

**STRATEGI PEMBERDAYAAN KELEMBAGAAN
KARANG TARUNA DALAM PENGEMBANGAN PAKET
WISATA SAPI PERAH DI KOTA BATU**

SKRIPSI

Oleh:

**Febrianto Eko Bassetyo
0610530023**

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



**PROGRAM STUDI SOSIAL EKONOMI
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2011**



**STRATEGI PEMBERDAYAAN KELEMBAGAAN
KARANG TARUNA DALAM PENGEMBANGAN PAKET
WISATA SAPI PERAH DI KOTA BATU**

SKRIPSI

Oleh:

**Febrianto Eko Bassetyo
0610530023**

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada Fakultas
Peternakan Universitas Brawijaya

**PROGRAM STUDI SOSIAL EKONOMI
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2011**

STRATEGI PEMBERDAYAAN KELEMBAGAAN KARANG TARUNA DALAM PENGEMBANGAN PAKET WISATA SAPI PERAH DI KOTA BATU

SKRIPSI

Oleh :
Febrianto Eko Bassetyo
0610530023

Telah dinyatakan lulus dalam ujian sarjana
pada Hari/Tanggal: Senin / 28 Maret 2011

Menyetujui
Susunan tim penguji

Pembimbing Utama

Anggota Tim Penguji

Dr. Ir. Bambang Ali Nugroho, MS, DAA
NIP. 19610414 198603 1 004
Tanggal:

Ir. Suprih Bambang Siswijono, MS
NIP. 19580610 198503 1 003
Tanggal:

Pembimbing Pendamping,

Prof. Dr. Ir. Zaenal Fanani, MS
NIP. 19581212 198601 1 001
Tanggal:

Mengetahui:
Universitas Brawijaya
Fakultas Peternakan
Dekan,

Prof. Dr. Ir. Kusmartono
NIP. 19590406 198503 1 005
Tanggal:

THE EMPOWERMENT STRATEGY OF KARANG TARUNA IN THE DEVELOPMENT OF DAIRY CATTLE TOURISM PACKAGE IN BATU

ABSTRACT

This research was carried out in Tulungrejo Village, Bumiaji District, Batu City, started from February 7th up to 28th 2011. The method used was survey using structured questionnaire. Data was analysed by descriptive analysis to find out the condition of *Karang Taruna* and the dairy cattle tourism package and SWOT analysis to make the alternative strategy in empowering *Karang Taruna* and developing the dairy cattle tourism package in Batu.

The result showed that tour visitor came from various group, ranged from 6-50 years old, either student or government employee. The activities provided at the village included: 1) educative activity for tourists arranged by farmers and *Karang Taruna* such as observing milking method and annual handicraft exhibition (what to see); 2) working activity for tourists such as practising good milking method and the processes afterward as it become ready to be sold at the local cooperative, as well as feeding, cleaning, and taking care of the cattle (what to do); 3) commercial activity such as fresh milk daily sales activity, while food and beverage catering was only provided at the peak season (what to sell). This tourism package had a significant impact to farmer's life. In this case, they are assisted by *Karang Taruna* as the tourism village organizer, especially for dairy cattle tourism package.

It was concluded that the tourism package provided the creative and educative tourism mode thus differ from others that only concerned on the entertainment sector without considering consumer's tertiary needs. The tourism package had a significant impact to farmer's life since it increased their income around Rp.7.000,-. Through SWOT matrix, the applicable strategy was the SO strategy that optimise *Karang Taruna* role in developing the tourism package and marketing line through spreading brochures in some favourite tourism places in Batu, and cooperating with stakeholders and government. It was suggested that *Karang Taruna* cooperate with Stakeholder and local government which deal with the village tourism and increase the promotion by forming the special team to promote the tourism village.

Key words: *Karang Taruna*, *daily cattle*, *tourism*, *SO analysis*.

repository.ub.ac.id

STRATEGI PEMBERDAYAAN KELEMBAGAAN KARANG TARUNA DALAM PENGEMBANGAN PAKET WISATA SAPI PERAH DI KOTA BATU

RINGKASAN

Kebutuhan tersier di Indonesia akhir-akhir ini sangatlah pesat, khususnya dalam bidang pariwisata. Wahana wisata yang berkembang sekarang hanya menciptakan hiburan saja tanpa memberikan orientasi yang panjang terhadap pengunjung. Sehingga dampaknya, akan terjadi stagnansi dan kejenuhan dalam bidang wisata yang memberikan wahana yang itu-itu saja. Oleh karena itu, wahana wisata harus dituntut untuk memberikan inovasi yang variatif dan memberikan dampak yang signifikan. Desa Wisata di Kota Batu merupakan solusi dan jawaban yang tepat atas semua pertanyaan, khususnya Paket Wisata Sapi Perah yang memberikan inovasi bersifat edukatif dan juga menghibur. Paket Wisata Sapi Perah di Kota Batu yang berada dalam Desa Wisata merupakan wahana yang dapat dinikmati oleh semua kalangan.

Penelitian dilaksanakan di Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu pada tanggal 07 Februari sampai 28 Februari 2011. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner terstruktur. Analisis data yang digunakan dalam penelitian strategi pemberdayaan kelembagaan karang taruna dalam pengembangan paket wisata sapi perah di kota batu adalah menggunakan analisis deskriptif, yaitu untuk mengetahui keadaan karang taruna dan usaha paket wisata sapi perah serta menggunakan analisis SWOT untuk menyusun alternatif strategi pemberdayaan karang taruna dan pengembangan paket wisata sapi perah di kota batu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengunjung paket wisata sapi perah dapat dijumpai dari semua kalangan, dari umur 6-40 tahun, mulai dari siswa sampai pegawai negeri. Pengunjung dapat melakukan beberapa aktifitas seperti : *what to do, what to sell, what to see*. Paket wisata sapi perah juga sangat berdampak signifikan terhadap kehidupan peternak. Dalam hal ini, peternak dibantu oleh karang taruna yang berperan sebagai pengelola dari paket wisata sapi perah.

Kesimpulan penelitian ini menyatakan bahwa . Selisih harga yang didapatkan peternak dari penyeteroran susu ke KUD dengan kegiatan paket wisata sapi perah sebesar Rp. 7.000,-, sehingga berdampak sangat signifikan bagi peternak. Kelembagaan karang taruna berperan aktif dalam pengembangan paket wisata sapi perah khususnya penerapan SOP bagi peternak yang akan dikunjungi oleh wisatawan. Melalui matrik SWOT, strategi yang dapat diterapkan adalah dengan penerapan strategi SO, Pihak karang taruna mengupayakan kerjasama dengan UPT dan HMT serta Dinas Peternakan Kota Batu berkaitan dengan Paket Wisata Sapi Perah untuk pembuatan yoghurt, pihak karang taruna bekerjasama dengan Dinas Pariwisata dan Dinas Pendidikan Jawa Timur menghimpun seluruh SD agar berkunjung ke Paket Wisata Sapi Perah, pemberian peta lokasi pada brosur Desa Wisata agar wisatawan dari luar kota batu bisa mengerti tempat lokasi. Saran yang dapat dijadikan masukan dari hasil penelitian adalah bahwa upaya yang dapat dilakukan karang taruna untuk membangun desa Paket Wisata Sapi Perah agar berkembang lebih baik, setidaknya melakukan kerja kerjasama secara gencar dengan Pemerintah setempat yang berkaitan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Skripsi yang berjudul: **”Strategi Pemberdayaan Kelembagaan Karang Taruna Dalam Pengembangan Paket Wisata Sapi Perah di Kota Batu”** yang disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Peternakan pada Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya Malang.

Penulisan laporan ini tidak dapat dilaksanakan dan diselesaikan tanpa bantuan dan kerjasama dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Kusmartono selaku Dekan Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Budi Hartono, MS selaku ketua Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya.
3. Bapak Dr. Ir. Bambang Ali Nugroho, MS. DAA selaku dosen pembimbing utama yang banyak memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. Zaenal Fanani, MS dosen pembimbing pendamping yang banyak memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis.
5. Bapak Ir. Suprih Bambang Siswijono, MS selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan isi laporan Skripsi.
6. Bapak Kepala Desa beserta anggota Karang Taruna Desa Tulungrejo yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk pelaksanaan penelitian Skripsi.
7. Ayah dan Ibuku tercinta, Bapak Basuki Rachmad dan Ibu Kadar Agus Listiowati serta keluarga yang telah memberikan kasih sayang, doa dan motivasi kepada penulis.
8. Semua teman-temanku SOSEP 2006 yang telah memberikan saran dan kritik kepada penulis untuk kesempurnaan laporan Skripsi.
9. Seseorang yang spesial bagi penulis yang telah banyak memberikan bantuan doa, saran, kritik untuk kesempurnaan laporan Skripsi.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan Laporan Skripsi.

Penulis menyadari adanya kekurangan dalam penulisan laporan ini. Penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan Laporan Skripsi ini. Semoga laporan ini bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah wawasan yang lebih luas dimasa yang akan datang.

Malang, Maret 2011

Penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRACT	iii
RINGKASAN	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Kegunaan	5
1.5 Kerangka Konseptual	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Usaha Ternak Sapi Perah	9
2.2 Agrowisata	11
2.3 Desa Wisata	13
2.4 Karang Taruna	21
2.5 Analisis Swot	29
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian	33
3.2 Metode Penelitian	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4 Analisis Data	34
3.5 Batasan Istilah	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Keadaan Umum Desa Penelitian	44
4.2 Gambaran Umum Responden	47
4.3 Dampak Paket Wisata Sapi Terhadap Petani-Peternak	54
4.4 Peran Kelembagaan Karang Taruna dalam Paket Wisata Sapi Perah	58
4.5 Potensi Pemberdayaan Karang Taruna dan Pengembangan Paket Wisata Sapi Perah Melalui Analisis Swot	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Variabel Pengukuran IFAS Matriks pada Paket Wisata Sapi Perah di Kota Batu.....	35
2. Variabel Pengukuran EFAS Matriks pada Paket Wisata Sapi Perah di Kota Batu.....	36
3. Matriks Internal-Eksternal	38
4. Matriks Swot.....	40
5. Distribusi Luas Wilayah dan Tata Guna Lahan di Desa Tulungrejo	45
6. Distribusi Mata Pencahariaan Penduduk Desa Tulungrejo.....	46
7. Status Kepemilikan Usaha Peternakan di Desa Tulungrejo.....	47
8. What To See.....	57
9. What To Do.....	57
10. What To Sell.....	58
11. Struktur Pengurus Karang Taruna.....	61
12. Pengurus Karang Taruna.....	62
13. Matrik Faktor Strategi Internal Paket Wisata Sapi Perah di Kota Batu	73
14. Matrik Faktor Strategi Eksternal Paket Wisata Sapi Perah di Kota Batu	74
15. Internal-Eksternal matrik Paket Wisata Sapi Perah	76
16. Diagram Matrik SWOT.....	78

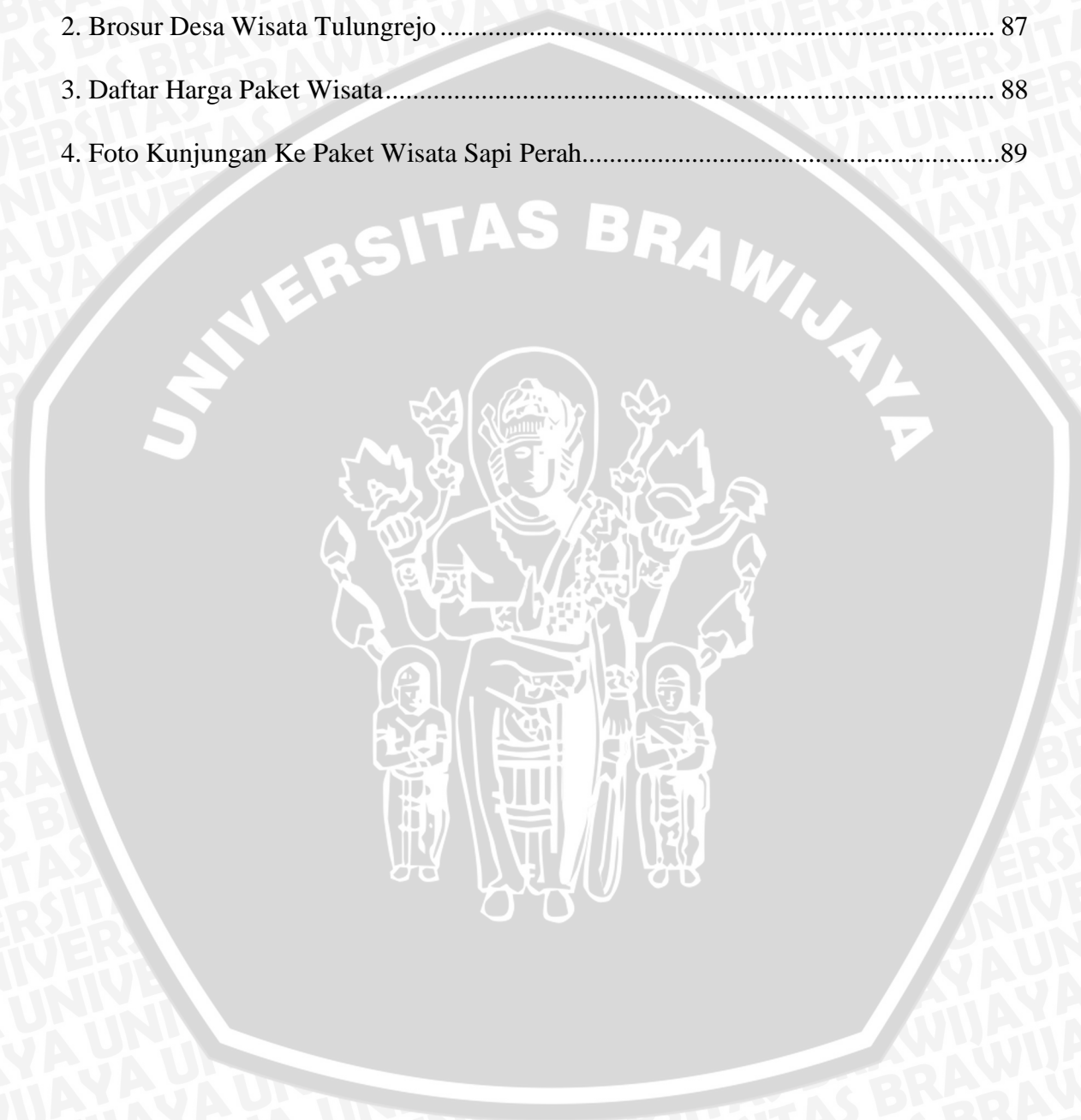


DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Skema Pengembangan Kegiatan Wisata Agro.....	3
2. Skema Kerangka Pikir Penelitian.....	8
3. Hubungan Keterkaitan antar Syarat-Syarat Kecukupan Pemanfaatan Lingkungan Untuk Ecotourism	12
4. Skema Konsep Analisis SWOT	31
5. Diagram Analisi SWOT.....	41
6. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	48
7. Distribusi Frekuensi Umur Responden.....	48
8. Distribusi Frekuensi Tingkatan Pendidikan	49
9. Anda Merasa Puas Berkunjung.....	50
10. Anda Akan Berkunjung Kembali.....	51
11. Anda Berbicara Positif.....	52
12. Anda Memberitahu Teman Anda.....	53
13. Foto Kunjungan Sekolah Dasar.....	54
14. Penerimaan Peternak.....	55
15. Foto Anggota Karang Taruna.....	57
16. Outlet Desa Wisata.....	65
17. Diagram Analisis SWOT.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Peta Desa Tulungrejo	86
2. Brosur Desa Wisata Tulungrejo	87
3. Daftar Harga Paket Wisata.....	88
4. Foto Kunjungan Ke Paket Wisata Sapi Perah.....	89



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Adanya peningkatan intensitas penyelenggaraan kegiatan pariwisata, intensitas pemanfaatan dan lingkup wilayah yang tersentuh oleh pariwisata juga semakin meluas. Hal ini dibuktikan dengan semakin berkembangnya kawasan-kawasan wisata baru di berbagai daerah di tanah air. Pada kenyataannya menunjukkan bahwa lingkungan di sekitar kawasan wisata yang berkembang sekarang ini sudah banyak mengalami penurunan kualitas. Dalam menghadapi dan mencegah berlanjutnya kondisi tersebut, Indonesia memerlukan suatu konsep operasional dalam pengembangan dan penyelenggaraan pariwisata Indonesia.

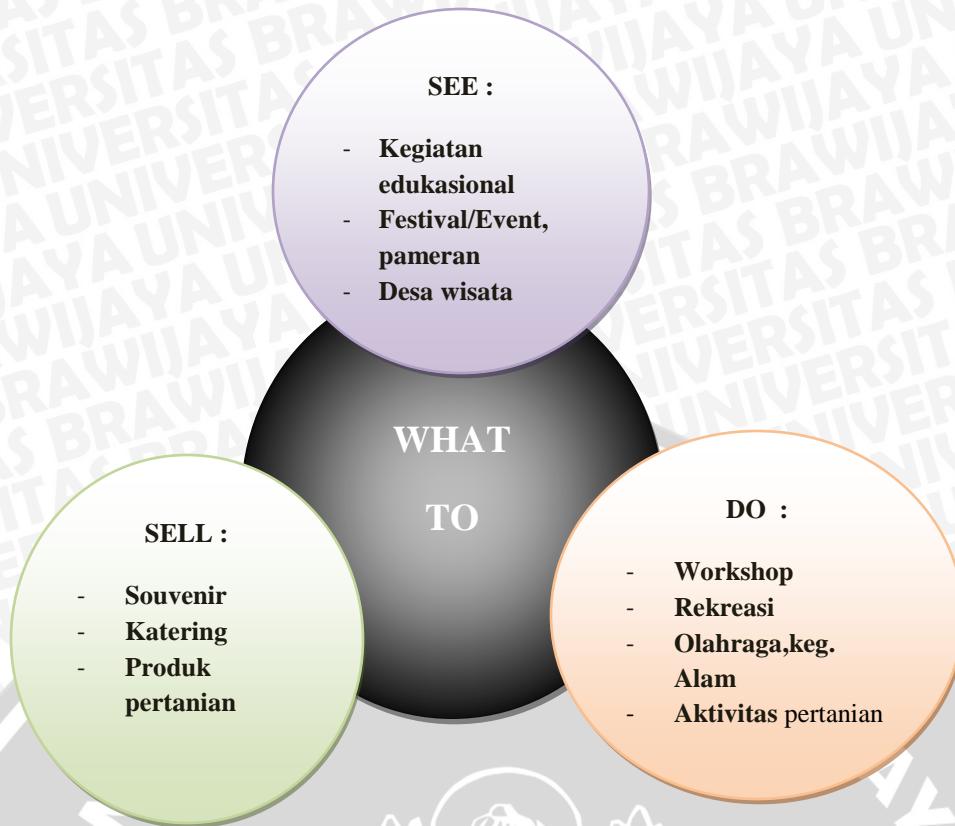
Pembinaan dan pengembangan agrowisata adalah segala upaya untuk memperkenalkan, membimbing, menumbuhkan, memperluas dan mengendalikan kegiatan agrowisata yang dilakukan secara terus menerus. Sedangkan tujuan pengembangan agrowisata sebagai unsur diversifikasi pertanian yang mencakup penganekaragaman hasil pertanian serta perluasan pasar. Pengembangan agrowisata diharapkan dapat memberikan dampak positif yaitu percepatan pembangunan perekonomian pedesaan, dan terhimpunnya kemampuan industri agro dan agrowisata dalam negeri yang makin tangguh, sehingga dapat mengaktualisasikan potensi pasar domestik maupun pasar ekspor.

Terdapat tiga komponen utama yang berperan dalam pengembangan kegiatan agrowisata, yaitu (*Entertainment Farming and Agri~Tourism, Business Management Guide, 2004*):

o Adanya sesuatu yang dapat dilihat oleh wisatawan (*what to see*), misalnya saja kegiatan edukasional seperti wisata pendidikan bagi anak sekolah, adanya museum yang memuat alat dan produk kegiatan agro; festival dan event berkala lainnya (festival panen/seren taun, festival makanan, festival bunga); pameran hasil~hasil pertanian; serta keberadaan desa wisata.

o Adanya sesuatu untuk dikerjakan berupa aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan (*what to do*), meliputi kegiatan workshop (teknik menata bunga/*floral arrangements*, melukis, teknik membuat pupuk dan kompos, teknik kegiatan bercocok tanam, teknik memancing); kegiatan alam/*nature based activities* (*birdwatching, wildlife viewing*); olahraga (*canoeing/boating, memancing, berkuda, hiking, sepeda gunung*); aktivitas pertanian (memberi makan binatang, *farm/ranch work experience*); rekreasi (berkemah, piknik, naik delman/andong); *u~pick operation*.

o Adanya sesuatu untuk dijual (*what to sell*), meliputi penjualan cenderamata/souvenir, katering (makanan dan minuman), serta berbagai produk pertanian (misalnya menjual pupuk atau bibit pertanian).



