

Perkembangan PTPN IX Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran di Kabupaten Semarang Tahun 2002-2017

Lela Dwi Ginanti,* Alamsyah

Departemen Sejarah, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro,
Jl. Prof. Soedarto, S.H. Tembalang, Semarang-Indonesia
*lelaginanti@gmail.com

Abstract

This article discusses the development of the agritourism Kampoeng Kopi Banaran in Semarang from 2002 to 2017. This study uses historical methods to analyze the development factors of the tourism Kampoeng Kopi Banaran. Kampoeng Kopi Banaran Agro is one of the tourist attractions managed by PT Perkebunan Nusantara IX which is located at Bawen District. The development of Kampoeng Kopi Banaran can be seen from various aspects including labor, infrastructure, and tourism facilities. Human Resources (HR) and promotion factors are so significant in the development of Kampoeng Kopi Banaran. It can be seen on its management that make innovation by expanding the scope of the business diversification of the product's downstream.

Keywords: *Agrotourism; Tourist Attractions; Human Resources;*

Abstrak

Artikel ini membahas mengenai perkembangan agrowisata Kampoeng Kopi Banaran Kabupaten Semarang sejak 2002 sampai 2017. Kajian ini menggunakan metode sejarah untuk menganalisis faktor pengembangan agrowisata Kampoeng Kopi Banaran. Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran merupakan salah satu tempat wisata milik PT Perkebunan Nusantara IX yang berlokasi di Kecamatan Bawen. Perkembangan Kampoeng Kopi Banaran dapat dilihat dari berbagai aspek di antaranya dalam hal tenaga kerja, sarana prasarana, hingga wahana wisata. Faktor Sumber Daya Manusia (SDM) dan promosi sangat signifikan dalam pengembangan Kampoeng Kopi Banaran. Hal tersebut terlihat dalam pengelolaannya yang berusaha berinovasi dengan memperluas cakupan bisnis diversifikasi usaha produk hilir.

Kata Kunci: Agrowisata; Atraksi Wisata; Sumber Daya Manusia.

Pendahuluan

Sektor pariwisata telah menjadi program pemerintah dalam upaya pengembangan, mengingat manfaat yang dapat diambil dari sektor pariwisata cukup besar. Pengembangan industri pariwisata bertujuan agar sebuah negara dapat menerima wisatawan sebanyak mungkin sehingga mendatangkan profit. Oleh karena itu, negara penerima wisatawan

harus mampu meningkatkan kesadaran bangsanya mengenai pentingnya menerima dan memperlakukan wisatawan secara layak, membina masyarakat bangsanya agar bertanggungjawab atas fasilitas, serta memberi pelayanan yang memuaskan bagi para wisatawan yang berkunjung (Wahab, 1989: 64). Bagian ini dipandang sebagai kegiatan perusahaan dan organisasi yang menyangkut pengantar produk kepariwisataan. Adapun yang termasuk dalam industri pariwisata adalah industri yang terkait dengan penyelenggaraan kegiatan wisata (Marpaung, 2002: 87).

Pariwisata saat ini telah menjadi gaya hidup sebagian besar penduduk di berbagai belahan dunia. Bagi sebagian kalangan yang memiliki penghasilan menengah ke atas, berwisata adalah kebutuhan pokok. Oleh sebab itu, sejumlah negara mengembangkan industri pariwisata sebagai salah satu industri unggulan. Dalam kaitannya dengan pengembangan industri pariwisata, keindahan alam dan budaya yang dimiliki Indonesia sangatlah beragam. Setiap daerah memiliki potensi unggulan yang berbeda-beda, mulai dari wisata yang berbasis kebudayaan, alam, bahari, agro, religi, sejarah, pendidikan, sampai kuliner. Potensi tersebut merupakan peluang yang harus dimanfaatkan (Hartati, 2016).

Pariwisata merupakan salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat laju ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, meningkatkan penghasilan, mutu standar hidup, serta menstimulasi sektor produktif lain. Pariwisata sebagai sektor yang kompleks juga mampu menggerakkan industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata. Hotel atau penginapan dan transportasi secara ekonomi juga dipandang sebagai suatu industri (Wahab, 1989: 96). Sektor pariwisata dapat menjadi sektor unggulan dalam pergerakan perekonomian daerah jika dikelola, diprogram, dan direncanakan secara matang, jitu dan menyeluruh (Santoso, t.t.: 10).

