimewa Budaya dan aktivitas pendukung yang menyenangkan Penjualan: makanan, kerajinan dan souvenir 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluasi dengan survey oleh penyedia jasa Follow up pengalaman secara personal Penawaran baru Promosi, produk dan jasa baru
Aktivitas Pendukung	Infrastruktur dan teknologi	<ul style="list-style-type: none"> Transpor public dan akses jalan Kelistrikan dan air minum Pengelolaan sampah yang efisien Sinyal dan lingkungan 	<ul style="list-style-type: none"> Dukungan fisik dan internal yang berkualitas (kasur, cucian piring, cucian pakaian, dll) Penggunaan energy terbarukan Pemeliharaan, pengawasan dan keamanan 	<ul style="list-style-type: none"> Kasir dan pembayaran dengan kartu Manajemen inventaris Wifi 	
	Promosi dan penjualan	<ul style="list-style-type: none"> Operator tur Agen travel 	<ul style="list-style-type: none"> Portal internet, blog TV, radio, dll 	<ul style="list-style-type: none"> Promosi, penjualan Penagihan 	
	Pasokan dan konservasi sumber daya	<ul style="list-style-type: none"> Manajemen supplier Kualitas input/ masukan 	<ul style="list-style-type: none"> Optimasi pengelolaan sumber daya Minimalisasi biaya Manajemen keuangan dan modal kerja 	<ul style="list-style-type: none"> Kebijakan konservasi dari sumber daya alam dan keseimbangan ekologi Konservasi areal hijau 	
	Organisasi dan Sistem Informasi	<ul style="list-style-type: none"> Komunikasi internal yang efektif Sistem informasi yang update dan inovatif 	<ul style="list-style-type: none"> Analisis pasar berkelanjutan Kesadaran dari stakeholder terkait Sertifikasi 	<ul style="list-style-type: none"> Riset produk baru Peningkatan peluang dan pelayanan Analisis hasil 	

Gambar 3. Perincian Rantai Nilai Agrowisata(Luis Morales, dkk 2020)

Kegiatan Utama

1. Desain Destinasi Agrowisata

Di bawah prinsip kualitas yang ditentukan oleh ketertiban dan kebersihan situs (antara lain), desain destinasi wisata pertanian dianggap sebagai konsep bisnis utama. Di bawah konsep ini, produk-produk pariwisata dapat dipertimbangkan di daerah pedesaan seperti petualangan, gastronomi, pendidikan, ilmiah, kesehatan, olahraga, budaya, dan acara dan pertemuan pariwisata.

Paket produk wisata harus ditawarkan di mana pengalaman hidup dibagi dalam konteks pertanian di lingkungan pedesaan. Wisatawan harus dibuat untuk hidup dan menikmati dengan panca indera mereka produk wisata yang disebutkan, yang memberikan identitas teritorial ke tujuan. Ini harus menjadi tujuan penting yang memberi nilai tambah pada daya tarik wisata jenis ini.

2. Manajemen bakat manusia/ Manajemen SDM

Manajemen SDM harus membuat wisatawan merasa bahwa layanan yang ditawarkan dilakukan dengan penuh semangat dan komitmen oleh karyawan dilakukan dengan senang hati. Untuk mencapai hal ini, perlu mengelola hubungan dengan klien, mengembangkan kompetensi, keterampilan, dan nilai-nilai dalam staf, sehingga layanan yang mereka tawarkan mengejutkan wisatawan, dan mereka menularkan semangat dan perasaan bahwa itu adalah yang paling penting dari tujuan agrowisata (Aimin dan Shunxi 2011). Komunikasi dengan turis dalam bahasa Anda menambah nilai penting pada layanan yang diberikan.

3. Logistik internal

Pengetahuan tentang detail program kegiatan yang akan dilakukan memberikan kepercayaan kepada wisatawan dengan memberikan nilai tambah pada destinasi wisata yang dikunjungi. Termasuk kepastian dalam pengelolaan waktu dan bentuk, dalam kerangka fleksibilitas, serta mengoptimalkan penggunaan waktu inap di tempat tujuan destinasi wisata.