Gambar 1. Skema Pengembangan Kegiatan Wisata Agro

Sumber: (hasil olahan dari *Entertainment Farming and Agri Tourism*)

Desa wisata adalah sebuah kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik khusus untuk menjadi daerah tujuan wisata. Kawasan desa wisata juga harus memiliki berbagai fasilitas untuk menunjangnya sebagai kawasan tujuan wisata. Fasilitas-fasilitas yang sebaiknya dimiliki oleh kawasan desa wisata antara lain adalah sarana transportasi, telekomunikasi, kesehatan, dan juga akomodasi. Khusus untuk sarana akomodasi, desa wisata menyediakan sarana penginapan berupa pondok-pondok wisata (*home stay*) sehingga para pengunjung pun turut merasakan suasana pedesaan yang masih asli.

Dewasa ini, peternakan khususnya ternak perah dijadikan subyek sebagai tempat wisata, hiburan, dan edukasi. Dalam masalah ini, ternak perah bukan lagi

sebagai penghasil susu untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Tapi ke taraf yang berorientasi ke depan dengan mengutamakan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, wisata sapi perah ini harus dikemas secara menarik dan dikelola secara profesional.

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas tentang kondisi sektor peternakan dijadikan wisata, khususnya sapi perah di desa wisata dengan peran dari Karang Taruna, sangat menarik dan perlu dilakukan penelitian tentang “Strategi Pemberdayaan Kelembagaan Karang Taruna Dalam Pengembangan Paket Wisata Sapi Perah Di Kota Batu” yang tujuannya untuk mengetahui bagaimana konsep dan sistem yang dipakai oleh desa wisata, khususnya paket wisata sapi perah serta mencari strategi yang cocok bagi usaha ini agar bisa berkembang dan berorientasi jangka panjang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana dampak pengembangan paket wisata sapi perah terhadap peternak di Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu?
2. Bagaimana peran kelembagaan karang taruna dalam pengembangan paket wisata sapi perah di Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu?
3. Bagaimana prospek pemberdayaan Karang Taruna dan pengembangan paket wisata sapi perah di Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan dampak pengembangan paket wisata sapi perah terhadap peternak dengan beberapa paket wisata di Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu.
2. Mengetahui peran kelembagaan karang taruna dalam pengembangan paket wisata sapi perah di Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu.
3. Menyusun alternatif strategi pemberdayaan karang taruna dan pengembangan desa wisata khususnya paket wisata sapi perah di Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu.

I.4 Kegunaan

Kegunaan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam mengatasi masalah stagnansi dalam pengembangan usaha sapi perah.
2. Memberi masukan pada pemerintah dengan membuat kebijakan untuk meningkatkan pembangunan pedesaan melalui sektor peternakan dan pertanian sebagai edukasi dan entertainment.
3. Dapat menjadi suatu referensi yang baru terhadap wisatawan yang bersifat edukasi.

1.5 Kerangka Konseptual

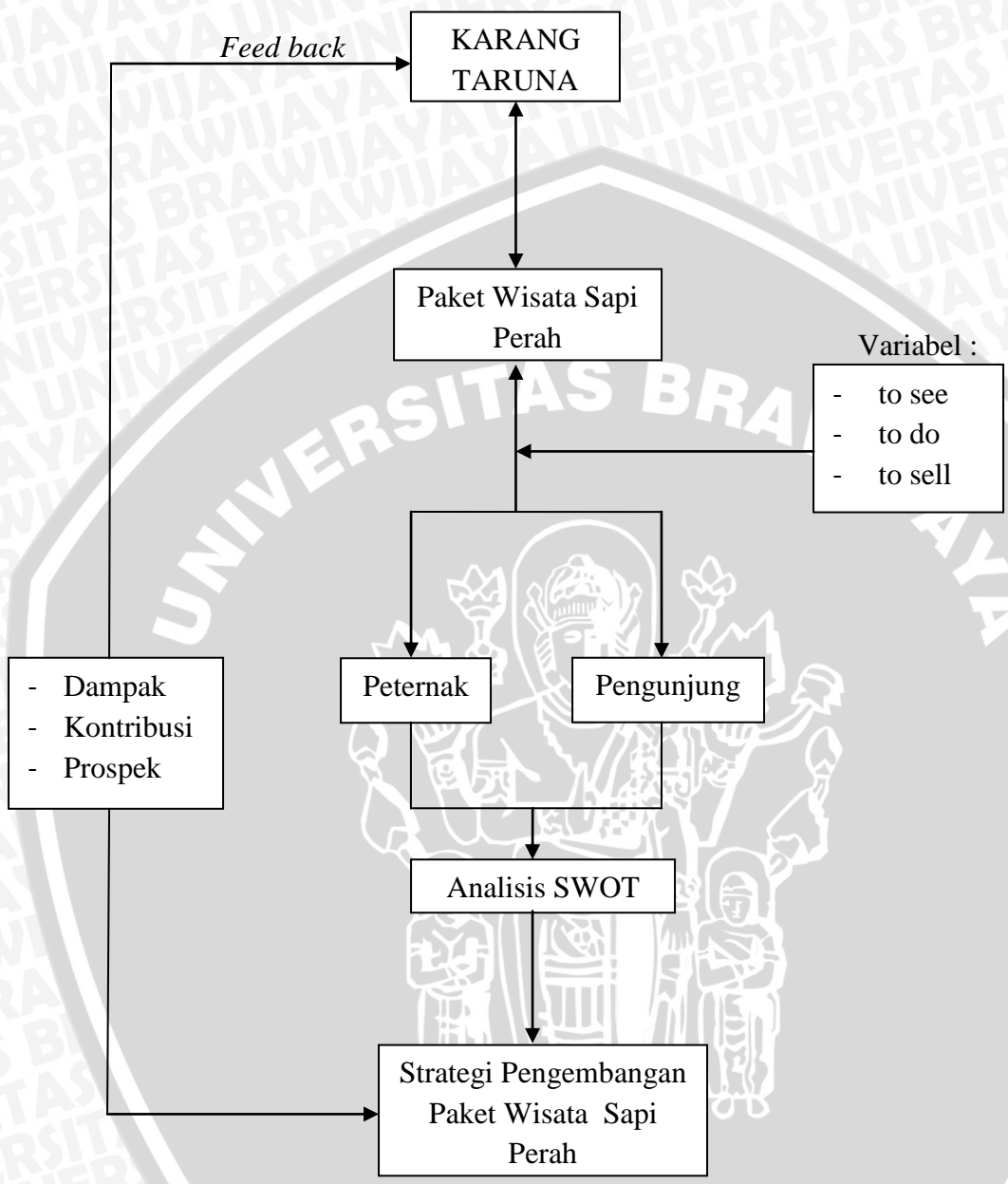
Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian, maka dibuat suatu kerangka konseptual berupa model diagram dengan harapan dapat memberikan arah penelitian. Dinamika yang ada pada perkembangan sekarang adalah pemenuhan kebutuhan dalam hal tersier yang bersifat edukasi khususnya tentang obyek wisata. Masalah yang sangat disorot adalah pengembangan usaha peternakan sapi perah. Selama kita ketahui secara bersama, bahwa produk dari sapi perah adalah susu sapi segar. Banyak yang belum mengerti bagaimana mengelola peternakan sapi perah untuk mendapatkan profit yang sangat tinggi dengan tidak mengandalkan dari sektor penjualan susu sapi segar saja. Tapi juga dikelola dari sektor yang lain dengan baik.

Untuk menunjang pemenuhan seperti yang dijelaskan diatas, maka diperlukan usaha dari lapisan dan elemen yang berkaitan dengan masalah tersebut. Baru-baru ini telah dikembangkan paket wisata sapi perah. Tentunya banyak manfaat dari paket wisata ini. Semua komponen yang terlibat dalam usaha ini sama-sama mempunyai satu tujuan yang sama. Yaitu memberikan suatu refrensi yang segar dalam berwisata. Selain dapat menikmati produk, konsumen juga dapat memperoleh suatu edukasi yang baru juga. Pengembangan ekowisata harus mengandung unsur pendidikan untuk mengubah prilaku dan membentuk sikap seseorang menjadi memiliki kepedulian, tanggung jawab dan komitmen terhadap pelestarian lingkungan. Prinsip edukasi ini menyangkut seluruh pihak, baik itu komunitas, pemerintah, LSM dan wisatawan itu sendiri.

Melihat pernyataan diatas, maka dibutuhkan peran karang taruna sebagai bendol desa untuk menciptakan sinergi yang positif khususnya dengan peternak. Hal ini dikarenakan untuk membuat kerjasama dalam rangka menciptakan desa wisata yang berpotensi. Karang taruna dalam hal ini, dapat memberikan wacana yang baik dalam melihat potensi yang dimiliki di tempat desa tersebut. Dengan melihat dari beberapa faktor, yaitu *to see, to do, to sell*.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian yang akan dilakukan pada paket wisata sapi perah di Batu ini mencangkup beberapa faktor dan beberapa masalah dilihat dari dampak, kontribusi, prospek yang mempengaruhi mobilitas di desa itu sendiri. Penelitian ini membahas seberapa besar pengaruh *variable* (X) yang meliputi: *to see, to do, to sell* untuk melihat seberapa jauh paket wisata sapi perah untuk dikembangkan kedepannya dengan melihat beberapa unsur yang berpengaruh yaitu karang taruna, peternak, pengunjung, paket wisata sapi perah.

Dapat dilihat faktor internal dan juga faktor eksternal ini yang kemudian dianalisis melalui analisis SWOT yang selanjutnya diperoleh suatu kebijakan dan strategi pemberdayaan kelembagaan karang taruna dalam pengembangan paket wisata sapi perah di Kota Batu. Upaya strategi pengembangan ini diharapkan mampu memberikan umpan balik positif bagi peternak peternak sapi perah sehingga diharapkan mampu sebagai penunjang kehidupan di desa untuk meningkatkan taraf hidup di desa dan juga sebagai pemenuhan kebutuhan tersier. Skema kerangka pikir penelitian dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. kerangka konseptual strategi pemberdayaan kelembagaan karang taruna dalam pengembangan paket wisata sapi perah di Kota Batu

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Usaha Ternak Sapi Perah

Usaha peternakan sapi perah adalah kegiatan memelihara sapi perah yang dilakukan di suatu tempat untuk mengatur, menguasai perkembang biakan dan mengambil manfaat dari ternak sapi perah yang diusahakan. Peternak sapi perah adalah orang atau badan hukum yang mata pencahariannya sebagian atau seluruhnya bersumber pada peternakan tersebut. Peternakan sapi perah di Indonesia berdasarkan jumlah sapi perah yang dipeliharanya dapat dibagi atas peternakan kecil atau peternakan rakyat dan peternakan besar atau perusahaan (Siregar, 1995).

Usaha peternakan merupakan suatu proses produksi yang berhubungan dengan penggunaan faktor produksi yang efisien, sehingga dapat meningkatkan pendapatan peternak. Rendahnya tingkat pendapatan peternak disebabkan oleh penggunaan faktor-faktor produksi yang kurang efisien. Di Indonesia dapat diselenggarakan dalam dua bentuk, yaitu usaha peternakan rakyat dan perusahaan peternakan (Prawirokusumo, 1990).

Perkembangan usaha peternakan sapi perah di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun akibat peningkatan permintaan akan bahan pangan asal ternak, sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk dan kesadaran masyarakat akan

pentingnya susu sebagai salah satu sumber protein hewani. Dilain pihak harus diakui bahwa produksi susu dalam negeri masih rendah jika dibandingkan dengan tingkat permintaan (Baroh, 2001).

Dewasa ini di dunia terdapat banyak bangsa sapi yang jumlahnya cukup banyak. Peternak yang maju pasti akan selalu mengikuti perkembangan dunia peternakan, khususnya perkembangan bangsa sapi perah (Sugeng, 2007). Peternakan rakyat ialah peternakan yang dilakukan oleh rakyat dan didampingi usaha pertaniannya sedangkan perusahaan peternakan ialah peternakan yang diselenggarakan dalam bentuk suatu perusahaan secara komersil. Usaha-usaha peternakan tersebut diadakan dengan tidak mengganggu ketentraman masyarakat umum, yang diatur dengan Peraturan Pemerintah (Anonymous,2000).

Mubyarto (1991) menyatakan bahwa peternakan di Indonesia pada umumnya dilihat dari pola pemeliharaannya dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu: (1) peternakan rakyat dengan pola pemeliharaan tradisional, dicirikan dengan ketrampilan yang sederhana dengan menggunakan bibit lokal dalam jumlah dan mutu yang relative terbatas, (2) peternakan rakyat dengan pola pemeliharaan semi komersial, dicirikan dengan ketrampilan yang dimiliki cukup, penggunaan bibit unggul, obat-obatan dan pakan penguat cenderung meningkat dengan tujuan utama adalah menambah pendapatan keluarga dan konsumsi sendiri, (3) peternakan komersial yang mempunyai ciri-ciri dengan kemampuan dalam segi modal dan sarana produksi dengan teknologi yang agak modern serta tujuan utamanya adalah mengejar keuntungan sebesar-besarnya.

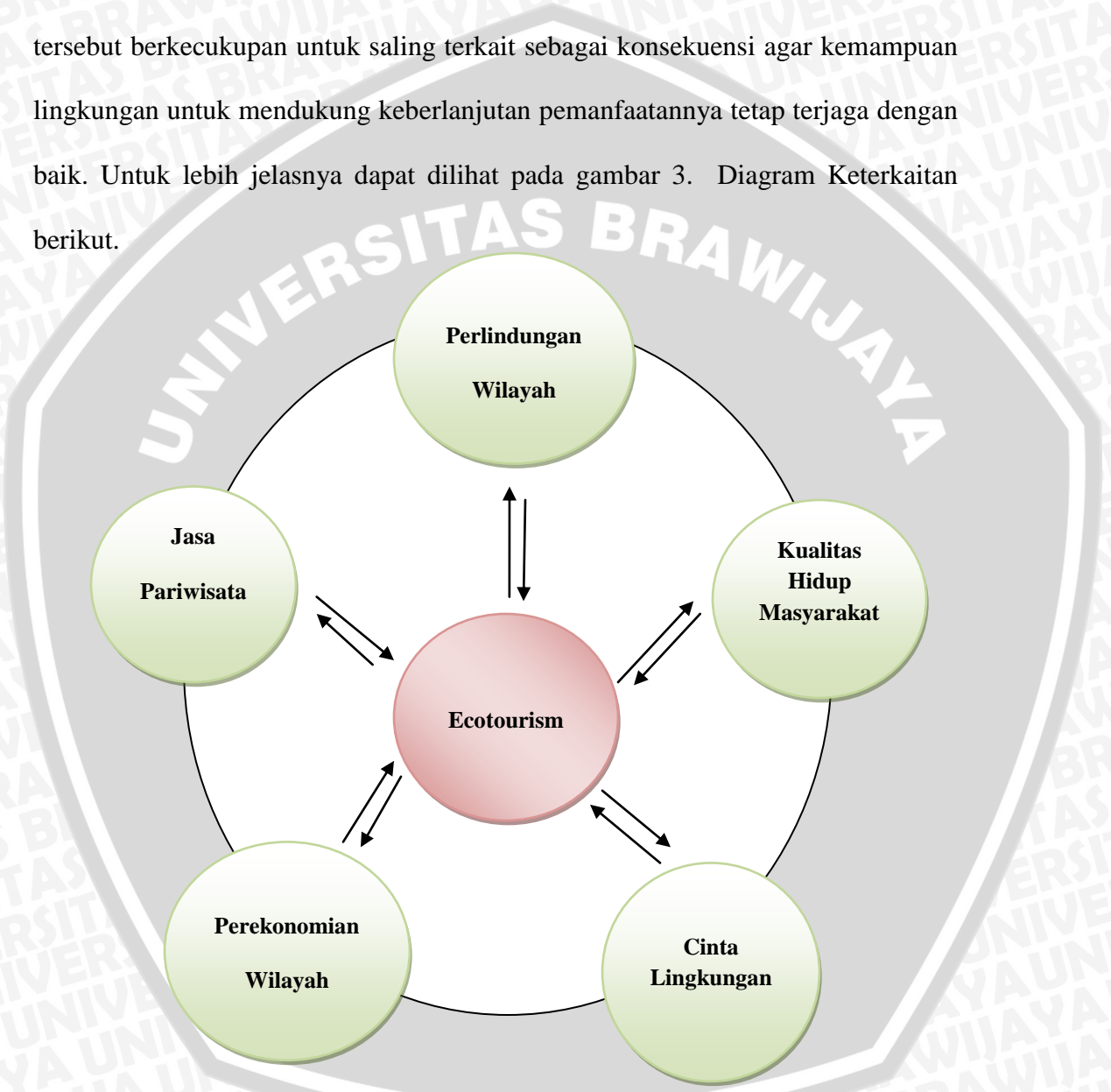
2.2 Agrowisata

Agrowisata merupakan pengembangan wisata yang bertujuan memanfaatkan usaha agro sebagai objek wisata alternatif yang ditawarkan selain produk industri lain yang telah ada. Perkembangan agrowisata tidak terlepas dari peranan wisatawan sebagai pengonsumsi objek agrowisata. Potensi agrowisata mencakup daya tarik objek, ketersediaan fasilitas pendukung, aksesibilitas, kesiapan sumber daya manusianya, serta keragaman kegiatan wisata yang ditawarkan.

Pembinaan dan pengembangan agrowisata adalah segala upaya untuk memperkenalkan, membimbing, menumbuhkan, memperluas dan mengendalikan kegiatan agrowisata yang dilakukan secara terus menerus. Sedangkan tujuan pengembangan agrowisata sebagai unsur diversifikasi pertanian yang mencakup penganeekaragaman hasil pertanian serta perluasanpasar. Pengembangan agrowisata diharapkan dapat memberikan dampak positif yaitu percepatan pembangunan perekonomian pedesaan, dan terhimpunnya kemampuan industri agro dan agrowisata dalam negeri yang makin tangguh, sehingga dapat mengaktualisasikan potensi pasar domestik maupun pasar ekspor.

Ecotourism sendiri telah diakui sebagai salah satu alat pembangunan berkelanjutanoleh banyak pakar di bidang pembangunan dan lingkungan (Linberg dan EnriQuez, 1994; Gunn, 1994). Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, ecotourism memiliki batasan untuk dapat mensinergiskan berbagai kepentingan dalam (1) melindungi suatu wilayah, (2) meningkatkan kualitas hidup masyarakat,

(3) membangun awareness dan kecintaan terhadap lingkungan, (4) mengembangkan perekonomian daerah, dan (5) menyediakan jasa wisata untuk menjawab pergeseran pasar. Dalam pemanfaatan lingkungan, kelima syarat tersebut berkecukupan untuk saling terkait sebagai konsekuensi agar kemampuan lingkungan untuk mendukung keberlanjutan pemanfaatannya tetap terjaga dengan baik. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3. Diagram Keterkaitan berikut.



Gambar 3. Hubungan Keterkaitan antar Syarat-Syarat Kecukupan Pemanfaatan Lingkungan untuk *Ecotourism*

Sumber : Linberg dan EnriQuez, 1994; Gunn, 1994

Tingkat kesuksesan dan keberhasilan dari pengembangan suatu kawasan agrowisata adalah seberapa jauh suatu pengusaha dapat mengolah relasi atau hubungan dari ketiga komponen utama tadi yang diungkapkan ke dalam sebuah tema tertentu.

Ruang lingkup agrowisata meliputi usaha pertanian dalam arti luas yang terdiri dari lima sub sektor yaitu pertanian tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan dan kehutanan. Tetapi dalam kenyataannya terdapat jenis usaha agro yang karena telah dikembangkan secara khusus, tidak dapat dikategorikan sebagai agrowisata. Sub~sektor pertanian tersebut adalah kehutanan, yang telah dikembangkan secara tersendiri, dan jenis wisatanya dikenal sebagai wana wisata. Dengandemikian sektor~sektor yang dapat dikategorikan sebagai agrowisata meliputi: pertanian tanaman pangan; perkebunan; peternakan, dan perikanan.

2.3 Desa Wisata

2.3.1 Pengertian Desa wisata

Desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku. (Nuryanti, Wiendu. 1993).

2.3.2 Komponen Utama Desa Wisata

Terdapat dua konsep yang utama dalam komponen desa wisata :

1. Akomodasi : sebagian dari tempat tinggal para penduduk setempat dan atau unit-unit yang berkembang atas konsep tempat tinggal penduduk.
2. Atraksi : seluruh kehidupan keseharian penduduk setempat beserta setting fisik lokasi desa yang memungkinkan berintegrasinya wisatawan sebagai partisipasi aktif seperti : kursus tari, bahasa dan lain-lain yang spesifik.