Artikel ini berfokus pada industri pariwisata di Kabupaten Semarang. Kabupaten Semarang sendiri merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki banyak potensi wisata, baik wisata alam, wisata budaya, maupun peninggalan sejarah. Kabupaten Semarang mempunyai posisi yang menguntungkan, yaitu sebagai daerah penyangga (*hinterland*) dari ibu kota Jawa Tengah, yaitu Kota Semarang. Wilayah Kabupaten Semarang setiap tahunnya telah menjadi perhatian wisatawan, baik yang berasal dari daerah Semarang maupun dari kota-kota sekitarnya, dengan tingkat kunjungan wisatawan yang jumlahnya terus meningkat (Kharisma, 2012: 16). Keberadaan objek wisata di Kabupaten Semarang yang menjadi pendukung pariwisata di Provinsi Jawa Tengah selama ini telah menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Hal tersebut dibuktikan dengan peningkatan jumlah pengunjung pada setiap akhir pekan. Keuntungan dari pengembangan pariwisata Kabupaten Semarang tersebut antara lain mampu meningkatkan pendapatan asli pemerintah daerah dan juga dapat menumbuhkan ekonomi bagi masyarakat di sekitar lokasi wisata sesuai dengan potensi yang cocok untuk dikembangkan.

Kabupaten Semarang memiliki sektor industri, pertanian, dan pariwisata yang kemudian dikenal dengan akronim “intanpari” sebagai sektor andalan daerah. Salah satu misi yang diemban dalam pembangunan pariwisata yaitu mewujudkan pariwisata yang berdaya saing serta mampu menarik wisatawan dengan keunikan yang dimiliki kawasan tersebut. Pariwisata yang memiliki daya saing tersebut dikembangkan dengan berlandaskan konsep pembangunan pariwisata yang berbasis masyarakat, berasaskan

budaya, berwawasan lingkungan serta berorientasi pada ekonomi kreatif kerakyatan (Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang, 2017: 1). Dari sebagian besar mata pencaharaan penduduk Kabupaten Semarang yang berprofesi sebagai petani dan sektor ekonomi yang mengiringinya, maka kondisi ini merupakan pilihan ideal untuk melakukan pengembangan terhadap potensi kepariwisataan di Kabupaten Semarang. Adapun langkah-langkah yang dilakukan untuk mengembangkan potensi wisata adalah memberdayakan sebagian besar produk pertanian untuk dijadikan komoditas wisata yang layak dijual kepada wisatawan, baik lokal, regional maupun wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia. Salah satu lokasi yang potensial guna pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Semarang adalah areal perkebunan kopi di Bawen, yaitu Perkebunan Asinan milik PT Perkebunan Nusantara IX. Perkebunan kopi Asinan mempunyai prospek bagus untuk dikembangkan menjadi agrowisata, yaitu kegiatan wisata yang menyuguhkan segala sesuatu yang berhubungan dengan kopi. Agrowisata tersebut bernama Kampoeng Kopi Banaran, yang lebih dikenal dengan "*Banaran 9 Coffe and Tea*" yakni sebuah resto yang berada di lokasi agrowisata tersebut (Cahyono, 2011: 2).

Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran lokasinya terletak di areal Perkebunan Kopi Kebun Getas Asinan tepatnya di jalan raya Solo-Semarang KM 30. Kawasan Kampoeng Kopi Banaran merupakan wisata agro yang dimiliki dan dikelola oleh PT Perkebunan Nusantara IX (Persero). PT Perkebunan Nusantara IX merupakan perusahaan berbasis perkebunan. Perusahaan berbasis perkebunan yang terletak di Jawa Tengah ini tergolong sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN). PT Perkebunan Nusantara IX mengelola komoditas perkebunan seperti kopi, karet, coklat, tebu atau gula dan melaksanakan diversifikasi usaha berupa agrowisata dan industri hilir. Kondisi alam dan lahan perkebunan kopi yang terletak di perbukitan tersebut sangat mendukung kawasan ini untuk dikembangkan menjadi daerah tujuan wisata. Fasilitas transportasi yang mudah serta didukung dengan adanya jalan tol Semarang-Bawen, terminal bawen dan jalur lingkar selatan Salatiga membuat kawasan ini mudah untuk dijangkau. Potensi alam seperti adanya pemandangan Rawa pening serta perbukitan dibelakangnya menjadi daya tarik tersendiri.