4. Layanan tujuan wisata agro

Memenuhi tujuan dan melebihi harapan wisatawan membutuhkan inovasi dan orisinalitas, untuk "menggaet" dan mengejutkannya. Tujuan mencapai kenyamanan dan kebersihan tersebar luas, tetapi untuk mencapainya dengan lingkungan yang

berbeda, sederhana, dan menawan, di mana tempat itu diapresiasi oleh aroma yang menyenangkan, suara alam, sentuhan yang menyenangkan dari semua yang disentuhnya, pemandangan alam. Pemandangan alam, dan cita rasa makanan yang tiada tara, di tempat yang sama dan hampir di waktu yang bersamaan merupakan tantangan bagi penciptaan nilai tambah.

5. Layanan purna jual

Alonso (2008) menyebut layanan purna jual sebagai layanan yang terdiri dari penerapan strategi untuk meningkatkan atau mempertahankan nilai tambah dari layanan wisata yang disediakan oleh setiap peternakan .

Ini dapat dicapai melalui perhatian yang dipersonalisasi atau layanan gratis tambahan lainnya. Menerapkan strategi purna jual yang efektif di setiap perusahaan jasa agrowisata merupakan tantangan untuk menjaga pelanggan datang kembali, dan datang kembali dan menarik lebih banyak pelanggan. Menambah nilai dengan kualitas untuk tindak lanjut pribadi dari wisatawan dapat menyanjung dan dengan kepuasan Anda membuatnya setia kepada perusahaan (Gallarza dan Saura 2006). Dengan asumsi pencapaian itu, Anda dapat memikirkan untuk menawarkan promosi dan diskon khusus untuk pembelian kedua atau untuk menjadi pelanggan tetap; Anda juga harus menghargai kunjungan wisatawan dengan pesan elektronik, mengirimkan ucapan selamat atau diskon pada tanggal khusus (ulang tahun, Natal, Tahun Baru, dll), atau membuat pelanggan yang puas merasa menjadi bagian dari tujuan wisata dengan meminta bantuan untuk meningkatkan kualitas.

Kegiatan pendukung

1. Infrastruktur dan teknologi

Memiliki akses jalan dan ketersediaan telepon, sumber pasokan bahan bakar dan gas, listrik, dan air minum sebagai basis infrastruktur yang menopang seluruh rantai nilai sangatlah penting. Namun, nilai tambah harus menggairahkan dan mengejutkan wisatawan.

Tujuan ini dapat dicapai dengan banyak cara, antara lain dengan akses Internet gratis, dengan papan nama yang menyenangkan dan efisien, pengaturan yang membawa pengunjung ke konteks tempat mereka tinggal, dengan ATM dan pembayaran kartu, serta system administrasi. energi dan limbah yang efektif.

2. Pemasaran dan operator tur: promosi dan penjualan

Aktivitas pendukung ini terlihat jelas di seluruh rantai nilai. Hal ini terwujud dari desain produk agrowisata dan berakhir pada mata rantai terakhir atau kegiatan utama dari mata rantai tersebut. Integrasi pemasaran yang konstan ke dalam rantai nilai harus mengarah pada penciptaan keunggulan kompetitif yang besar (Madhani 2012). Penciptaan aliansi periklanan dengan tujuan agrowisata nasional dan negara lain untuk berbagi pasar global bisa menjadi strategi yang baik. Sebuah generasi nilai adalah dukungan dari operator tur yang memiliki semua jenis pengetahuan dan kegiatan pariwisata, serta pasar dan menawarkan paket all-inclusive kepada pengunjung di masa depan. Penjualan Internet terjadwal dan faktur elektronik menjadi semakin menarik dan juga dapat menghasilkan nilai bagi wisatawan.

3. Pasokan dan konservasi sumber daya

Dalam kegiatan pendukung ini, hanya input seperti sumber daya, keuangan dan sumber daya alam yang dipertimbangkan. Mengenai pengelolaan pemasok, perlu juga mempertimbangkan partisipasi dan persepsi manfaat oleh pemangku kepentingan

sebagai dukungan untuk meningkatkan nilai layanan kepada agrowisata (Tew dan Barbieri 2012): dari peningkatan daya tawar dengan pemasok input (Flanigan dkk. 2014), penyedia layanan publik (pemerintah), perusahaan sekutu (kolaborator), lembaga pendidikan dan penelitian), dan kreditur, sampai dengan mempertimbangkan pentingnya peran serta masyarakat di mana perusahaan beroperasi.