Sedangkan Edward Inskeep, dalam *Tourism Planning An Integrated and Sustainable Development Approach*, hal. 166 memberikan definisi : *Village Tourism, where small groups of tourist stay in or near traditional, often remote villages and learn about village life and the local environment.* Inskeep : Wisata pedesaan dimana sekelompok kecil wisatawan tinggal dalam atau dekat dengan suasana tradisional, sering di desa-desa yang terpencil dan belajar tentang kehidupan pedesaan dan lingkungan setempat.

2.3.3 Pendekatan Pengembangan Desa Wisata

Pengembangan dari desa wisata harus direncanakan secara hati-hati agar dampak yang timbul dapat dikontrol. Berdasar dari penelitian dan studi-studi dari UNDP/WTO dan beberapa konsultan Indonesia, dicapai dua pendekatan dalam menyusun rangka kerja/konsep kerja dari pengembangan sebuah desa menjadi desa wisata.

2.3.4 Pendekatan Pasar untuk Pengembangan Desa Wisata

a. Interaksi tidak langsung

Model pengembangan didekati dengan cara bahwa desa mendapat manfaat tanpa interaksi langsung dengan wisatawan. Bentuk kegiatan yang terjadi semisal : penulisan buku-buku tentang desa yang berkembang, kehidupan desa, arsitektur tradisional, latar belakang sejarah, pembuatan kartu pos dan sebagainya.

b. Interaksi setengah langsung

Bentuk-bentuk *one day trip* yang dilakukan oleh wisatawan, kegiatan-kegiatan meliputi makan dan berkegiatan bersama penduduk dan kemudian wisatawan dapat kembali ke tempat akomodasinya. Prinsip model tipe ini adalah bahwa wisatawan hanya singgah dan tidak tinggal bersama dengan penduduk.

c. Interaksi Langsung

Wisatawan dimungkinkan untuk tinggal/bermalam dalam akomodasi yang dimiliki oleh desa tersebut. Dampak yang terjadi dapat dikontrol dengan berbagai pertimbangan yaitu daya dukung dan potensi masyarakat setempat. Alternatif lain dari model ini adalah penggabungan dari model pertama dan kedua. (UNDP and WTO. 1981).

2.3.5 Kriteria Desa Wisata

Pada pendekatan ini diperlukan beberapa kriteria yaitu :

1. Atraksi wisata; yaitu semua yang mencakup alam, budaya dan hasil ciptaan manusia. Atraksi yang dipilih adalah yang paling menarik dan atraktif di desa.
2. Jarak Tempuh; adalah jarak tempuh dari kawasan wisata terutama tempat tinggal wisatawan dan juga jarak tempuh dari ibukota provinsi dan jarak dari ibukota kabupaten.
3. Besaran Desa; menyangkut masalah-masalah jumlah rumah, jumlah penduduk, karakteristik dan luas wilayah desa. Kriteria ini berkaitan dengan daya dukung kepariwisataan pada suatu desa.
4. Sistem Kepercayaan dan kemasyarakatan; merupakan aspek penting mengingat adanya aturan-aturan yang khusus pada komunitas sebuah desa. Perlu dipertimbangkan adalah agama yang menjadi mayoritas dan sistem kemasyarakatan yang ada.
5. Ketersediaan infrastruktur; meliputi fasilitas dan pelayanan transportasi, fasilitas listrik, air bersih, drainase, telepon dan sebagainya.

Masing-masing kriteria digunakan untuk melihat karakteristik utama suatu desa untuk kemudian menentukan apakah suatu desa akan menjadi desa dengan tipe berhenti sejenak, tipe *one day trip* atau tipe tinggal inap.

2.3.6. Pendekatan Fisik Pengembangan Desa Wisata

Pendekatan ini merupakan solusi yang umum dalam mengembangkan sebuah desa melalui sektor pariwisata dengan menggunakan standar-standar khusus dalam mengontrol perkembangan dan menerapkan aktivitas konservasi.

1. Mengonservasi sejumlah rumah yang memiliki nilai budaya dan arsitektur yang tinggi dan mengubah fungsi rumah tinggal menjadi sebuah museum desa untuk menghasilkan biaya untuk perawatan dari rumah tersebut. Contoh pendekatan dari tipe pengembangan model ini adalah Desa Wisata di Koanara, Flores. Desa wisata yang terletak di daerah wisata Gunung Kelimutu ini mempunyai aset wisata budaya berupa rumah-rumah tinggal yang memiliki arsitektur yang khas. Dalam rangka mengkonservasi dan mempertahankan rumah-rumah tersebut, penduduk desa menempuh cara memuseumkan rumah tinggal penduduk yang masih ditinggali. Untuk mewadahi kegiatan wisata di daerah tersebut dibangun juga sarana wisata untuk wisatawan yang akan mendaki Gunung Kelimutu dengan fasilitas berstandar resor minimum dan kegiatan budaya lain.
2. Mengonservasi keseluruhan desa dan menyediakan lahan baru untuk menampung perkembangan penduduk desa tersebut dan sekaligus mengembangkan lahan tersebut sebagai area pariwisata dengan fasilitas-fasilitas wisata. Contoh pendekatan pengembangan desa wisata jenis ini adalah Desa Wisata Sade, di Lombok.
3. Mengembangkan bentuk-bentuk akomodasi di dalam wilayah desa tersebut yang dioperasikan oleh penduduk desa tersebut sebagai industri skala kecil. Contoh dari bentuk pengembangan ini adalah Desa wisata Wolotopo di Flores. Aset wisata di daerah ini sangat beragam antara lain : kerajinan tenun ikat, tarian adat, rumah-rumah tradisional dan pemandangan ke arah laut. Wisata di daerah ini dikembangkan dengan

membangun sebuah perkampungan skala kecil di dalam lingkungan Desa Wolotopo yang menghadap ke laut dengan atraksi-atraksi budaya yang unik. Fasilitas-fasilitas wisata ini dikelola sendiri oleh penduduk desa setempat. Fasilitas wisata berupa akomodasi bagi wisatawan, restaurant, kolam renang, peragaan tenun ikat, plaza, kebun dan dermaga perahu boat.

2.3.7. Prinsip dasar dari pengembangan desa wisata

1. Pengembangan fasilitas-fasilitas wisata dalam skala kecil beserta pelayanan di dalam atau dekat dengan desa.
2. Fasilitas-fasilitas dan pelayanan tersebut dimiliki dan dikerjakan oleh penduduk desa, salah satu bisa bekerja sama atau individu yang memiliki.
3. Pengembangan desa wisata didasarkan pada salah satu “sifat” budaya tradisional yang lekat pada suatu desa atau “sifat” atraksi yang dekat dengan alam dengan pengembangan desa sebagai pusat pelayanan bagi wisatawan yang mengunjungi kedua atraksi tersebut.

2.3.8. Jenis Wisatawan Pengunjung Desa Wisata

Karena bentuk wisata pedesaan yang khas maka diperlukan suatu segmen pasar tersendiri. Terdapat beberapa tipe wisatawan yang akan mengunjungi desa wisata ini yaitu :

a. Wisatawan Domestik

Wisatawan domestik ; terdapat tiga jenis pengunjung domestik yaitu :

1. Wisatawan atau pengunjung rutin yang tinggal di daerah dekat desa tersebut. Motivasi kunjungan : mengunjungi kerabat, membeli hasil bumi atau barang-barang kerajinan. Pada perayaan tertentu, pengunjung tipe pertama ini akan memadati desa wisata tersebut.
2. Wisatawan dari luar daerah (luar propinsi atau luar kota), yang transit atau lewat dengan motivasi, membeli hasil kerajinan setempat.
3. Wisatawan domestik yang secara khusus mengadakan perjalanan wisata ke daerah tertentu, dengan motivasi mengunjungi daerah pedesaan penghasil kerajinan secara pribadi.

b. Wisatawan Manca Negara

1. Wisatawan yang suka berpetualang dan berminat khusus pada kehidupan dan kebudayaan di pedesaan. Umumnya wisatawan ini tidak ingin bertemu dengan wisatawan lainnya dan berusaha mengunjungi kampung dimana tidak begitu banyak wisatawan asing.
2. Wisatawan yang pergi dalam grup (di dalam suatu biro perjalanan wisata). Pada umumnya mereka tidak tinggal lama di dalam kampung dan hanya tertarik pada hasil kerajinan setempat.
3. Wisatawan yang tertarik untuk mengunjungi dan hidup di dalam kampung dengan motivasi merasakan kehidupan di luar komunitas yang biasa dihadapinya.

2.3.9. Tipe Desa Wisata

Menurut pola, proses dan tipe pengelolanya desa atau kampung wisata di Indonesia sendiri, terbagi dalam dua bentuk yaitu tipe terstruktur dan tipe terbuka.

a. Tipe terstruktur (*enclave*)

Tipe terstruktur ditandai dengan karakter-karakter sebagai berikut :

1. Lahan terbatas yang dilengkapi dengan infrastruktur yang spesifik untuk kawasan tersebut. Tipe ini mempunyai kelebihan dalam citra yang ditumbuhkannya sehingga mampu menembus pasar internasional.
2. Lokasi pada umumnya terpisah dari masyarakat atau penduduk lokal, sehingga dampak negatif yang ditimbulkannya diharapkan terkontrol. Selain itu pencemaran sosial budaya yang ditimbulkan akan terdeteksi sejak dini.
3. Lahan tidak terlalu besar dan masih dalam tingkat kemampuan perencanaan yang integratif dan terkoordinir, sehingga diharapkan akan tampil menjadi semacam agen untuk mendapatkan dana-dana internasional sebagai unsur utama untuk “menangkap” servis-servis dari hotel-hotel berbintang lima.

Contoh dari kawasan atau perkampungan wisata jenis ini adalah kawasan Nusa Dua, Bali dan beberapa kawasan wisata di Lombok. Pedesaan tersebut diakui sebagai suatu pendekatan yang tidak saja berhasil secara nasional, melainkan juga pada tingkat internasional. Pemerintah Indonesia mengharapkan

beberapa tempat di Indonesia yang tepat dapat dirancang dengan konsep yang serupa.

b. Tipe Terbuka (*spontaneus*)

Tipe ini ditandai dengan karakter-karakter yaitu tumbuh menyatunya kawasan dengan struktur kehidupan, baik ruang maupun pola dengan masyarakat lokal. Distribusi pendapatan yang didapat dari wisatawan dapat langsung dinikmati oleh penduduk lokal, akan tetapi dampak negatifnya cepat menjalar menjadi satu ke dalam penduduk lokal, sehingga sulit dikendalikan. Contoh dari tipe perkampungan wisata jenis ini adalah kawasan Prawirotaman, Yogyakarta

2.4 Karang Taruna

Karang Taruna berasal dari kata Karang yang berarti pekarangan, halaman, atau tempat. Sedangkan Taruna yang berarti remaja. Jadi Karang Taruna berarti tempat atau wadah pengembangan remaja yang ada di Indonesia. Karang Taruna pertama kali lahir sebagai problem solver terhadap masalah sosial generasi muda di kampung melayu tahun 1960 dan secara resmi berdiri di Jakarta tanggal 26 September 1960, yang merupakan "organisasi sosial wadah pengembangan generasi muda yang tumbuh dan berkembang atas dasar kesadaran dan tanggung jawab sosial dari, oleh dan untuk masyarakat terutama generasi muda di wilayah desa/kelurahan atau komunitas adat sederajat dan terutama bergerak di bidang usaha kesejahteraan sosial"(lihat Pedoman Dasar Karang Taruna Sesuai Peraturan Menteri Sosial RO Nomor 83/HIK/2005).

2.4.1 Visi dan Misi

Visi : Kemandirian dan peran aktif Karang Taruna dalam penanganan masalah sosial. Misi :

- a. Menumbuhkembangkan prakarsa Karang Taruna dalam pembangunan kesejahteraan sosial.
- b. Meningkatkan tanggung jawab sosial Karang Taruna dalam pembangunan kesejahteraan sosial.
- c. Mengembangkan sistem jaringan dan kemitraan dalam penanganan permasalahan kesejahteraan sosial

2.4.2 Landasan Hukum

1. Undang-undang no 32 tahun 2004 tentang pemerintah daerah tertanggal 15 Oktober 2004.
2. Peraturan Pemerintah No. 72 tentang Desa tertanggal 30 Desember 2005.
3. Peraturan Pemerintah No. 73 tentang Kelurahan tertanggal 30 Desember 2005.
4. Permensos RI Nomor 83/HUK/2005 tentang Pedoman Dasar Karang Taruna tertanggal 27 Juli 2005.
5. Permendagri RI Nomor 5 Tahun 2007 tentang Pedoman Penataan Lembaga tertanggal 5 Februari 2007.

6. SK Gubernur Jatim Nomor 188/228/KPTS/013/2006 tentang Pengukuhan Pengurus Karang Taruna Jatim masa bhakti 2006-2011 tertanggal 16 Agustus 2006.

2.4.3 Kedudukan Fungsional Pengurus Karang Taruna

Dengan landasan hukum sebagaimana tersebut diatas, Karang Taruna Jawa Timur merupakan komponen masyarakat fungsional yang sejajar dengan PKK dalam pemberdayaan perempuan, RT, RW dan lembaga kemasyarakatan Desa lainnya (UU Nomor 32 / 2004 Pasal 211 ayat (2)).

Oleh karena itu, sebagaimana Permensos 83/2005 kepengurusan KT Jatim merupakan organisasi fungsional yang dikukuhkan oleh Gubernur Jawa Timur (SK No. 188/228/KPTS/013/2006), harus diselenggarakan dengan kondisi:

1. Memperoleh subsidi untuk pengelolaan organisasinya;
2. Memiliki akses terdekat dengan program pemberdayaan sosial khususnya dalam pembangunan kesejahteraan sosial;
3. Memiliki hak untuk terlibat aktif dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan program-program kesejahteraan sosial;
4. Memiliki akses kuat dalam membangun kemitraan di internal instansi sosial dalam program pemberdayaan sosial;
5. Memiliki akses yang signifikan dalam membangun kemitraan dengan instansi lain yang merupakan Pembina Teknis Karang Taruna;

6. Menjadi Ujung Tombak Pembangunan Kesejahteraan Sosial yang diberi kepercayaan penuh oleh pemerintah dan masyarakat.

2.4.4 Keanggotaan Karang Taruna

Keanggotaan Karang Taruna menganut sistem stelsel pasif yang berarti seluruh generasi muda dalam lingkungan desa/kelurahan atau komunitas adat sederajat yang berusia 11 tahun sampai 45 tahun, selanjutnya disebut sebagai warga Karang Taruna. Pengurus Karang Taruna dipilih secara musyawarah dan mufakat oleh warga Karang Taruna yang bersangkutan dan memenuhi syarat-syarat untuk diangkat sebagai pengurus yaitu:

- a. Bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa.
- b. Setia dan taat sepenuhnya kepada Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.
- c. Dapat membaca dan menulis.
- d. Memiliki pengalaman serta aktif dalam kegiatan Karang Taruna.
- e. Memiliki pengetahuan dan keterampilan berorganisasi, kemauan dan kemampuan, pengabdian di bidang kesejahteraan sosial.
- f. Sebagai warga penduduk setempat dan bertempat tinggal tetap.g. Berumur 17 tahun sampai 45 tahun.

Untuk mendayagunakan pranata jaringan komunikasi, informasi, kerjasama dan kolaborasi antar Karang Taruna yang lebih berdayaguna dan

berhasilguna, maka diadakan Forum pertemuan Karang Taruna yang mana bentuk dari Forum tersebut adalah :

1. Temu Karya
2. Rapat Kerja
3. Rapat Pimpinan
4. Rapat Pengurus Pleno
5. Rapat Konsultasi
6. Rapat Pengurus Harian

Karang Taruna dapat memiliki identitas lambang, bendera, panji yang telah ditetapkan dalam keputusan Menteri Sosial RI Nomor 65/HUK/KEP/XII/1982 dan lagu mars dan hymne. Identitas yang telah ditetapkan dan/atau digunakan tersebut menjadi identitas resmi Karang Taruna dan hanya dapat dirubah dengan Keputusan Menteri Sosial.

Karang Taruna memiliki tugas pokok untuk bersama-sama pemerintah dan komponen masyarakat lainnya untuk menanggulangi masalah-masalah kesejahteraan sosial secara preventif, pasca rehabilitatif maupun pendampingan dan pengembangan serta mengarahkan pembinaan dan pengembangan potensi generasi muda di lingkungannya. seiring dengan tugas pokok tersebut, Karang Taruna melaksanakan fungsi sebagai berikut :

- a. Melaksanakan kegiatan-kegiatan pendidikan yang berorientasi pada pembangunan.
- b. Menyelenggarakan usaha-usaha kesejahteraan sosial yang mendukung upaya peningkatan taraf kesejahteraan sosial masyarakat.
- c. Menyelenggarakan dan menumbuhkembangkan kegiatan-kegiatan pemberdayaan masyarakat lokal untuk mendukung implementasi kebijakan otonomi daerah yang lebih terarah, terpadu, dan berkesinambungan.
- d. Membangun sistem jaringan komunikasi, informasi, dan kemitraan strategis, yang mendukung pelaksanaan aktivitas-aktivitas utama dengan berbagai sektor dan komponen masyarakat.

Karang taruna sebagai wadah pembinaan dan pengembangan generasi muda Karang Taruna sebagaimana tercantum dalam Peraturan Menteri Sosial RI No. 83/HUK/2005 adalah Organisasi Sosial wadah pembinaan dan pengembangan generasi muda yang tumbuh dan berkembang atas dasar kesadaran dan tanggung jawab sosial dari, oleh dan untuk masyarakat terutama generasi muda di wilayah Desa/Kelurahan atau komunitas sederajat dan terutama bergerak di bidang usaha kesejahteraan sosial?. Sedangkan keanggotannya bersifat stelsel pasif, artinya seluruh generasi muda dalam lingkungan Desa/Kelurahan atau komunitas adat sederajat yang berusia 11 tahun sampai 45 tahun yang selanjutnya disebut Warga Karang Taruna. Dengan adanya Karang Taruna dimaksudkan sebagai wadah untuk menampung aspirasi masyarakat, khususnya generasi muda dalam rangka mewujudkan rasa kesadaran dan tanggung jawab

sosial terhadap masyarakat pada umumnya. Tujuannya tidak lain adalah terwujudnya kesejahteraan sosial yang semakin meningkat bagi generasi muda di Desa/Kelurahan yang memungkinkan pelaksanaan fungsionalnya sebagai manusia pembangunan yang mampu mengatasi masalah kesejahteraan sosial di lingkungannya melalui usaha-usaha pencegahan, pelayanan dan pengembangan sosial.

Dengan demikian jelas bahwa sasaran yang ingin dicapai oleh Karang Taruna dititik beratkan pada kesadaran dan tanggung jawab sosial, sehingga dapat mewujudkan dengan baik kesejahteraan sosial yang dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat. Untuk mencapai sasaran tersebut, maka tugas pokok Karang Taruna adalah bersama-sama dengan pemerintah dan komponen masyarakat lainnya untuk menanggulangi berbagai masalah kesejahteraan sosial terutama yang dihadapi generasi muda, baik yang bersifat *preventif*, *rehabilitatif* maupun pengembangan potensi generasi muda di lingkungannya. Sejalan dengan tugas pokok di atas, Karang Taruna melaksanakan fungsi-fungsi sebagai berikut :

1. Penyelenggara usaha kesejahteraan sosial
2. Penyelenggara pendidikan dan pelatihan bagi masyarakat
3. Penyelenggara pemberdayaan masyarakat terutama generasi muda di lingkungannya secara komprehensif, terpadu dan terarah serta berkesinambungan
4. Penyelenggaraan kegiatan pengembangan jiwa kewirausahaan bagi generasi muda di lingkungannya
5. Penanaman pengertian, memupuk dan meningkatkan kesadaran tanggung jawab sosial generasi muda

6. Penumbuhan dan pengembangan semangat kebersamaan, jiwa kekeluargaan, kesetiakawanan sosial dan memperkuat nilai-nilai kearifan dalam bingkai Negara Kesatuan Republik Indonesia
7. Pemupukan kreatifitas generasi muda untuk dapat mengembangkan tanggung jawab sosial yang bersifat rekreatif, kreatif, edukatif, ekonomis produktif dan kegiatan praktis lainnya dengan mendayagunakan segala sumber dan potensi di lingkungannya secara berswadaya
8. Penyelenggaraan rujukan, pendamping dan advokasi sosial bagi penyandang masalah kesejahteraan sosial
9. Penguatan sistim jaringan komunikasi, kerjasama, informasi dan kemitraan dengan berbagai sektor lainnya
10. Penyelenggaraan usaha-usaha pencegahan permasalahan sosial yang aktual.