Konsep pembangunan Kampoeng Kopi Banaran ditujukan sebagai lokasi agrowisata yang menawarkan wisata dengan segala sesuatu yang berhubungan dengan kopi. Pengunjung Kampoeng Kopi Banaran tak hanya dapat menikmati kesegaran berkeliling di areal perkebunan kopi, tetapi juga bisa memanfaatkan fasilitas seperti *Banaran 9 Coffe and Tea*, kolam renang, lapangan tenis, gedung pertemuan, tempat bermain anak dan lainnya (Arianti, 2006). Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran lokasinya menyatu dengan perkebunan kopi robusta. Kopi robusta olahan Banaran telah memasuki pasaran ekspor sejak dulu, tak hanya di kawasan Asia tetapi juga di Eropa.

Keunikan dari Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran yaitu lokasinya yang berada di areal perkebunan kopi, memanfaatkan lingkungan dan ekosistem perkebunan sehingga memiliki nilai keindahan dari panorama yang disuguhkan serta udara yang segar. Terdapat *resort* dan restoran yang menyediakan aneka sajian kopi yang diproduksi langsung dari perkebunan Kopi Assinan. Keunikan lain dari agrowisata ini adalah tersedianya paket wisata tour perkebunan atau wisata edukasi berbagai tanaman perkebunan seperti tanaman kopi, kakao dan karet bagi para pengunjung yang ingin menambah pengetahuan dalam

bidang perkebunan. Dari berbagai keunikan tersebut, wisatawan akan mendapatkan pengalaman yang tidak didapatkan di tempat wisata lain.

Metode

Kajian ini menggunakan metode sejarah yang mencakup empat tahap, yaitu heuristik, kritik sumber, interpretasi fakta dan historiografi. Sumber-sumber yang digunakan diperoleh dari Arsip Kampoeng Kopi Banaran, Dinas kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Semarang, Badan Pusat Statistik Kabupaten Semarang dan Badan Perencanaan Penelitian dan Pengembangan Daerah Kabupaten Semarang. Sumber primer yang juga berupa sumber lisan yang diperoleh dengan wawancara terhadap orang-orang yang memiliki informasi, mengerti dan mengalami peristiwa yang sedang diteliti, melalui pejabat instansi, dan pihak pengelola Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran.

PT Perkebunan Nusantara IX dan Pendirian Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran

PT Perkebunan Nusantara IX (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara dalam bidang agro industri yang berdiri pada 11 Maret 1996. PT Perkebunan Nusantara IX (Persero) merupakan penggabungan dari PT Perkebunan XVIII (persero) di Semarang yang mengelola komoditi karet, teh, dan kakao dengan PT Perkebunan XV-XVI (Persero) di Surakarta yang mengelola komoditi gula dan tetes (PT Perkebunan Nusantara IX, 2011). Seiring dengan perubahan bisnis, PT Perkebunan Nusantara IX telah mengembangkan usahanya dalam bidang agrowisata. Salah satu agrowisata yang dikelolanya yaitu Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran di Bawen Kabupaten Semarang.

Unit Usaha Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran bergerak dibidang wisata agro dan subunit bisnis yang lainnya seperti subunit *outdoor activity*, subunit kantor induk, subunit resto, serta subunit *resort* dan hotel (wawancara dengan Diky Pramudito, 10 Januari 2018). Areal agrowisata ini merupakan bagian dari Kebun Getas/Asinan Banaran yang merupakan penggabungan dua kebun yang semula berdiri sendiri, yaitu Kebun Getas dengan budidaya tanaman karet dan Kebun Asinan Banaran dengan budidaya kopi dan kakao (PT Perkebunan Nusantara IX, 2010). Agrowisata ini terletak di jalan Semarang-Solo km 1,5 Desa Asinan Kecamatan Bawen Kabupaten Semarang. Luas lahan Kampoeng Kopi Banaran termasuk perkebunan sekitar 15 ha, sedangkan untuk kegiatan jasa wisata, restoran dan *resort* kurang lebih 2 ha dengan luas bangunan 9.492 m² (Kampoeng Kopi Banaran, 2014).

Pendirian Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran sendiri bermula dari keresahan karena harga komoditi perkebunan mengalami penurunan sejak 1998 hingga 2001. Di sisi lain, biaya produksi lebih tinggi daripada harga jual. Bertolak dari keadaan tersebut, pada 2002 direksi PT Perkebunan Nusantara IX melakukan terobosan dengan menerapkan pola bisnis dari hulu ke hilir, yaitu komoditi yang dijual bukan hanya berupa barang mentah tetapi juga bahan yang sudah jadi (<http://kampoengkopibanaran.co.id/>, diakses pada 28 Februari 2018). Untuk meningkatkan pengenalan produk kepada masyarakat luas, pada 20 Agustus 2002 didirikan sebuah *coffe shop* dengan tujuan sebagai pusat promosi dan penjualan produk hilir PT Perkebunan Nusantara IX. Lokasi *coffe shop* Banaran terletak di

areal perkebunan *Afdeling* Asinan, tepatnya di jalan raya Semarang-Solo Km 35 Kecamatan Bawen Kabupaten Semarang.