4. Organisasi dan sistem informasi

Hal ini diperlukan untuk mengubah perolehan informasi menjadi pengetahuan tentang rantai nilai (Lee dan Yang 2000). Aktivitas pendukung ini dengan inovasi dan riset pasar, memungkinkan untuk terus mengidentifikasi peluang peningkatan yang ditujukan kepada klien potensial, dengan tujuan untuk diferensiasi. Dengan hasil tersebut dan dengan penggunaan sistem informasi yang memadai, pencapaian komunikasi yang lebih efisien dapat dimungkinkan. Penting juga untuk mempertimbangkan partisipasi tidak langsung dari mata rantai lain dalam rantai nilai yang tanpa pertimbangan mereka, kegiatan utama akan melemah. Di antara link tersebut antara lain adalah LSM, dan partisipasi pemerintah kota dengan dukungan air minum untuk publik, penerangan, dan layanan keamanan,. Partisipasi perajin dapat menimbulkan daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang berbasis hasil pertanian, peternakan, perikanan (seperti makanan kaleng), serta hasil samping dan limbahnya (cangkang tiram), dan batuan vulkanik antara lain dapat memberikan peningkatan yang sangat penting bagi rantai nilai.

5. Kerangka Pemikiran

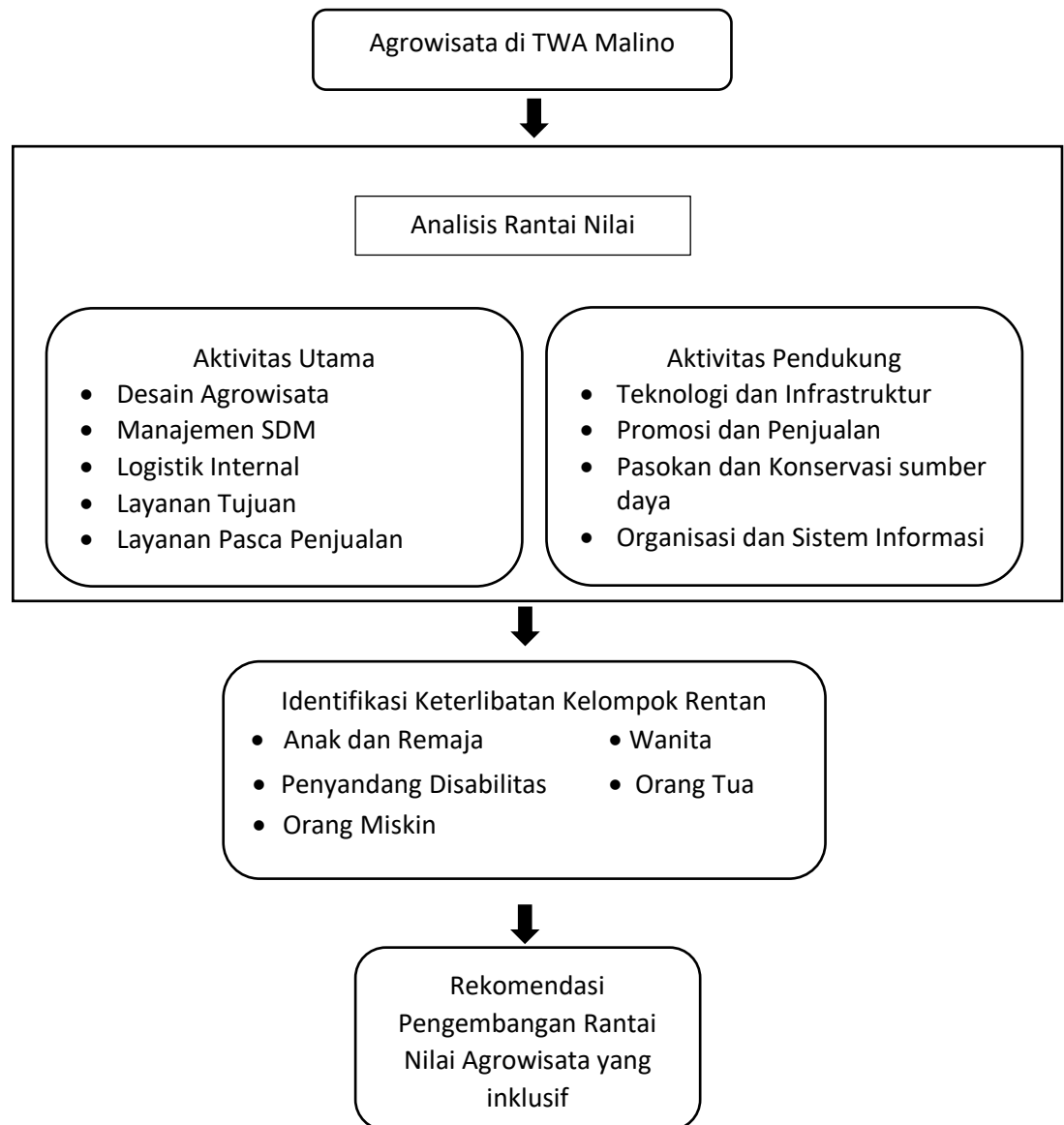
Kawasan TWA (Taman Wisata Alam) Malino merupakan salah satu daerah di Sulawesi Selatan yang setiap tahun menarik wisatawan karena banyaknya daya tarik wisata dan potensi alamnya. Banyak pihak yang berupaya menjadikannya sebagai tujuan wisata karena potensi keindahannya, termasuk agrowisata. Agrowisata saat ini menjadi salah satu pilihan untuk pariwisata yang semakin dianut oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan agrowisata mampu menawarkan wisata sekaligus edukasi, serta mendekatkan manusia dengan alam, khususnya pertanian. Agrowisata adalah bentuk pariwisata yang menggabungkan pertanian sebagai tujuan utamanya. Pemerintah, masyarakat, dan pengelola, di antara pemangku kepentingan lainnya, semuanya harus berpartisipasi aktif dalam pertumbuhan agrowisata.