Dengan melihat fungsi-fungsi di atas, terlihat bahwa kegiatan Karang Taruna diarahkan untuk menciptakan watak yang taqwa, terampil dan dinamis serta penanaman kesadaran dan tanggung jawab sosial yang tinggi. Kesadaran dan tanggungjawab sosial yang tinggi pada gilirannya akan menumbuhkan disiplin sosial dalam kehidupan pribadi dan kelompok sehingga menjadikan generasi muda memiliki kesiapan dalam menanggulangi berbagai masalah sosial dilingkungannya. Jadi pembinaan disini selain dapat menolong generas muda itu sendiri, juga dapat menolong orang lain yang menyandang masalah sosial. Sedangkan yang menjadi sasaran kualitatif yang hendak dicapai dalam pembinaan Karang Taruna adalah :

1. Karang Taruna sebagai wadah pembinaan generasi muda ditingkat Desa dan Kelurahan mampu berperan sebagai organisasi sosial kepemudaan dalam mencegah kenakalan remaja.
2. Karang Taruna mampu menjadi wadah penyiapan kepeloporan dan kemandirian.
3. Karang Taruna menjadi wadah penyelenggara usaha-usaha ekonomi produktif.
4. Karang Taruna diharapkan mampu menggali dan memanfaatkan potensi-potensi kesejahteraan sosial secara berdaya guna dan berhasil guna.

Dalam pengembangannya, Karang Taruna dapat membentuk Unit Teknis sesuai dengan kebutuhann pengembangan organisasi dan program. Unit Teknis dimaksud merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kelembagaan Karang Taruna dan pembentukannya harus melalui mekanisme pengambilan keputusan dalam forum yang refresentatif dan sesuai kapasitasnya. Untuk itu, sebagai contoh Unit Perbengkelan, Unit Peternakan, Unit Perikanan, Unit Pertukangan dan sebagainya.

2.4 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu proses pengambilan keputusan strategi yang selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan dengan demikian perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan dalam kondisi yang ada saat ini. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2002). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat

memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Analisis SWOT membandingkan faktor internal dengan faktor eksternal.

Menurut Supriyono (1993), analisis SWOT ini mencakup sebagai berikut:

1. Analisis Lingkungan Internal

Merupakan proses untuk memeriksa faktor-faktor keuntungan strategis perusahaan sehingga dapat disusun strategi yang dapat memanfaatkan kesempatan dan menghindari ancaman lingkungan secara efektif. Analisis lingkungan ini menyangkut segi operasional perusahaan yang berupa kegiatan produksi, pemasaran, pembelanjaan dan akuntansi

2. Analisis Lingkungan Eksternal

Merupakan pemantauan terhadap lingkungan perusahaan yang mengidentifikasi ancaman dan peluang yang mungkin berpengaruh pada perusahaan dan strateginya dalam mencapai tujuannya. Lingkungan eksternal adalah kondisi/faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi atau menuntun ke arah kesempatan atau ancaman-ancaman pada kehidupan dan pengembangan perusahaan. Lingkungan secara relevan mempengaruhi operasi atau proses keputusan strategis secara umum faktor-faktor esensial untuk dianalisis pada lingkungan eksternal perusahaan adalah ekonomi, sosial budaya, demografi, politik dan teknologi sehingga selanjutnya menurut Robinson (1997), strategi yang dilakukan adalah menurut skema berikut:



Gambar 4. Skema Konsep Analisis SWOT

Keterangan dari Gambar 2 sebagaimana pendapat Robinson (1997) adalah sebagai berikut: ” Sel 1 merupakan situasi yang paling disukai, karena organisasi menghadapi peluang lingkungan dan banyak kekuatan yang mendorong dimanfaatkannya peluang tersebut. Situasi ini menyarankan strategi yang berorientasi pada pertumbuhan (*growth oriented strategy*) untuk memanfaatkan situasi yang menguntungkan. Sel 2 dengan kekuatan tertentu menghadapi lingkungan yang tidak menguntungkan strategi akan memanfaatkan kekuatan yang ada untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan strategi didefinisikan (pasar/produk). Sel 3, organisasi menghadapi peluang yang impresif tetapi dikendalainya oleh kelemahan-kelemahan intern. Fokus strategi di kondisi ini adalah meniadakan kelemahan intern agar dapat lebih efektif memanfaatkan peluang. Sel 4 merupakan situasi yang tidak menguntungkan dengan menghadapi

ancaman lingkungan yang besar sementara posisinya relatif lemah. Situasi ini menuntut strategi yang mengurangi atau membenahi keterlibatan dengan lingkungan yang luas”

3. Matrik Internal Eksternal

Diagram model untuk strategi korporat dapat mengidentifikasi 9 sel strategi perusahaan tetapi pada prinsip kesembilan sel tersebut dapat dikelompokkan menjadi 3 strategi utama:

1. *Growth strategy* yang merupakan pertumbuhan perusahaan itu sendiri (sel 1,2 dan 5) atau upaya diversifikasi (sel 7 dan 8)
2. *Stability strategy* (sel 4) adalah yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah ditetapkan
3. *Retrenchment strategy* (sel 3, 6, 9) adalah usaha untuk memperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan perusahaan (Rangkuti, 2002)

Menurut Argyris, Mintzberg, Stainer, dan Miner dalam Rangkuti (2002) menyatakan bahwa strategi merupakan respon secara terus menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal organisasi.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu pada tanggal 07 Februari sampai 28 Februari 2011. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive*) dengan pertimbangan – pertimbangan tertentu, sedangkan pertimbangan yang diambil berdasarkan tujuan penelitian (Arikunto, 1993). Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan dengan sengaja oleh peneliti dengan pertimbangan bahwa di tempat ini tumbuh berbagai cagar budaya yang dijadikan tempat wisata dan berpotensi untuk dikembangkan dengan berbagai ragam paket wisata, khususnya wisata sapi perah.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode *survey* yaitu suatu metode atau cara pengambilan data yang dilakukan oleh peneliti dengan tidak memberikan pengaruh apapun kepada obyek penelitiannya sehingga data yang diperoleh apa adanya, dan pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik observasi dan komunikasi langsung yaitu wawancara (*interview*). Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada responden yang berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu.

Penelitian ini mengambil 30 sampel. Penentuan jumlah sampel semacam ini sesuai dengan pendapat Singarimbun dan Effendi (1989); Sumardjono (1996);

Usman dan Akbar (2003) yang mengatakan bahwa tidak ada aturan baku mengenai jumlah sampel yang harus diambil dalam suatu populasi, namun dapat disesuaikan dengan kebutuhan analisis data yang digunakan serta mempertimbangkan biaya, waktu dan tenaga dalam melakukan penelitian tersebut. Responden dalam penelitian adalah pengunjung paket wisata sapi perah di Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Data yang diambil dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara dengan menggunakan kuisioner sebagai alat bantu utama. Data primer diperoleh melalui wawancara yang mengacu pada kuisioner yang telah disiapkan. Sedangkan data sekunder adalah data yang terlebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang luar penyidik (Surakhmad, 1980). Data sekunder diperoleh dari Balai Kantor Kepala Desa Tulungrejo dan hasil laporan yang ada hubungannya dengan penelitian.

3.4 Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian potensi pengembangan paket wisata sapi perah ini adalah menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu untuk mengetahui keadaan paket wisata sapi perah dan menggunakan analisis SWOT untuk menyusun alternatif strategi pemberdayaan karang taruna dan pengembangan paket wisata sapi perah di Desa Tulungrejo Kecamatan

Bumiaji Kota Batu. Metode analisis SWOT yang digunakan adalah sebagai berikut:

3.4.1 Analisa SWOT

Analisa SWOT menggunakan penilaian atau pembobotan terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari faktor internal dan eksternal perusahaan. Kriteria dan pembobotan yang digunakan untuk perhitungan nilai masing-masing aspek, baik internal maupun eksternal sangat relatif sifatnya.

a. Analisis *Internal Strategic Factor Analysis Summary* (IFAS)

Analisis IFAS digunakan untuk menganalisis lingkungan internal suatu usaha melalui pendekatan fungsional, sehingga mengidentifikasi sejauh mana kompetisi internal yang berpengaruh kinerja dan keberhasilan. Langkah dalam analisis IFAS dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Variabel Pengukuran IFAS Matriks pada paket wisata sapi perah di kota batu

Faktor strategi internal	Bobot (a)	Rating (b)	Skor (c)
Kekuatan (<i>Strengths/S</i>)	0.0 s/d 1.0	1.0 s/d 4.0	Skor (a x b)
Sub total			
Kelemahan (<i>Weakness/W</i>)	0.0 s/d 1.0	1.0 s/d 4.0	Skor (a x b)
Sub total			
Total	1.00		

Sumber: Rangkuti, 2006

b. Analisis Eksternal Strategic Factor Analysis Summary (EFAS)

Analisis EFAS matriks yang digunakan untuk menganalisa lingkungan eksternal perusahaan atau yang berpengaruh dan penting sehingga diidentifikasi sejauh mana peluang dan ancaman perusahaan yang berpengaruh terhadap kekuatan dan kelemahan perusahaan. Penentuan analisis EFAS dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Variabel pengukuran EFAS Matriks pada paket wisata sapi perah di kota batu

Faktor strategi eksternal	Bobot (a)	Rating (b)	Skor (c)
Peluang (<i>Opportunities/O</i>)	0.0 s/d 1.0	1.0 s/d 4.0	Skor (a x b)
Sub total			
Ancaman (<i>Threats/T</i>)	0.0 s/d 1.0	1.0 s/d 4.0	Skor (a x b)
Sub total			
Total	1.00		

Sumber: Rangkuti, 2006

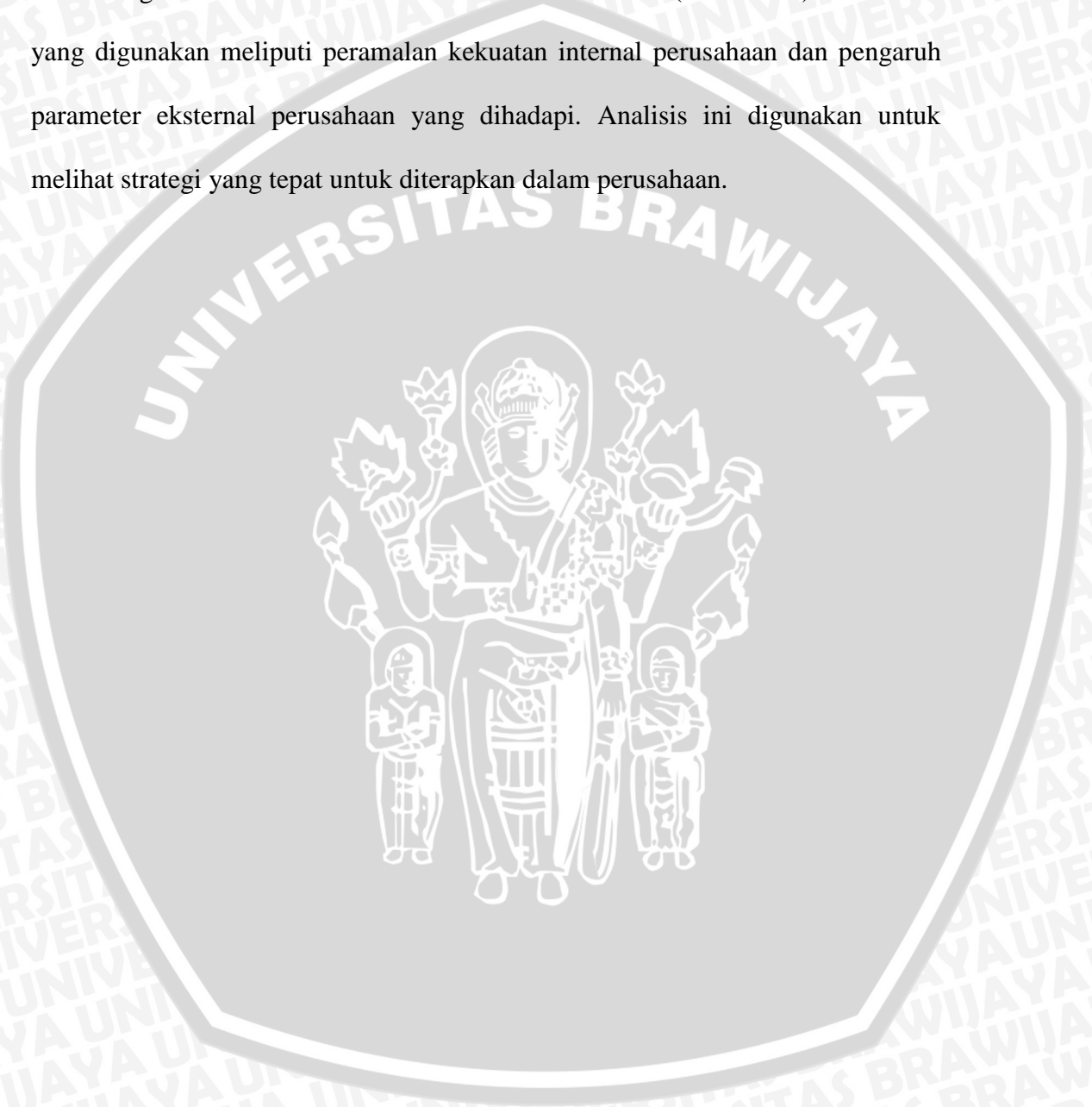
Penentuan bobot pada faktor internal dan eksternal dilakukan dengan pemberian skala yang lebih tinggi bagi yang berprestasi tinggi dan yang lebih rendah bagi yang berprestasi rendah. Pilihan bobot tingkat kepentingan faktor eksternal adalah sebagai berikut:

- a. 0 – 0,04 : tidak mendukung c. 0,1 – 0,14 : mendukung
 b. 0,05 – 0,09 : cukup mendukung d. 0,15 – 0,2 : sangat mendukung

Jumlah bobot masing-masing faktor internal dan eksternal harus 1,0 (Umar, 2003).

c. Matrik Internal-Eksternal

Setelah menganalisis IFAS dan EFAS matriks, maka model yang dikembangkan adalah model Internal-Eksternal matriks (IE matriks). Parameter yang digunakan meliputi peramalan kekuatan internal perusahaan dan pengaruh parameter eksternal perusahaan yang dihadapi. Analisis ini digunakan untuk melihat strategi yang tepat untuk diterapkan dalam perusahaan.



Tabel 3. Matriks Internal-Eksternal (IE)

		TOTAL SKOR IFAS		
		Kuat 4,0	Rata-rata 3,0	Lemah 2,0
TOTAL SKOR EFAS	Tinggi 3,0	1 GROWTH Konsentrasi melalui integrasi vertikal	2 GROWTH Konsentrasi melalui integrasi horisontal	3 RETRENCHMENT Turnaround
	Menengah 2,0	4 STABILITY Hati-hati	5 GROWTH Konsentrasi melalui integrasi horisontal STABILITY Tak ada perubahan profit strategi	6 RETRENCHMENT Captive company
	Rendah 1,0	7 GROWTH Difersifikasi konsentrik	8 GROWTH Difersifikasi Konglomerat	9 RETRENCHMENT Bangkrut atau likuidasi

Sumber: Rangkuti, 2006

Matrik Internal-Eksternal terdiri dari dua dimensi yaitu skor total IFAS dan skor total EFAS. Pada dimensi IFAS matrik IE skor 1,0-1,99 menyatakan bahwa posisi Internal adalah lemah, skor 2,0-2,99 adalah rata-rata, skor 3,0-4,0 adalah kuat. Pada dimensi EFAS diberlakukan cara yang sama, untuk skor 1,0-

1,99 adalah rendah, skor 2,0-2,99 adalah menengah dan skor 3,0-4,0 adalah tinggi.

Diagram tersebut dapat mengidentifikasi 9 sel strategi perusahaan, tetapi pada prinsipnya kesembilan sel itu dapat dikelompokkan menjadi 3 strategi utama, yaitu:

- a. *Growth Strategy* yang merupakan pertumbuhan perusahaan itu sendiri (sel 1, 2 dan 5) atau upaya diversifikasi (sel 7 dan 8). Strategi ini didesain untuk mencapai pertumbuhan, baik dalam penjualan, aset, profit atau kombinasi dari ketiganya.
- b. *Stability Strategy* adalah strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah ditetapkan.
- c. *Retrenchment Strategy* (sel 3, 6 dan 9) adalah usaha memperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan perusahaan.

Matrik faktor Internal dan matrik faktor Eksternal yang telah dibuat (pada tahap pengumpulan data) maka selanjutnya dibuat matrik Internal-Eksternal seperti di atas sehingga pada akhirnya akan ditemukan titik pertemuan antara skor internal dan skor eksternal yang merupakan alternatif pilihan strategi yang dilakukan perusahaan (Rangkuti, F. 2004).

d. Matrik SWOT

Matrik SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor strategi.

Tabel matrik SWOT dapat dilihat pada Tabel 4 berikut:

Tabel 4. Matrik SWOT

IFAS	STRENGS (S)	WEAKNESSES (W)
EFAS	<ul style="list-style-type: none"> • 5-10 faktor-faktor kekuatan internal 	<ul style="list-style-type: none"> • 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
<ul style="list-style-type: none"> • 5-10 faktor-faktor kekuatan eksternal 	<ul style="list-style-type: none"> • menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang 	<ul style="list-style-type: none"> • menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
TREATHS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
<ul style="list-style-type: none"> • 5-10 faktor-faktor kekuatan eksternal 	<ul style="list-style-type: none"> • menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk menganalisis ancaman 	<ul style="list-style-type: none"> • menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan ancaman

Sumber: Rangkuti, 2006

a. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST

Strategi ini diterapkan dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

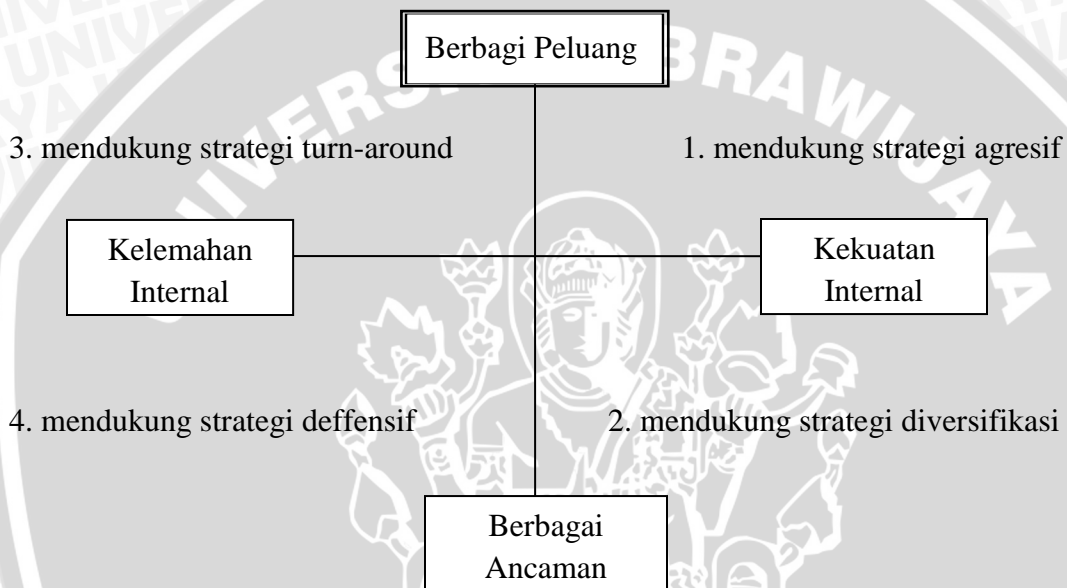
c. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat *deffensif* dan menghindari ancaman.

Selanjutnya secara teoritis untuk melihat posisi suatu lembaga atau perusahaan maka dapat dilakukan dengan mengamati diagram analisis SWOT yang berbentuk empat kuadran sebagai berikut:



Gambar 5. Diagram Analisis SWOT (Rangkuti,F 2004)

Kuadran 1: Merupakan situasi yang sangat menguntungkan, karena perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan agresif.

Kuadran 2: Perusahaan menghadapi berbagai ancaman tapi masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah

menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan diversifikasi.

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak perusahaan menghadapi kendala atau kelemahan internal. Strategi perusahaan yang harus diambil adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4: Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, dimana perusahaan menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

3.5 Batasan Istilah

Desa Wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku.

Karang Taruna adalah wadah pengembangan generasi muda nonpartisan, yang tumbuh atas dasar kesadaran dan rasa tanggung jawab sosial dari, oleh dan untuk masyarakat khususnya generasi muda di wilayah Desa / Kelurahan atau komunitas sosial sederajat, yang terutama bergerak dibidang kesejahteraan sosial.

Usaha Ternak Sapi Perah adalah kegiatan memelihara sapi perah yang dilakukan di suatu tempat untuk mengatur, menguasai perkembang biakan dan mengambil manfaat dari ternak sapi perah yang diusahakan.