Pada 2005, Direksi PT Perkebunan Nusantara IX mengembangkan *Coffe Shop Banaran* tidak hanya sebagai pusat promosi dan penjualan produk hilir, tetapi juga sebagai Kawasan agrowisata. Pada 28 Agustus 2005, PT Perkebunan Nusantara IX mengubah kebun percontohan aneka tanaman perkebunan dan buah koleksi kebun *Afdeling* Asinan menjadi Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran. Pada awal pendiriannya, kawasan agrowisata ini dilengkapi dengan kolam renang, lapangan tenis, griya robusta, gazebo, taman bermain anak, dan wahana wisata kereta wisata untuk mengelilingi perkebunan kopi (wawancara dengan Moch Irvan, 5 Januari 2019).

Dalam perkembangannya, melihat perkembangan usaha wisata agro yang menjanjikan, pada Juli 2014 Direksi PT Perkebunan Nusantara IX mengangkat seorang general manager sebagai pemegang jabatan tertinggi untuk Kampoeng Kopi Banaran, Banaran 9 Resort Hotel, cabang-cabang *Banaran 9 Coffe and Tea* dan produksi serta pemasaran produk hilir. Penunjukan general manager tersebut diharapkan dapat membawa wisata agro dan produk hilir PT Perkebunan Nusantara IX menjadi lebih berkembang pesat dan mampu memberikan kontribusi laba yang lebih besar (PT Perkebunan Nusantara IX, 2014).

Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran sejak 2014 dikepalai oleh seorang Manager khusus untuk mengelola agrowisata dan terlepas dari Kebun Getas. Manager tersebut membawahi empat asisten manager, yaitu asisten manager keuangan, asisten manager operasional satu, asisten manager operasional dua, serta asisten manager bidang marketing dan *Information Technology* (IT). Sementara itu, manajemen Kampoeng Kopi Banaran berdasar pada *based on environmental* (berbasis masyarakat) yaitu kurang lebih 90% tenaga kerjanya berasal dari masyarakat sekitar. Tempat wisata tentu tidak dapat terlepas dari peran serta masyarakat sekitar untuk kelangsungan operasionalnya. Maka dari itu, kampoeng kopi banaran lebih mengedepankan masyarakat sekitar seperti wilayah Bawen, Tuntang, Ambarawa, Pabelan dan sekitarnya agar kesejahteraan masyarakat tercapai (Wawancara dengan Diky Pramudito, 10 Januari 2018).

Sebagai Perusahaan Negara, permodalan PT Perkebunan Nusantara IX berasal dari Pemerintah Republik Indonesia. PT Perkebunan Nusantara IX dikembangkan untuk ikut melaksanakan dan menunjang kebijakan serta program Pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional, khususnya di sektor pertanian subsektor perkebunan (PT Perkebunan Nusantara, 2011). Adapun permodalan Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran sejak awal berdiri sampai saat ini murni berasal dari PT Perkebunan Nusantara IX. Sampai saat ini, belum ada dari pihak lain yang memberikan modal untuk investasi atau bagi hasil dalam bentuk bangunan (Wawancara dengan Moch Irvan, 5 Januari 2019). Sejalan dengan misi PT Perkebunan Nusantara IX yang ingin menjadi perusahaan agrobisnis yang berdaya saing tinggi dan tumbuh berkembang bersama mitra, maka dilakukan strategi bisnis dengan cara mengembangkan cakupan bisnis melalui diversifikasi usaha, yaitu produk hilir, wisata agro, dan usaha lainnya untuk mendukung kinerja perusahaan.

Dalam perkembangannya, Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran telah menunjukkan perubahan pengelolaan sesuai dengan sifat bisnisnya, yaitu bisnis komoditi (perkebunan) menjadi bisnis pelayanan (pariwisata). Hal itu terlihat dari pemisahan organisasi yang terlibat dalam agrowisata dan yang terlibat dalam perkebunan (Printianto, 2014: 85). Pola

pengambilan keputusan oleh pengelola usaha jasa pariwisata dianggap penting, karena hal tersebut dapat digunakan untuk pembagian prioritas pengalokasian dana. Mengingat upaya dalam pengembangan pariwisata membutuhkan dana yang cukup besar, maka berbagai keputusan yang diambil harus tepat guna menghasilkan suatu rencana pengembangan pariwisata yang baik (Marpaung, 2000: 41). Pengembangan produk hilir dan wisata agro difokuskan pada efisiensi biaya untuk memperoleh harga jual yang kompetitif, memperlancar distribusi, dan meningkatkan promosi produk serta bekerjasama dengan pihak ketiga untuk distribusi produk hilir (PT Perkebunan Nusantara, 2011).