Jumlah agrowisata di kawasan TWA Malino masih sangat sedikit apabila dibandingkan dengan potensi alam di sana. Sejak dulu, daerah Malino merupakan destinasi wisata yang terkenal baik itu dikarenakan pemandangan alam maupun potensi pertanian berupa buah markisa, the, bunga krisan dan anggrek dan juga potensi tanaman sayurannya. Hingga saat ini, Agrowisata yang terkenal dan dikelola dengan baik masih sangat sedikit. Bahkan beberapa agrowisata yang sebelumnya sudah terkenal, perlahan mulai tidak lagi membuka kunjungan wisatawan. Hal ini mengindikasikan, pengembangan agrowisata di kawasan TWA Malino belum berjalan dengan optimal. Agrowisata yang cukup terkenal di Malino diantaranya adalah agrowisata petik strawberry, Malino *highlands* dengan potensi kebun the dan bunga krisannya dan Langit Topidi Resort yang ber.

Untuk bisa memahami dan melakukan analisis atas permasalahan yang terjadi maka dibutuhkan analisis rantai nilai yang terdiri atas aktifitas utama dan aktifitas pendukung. Aktivitas utama yang memiliki peran penting dalam proses pengembangan agrowisata meliputi desain agrowisata, manajemen SDM, logistic internal, layanan tujuan dan layanan pasca penjualan. Di sisi lain terdapat aktivitas pendukung yang turut berpengaruh

besar dalam proses pengelolaan dan pengembangan agrowisata. Aktivitas pendukung terdiri atas teknologi dan infrastruktur, promosi dan penjualan, pasokan dan konservasi sumber daya dan juga organisasi dan system informasi.

Dengan mengetahui aktifitas utama dan aktifitas pendukung dalam pengembangan agrowisata di kawasan TWA Malino, maka dapat dilakukan pemetaan dan analisa rantai nilai. Selanjutnya akan dilakukan identifikasi keterlibatan kelompok rentan pada setiap aktivitas dalam rantai nilai agrowisata. Kemudian akan dilakukan penyusunan rekomendasi pengembangan rantai nilai agrowisata yang inklusif, khususnya di kawasan TWA Malino.



Gambar 4. Kerangka Berpikir Penelitian