Agrowisata adalah pengembangan wisata yang bertujuan memanfaatkan usaha agro sebagai objek wisata alternatif yang ditawarkan selain produk industri lain yang telah ada.

Pengunjung adalah konsumen yang membeli dan melihat serta mengetahui produk olahan ternak perah melalui peternak untuk dikonsumsi sendiri.

Analisis Swot adalah suatu proses pengambilan keputusan strategi yang selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan dengan demikian perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan dalam kondisi yang ada saat ini.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Keadaan Umum Desa Penelitian

Desa Tulungrejo terletak di Kecamatan Bumiaji Kota Batu. Desa Tulungrejo mempunyai luas wilayah sekitar 807.019 Ha. Desa Tulungrejo mempunyai luas wilayah yang terbagi atas Lima (5) dusun yaitu Gondang, Kekep, Gerdu, Junggo dan Dusun Wonorejo. Adapun batas-batas wilayah Desa Tulungrejo adalah :

- sebelah utara : Desa Sumberbrantas
- sebelah selatan : Desa Punten
- sebelah barat : Desa Kehutanan
- sebelah timur : Desa Sumbergondo

Kantor Kepala Desa Tulungrejo terletak di Dusun Gondang sehingga keberadaannya sangat ramai apabila dibandingkan dengan empat dusun lainnya. Dusun Gondang adalah dusun yang pertama dilewati apabila ingin ke Dusun Kekep, Gerdu, Junggo dan Dusun Wonorejo. Akses jalan untuk menuju Dusun Gondang sudah sangat baik. Desa Tulungrejo terletak di ketinggian 1100 meter di atas permukaan laut. Suhu rata-rata harian di Desa Tulungrejo adalah 18-30°C yang menyebabkan daerah ini sangat dingin dan sejuk.

Desa Tulungrejo mempunyai wilayah yang cukup luas (± 807.017 Ha) Desa Tulungrejo sendiri terbagi atas 5 dusun, 15 Rukun Warga (RW), dan 76 Rukun Tetangga (RT). Besarnya luas wilayah tersebut belum diimbangi dengan pemanfaatan wilayah dengan baik walaupun wilayah tersebut mempunyai potensi yang cukup menjanjikan. Desa Tulungrejo dikenal sebagai Desa Wisata karena

mempunyai potensi pariwisata yang sangat banyak sekali antara lain yaitu: kolam pemandian "Selecta"(Dusun Gondang), wisata air terjun "Coban Talun" (Dusun Wonorejo). Selain itu jalan raya Desa Tulungrejo juga merupakan jalur pariwisata menuju lokasi wisata pemandian air panas "Cangar" (Desa Sumber Brantas).

Desa Tulungrejo juga memiliki tanah subur kurang lebih seluas 500.000 Ha, sehingga berbagai tanaman dapat tumbuh di desa ini, salah satunya yaitu tanaman apel. Apel di desa ini selain di jual secara langsung, juga di olah menjadi berbagai macam olahan seperti kripik apel dan sari buah apel. Lahan kebun apel di desa ini juga dijadikan salah satu tujuan wisata yaitu wisata petik apel.

Mengenai distribusi luas wilayah dan tata guna lahan di desa penelitian sebagaimana digambarkan pada Tabel 5 bahwa 33,1% lahan di desa Tulungrejo dimanfaatkan untuk sektor pertanian.

Tabel 5. Distribusi Luas Wilayah dan Tata Guna Lahan di Desa Tulungrejo

Penggunaan	Desa Tulungrejo	
	Luas (Ha)	%
Pertanian sawah		
Sawah irigasi	24.210	12
Sawah setengah teknis	16.045	1,07
Sawah tadah hujan	91	1,83
Ladang/tegalan	559.227	18,2
Hutan lindung	63	12,6
Lain-lain (pemukiman, pertokoan, kuburan, lapangan, sekolah, perkantoran, pasar,terminal, jalan,)	102.257	54,3
Jumlah	807,019	100

Sumber : Profil Desa Tulungrejo 2011

Pemanfaatan lahan pertanian di desa Tulungrejo lebih dominan untuk aktivitas pertanian sawah, baik irigasi, setengah teknis maupun untuk tegalan. Kondisi desa penelitian tersebut menunjukkan bahwa pedesaan memang sangat

identik dengan sektor pertanian dan peternakan sebagaimana pendapat Gunawan dan Erwidodo (1993) yang menyatakan bahwa pertanian adalah karakteristik dari pedesaan, sehingga walaupun secara agregat struktur perekonomian mengalami perubahan, akan tetapi perubahan struktur perekonomian di pedesaan pada umumnya berjalan lambat. Sektor pertanian di sisi lain dapat menjadi tumpuan sebagian besar penduduk Indonesia yang tinggal di pedesaan dan berpotensi menyerap angkatan kerja pedesaan. Okupasi pada kedua desa penelitian apabila diamati sebagaimana ditunjukkan Tabel 6 bahwa 44,4% penduduk desa tulungrejo bekerja di sektor pertanian dan peternakan.

Tabel 6. Distribusi Mata Pencaharian Penduduk Desa Tulungrejo

Mata Pencaharian	Desa Tulungrejo	
	Orang	%
Pertanian dan peternakan	2.347	44,4
Jasa dan perdagangan	880	16,6
Industri	50	0,94
PNS	326	6,16
Pegawai swasta	1.530	29,0
Pegawai BUMN/BUMD	32	0,60
Pensiunan ABRI/sipil/swasta	124	2,34
Jumlah	5.289	100

Sumber : Profil Desa Tulungrejo 2011

Data tersebut menunjukkan bahwa sektor pertanian dan peternakan masih memegang peranan penting dalam menyerap angkatan kerja dan sebagai sumber pendapatan rumah tangga pedesaan. Realitas tersebut juga sejalan dengan data Badan Pusat Statistik (2007) yang menyebutkan dari 97.583.141 penduduk yang bekerja, 43.66% bekerja di sektor usaha tani ternak dan 88.4% diantaranya berada di pedesaan. Di desa Tulungrejo potensi untuk mendirikan suatu usaha peternakan juga sangat besar. Status kepemilikan usaha peternakan di desa Tulungrejo ditunjukkan pada Tabel 7.

Tabel 7. Status Kepemilikan Usaha Peternakan di Desa Tulungrejo

Status	Jumlah (Ekor)
Pemilik usaha ternak sapi potong	258
Pemilik usaha ternak sapi perah	631
Pemilik usaha ternak ayam kampung	234
Pemilik usaha ternak itik	125
Pemilik usaha ternak kambing	355
Pemilik usaha ternak kuda	3
Pemilik usaha ternak kelinci	1215
Jumlah	2821

Sumber : Profil Desa Tulungrejo 2011

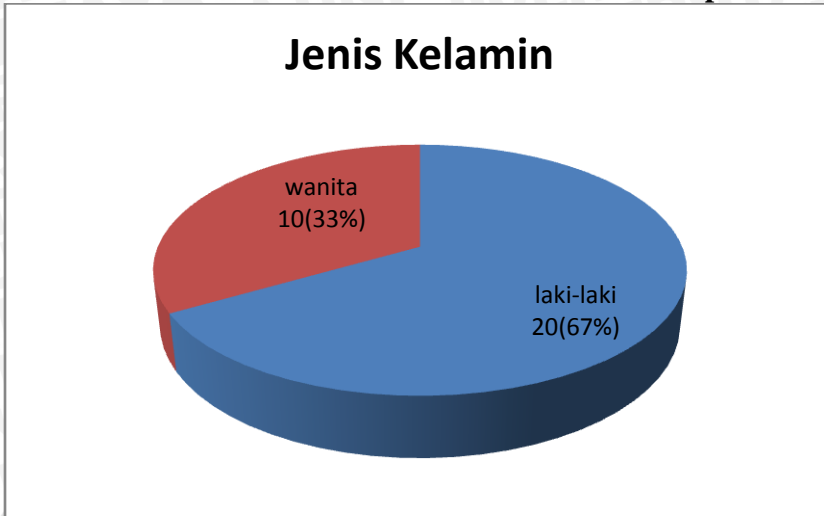
4.2 Gambaran Umum Responden

Segmentasi pasar merupakan suatu proses untuk membagi atau mengelompokkan konsumen atau responden kedalam kotak-kotak yang lebih homogen, segmentasi konsumen atau responden dapat dilakukan dengan dua macam pendekatan, yaitu pendekatan a-priori dan post hoc (Kasali, 1998). Penelitian ini menggunakan pendekatan post hoc, yaitu dengan mengkotak-kotakan pasar melalui pengumpulan data. Segmentasi dilakukan setelah data dikumpulkan dan dianalisa sesuai dengan atribut yang dianggap penting dan tidak menggunakan data standart yang dapat diakses oleh seluruh pasar (Kasali, 1998).

Responden dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang kebetulan ada pada saat pengambilan data dan yang mudah ditemui oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan sample sebanyak 30 orang responden yang dianggap telah mewakili keseluruhan pengunjung yang datang ke Paket Wisata Sapi Perah. Dalam uraian berikutnya akan dijelaskan mengenai gambaran umum responden yang berhubungan dengan penelitian ini.

a. Jenis Kelamin Responden

Gambar 6. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden

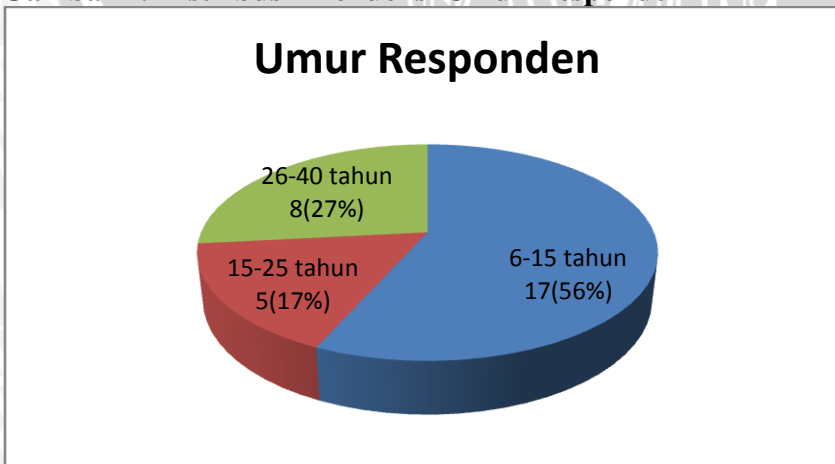


Sumber: Data primer Diolah (2011)

Hasil survei penelitian pada Paket Wisata Sapi Perah dengan jumlah responden 30 orang. Responden dibedakan menjadi responden wanita dan pria, dengan jumlah 10 orang (33,3 %) untuk responden wanita dan 20 orang (66,7 %) untuk responden pria. Komposisi responden tersebut menunjukkan bahwa Paket Wisata Sapi Perah di Kota Batu banyak digemari oleh para pria dan wanita mulai dari yang tua sampai muda.

b. Umur Responden

Gambar 7. Distribusi Frekuensi Umur Responden

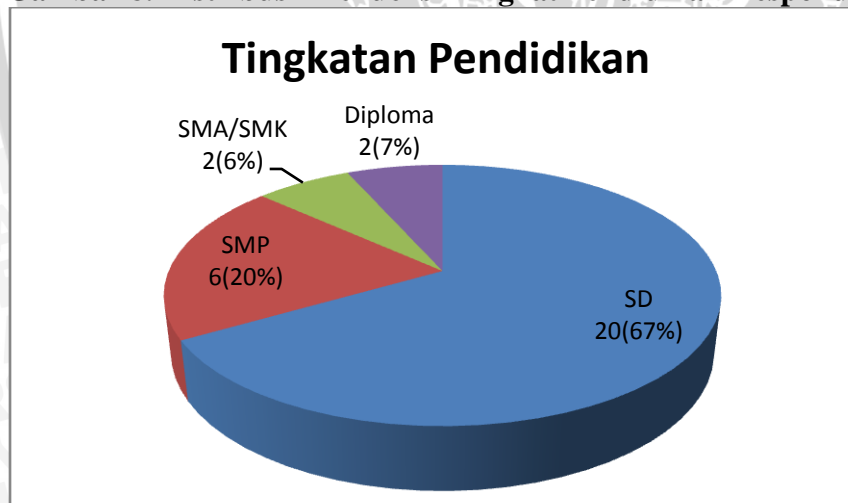


Sumber: Data Primer Diolah (2010)

Responden juga dapat dikelompokkan berdasarkan usia yang terbagi menjadi 3 kelompok, yaitu usia 6-15 tahun, 15-25 tahun, 26-40 tahun. Pada kelompok usia 6-15 tahun adalah masa dimana anak-anak akan mempunyai keinginan untuk mengetahui hal-hal yang dianggap tabu. Karena pada masa tersebut, rasa ingin tahu anak-anak makin besar. Sehingga akan memungkinkan untuk mengisi waktunya dengan berkunjung ke Paket Wisata Sapi Perah, sehingga responden yang banyak ditemui dalam penelitian ini adalah kelompok usia 6-15 tahun karena Paket Wisata Sapi Perah memberikan wahana wisata edukasi yang memadai dan menarik, dengan banyak ditemuinya konsumen yang memiliki usia 6-15 tahun membuktikan bahwa wahana wisata yang diberikan Paket Wisata Sapi Perah dapat diterima oleh konsumen.

c. Tingkat Pendidikan Responden

Gambar 8. Distribusi Frekuensi Tingkat Pendidikan Responden



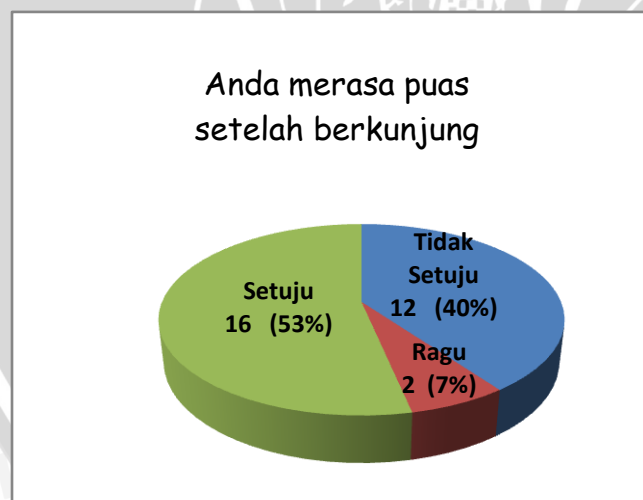
Sumber: Data Primer Diolah (2011)

Tingkat pendidikan responden Paket Wisata Sapi Perah yang terbesar adalah pelajar (SD) sebanyak 20 orang 66,6 %. Besarnya responden dari kalangan pelajar, dikarenakan Paket Wisata Sapi Perah sangat mudah dicerna dan

dikunjungi oleh para pelajar yang datang. Hal ini dikarenakan wisata edukasi yang mendukung dan layak sebagai mediator ilmu yang diberikan oleh Paket Wisata Sapi Perah serta sebagai referensi untuk para pengajar sekolah agar bisa bermanfaat bagi murid didiknya. Kecilnya presentase responden yang berprofesi sebagai Diploma 2 orang (26,7%) disebabkan karena wisata tersebut hanya dijadikan sebagai tempat rekreasi untuk mengisi waktu senggang pada saat hari weekend saja.

Dari penjelasan diatas, kita dapat menarik garis lurus tentang perkembangan Paket Wisata Sapi Perah. Bahwa suatu wahana wisata harus ada suatu pelayanan layak yang diberikan oleh wahana wisata edukasi Paket Wisata Sapi Perah ini. Berikut di bawah ini merupakan gambar dari kepuasan konsumen :

Gambar 9. Apakah anda merasa puas berkunjung ke paket wisata sapi perah



Sumber: Data Primer Diolah (2011)

Dari penjelasan data tentang kepuasan pengunjung terhadap paket wisata sapi perah, para pengunjung rata-rata menjawab setuju dengan pertanyaan yang diberikan. Dari pertanyaan tentang apakah anda ingin berkunjung kembali ke

paket wisata sapi perah, para pengunjung menjawab setuju dengan persentase 53%, untuk tidak setuju sebanyak 40% dan ragu 7%. Untuk yang menjawab yang ragu-ragu, dikarenakan ada beberapa faktor. Seperti kelayakan kandang yang belum memenuhi syarat sehingga membuat pengunjung tidak merasa nyaman. Sedangkan yang menjawab setuju, karena wisata ini memberikan inovasi baru dalam berwisata. Serta memberikan sarana edukasi yang tinggi khususnya bagi kalangan anak-anak.

Gambar 10. Apakah anda akan berkunjung kembali ke paket wisata sapi perah



Sumber: Data Primer Diolah (2011)

Berdasarkan data tentang apakah anda akan berkunjung kembali ke paket wisata sapi perah paket wisata sapi perah, para pengunjung rata-rata menjawab setuju dengan pertanyaan yang diberikan. Para pengunjung menjawab setuju dengan persentase 77%, untuk tidak setuju sebanyak 13% dan ragu 10%. Untuk yang menjawab setuju dikarenakan wahana yang diberikan paket wisata sapi perah kepada pengunjung sangat menarik serta di dukung oleh potensi alam yang

memadai. Selain itu, para pengunjung akan datang kembali dengan harapan yang besar terhadap paket wisata sapi perah. Mereka berharap agar fasilitas yang ada dalam wisata tersebut dapat ditingkatkan lagi dengan memberikan rasa nyaman. Hal ini dikarenakan karena rata-rata pengunjung membawa anak-anak. Sedangkan yang menjawab tidak setuju dan ragu-ragu dikarenakan melihat potensi dari paket wisata sapi perah yang belum dilengkapi sarana untuk menunjang dari wisata ini sendiri.

Gambar 11. Apakah anda akan memberi informasi tentang paket wisata sapi perah ke teman anda?

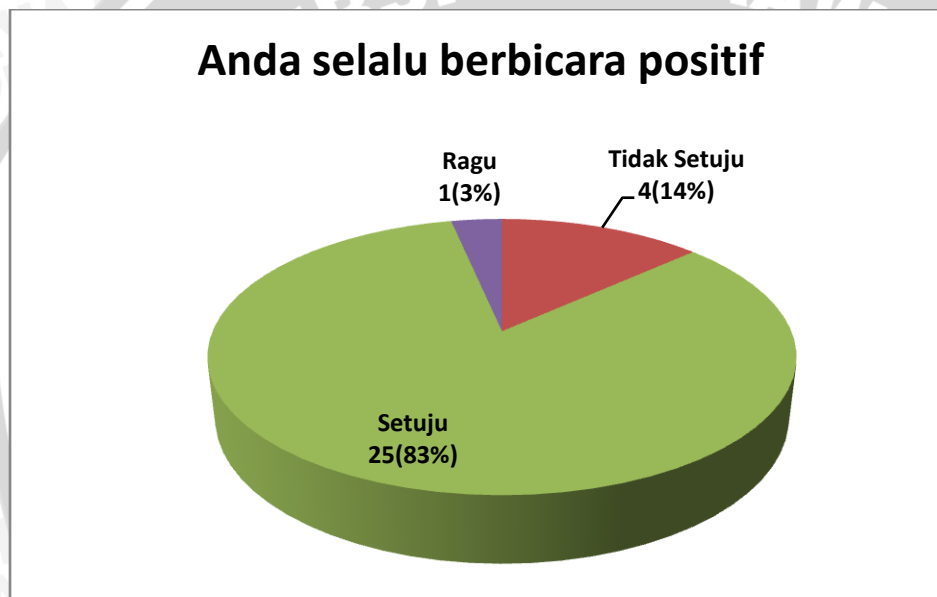


Sumber: Data Primer Diolah (2011)

Dari penjelasan data apakah anda akan memberikan informasi tentang paket wisata sapi perah ke teman anda, para pengunjung rata-rata menjawab setuju dengan pertanyaan yang diberikan. Para pengunjung menjawab setuju dengan persentase 90%, untuk tidak setuju sebanyak 7% dan ragu 3%. Untuk yang menjawab setuju para pengunjung cenderung untuk memberikan refrensi

terhadap teman-teman mereka yang akan jenuh dengan wisata yang ada selama ini serta sebagai sarana edukasi tentunya untuk ilmu pengetahuan. Sedangkan yang menjawab tidak setuju dan ragu-ragu cenderung ke arah nonformal, misalnya belum familiarnya wisata ini ke publik umum. Hal ini dikarenakan paket wisata sapi perah merupakan wahana baru yang akan terus mengalami masa perkembangan dalam pengelolaannya.

Gambar 12. Apakah anda berbicara positif tentang paket wisata sapi perah



Sumber: Data Primer Diolah (2011)

Dari penjelasan data tentang apakah anda akan berbicara positif terhadap paket wisata sapi perah, para pengunjung rata-rata menjawab setuju dengan pertanyaan yang diberikan. Para pengunjung menjawab setuju dengan persentase 83%, untuk tidak setuju sebanyak 14% dan ragu 3%. Untuk yang menjawab setuju, karena wisata ini memberikan inovasi baru dalam berwisata. Serta memberikan sarana edukasi yang tinggi khususnya bagi kalangan anak-anak.