Kepegawaian dan Fasilitas Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran, 2002-2017

Sebagaimana dengan perusahaan-perusahaan lain, pengelola Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran juga memiliki pola serta aturan berkaitan dengan manajemen SDM atau kepegawaian. Sistem kepegawaian di Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran dimulai dari proses rekrutmen. Proses rekrutmen tenaga kerja atau pegawai di Kampoeng Kopi Banaran masih mengacu pada peraturan yang berlaku di PT Perkebunan Nusantara IX. Sejak 2002 hingga 2006 tenaga kerja di Kampoeng Kopi Banaran masih dibantu tenaga kerja dari karyawan Kebun Getas karena keterbatasan tenaga kerja. Seiring dengan pengunjung yang semakin ramai, pihak pengelola memutuskan untuk merekrut tenaga kerja sendiri pada 2006 (Wawancara dengan Dyah Ernawati, 22 Juli 2019).

Setidaknya ada dua cara yang ditempuh dalam proses perekrutan tenaga kerja, yaitu perekrutan internal dan perekrutan eksternal. Proses perekrutan pegawai Kampoeng Kopi Banaran lebih menggunakan sistem perekrutan internal atau menarik pegawai dari dalam perusahaan. Hal ini sejalan dengan kebijakan dari manajemen untuk memaksimalkan pegawai internal melalui sistem ini. Pegawai memiliki status kepegawaian dan jenjang karier yang lebih tinggi. Perekrutan internal tidak diterapkan dalam penentuan posisi general manager atau manager karena ditentukan langsung oleh direksi (Wawancara dengan Moch Irvan, 5 Januari 2019.) Adapun proses perekrutan eksternal dilakukan untuk merekrut pegawai pramusaji *part time* atau pocokan yang bekerja di *Banaran 9 Coffe and Tea*. Perekrutan pegawai pramusaji dilakukan terus menerus karena Banaran 9 Resto selalu membutuhkan tenaga kerja dengan jumlah banyak, terutama ketika hari libur nasional, musim liburan sekolah, libur lebaran, dan liburan akhir tahun (Wawancara dengan Topan, 22 Januari 2019).

Sampai dengan 2008, tenaga kerja di Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran berjumlah 102 orang. Jumlah tersebut mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan ini seiring dengan penambahan wahana baru yang membutuhkan seorang pemandu. Peningkatan karyawan paling tinggi terjadi pada 2011 dari yang sebelumnya berjumlah 111 orang pada 2010 menjadi 139 orang. Peningkatan tersebut seiring dengan peresmian *Banaran 9 Resort*. Sementara itu, untuk *resort* dibutuhkan tenaga kerja cukup banyak karena beroperasi selama 24 jam. Apalagi, setiap pos atau *resort* harus ada penjaganya dan diterapkan sistem 3 *shift* (8 jam kerja). Dengan demikian, sampai dengan 2017, jumlah tenaga kerja di Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran mengalami peningkatan hingga 150 orang (Wawancara dengan Topan, 22 Januari 2019). Status kepegawaian di Kampoeng Kopi Banaran sendiri memiliki tahapan yang berjenjang, mulai dari Pegawai *Part Time* atau Pocokan, Pegawai Harian Lepas Borongan (HLB), Pegawai Harian Lepas Teratur (HLT),

sampai dengan Pegawai Tetap PT Perkebunan Nusantara IX yang juga berjenjang lagi dari Golongan I sampai IV.

Selain menyeleksi dan mengelola SDM terbaik, pengelola Agrowisata Kampeong Kopi Banaran juga terus meningkatkan fasilitas yang dapat membuat nyaman para pengunjung. Beberapa dari fasilitas itu bahkan menjadi ikon khusus yang dikenal oleh masyarakat. Salah satunya adalah Resto Banaran 9 *Coffe and Tea*. Resto yang memanjakan pengunjung dengan kopi dan teh istimewa ini menjadi ikon utama Agrowisata Kampeong Kopi Banaran. Resto ini dibangun pada 2002. Sebelumnya, resto ini bernama *Banaran Coffe Shop* yang difungsikan sebagai tempat penjualan produk hilir PT Perkebunan Nusantara IX. Produk hilir yang dijual tersebut antara lain kopi banaran, kopi banaran *classic*, kopi luwak banaran, kopi banaran premium, teh kaligua, sirup pala, dan gula 9. Dalam perkembangannya, pada 2005 kawasan ini dikembangkan menjadi agrowisata dengan nama Kampeong Kopi Banaran. Selain itu, nama *cafe* diubah menjadi *Banaran 9 Coffe and Tea*. Tempat ini menyajikan berbagai macam minuman dengan spesialisasi varian kopi dan teh serta berbagai menu masakan nusantara dan menu khas Banaran.