Sedangkan yang menjawab ragu-ragu dan tidak setuju dikarenakan wisata ini masih belum dikelola secara maksimal.

4.3 Dampak Paket Wisata Sapi Perah Terhadap Petani-Peternak

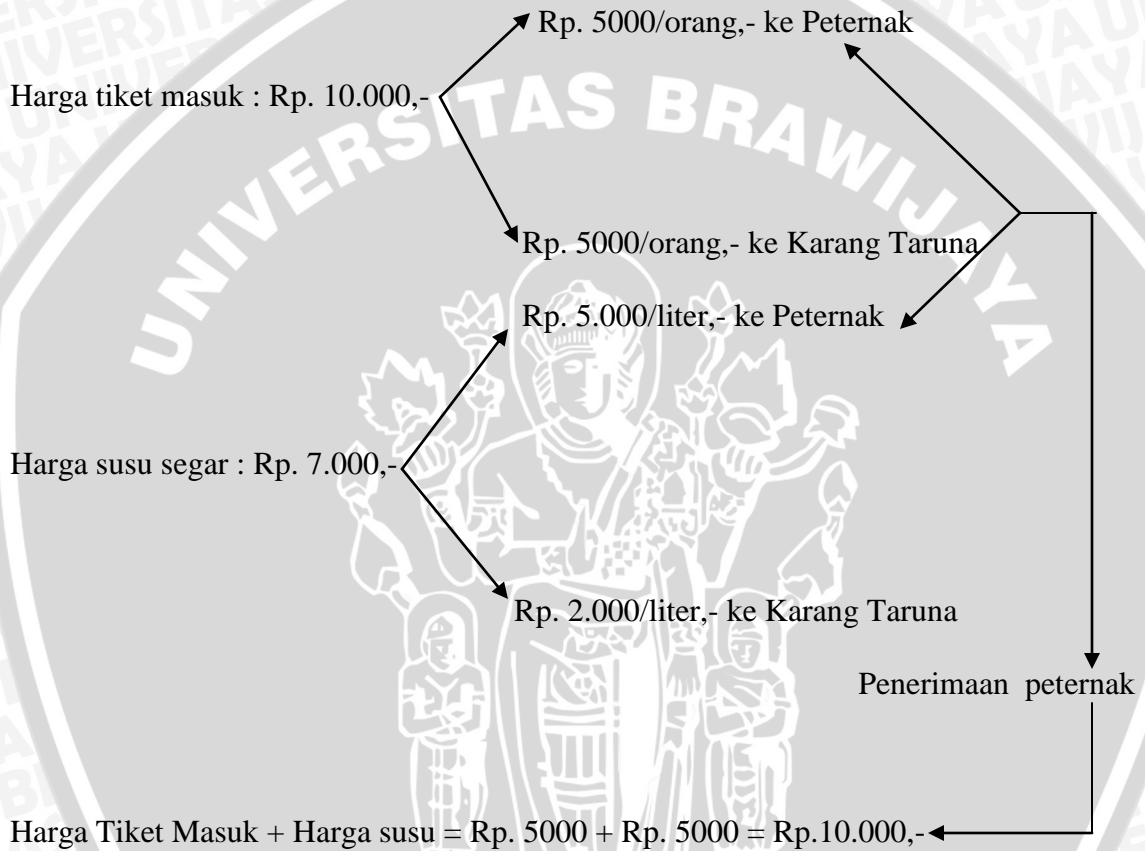
Paket Wisata Sapi Perah dilakukan oleh kelembagaan karang taruna bekerja sama dengan peternak sapi perah. Dengan populasi sapi perah yang cukup besar, maka para peternak dan dibantu oleh karang taruna membuat gagasan Paket Wisata Sapi Perah yang berorientasi untuk edukasi.

Dampak dari Paket Wisata Sapi Perah ini sendiri yaitu untuk menunjang peningkatan pendapatan dari peternak sapi perah serta memperbaiki taraf hidup dari peternak. Peternakan sapi perah di Indonesia berdasarkan jumlah sapi perah yang dipeliharanya dapat dibagi atas peternakan kecil atau peternakan rakyat dan peternakan besar atau perusahaan (Siregar, 1995). Peternak yang maju pasti akan selalu mengikuti perkembangan dunia peternakan, khususnya perkembangan bangsa sapi perah (Sugeng, 2007).



Gambar 13. Foto kunjungan dari Sekolah Dasar

Dalam Paket Wisata Sapi Perah para pengunjung diwajibkan membeli tiket masuk seharga Rp. 10.000/orang. Para peternak juga menjual susu dari hasil pemerahan mereka sendiri. Harga susu yang dijual seharga 7000/liter. Dengan menggunakan sistem bagi hasil, keuntungan yang diperoleh dari penjualan tiket dan penjualan susu, maka didapatkan :



Gambar 14. Penerimaan Peternak

Jadi pendapatan peternak sebesar 10.000/liter/orang dari penerimaan dari Paket Wisata Sapi Perah. Jika dibandingkan dengan penyetoran susu ke KUD seharga Rp. 3.000/liter maka diperoleh Marketing Margin :

Harga ditingkat konsumen akhir – Harga ditingkat produsen

$$\text{Rp. 10.000} - \text{Rp. 3.000} = \text{Rp. 7.000,-}$$

Dengan demikian, selisih harga penerimaan peternak dari hasil paket wisata sapi perah dengan penyeteroran susu seharga Rp. 7.000,-. Tentu dengan nominal tersebut, kesejahteraan peternak meningkat secara signifikan dari penerimaan kegiatan paket wisata sapi perah.

Karang taruna dalam hal ini hanya sebagai media yang menghubungkan peternak dengan pengunjung agar memperoleh profit untuk peternak dan memberikan wisata yang beredukasi untuk pengunjung. Tentunya dalam hal ini akan terjadi simbiosis mutualisme yang berkaitan satu dengan yang lain. Karang taruna, dalam hal ini adalah pengelola, memberikan fasilitas yang dibutuhkan oleh peternak untuk menunjang kegiatan paket wisata sapi perah ini. Seperti yang diungkapkan Buisness Management Guide, 2004 terdapat tiga komponen utama yang berperan dalam pengembangan kegiatan agrowisata, yaitu : what to see, what to do, what to sell. Dalam kaitannya dengan desa wisata, khususnya Paket Wisata Sapi Perah ada beberapa komponen yang berperan yaitu :

Tabel 8. What To See

Kegiatan	Kelebihan (+)	Kekurangan (-)	Solusi
Peternakan sapi perah dan Biogas.	Pengunjung dapat melihat langsung proses terbentuknya Biogas dari limbah peternakan sapi perah.	Pemerahan masih menggunakan metode tradisional.	Karang taruna dan peternak bekerjasama dengan Dinas peternakan untuk memakai bantuan mesin perah agar terlihat canggih dan menarik perhatian pengunjung

Tabel 9. What To do

Kegiatan	Kelebihan (+)	Kekurangan (-)	Solusi
Memerah susu, melakukan proses pemeliharaan sapi perah, misal memandikan dan memberikan pakan.	Pengunjung ikut langsung dalam pemeliharaan dan pemerahan sapi perah	Pengunjung tidak dapat merasakan pemerahan pada pagi hari, pengunjung hanya merasakan pemerahan siang hari.	Pengaturan waktu kunjungan oleh Karang taruna.

Tabel 10. What To Sell

Kegiatan	Kelebihan (+)	Kekurangan (-)	Solusi
Membeli susu sapi segar, membeli souvenir berupa kaos.	Pengunjung dapat menikmati secara langsung susu segar dari peternak	Produk yang dijual hanya berupa susu saja. Harga tiket dan susu yang dijual terlalu mahal.	Menjual olahan produk susu, misal seperti yoghurt.

Pihak karang taruna desa tulungrejo juga memiliki potensi untuk bekerjasama dengan dinas pariwisata provinsi Jawa Timur. Dengan mengandalkan wisata yang beredukasi, dinas pariwisata dan karang taruna melakukan kerjasama dengan pihak sekolah dasar yang berada di seluruh Jawa Timur untuk berkunjung ke paket wisata sapi perah.

Hal ini dapat dikatakan bahwa desa wisata yang dikelola oleh anggota karang taruna ini harus dikembangkan lebih baik lagi untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Karena, pada era global saat ini kebutuhan tersier khususnya pada sektor pariwisata sangat besar. Disebabkan para wisatawan jenuh dengan wana wisata yang ada sekarang.

4.4 Peran Kelembagaan Karang Taruna

Kelembagaan Karang Taruna Desa Tulungrejo digagas oleh seorang yang bernama Amri lestariyo pada tahun 2009. Beliau merangkul segenap elemen masyarakat mulai dari tokoh masyarakat dan birokrat pemerintahan desa.

Penggagas ide Desa Wisata, Amri Iestariyo mengatakan ide mendirikan desa wisata muncul tahun 2007 lalu dan baru bisa berjalan sempurna saat ini. Waktu itu ide ini diusulkan dalam Musyawarah Pembangunan Desa (Musrenbangdes) untuk tahun 2008 dan masih belum ada tanggapan dari Pemerintah Kota.

Kemudian pada Musrenbangdes tahun 2008 juga diusulkan lagi untuk tahun 2009 dan masih belum ada juga tanggapan atau respon dari Pemerintah Kota. Akhirnya cita-cita untuk mendirikan desa wisata ini terwujud pada tahun 2009 dengan melibatkan pemuda Karang Taruna yang kemudian diteruskan dengan kerjasama antar lembaga desa yakni, LPMD, BPD, PKK dan kelompok-kelompok tani yang ada di Desa Tulungrejo. Amri Iestariyo mengatakan:

”...Alasan kami membentuk kelompok ini adalah karena banyaknya potensi desa kami yang memiliki nilai wisata, yaitu: alam, pertanian, budaya, dan religi. Akses transportasi dan fasilitas umum yang disediakan juga mendukung.” (Wawancara, 15 Februari 2011).



Gambar 15. Foto Anggota Karuna Desa Tulungrejo

Pada bulan Mei 2009, sekitar 17 orang perwakilan dari lima dusun yang ada di desa Tulungrejo melangsungkan rapat pertama dalam rangka pembahasan konsep dan pendataan potensi-potensi wisata desa Tulungrejo. Selanjutnya 17 orang yang terlibat ini membentuk sebuah kelompok pengembang desa wisata

dengan nama Tulungrejo Funducation Experience. Nama ini diambil dengan maksud agar wisatawan yang kelak berkunjung bisa merasakan kesenangan atau *Fun* sekaligus mendapatkan ilmu atau *education* serta mendapatkan pengalaman atau *experience*.

Pada tanggal 17 Juni 2009 di lokasi salah satu tempat wisata Pura Luhur Giri Arjuna, Wakil Gubernur Jawa Timur Syaifullah Yusuf atau yang akrab dipanggil Gus Ipul meresmikan desa Tulungrejo sebagai Desa Wisata. Sebelumnya beliau memang telah berniat mengunjungi desa Tulungrejo dalam rangka kunjungan kerja. Mulai dari sinilah desa Tulungrejo, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu menjadi desa wisata yang dikelola oleh masyarakat yang tergabung dalam kelompok Pesona Desa Wisata Tulungrejo Funducation Experience.

Pada bulan Agustus tahun 2009, Pemerintah menunjuk seratus Desa Wisata yang ada di Indonesia, salah satunya adalah Desa Wisata Tulungrejo untuk mendapatkan dana hibah dalam Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri melalui kegiatan Pariwisata atau PNPM Pariwisata. Dalam Program ini, Kelompok Pesona Desa Wisata Tulungrejo Funducation Experience diberikan tanggungjawab penuh dalam pelaksanaan program itu. Kemudian pada tahun 2010, melalui surat Kementrian Koordinator Bidang Kesejahteraan Rakyat Republik Indonesia Nomor: B.714/KMK/D.VII/IV/2010, Pemerintah menunjuk sebelas desa secara nasional sebagai percontohan dan akan diujicobakan untuk pengintegrasian seluruh program pusat dan daerah dalam rangka pengembangan wilayah kepariwisataan, salah satunya adalah Desa Tulungrejo. Pada program ini, karang taruna bekerja sama dengan Pemerintahan Desa serta elemen masyarakat.

Tabel 11. Struktur Kepengurusan Karang Taruna



Tabel 12. Pengurus Karang Taruna

NO	JABATAN	NAMA	ALAMAT
1.	Ketua	Amri Lestariyo	Dsn. Gondang
2.	Sekretaris	Agesta L. Ananta Mahendra	Dsn. Wonorejo
3.	Bendahara	Rony Kurniawan	Dsn. Wonorejo
4.	HRD dan IT	Andri Sudarmawan	Dsn. Kekep
5.	LitBang	Dwi Toyo	Dsn. Wonorejo
6.	Marketing	Rudi Harianto	Dsn. Gondang
7.	Marketing	J. Willy	Dsn. Gerdu
8.	Marketing	Lutfi Dwi Putriana	Dsn. Junggo
9.	Marketing	Yonathan Kristianto	Dsn. Junggo
10.	Koordinator Lapangan	Arrochman Mustofa	Dsn. Gerdu
11.	Kord. Taman Rekreasi	Agung Susilo	Dsn. Wonorejo
12.	Kord. Taman Rekreasi	Reni Marita Sandi	Dsn. Gondang
13.	Kord. Wisata Agro	Agus Suwandi	Dsn. Junggo
14.	Kord. Wisata Agro	Adi Winarno	Dsn. Junggo
15.	Kord. Peternakan	Puji Slamet	Dsn. Junggo
16.	Kord. Peternakan	Suwandri	Dsn. Wonorejo
17.	Kord. Seni Budaya	Yonathan Kristianto	Dsn. Junggo
18.	Kord. Seni Budaya	Erwin Teguh W.	Dsn. Wonorejo
19.	Kord. Adventure	Slamet Effendi	Dsn. Junggo
20.	Humas	Amri Lestariyo	Dsn. Gondang
21.	Humas	Slamet Effendy	Dsn. Junggo
22.	Humas	Reni Marita Sandi	Dsn. Gondang

Sumber: Dokumen Kelompok Pesona Desa Wisata Tulungrejo tahun 2011

Penjelasan Struktur

RUP-TFE atau Rapat Umum Pengurus Tulungrejo Funducation Experience adalah sebagai acuan tertinggi kelompok. Setiap keputusan yang diambil dalam RUP adalah keputusan yang harus dihormati dan dijalankan oleh

semua pengurus mulai dari ketua sampai sub divisi. Selanjutnya yaitu kedudukan penasehat sebagai dewan pertimbangan kelompok dalam menjalankan program atau menyelesaikan sebuah permasalahan baik internal maupun eksternal.

Ketua disini adalah sebagai pengambil keputusan hasil rapat karena kebijakan yang dimiliki, selanjutnya didokumentasikan oleh sekretaris untuk ditindaklanjuti. Fungsi dari bendahara di kelompok ini adalah sebagai pengelola keuangan kelompok. Kelompok Desa Wisata Tulungrejo ini dibentuk karena banyaknya potensi desa yang memiliki daya tarik wisata tersendiri yang masih belum dikelola. Masyarakat belum menyadari sepenuhnya jikalau sebenarnya apa yang mereka kerjakan dan apa yang mereka pijak memiliki potensi wisata.

Ketua dibantu oleh HRD, Korlap dan Marketing. HRD atau Human Resouce Development atau yang biasanya disebut personaria adalah sebagai pengelola SDM kelompok baik dalam hal perekrutan anggota ataupun pembagian tugas. Korlap atau Koordinator lapangan berfungsi sebagai koordinator objek wisata dan dibantu oleh delapan divisi objek yang masing-masing memiliki tanggung jawab dibidangnya. Humas dan Marketing dalam kelompok ini adalah berfungsi memasarkan produk wisata keluar daerah serta sebagai penyampai program-program kepada masyarakat.

Dalam memahami peran yang merupakan fenomena dalam realitas kehidupan masyarakat dan penting untuk dibahas, maka dengan demikian kita akan dihantar pada sebuah pemahaman tentang bagaimana sebuah kelompok masyarakat memfungsikan kapasitasnya dalam konteks sistem komunikasi di pedesaan.

Sebagaimana dengan karang taruna Desa Tulungrejo, mereka harus menyesuaikan segala sesuatu dengan budaya masyarakat dan menjalankan aktifitasnya sesuai dengan keinginan masyarakat desa Tulungrejo. Mereka harus bekerja dan berkomunikasi secara aktif, mengingat masyarakat yang dihadapi adalah rata-rata para petani yang tingkat pendidikannya masih tergolong rendah dan dalam berkomunikasi masih menggunakan cara yang sederhana. Karang taruna memulai dengan menawarkan kepada masyarakat setempat tentang kegiatan pengelolaan desa untuk kepariwisataan, karena potensi yang ada telah memiliki kriteria untuk menjadi Desa Wisata.

Hal tersebut diatas merupakan pemikiran awal terbentuknya kelompok karang taruna Desa Tulungrejo yaitu mengelola potensi desa melalui kegiatan kepariwisataan. Dalam kegiatan kepariwisataan, kelompok karang taruna haruslah mampu berinovasi dan berkreasi. Komunikasi kepada masyarakat haruslah dilakukan lebih baik. Pesan-pesan yang disampaikan harus dikemas sedemikian hingga mudah dipahami oleh masyarakat, karena sebuah kelompok sebagai komunikator merupakan penentu arah jalannya proses komunikasi. Sebagai kelompok yang bekerja di bidang kepariwisataan, kelompok pengembang desa wisata juga harus mampu mengarahkan masyarakat setempat agar menjadi masyarakat yang siap dengan kegiatan kepariwisataan. Hal ini membutuhkan suatu teknik komunikasi yang bagus sehingga kinerja dari kelompok tersebut bisa benar-benar maksimal.

Dalam kegiatan kepariwisataan yang berbasis masyarakat desa, bagi kelompok tersebut kesadaran masyarakat akan wisata adalah sesuatu yang sangat

diharapkan untuk mencapai nilai sapta pesona wisata yang meliputi; aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah dan kenangan. Amri Lestariyo mengatakan:

”.... Contohnya adalah para peternak sapi perah Mereka ingin meningkatkan pendapatannya dari bidang yang digelutinya, pertama-tama kami mendatangkan wisatawan ke ternak sapi perah, disini kita memilih kandang yang paling bersih dan tertata rapi. Suatu saat pemilik sapi yang lain mendatangi kami agar kandang milik dia juga dikunjungi. Kami menerima usulan itu tetapi syarat yang kami berikan harus dipenuhi, misalnya kandang harus bersih, sanitasi limbah harus memadai dan kesediaan untuk membagikan ilmu. Nah, disini masyarakat mulai sadar bahwa untuk kegiatan kepariwisataan itu harus ada suatu perbaikan untuk sesuatu yang lebih baik ” (Wawancara, 15 Februari 2011).

Keragaman pola pikir individu di dalam kehidupan masyarakat banyak menimbulkan perbedaan pandangan, sehingga mempengaruhi juga dalam pola interaksi sosial. Pola atau bentuk interaksi ini bisa berupa kerjasama, persaingan, atau bahkan pertentangan. Oleh karena itu, Karang taruna haruslah memahami dengan siapa yang mereka hadapi. Selain itu, konflik yang terjadi karena sebuah interaksi bisa diakomodir agar dalam kehidupan bermasyarakat ada sebuah keseimbangan.

Sebagai kelompok yang bekerja di bidang kepariwisataan, kelompok pengembang desa wisata juga harus mampu mengarahkan masyarakat setempat agar menjadi masyarakat yang siap dengan kegiatan kepariwisataan. Hal ini membutuhkan suatu teknik komunikasi yang bagus sehingga kinerja dari kelompok tersebut bisa benar-benar maksimal. Karang taruna yang mempunyai tujuan dalam kegiatan kepariwisataan dengan mengelola potensi yang ada, haruslah mampu melakukan tindakan persuasif. Masyarakat yang dihadapi memiliki bermacam-macam karakter, sehingga dalam melakukan proses

komunikasi diperlukan cara yang paling halus supaya tidak terjadi gesekan dengan masyarakat setempat.

Karang taruna juga memotivasi masyarakat dari berbagai lapisan untuk selalu memperbaiki kualitas hidup, perekonomian dan lingkungan. Pesan yang disampaikan adalah merupakan motivasi dalam persaingan dalam hal yang baik. Karena hal tersebut adalah sesuatu yang menunjang dalam kegiatan kepariwisataan di desa.

1. Motivasi dalam hal perekonomian

Karang taruna selalu memotivasi masyarakat untuk selalu memperbaiki perekonomiannya. Masyarakat setempat dimotivasi untuk membuat usaha yang bernilai ekonomi, artinya masyarakat memproduksi dan mengolah sesuatu sehingga memiliki nilai jual. Selanjutnya, kelompok desa wisata tersebut memperkenalkan produk kepada masyarakat luas dan selanjutnya memasarkan kepada wisatawan.

Dalam hal ini kelompok memfasilitasi masyarakat dalam hal pemasaran produk hasil industri rumah tangga. Masyarakat yang memiliki keterampilan dalam mengolah bahan serta memiliki modal diberikan kesempatan untuk berusaha, dan masyarakat yang kurang memiliki keterampilan diberikan informasi untuk berusaha melalui kegiatan penyuluhan yang bekerja sama dengan PKK.



Gambar 16. Outlet Desa Wisata dan pemasaran produk lokal

2. Motivasi untuk menjaga lingkungan

Motivasi ini dilakukan oleh kelompok tersebut melalui kegiatan kepariwisataan. Dalam menjaga sapta pesona seperti di atas, masalah lingkungan menjadi suatu hal yang sangat mendukung, apalagi ini merupakan suatu kegiatan pariwisata desa yang menonjolkan keindahan alam sebagai daya tariknya. Penanaman pohon dan perawatan lingkungan menjadi keinginan yang sangat besar bagi kelompok pengembang desa wisata.

Kedua hal tersebut merupakan sebuah efek dari pesan yang disampaikan oleh kelompok. Jalaluddin Rachmad & B. Aubrey Feisher (1986: 364-370) mengkonsepsikan pesan dalam komunikasi adalah sebagai alat pengaruh sosial. Hal ini berdasar pada pandangan Steven King yang berpendapat bahwa “pesan itu secara sederhana adalah perilaku memberi pengaruh yang berhubungan dengan kebutuhan”. Dalam pandangan Steven King, tujuan pokok dalam komunikasi adalah untuk menjadi pelaku yang mampu mempengaruhi orang lain, lingkungan fisik kita, dan kita sendiri.

Motivasi-motivasi inilah yang merupakan efek dari dari pesan komunikasi persuasif. Masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan desa wisata memang tidak secara langsung menerima, mereka secara psikologis terpengaruh oleh pesan-pesan persuasif kelompok Pesona Desa Wisata Tulungrejo. Dari motivasi ini, kelompok pengembang desa wisata menganggap sedikit bisa merubah hidup masyarakat sekaligus membawa desa Tulungrejo menjadi desa percontohan di Jawa Timur dalam hal pengembangan Desa Wisata.

Kelembagaan karang taruna dalam desa wisata di tulungrejo sebagai motor penggerak dalam menjalankan roda perekonomian di desa tulungrejo. Karang Taruna memiliki tugas pokok untuk bersama-sama pemerintah dan komponen masyarakat lainnya untuk menanggulangi masalah-masalah kesejahteraan sosial secara preventif, dan pengembangan serta mengarahkan pembinaan dan pengembangan potensi generasi muda di lingkungannya. seiring dengan tugas pokok tersebut.

Dengan adanya Karang Taruna dimaksudkan sebagai wadah untuk menampung aspirasi masyarakat, khususnya generasi muda dalam rangka mewujudkan rasa kesadaran dan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat pada umumnya. Tujuannya tidak lain adalah terwujudnya kesejahteraan sosial yang semakin meningkat bagi generasi muda di Desa/Kelurahan yang memungkinkan pelaksanaan fungsionalnya sebagai manusia pembangunan yang mampu mengatasi masalah kesejahteraan sosial di lingkungannya melalui usaha-usaha pencegahan, pelayanan dan pengembangan sosial.

Dalam pengembangannya, Karang Taruna dapat membentuk Unit Teknis sesuai dengan kebutuhan pengembangan organisasi dan program. Unit Teknis dimaksud merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kelembagaan Karang Taruna dan pembentukannya harus melalui mekanisme pengambilan keputusan dalam forum yang representatif dan sesuai kapasitasnya. Untuk itu, sebagai contoh Unit Perbengkelan, Unit Peternakan, Unit Perikanan, Unit Pertukangan dan sebagainya.

Dalam kaitannya dengan desa wisata di tulungrejo, khususnya Paket Wisata Sapi Perah, karang taruna sebagai wadah untuk mensosialisasikan kepada peternak, bagaimana cara merawat kandang yang baik agar pengunjung yang datang bisa merasakan nyaman. Untuk masalah yang satu ini, pihak karang taruna menggunakan metode persuasif aktif, yaitu dengan mengadakan penyuluhan dan bimbingan bagi para peternak.

Selain kegiatan diatas, karang taruna juga sebagai pengelola desa wisata mempunyai tugas khusus. Yaitu berkaitan dengan promosi desa wisata. Untuk mempromosikan desa wisata, khususnya Paket Wisata Sapi Perah, karang taruna memilih tempat yang ramai dikunjungi oleh wisatawan. Misalnya di tempat rekreasi Seleкта. Dengan cara membagikan brosur Desa wisata. Brosur desa wisata dapat dilihat pada lampiran. Selain itu, karang taruna juga mempresentasikan di beberapa instalansi yang berkaitan. Misal : Dispet, Walikota, Kantor Pariwisata. Karang taruna juga menggunakan media internet untuk promosi desa wisata mereka.

Karang taruna sebagai lembaga bendol desa, mempunyai peran yang *urgent*. Apabila karang taruna tidak diberdayakan dengan baik, maka akan terjadi stagnanisasi yang berkepanjangan. Oleh karena itu, dibutuhkan komitmen yang tinggi agar karang taruna dalam berjalan dengan baik dan *stuff*.

4.5 Potensi Pemberdayaan Karang Taruna Dan Pengembangan Paket Wisata Sapi Perah melalui Analisis SWOT

Keadaan desa wisata tulungrejo mempunyai banyak potensi untuk dikembangkan melalui beberapa kondisi riil dan keadaan alam. Hal ini, ditunjang pula oleh keberadaan karang taruna yang terus mengelola dengan baik. Potensi pemberdayaan karang taruna dan pengembangan ini akan dianalisis dengan menggunakan metode SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*). Metode analisis ini akan dapat memberikan informasi tentang peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan suatu kajian permasalahan yang diangkat dalam hal ini karang taruna dan pengembangan paket wisata sapi perah sehingga dapat ditentukan suatu kebijakan dan strategi untuk kedepannya.

Hasil analisis SWOT yang diamati pada potensi pengembangan paket wisata sapi perah dijabarkan melalui kondisi internal dan eksternal sebagai berikut:

Kondisi internal Paket Wisata Sapi Perah di kota Batu :

1. Kekuatan (*Strengths*)
 - a. Adanya pengelolaan manajemen dari karang taruna.
 - b. Adanya brosur tentang Desa Wisata, khususnya Paket Wisata Sapi Perah dalam menujung kegiatan promosi.

- c. Banyak obyek wisata pendukung khususnya wisata edukasi langsung ke alam.
 - d. Kehidupan peternak yang ditunjang dengan KUD.
2. Kelemahan (*weaknesses*)
- a. Kurangnya peta lokasi dalam brosur Desa Wisata.
 - b. Tata ruang kandang dan sistem sanitasi sapi perah belum memenuhi standart.
 - c. Rendahnya tingkat penguasaan teknologi dan pengetahuan peternak sapi perah.
 - d. Pemeliharaan sapi perah masih tradisional dan tempat lokasi wisata sapi perah masih di perorangan.
 - e. Kurangnya perhatian dari pemerintah setempat untuk berkembang.

Kondisi Eksternal Paket Wisata Sapi Perah di kota Batu :

3. Peluang (*opportunities*)
- a. Kebutuhan wisata edukasi masih tinggi.
 - b. Bersinergi dengan Brand Image kota Batu sebagai kota wisata untuk pemasaran desa wisata.
 - c. Wisata edukasi paket wisata Agro lengkap dengan biogas.
 - d. Kemungkinan adanya kerjasama dengan pemerintah dan investor untuk mengembangkan desa wisata.
4. Ancaman (*threats*)
- a. Adanya bencana alam yang akan datang sewaktu-waktu.

- b. Adanya wahana wisata di tempat lain yang meniru paket wisata sapi perah.
- c. Kurangnya "Sadar Wisata" dari peternak sapi perah untuk memelihara kandangnya yang mengakibatkan pengunjung sepi.

Dari uraian kondisi internal dan eksternal pemberdayaan karang taruna dan pengembangan paket wisata sapi perah dapat di susun suatu matrik Faktor internal dan faktor eksternal. Matrik faktor internal dan matrik faktor eksternal akan memberikan gambaran terhadap komponen yang ada di dalamnya dengan memberikan pembobotan terhadap faktor-faktor strategis di dalamnya.

Pembobotan terhadap faktor internal dan faktor eksternal ini dilakukan dengan memberikan penilaian terhadap faktor-faktor yang menjadi komponen dalam usaha menganalisis potensi pemberdayaan karang taruna dan pengembangan paket wisata sapi perah di kota Batu yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Penjelasan dari uraian pemberian nilai adalah setiap faktor internal dan eksternal terdiri dari faktor-faktor yang memberikan daya dukung positif dan negatif terhadap potensi pemberdayaan karang taruna terhadap pengembangan paket wisata sapi perah di kota Batu. Faktor yang bersifat positif akan diberikan nilai positif sesuai dengan kategori tingkatannya dan demikian sebaliknya setiap faktor yang bersifat negatif akan diberikan nilai negatif sesuai kadarnya berdasarkan kategori tertentu.

Adapun skala bobot penilaian dan kategori tingkatannya sebagai berikut (Rangkuti, 2006):

- a. Bobot 0-,-0,04 dengan kategori tingkatan tidak mendukung (rating 1)

- b. Bobot 0,05-0,09 dengan kategori tingkatan cukup mendukung (rating 2)
- c. Bobot 0,1-0,14 dengan kategori tingkatan mendukung (rating 3)
- d. Bobot 0,15-2,0 dengan kategori tingkatan sangat mendukung (rating 4)

Skor penilaian diatas berlaku untuk farktor yang bersifat positif, sedangkan faktor yang bersifat negatif penilaian adalah sebaliknya, semakin besar sifat negatif suatu faktor maka nilai positif yang didapat semakin kecil. Dari uraian faktor-faktor internal di atas dapat disusun matrik faktor internal dan matrik faktor eksternal pada Tabel 13 dan 14.

Tabel 13. Matrik Faktor Strategi Internal Paket Wisata Sapi Perah

Faktor-faktor strategi internal	bobot	rating	skor
Kekuatan:			
1. Adanya pengelolaan manajemen dari karang taruna.	0,15	4	0,6
2. Adanya brosur tentang Desa Wisata dalam menunjang kegiatan promosi.	0,10	3	0,3
3. Banyak obyek wisata pendukung khususnya wisata edukasi langsung ke alam.	0,14	3	0,42
4. Kehidupan peternak yang ditunjang dengan KUD.	0,14	3	0,42
Sub total			1,74
Kelemahan:			
1. Kurang peta lokasi pada brosur Desa Wisata.	0,15	1	0,15
2. Tata ruang kandang dan sistem sanitasi sapi perah belum memenuhi standart.	0,05	3	0,15
3. Rendahnya tingkat penguasaan teknologi dan pengetahuan peternak sapi perah.	0,07	3	0,21
4. Pemeliharaan sapi perah masih tradisional dan tempat lokasi wisata sapi perah masih di perorangan.	0,1	2	0,2
5. Kurangnya perhatian dari pemerintah setempat untuk berkembang.	0,15	1	0,15
Sub total			0,86
Total	1,00		2,6

Tabel 14. Matrik Faktor Strategi Eksternal Paket Wisata Sapi Perah

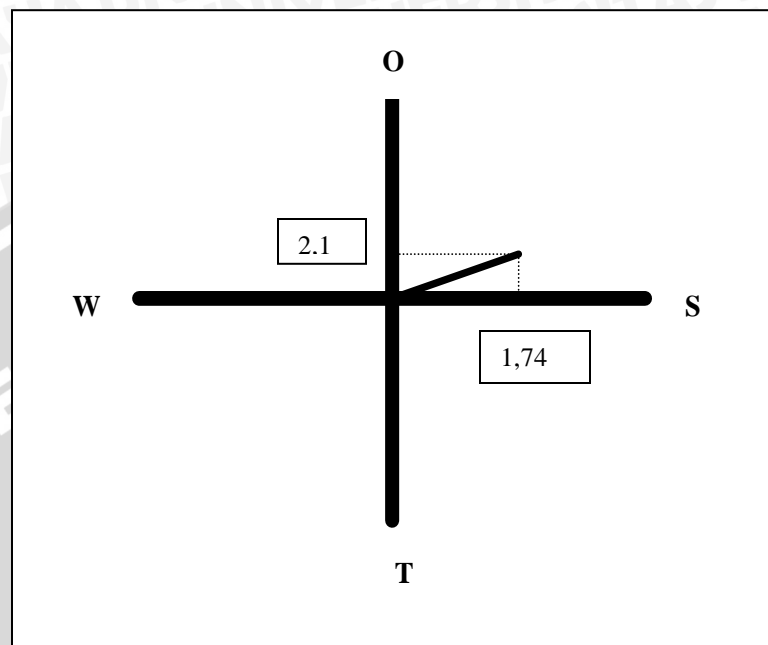
Faktor-faktor strategi eksternal	bobot	rating	skor
Peluang:			
1. Kebutuhan wisata edukasi masih tinggi.	0,15	4	0,6
2. Bersinergi dengan Brand Image kota Batu sebagai kota wisata untuk pemasaran desa wisata.	0,15	4	0,6
3. Wisata edukasi paket wisata Agro lengkap dengan biogas.	0,1	3	0,3
4. Kemungkinan adanya kerjasama dengan pemerintah dan investor untuk mengembangkan desa wisata.	0,15	4	0,6
Sub total			2,1
Ancaman:			
1. Adanya bencana alam yang akan datang sewaktu-waktu.	0,15	1	0,15
2. Adanya wahana wisata di tempat lain yang meniru paket wisata sapi perah.	0,2	1	0,2
3. Kurangnya "Sadar Wisata" dari peternak sapi perah untuk memelihara kandangnya yang mengakibatkan pengunjung sepi.	0,1	2	0,2
Sub total			0,55
Total	1,00		2,65

Setelah memperoleh nilai skor dari faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman kemudian dapat disusun matrik IFAS dan EFAS yang digunakan untuk menentukan strategi mana yang akan dipilih yaitu sebagai berikut:

SO Skor (S) + Skor (O) $1,74 + 2,1 = 3,84$	WO Skor (W) + Skor (O) $0,86 + 2,1 = 2,96$
ST Skor (S) + Skor (T) $1,74 + 0,55 = 2,29$	WT Skor (W) + Skor (T) $0,86 + 0,55 = 1,41$

Berdasarkan perhitungan pada matrik IFAS dan EFAS nilai skor yang tertinggi terdapat pada skor SO, yaitu dengan jumlah sebesar 3,8. strategi yang

dipilih adalah strategi dalam menggunakan *Strengths* (S) untuk memanfaatkan *Opportunities* (O) yang ada dalam usaha peternakan sapi perah.



Gambar 17. Diagram Analisis SWOT Pengembangan Paket Wisata Sapi Perah

Hasil analisis SWOT melalui faktor internal (IFAS) dan faktor eksternal EFAS strategi yang akan diambil berada pada kudran I yang berarti bahwa faktor internal dan eksternal bernilai positif sehingga arah kebijakan yang tepat adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

4.5.1 Matrik Internal Eksternal (IE)

Matrik faktor strategi internal menunjukkan nilai total 2,6 dan matrik faktor eksternal menunjukkan nilai total sebesar 2,65. total matrik faktor internal dan matrik faktor eksternal didistribusikan kedalam internal – eksternal matrik dengan hasil yang dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Internal–Eksternal Matrik Paket Wisata Sapi Perah

		TOTAL SKOR FAKTOR STRATEGI INTERNAL			
		Kuat	Rata-rata	Lemah	
		4,0	3,0	2,0	1,0
TOTAL SKOR FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL	Tinggi	GROWTH Konsentrasi melalui integrasi vertikal	GROWTH Konsentrasi melalui integrasi horisontal	RETRENCHMENT Turnaround	
	Menengah	STABILITY Hati-hati	GROWTH Konsentrasi melalui integrasi horisontal	RETRENCHMENT Captive company	
			STABILITY Tak ada perubahan profit strategi		
	Rendah	GROWTH Difersifikasi konsentrik	GROWTH Difersifikasi Konglomerat	RETRENCHMENT Bangkrut atau likuidasi	

Berdasarkan internal – eksternal matrik, didapatkan nilai total skor IFAS = 2,6 dan EFAS = 2,65 tampak bahwa pemberdayaan karang taruna dan pengembangan paket wisata sapi perah dalam kondisi pertumbuhan dengan konsentrasi melalui integrasi horisontal dan stabilitas. Penentuan posisi karang taruna dan pengembangan paket wisata sapi perah di dasarkan pada analisis total skor faktor internal dan faktor eksternal, dengan menggunakan model Internal- Eksternal Matrik (Wheelen, 1995).

Rangkuti (2006) menyatakan bahwa pengembangan paket wisata sapi perah dalam strategi pertumbuhan melalui integrasi horisontal adalah suatu kegiatan untuk memperluas bidang usaha dengan cara membangun di lokasi yang lain dan meningkatkan produk. Artinya bahwa dalam hal ini peternak dibantu oleh pihak karang taruna untuk pengembangan paket wisata sapi perah dapat melalui memperluas pasar, fasilitas produksi dan teknologi melalui pengembangan internal maupun eksternal melalui akuisisi atau kerjasama dengan pihak terkait.

Alternatif strategi dapat dirumuskan dari model Analisis matrik SWOT berdasarkan gabungan internal dan eksternal faktor. Ada 4 alternatif strategi yang dapat dirumuskan dan disarankan, yaitu SO strategi, ST strategi, WO strategi dan WT strategi. Analisis SWOT ini menggunakan data yang diperoleh dari tabel IFAS dan EFAS. Rangkuti (2006) menyatakan bahwa alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi yang dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Diagram Matrik SWOT

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>STRENGS (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adanya pengelolaan manajemen oleh karang taruna • Adanya Brosur tentang Desa Wisata dalam menunjang kegiatan promosi • banyaknya obyek wisata pendukung khususnya wisata edukasi langsung ke alam • kehidupan peternak yang ditunjang dengan KUD 	<p>WEAKNESSES (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • kurangnya promosi mengenai wisata edukasi khususnya wisata sapi perah • Tata ruang kandang dan sistem sanitasi sapi perah belum memenuhi standart • Rendahnya tingkat penguasaan teknologi dan pengetahuan peternak sapi perah • Pemeliharaan sapi perah masih tradisional dan tempat lokasi wisata sapi perah masih di perorangan • Kurangnya perhatian dari pemerintah setempat untuk berkembang
<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kebutuhan wisata edukasi masih tinggi • Bersinergi dengan Brand Image kota Batu sebagai kota wisata untuk pemasaran desa wisata • Wisata edukasi paket wisata Agro lengkap dengan biogas • Kemungkinan adanya kerjasama dengan pemerintah dan investor untuk mengembangkan desa wisata 	<p>STRATEGI SO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pihak karang taruna mengupayakan kerjasama dengan UPT dan HMT serta Dinas Peternakan Kota Batu untuk pembuatan yoghurt. • Pihak karang taruna bekerjasama dengan Dinas Pariwisata dan Dinas Pendidikan Jawa Timur menghimpun seluruh SD agar berkunjung ke Paket Wisata Sapi Perah. • Pemberian peta lokasi pada brosur Desa Wisata agar wisatawan dari luar kota batu bisa mengerti tempat lokasi. 	<p>STRATEGI WO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengupayakan kerjasama investasi dengan investor untuk mendapatkan modal dalam paket wisata sapi perah • Perlu adanya sosialisasi, penyuluhan dan bimbingan dari dinas terkait tentang manajemen pemeliharaan sapi perah yang baik dan menguntungkan peternak
<p>TREATHS (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adanya bencana alam yang akan datang sewaktu-waktu • Adanya wahana wisata di tempat lain yang meniru paket wisata sapi perah 	<p>STRATEGI ST</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengatur sistem pengembangan paket wisata sapi perah melalui kebijakan yang diusulkan karang taruna kepada dinas pariwisata Batu 	<p>STRATEGI WT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan paket wisata sapi perah dengan sistem pemeliharaan yang baik dan beretika saat ada pengunjung dalam hal i ni adalah paket wisata sapi perah

Dari diagram matrik SWOT diatas dapat diambil beberapa strategi yang yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, strategi WT. Uraian dari masing-masing strategi adalah sebagai berikut:

1. Strategi SO :

- a. Pihak karang taruna mengupayakan kerjasama dengan UPT dan HMT serta Dinas Peternakan Kota Batu untuk pembuatan Yoghurt.
- b. Pihak karang taruna bekerjasama dengan Dinas Pariwisata dan Dinas Pendidikan Jawa Timur menghimpun seluruh SD agar berkunjung ke Paket Wisata Sapi Perah.
- c. Pemberian peta lokasi pada brosur Desa Wisata agar wisatawan dari luar kota batu bisa mengerti tempat lokasi.