Selanjutnya, pada 2002, tim manajemen Agrowisata Kampeong Kopi Banaran membangun sebuah lapangan tenis untuk memanjakan pengunjung yang ingin berolahraga. Selain digunakan untuk olahraga tenis, tak jarang pula lapangan ini digunakan untuk olahraga futsal. Lokasi ini juga dilengkapi dengan ruang ganti serta toilet. Lapangan ini memiliki luas 1.052 m². Fasilitas lain yang juga ramai dikunjungi wisatawan setiap akhir pekan atau libur panjang adalah kolam renang. Kolam renang ini dibangun pada 2005 dan dilakukan pelebaran pada 2010. Kolam ini bertemakan bangunan *castil* kerajaan yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas permainan antara lain: ember tumpah, *water splash*, dan taman air. Kolam ini beroperasi sejak pukul 09.00 sampai 17.00 (Lorosari Putri, 2017: 27). Kolam renang di Agrowisata Kampeong Kopi Banaran terbagi menjadi dua, yaitu kolam renang untuk anak-anak dan untuk dewasa. Di sekitar areal kolam renang tersedia beberapa tempat duduk, kamar ganti, kantin yang menjual aneka makanan dan minuman ringan, serta dilengkapi dengan persewaan ban dan pelampung. Dengan membayar tiket sepuluh ribu rupiah, pengunjung dapat berenang dan menikmati seluruh fasilitas yang disediakan.

Selain dilengkapi dengan resto, fasilitas olahraga, dan kolam renang, Agrowisata Kampeong Kopi Banaran juga dilengkapi dengan gedung pertemuan dan *resort*. Agrowisata Kampeong Kopi Banaran memiliki dua Gedung pertemuan. Gedung pertemuan pertama bernama Gedung Griya Robusta. Gedung ini merupakan gedung serba guna yang dibangun pada 2005 dan mampu menampung sekira 750 orang. Gedung Griya Robusta biasa disewakan untuk acara pernikahan dan *gathering* atau pertamuan-pertemuan lain.

Berangkat dari kesuksesan mengelola Gedung Griya Robusta, pada 2009 dibangun ruang rapat yang kedua yaitu *Meeting Room Arabica*. Ruangan ini digunakan untuk *meeting* dengan suasana yang alami dengan *setting* teather berkapasitas 70 orang. Sementara itu, *Banaran 9 Resort* dibangun pada 2011 dan diresmikan pada 13 Januari 2012 oleh Dahlan Iskan selaku Menteri BUMN. *Resort* ini menawarkan fasilitas dan pelayanan kepada pengunjung yang ingin bermalam (PT Perkebunan Nusantara, 2012: 42). *Resort* ini memiliki empat tipe kamar yang berjumlah 31 unit dan pada 2015 dibangun fasilitas rumah spa yang

bernama Laksita Spa. Fasilitas ini memiliki spesialisasi *Coffee Spa*, yaitu Spa dengan butiran scrub kopi, yang bermanfaat untuk mengangkat noda di kulit dan menghaluskan kulit.

Wahana Wisata Edukasi dan Alam Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran

Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran mengusung dua tema dalam pengelolaan wahana wisata, yaitu wisata edukasi dan alam. Pola kehidupan tradisi seperti adat istiadat, pakaian, upacara, serta kepercayaan suatu daerah merupakan komponen kebudayaan yang penting. Pola kehidupan masyarakat tersebut dapat dijadikan sebagai objek atau daya tarik wisata yang mampu memberikan tambahan pengetahuan bagi pengunjung, selain keuntungan ekonomi bagi daerah tersebut (Marpaung, 2002: 91). Pola kehidupan masyarakat di Kampoeng Kopi Banaran mengenai budidaya tanam sudah dijadikan sebagai daya tarik wisata sejak 2005. Daya Tarik tersebut terutama berhubungan dengan budidaya tanaman perkebunan yang tertuang dalam paket wisata edukasi tanaman kopi, karet, dan kakao. Edukasi yang diberikan yaitu pengalaman berkebun dan mengolah hasil dari perkebunan. Dalam memberikan edukasi, pihak pengelola mendatangkan tenaga profesional sebagai pemandu sesuai dengan keahlian mereka. Agrowisata ini juga menerima kunjungan instansi perusahaan dan sekolah sebagai sarana edukasi dan *experiential learning*.

Wisata edukasi yang pertama adalah wisata Agro Kampoeng Kopi Banaran. Pada wisata ini pengunjung diberi kesempatan untuk turun langsung dan praktik di lapangan. Pengunjung dapat memperoleh pengetahuan tentang berbagai tanaman kopi mulai dari penanaman hingga siap panen. Jika beruntung, para pengunjung dapat menyaksikan secara langsung proses pemetikan kopi robusta. Pemetikan kopi biasanya dilakukan pada Juli sampai September (Wawancara dengan Suryono, 10 Januari 2018).

Meskipun mengusung nama Kampoeng Kopi, namun agrowisata ini memiliki wisata edukasi karet. Edukasi tanaman karet dilakukan di kebun karet yang terletak di sebelah timur *camping ground*. Pada wahana ini, pemandu memberikan penjelasan mengenai budidaya karet, peralatan yang digunakan untuk menyadap karet, serta praktik langsung sadap karet. Pengunjung dapat secara langsung menyaksikan proses penyadapan pohon karet dan getah yang keluar dari pohon karet serta cara mengambil hasil getah karet dari pohon (Wawancara dengan Diky, 10 Januari 2018). Selain itu, pemandu juga menjelaskan cara mengolah karet dari getah hingga menjadi aneka barang. Pengunjung akan diberikan kesempatan untuk menyadap pohon karet. Melalui kegiatan ini, pengunjung menjadi tahu asal mula produk berbahan karet yang biasa mereka jumpai.

Wisata edukasi tanaman kakao merupakan rangkaian terakhir dari wisata edukasi tanaman perkebunan. Di kebun kakao pengunjung dapat melihat seperti apa tanaman kakao dan buah kakao. Pemandu akan menjelaskan mengenai buah kakao dan bagian mana dari buah kakao yang dapat diolah menjadi cokelat. Pengunjung akan diberi gambaran bahwa cokelat (kakao) yang bentuk dan rasanya sudah berubah menjadi manis itu berasal dari biji buah kakao yang difermentasi.

Selain wisata edukasi, Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran juga memiliki wahana wisata alam. Beberapa wahana wisata alam yang dimiliki oleh Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran antara lain: kereta wisata, *outbond kids*, *flying fox*, *Golf Car*, dan *Outbond hight ropes*. Wahana kereta wisata merupakan wahana unggulan di Kawasan ini yang sudah ada sejak 2002. Kereta wisata biasanya digunakan untuk wisata tour kebun kopi dan mampu

menampung lima orang dewasa dan dua anak-anak dengan biaya Rp 75.000 untuk sekali putaran (Wawancara dengan Kiky, 12 Juli 2019). Sementara itu, *Outbond kids* yang disediakan oleh pengelola berjumlah sembilan arena permainan. *Outbound* ini terdiri atas berbagai macam rintangan antara lain, sepeda udara, lompat tarzan (bergelantungan di atas ban), lompat batu, terowongan tali, tembok tali, panjat tebing jembatan gantung, jembatan tali, serta jaring laba-laba. Wahana ini dibangun pada 2005 dengan tujuan untuk melatih keberanian, kemandirian, serta perkembangan diri anak.

Selanjutnya, pada 2005 pengelola Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran membuat wahana *Flying fox* di dekat kebun buah. Di tempat wisata ini terdapat dua jenis *flying fox*, yaitu *flying fox* dewasa dengan panjang tali atau lintasan 150 meter dengan ketinggian 20 meter dan *flying fox* kids dengan Panjang lintasan 100 meter dengan ketinggian 10 meter. Masih di tahun yang sama, Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran menawarkan wahana *golf car* kepada semua wisatawan. Wahana ini disewakan bagi pengunjung yang ingin mengelilingi kebun buah dan areal *Banaran 9 Resort*. *Golf car* sendiri mampu menampung empat orang pengunjung. Empat tahun kemudian, *Outbound high ropes* dibangun dengan tujuan untuk menguji adrenalin para pengunjung. Hal itu karena ketinggian wahana mencapai delapan meter. Adapun jarring-jaring dibentangkan di antara pohon karet. Wahana ini berisi sebelas rintangan untuk diselesaikan pengunjung.