2. Strategi WO :

- a. Mengupayakan kerjasama investasi dengan investor untuk mendapatkan modal dalam paket wisata sapi perah.
- b. Perlu adanya sosialisasi, penyuluhan dan bimbingan dari dinas terkait tentang manajemen pemeliharaan sapi perah yang baik dan menguntungkan peternak.

3. Strategi ST :

- a. Mengatur sistem pengembangan paket wisata sapi perah melalui kebijakan yang diusulkan karang taruna kepada dinas pariwisata Batu.

4. Strategi WT :

- a. Pengembangan paket wisata sapi perah dengan sistem pemeliharaan yang baik dan beretika saat ada pengunjung dalam hal ini adalah paket wisata sapi perah.

4.6 Penetapan strategi

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan posisi potensi pengembangan paket wisata sapi perah berada pada taraf yang bisa jadi peluang yang baik dimasa depan. Kebijakan strategi yang bisa dilakukan dalam rangka mengembangkan potensi paket wisata sapi perah adalah sebagai berikut:

1. Strategi Jangka Pendek

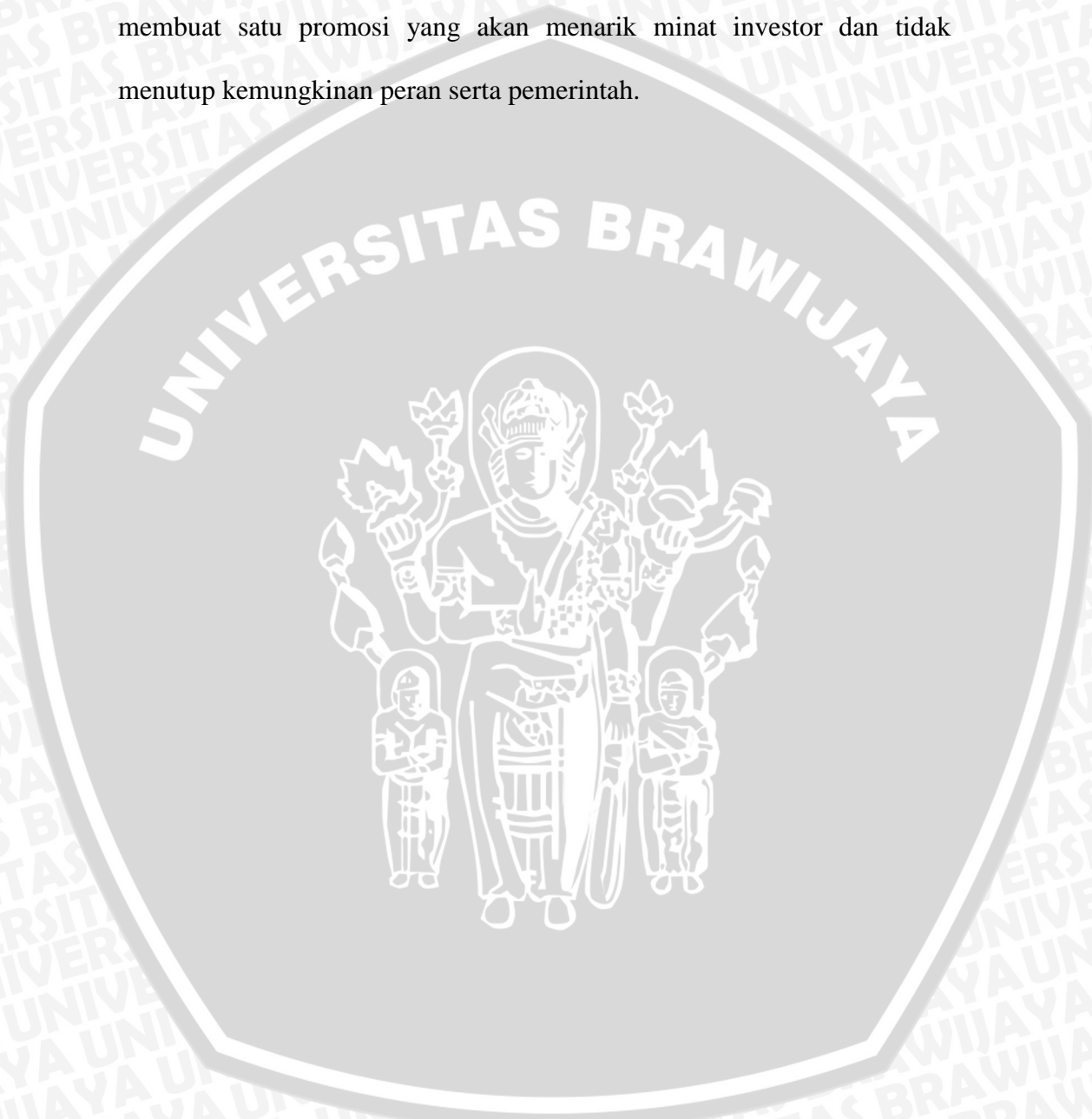
- a. Upaya peningkatan pemeliharaan sapi perah dan kandangnya yang bertujuan untuk membuat para pengunjung paket wisata sapi perah merasa nyaman dan menikmati suasana yang ada dalam wisata tersebut.
- b. Merancang sistem manajemen karang taruna dalam pengembangan wisata edukasi paket wisata sapi perah.
- c. Pengembangan jalur pemasaran paket wisata sapi perah melalui promosi penyebaran brosur di tempat-tempat wisata yang banyak dikunjungi di wilayah Batu.

2. Strategi Jangka Panjang

- a. Upaya untuk mendukung keberlangsungan pengembangan paket wisata sapi perah dengan meninjau kembali dan membuat satu kebijakan dalam hal ini dinas pariwisata Kota Batu dengan kebijakan dan program yang

mampu mewedahi dan mendukung potensi pengembangan paket wisata sapi perah.

- b. Perlu suatu upaya dari semua pihak baik peternak dan karang taruna untuk membuat satu promosi yang akan menarik minat investor dan tidak menutup kemungkinan peran serta pemerintah.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Selisih harga yang didapatkan peternak dari penyeteroran susu ke KUD dengan kegiatan paket wisata sapi perah sebesar Rp. 7.000,- , sehingga berdampak sangat signifikan bagi peternak.
2. Kelembagaan karang taruna berperan aktif dalam pengembangan paket wisata sapi perah khususnya penerapan SOP bagi peternak yang akan dikunjungi oleh wisatawan.
3. Melalui matrik SWOT, strategi yang dapat diterapkan adalah dengan penerapan strategi SO (*Strenghts dan Opportunies*) dalam pengembangan paket wisata sapi perah dan karang taruna yaitu :
 - Pihak karang taruna mengupayakan kerjasama dengan UPT dan HMT serta Dinas Peternakan Kota Batu berkaitan dengan Paket Wisata Sapi Perah untuk pembuatan yoghurt.
 - Pihak karang taruna bekerjasama dengan Dinas Pariwisata dan Dinas Pendidikan Jawa Timur menghimpun seluruh SD agar berkunjung ke Paket Wisata Sapi Perah.
 - Pemberian peta lokasi pada brosur Desa Wisata agar wisatawan dari luar kota batu bisa mengerti tempat lokasi.

5.2 Saran

Saran yang dapat dijadikan masukan dari hasil penelitian adalah bahwa upaya yang dapat dilakukan karang taruna untuk membangun desa wisata khususnya Paket Wisata Sapi Perah agar berkembang lebih baik, setidaknya melakukan kerjasama secara gencar dengan Pemerintah setempat yang berkaitan.

DAFTAR PUSTAKA

- _____.2000. **Hukum Agraria dan Peraturan Undang-Undang Peternakan.** Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya. Malang.
- Arikunto, S. 1993. **Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik.** Cetakan ke-9. P.T. Rineka Cipta. Jakarta.
- Baroh, Istis. 2001. **Manajemen Usaha Ternak Sapi Perah di Desa Sidomulyo Kecamatan Batu Kotatif Batu.** http://www.jakarta.go.id/_jakpus/Ternak/datsu.htm. Diakses tanggal 9 Desember 2008.
- Beatle, B. R. and C. R. Tailor. 1994. **Ekonomi Produksi.** Gadjah Mada University. Yogyakarta.
- Effendi, T. N. 1995. **Sumber Daya Manusia, Peluang Kerja dan Kemiskinan.** Tiara Wacana. Yogyakarta.
- Mathis, Robert L and John H Jackson. 2002. **Manajemen Sumber Daya Manusia Buku II.** PT Salemba Emban Patria. Jakarta.
- Mubyarto. 1991. **Pengantar Ekonomi Pertanian.** LP3ES. Jakarta.
- Mubyarto, 1994. **Pengantar Ekonomi Pertanian.** LP3ES. Yogyakarta.
- Nicholson, W. 1995. **Mikro Ekonomi Intermediete dan Aplikasinya. Terjemahan, jilid I.** Edisi 5. Bina Rupa Aksara. Jakarta.
- Nuryanti, Wiendu. 1993. Concept, Perspective and Challenges, makalah bagian dari Laporan Konferensi Internasional mengenai **Pariwisata Budaya.** Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Hal. 2-3

Prawirokusumo, S. 1990. **Ilmu Usaha Tani**. BPFE Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
Rangkuti, F. 2002. **Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis**. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

_____. 2006. **Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis cetakan ke empat belas**. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Riyanto, B. 1984. **Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan**. Edisi ke-2. Yayasan Badab Penerbit Gadjah Mada. Yogyakarta.

Robinson. 1997. **Manajemen Strategik (Formulasi, Implementasi dan Pengendalian)**. Bina Rupa Aksara. Jakarta.

Siregar. 1995. **Sapi Perah Jenis, Teknik Pemeliharaan dan Analisa Usaha**. Penebar Swadaya. Jakarta.

Soehadji. 1993. **Strategi dan Kebijakan Pembangunan Peternakan di Indonesia**. Seminar Ilmiah dan Temu Alumni dalam Rangka Dies Natalis XXXII Universitas Brawijaya. Departemen Pertanian. Direktorat Jendral Peternakan. Jakarta.

Soekartawi, 1990. **Teori Ekonomi Produksi Peternakan**. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Stoner, James A. F. 1992. **Manajemen**. Edisi Keempat. Penerbit Intermedia. Jakarta.

Sumardjono, M. S. W. 1996. **Pedoman Pembuatan Usulan Penelitian: Sebuah Panduan Dasar**. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Supriyono. 1993. **Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis**. BPFE. Yogyakarta.

Surakhmad, W. 1980. **Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar Metoda Teknik**. Penerbit Tarsito. Bandung

Umar, H. 2003. **Strategic Management in Action**. PT. Gramedia Pustaka Utama. IKAPI. Jakarta.

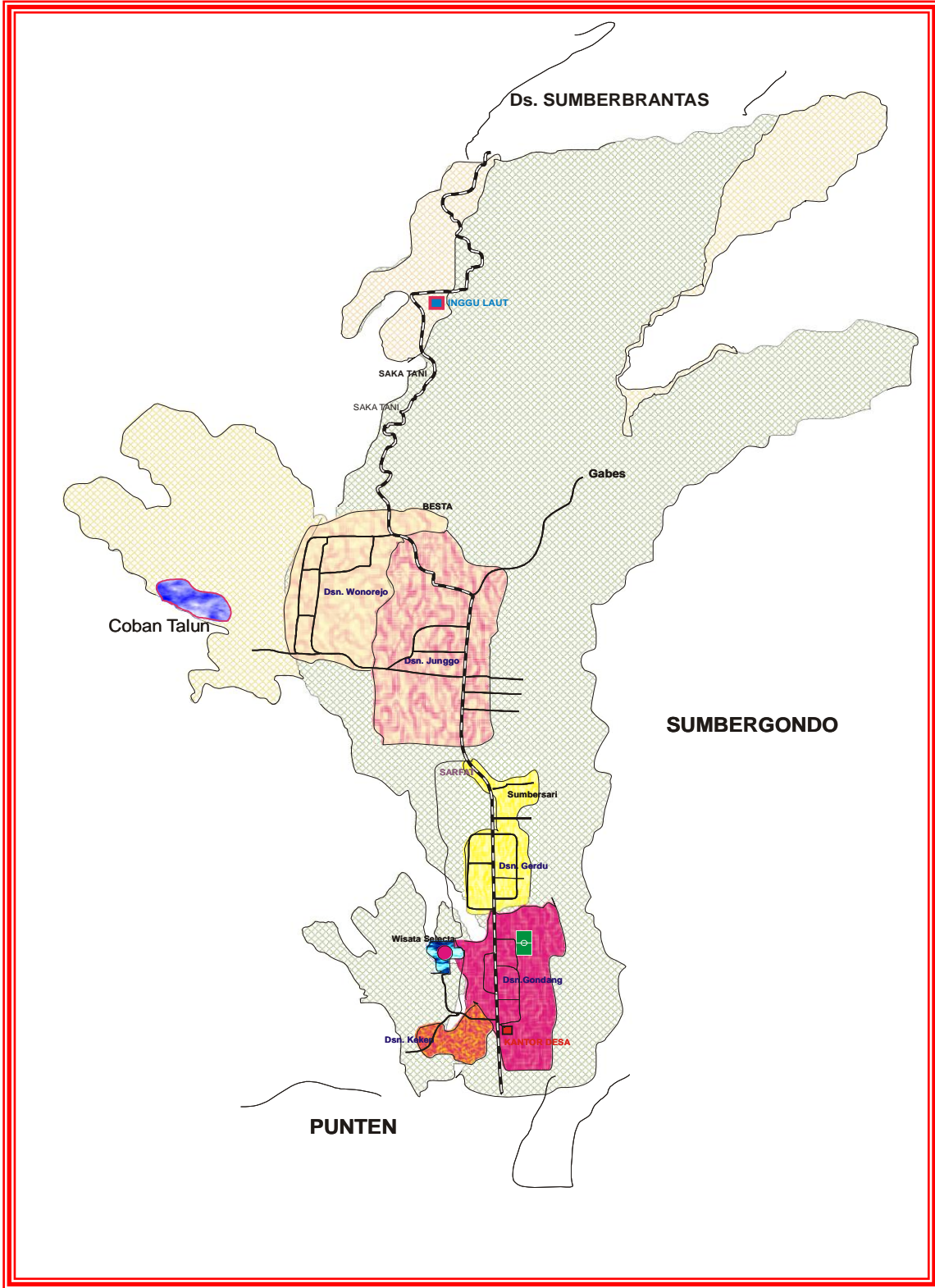
UNDP and WTO. 1981. Tourism Development Plan for **Nusa Tenggara**, Indonesia. Madrid: World Tourism Organization. Hal. 69

Usman, H dan Akbar. 2003. **Metodologi Penelitian Sosial**. Bumi Aksara. Jakarta.

World Bank, 1993. **Indonesia Sustaining Development**. Report No. 11737-IND.



Lampiran 1. Peta Desa Tulungrejo



Lampiran 2. Brosur Desa Wisata Tulungrejo

WISATA SAPI PERAH

Obyek wisata yang baru ini memiliki keunikan tersendiri yaitu dengan memberikan pengetahuan tentang cara pemerahan susu sapi dan pengunjung dapat praktek langsung pemerahan susu sapi. Serta dapat menikmati kesegaran susu sapi alami hasil pemerahan sendiri.



TEAMWORK

Dapatkan pengalaman baru anda dengan berwisata di Tulungrejo Fundacion Experience



WANAWISATA COBAN TALUN

Sensasi semburan air tejun seta gemuruh suara benturan air dengan batu cadas dibawahnya akan menghilangkan segala kepenatan di hati dengan melewati aliran sungai jalan setapak yang menembus perbukitan tajam dan berkelok.



WISATA ADVENTURE

Dengan lintasan yang bervariasi dengan grade yang cukup ekstrim dengan menggunakan Roda 2 (Motor Trail) dan Roda 4 (Jeep) akan memacu adrenalin anda disuguhkan dengan pemandangan perbukitan yang indah dan areal pertanian buah apel dan sayur mayur yang memukau. Lengkapi pengalaman bertualang anda dengan wisata **Donat Boat**. Dengan kesegaran air pegunungan akan menambah sensasi berbasah-basahan



Kami juga melayani wisata Home Industry masyarakat Desa Wisata Tulungrejo

Jl. Diponegoro Tulungrejo - Kota Batu
tulungrejo.fund.ex@gmail.com
http://amazingtulungrejo.blogspot.com

Keterangan lebih lanjut hubungi:

081233505151 (B. Iim Prasetyono)



081252160262 (A. Mustofa)

0341 536 6393 (Amri L)

Pesona Desa Wisata Tulungrejo

Fundacion Experience

We Present You
The Fun At The Village


Indonesia

tulungrejo.fund.ex@gmail.com
http://amazingtulungrejo.blogspot.com
Jl. Diponegoro Tulungrejo - Kota Batu

INTRODUCTION

Pesona Desa Wisata "Tulungrejo Fundacion Experience" akan memberikan pengalaman baru dalam berwisata. Keelokan alam desa dan keunikannya menjadi ciri khas tersendiri sebagai desa yang memiliki daya tarik wisata yang menonjolkan potensi lokal.

Joy The Fun Education and Get The Experience adalah sesuatu yang akan di dapatkan ketika berkunjung ke tempat kami. Kami akan mengantarkan dan selalu mendampingi di setiap objek karena pelayanan dan kenyamanan adalah ciri kerja kami dan kepuasan pengunjung menjadi tujuan bagi kami.



OBJEK

TAMAN REKREASI SELECTA

Taman rekreasi Selecta yang sudah terkenal di dunia pariwisata nasional ini memiliki sisi naturalis dan histories yang cukup khas yang menarik untuk dikunjungi. Dengan fasilitas penginapan hotel, restoran, waterpark serta memiliki taman bunga yang sensasional



WISATA PETIK APHEL

Memetik apel langsung dari pohonnya memiliki kenangan tersendiri, karena dalam memetikanya diperlukan cara-cara tersendiri dan anda juga akan mendapatkan informasi ciri-ciri apel yang siap petik sehingga kesegaran buah dapat anda rasakan.



PURA LUHUR GIRI ARJUNA

Pura yang menjadi salah satu pura terbesar di Jawa Timur ini berada tepat di bawah Gunung Arjuna memiliki pesona yang mengagumkan dikelilingi oleh kebun apel rakyat Tulungrejo. Lihat keindahannya karena terletak berada di kawasan tertinggi Desa Tulungrejo.



BUDIDAYA JAMUR

Jamur tiram putih menjadi salah satu komoditas pertanian yang memiliki ekonomi tinggi. Di tempat ini kita bisa mengetahui lebih lanjut tentang bagaimana cara membudidayakan jamur tiram putih serta cara pengolahan jamur tiram sebagai makanan yang bergizi tinggi dan aman untuk dikonsumsi.



KEBUN BUNGA INGGU LAUT

Letaknya yang berada didataran tinggi berhawa sejuk dan memiliki panorama pemandangan indah ditengah hamparan perbukitan dan lahan pertanian disekelilingnya serta keindahan variasi bunga potong dan warna mekarnya yang indah menjadikan florist ini sangat sayang untuk dilewatkan.



WISATA KELINCI HIAS

Wisata ini memiliki pesona tersendiri untuk dikunjungi karena terdapat kelinci varietas unggul lokal maupun dari Negara lain. Selain mendapatkan pengetahuan tentang jenis-jenis kelinci unggul didapatkan pula pengetahuan untuk merawat kelinci yang benar.



Lampiran 3. Daftar Harga Paket Wisata

PAKET WISATA

INGGU LAUT FLORIST	: Rp. 15.000,-
PURA LUHUR GIRI ARJUNA	: Rp. 10.000,-
WISATA PETIK APEL	: Rp. 20.000,-
WISATA KELINCI HIAS	: Rp. 10.000,-
WISATA SAPI PERAH ✓	: Rp. 10.000,-
WANA WISATA COBAN TALUN	: Rp. 15.000,-
SELECTA	: Rp. 10.000,-
MAKAN SIANG	: Rp. 15.000,-

Ket:

4 tahun ke atas full cost harga per orang

PENGINAPAN

- Villa : Rp.225.000,-/kamar
(2-4 orang/kamar)
- Hotel Santoso (Melati) : Rp. 125.000,-/orang
(fasilitas : 3X makan, 2 snack + hall)
- Hotel Selecta (Melati) :Rp. 175.000,-/orang
(fasilitas : 3X makan, dan 1X, tiket ke taman wisata.)

SUB OBJEK*

- ADVENTURE
 - Motor Trail Adventure
- JOGGING TRACK
- HIKING
- CAMPING
- OUTBOND

*untuk paket-paket yang tercantum dalam sub objek harga akan disesuaikan dengan fasilitas yang di pesan

Lampiran 4. Foto Kunjungan ke Paket Wisata Sapi Perah