Animo Kunjungan Wisatawan Tahun 2005-2017

Dilihat dari daya tariknya, Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran memiliki keunikan yang berbeda jika dibandingkan dengan obyek wisata lain yang ada di Kabupaten Semarang. Selain resto sebagai ikon utama dari tempat wisata ini, pihak pengelola juga memanfaatkan sumber daya alam yang ada untuk menarik minat para pengunjung, yaitu mengedepankan nuansa alam perkebunan kopi untuk wisata agro dan penambahan fasilitas dan wahana permainan. Pengunjung kampoeng kopi banaran sendiri dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Penurunan jumlah pengunjung hanya terjadi pada 2013 saja. Tahun 2005 terhitung pengunjung sebanyak 22.653 orang. Lima tahun berikutnya, meningkat sebanyak 44.956 orang, yaitu menjadi 67.609 orang. Namun demikian, penurunan pengujung terjadi pada 2013 sebanyak 715 orang, dari 82.842 pada 2012 orang menjadi 82.842 orang pada 2013. Jumlah pengunjung berangsur-angsur mengalami kenaikan terus menerus dari 2014 sampai 2017 yang mencapai 164.054 pengunjung.

Kenaikan pengunjung yang terjadi hampir setiap tahun terjadi karena strategi promosi dan pemasaran yang terus ditingkatkan, selain melengkapi fasilitas dan wahasan wisata. Sejak Kampoeng Kopi Banaran berdiri, berbagai strategi pemasaran dan promosi telah dilakukan, seperti strategi promosi yang masih konvensional yaitu dengan pemasangan baliho, spanduk di sekitar lokasi wisata, dan informasi dari mulut ke mulut. Dalam perkembangannya, strategi promosi selanjutnya menggunakan stiker, poster, brosur, leaflet, booklet dan sebagainya. Seiring dengan kemajuan teknologi, promosi dilakukan dengan menggunakan media daring seperti *website* yang dibuat pada 2009, yaitu: kampoengkopibanaran.co.id. Situs *website* tersebut berisi informasi-informasi seputar Kampoeng Kopi Banaran, antara lain: paket wisata, menu makan Banaran 9 Resto, fasilitas dan wahana wisata, serta beberapa informasi mengenai kegiatan di Kampoeng Kopi Banaran (Wawancara dengan Kiky, 2018).

Selain situs *website*, pada 2012 sosial media facebook dan instagram juga dimanfaatkan untuk promosi dan penggunaannya cenderung lebih aktif hingga sekarang. Selain melalui media cetak dan media sosial, promosi juga dilakukan melalui pameran, *table top*, *sales call* dan festival kopi pada 2017 untuk meningkatkan usaha serta mencapai target pengunjung yang diharapkan (*Suara Merdeka*, 2017).

Faktor Pendukung dan Penghambat

Selain karena strategi promosi yang baik letak geografis Agrowisata yang cukup strategis juga menjadi faktor pertama yang menyebabkan agrowisata ini masih menjadi objek wisata yang sangat diminati. Dikatakan strategis karena Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran berada tepat di jalur perlintasan transportasi darat antara Semarang-Solo dan Semarang-Yogyakarta. Letak yang strategis tersebut kemudian membawa dampak yang positif bagi perkembangan agrowisata ini. Pihak PT Perkebunan Nusantara IX memanfaatkan sebagian perkebunan kopi yang letaknya tepat di pinggir jalan raya Semarang-Solo sebagai wisata agro (Wawancara dengan Moch Irfan, 5 Januari 2019).

Faktor kedua dan yang tidak kalah penting adalah SDM. Langkah pengelola dalam menentukan inovasi, target sasaran, menyediakan, mengemas dan menyajikan paket-paket wisata serta promosi yang dilakukan terus menerus sesuai potensi yang dimiliki sangat menentukan keberhasilan dalam mendatangkan wisatawan (Pritianto, 2014: 75). Pelatihan bagi karyawan dan pemandu wahana wisata terus dilakukan agar seluruh karyawan dan pegawai bersertifikasi serta mampu memenuhi kriteria yang dibutuhkan.

Faktor ketiga yaitu perluasan kerja sama dengan pihak lain. Kampoeng Kopi Banaran terus mengembangkan jalinan kerja sama dengan pihak luar seperti biro *tour and travel* yang dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat, pelajar atau mahasiswa, serta instansi atau perusahaan yang ingin berwisata. Kerjasama juga dilakukan dengan pihak perhotelan, jasa angkutan, asosiasi Persatuan Hotel dan Restouran Indonesia (PHRI) Balanga, Asosiasi Wisata Agro Indonesia (AWAI), dinas pariwisata, koperasi Kemetrian BUMN dan lain sebagainya. Langkah ini diambil agar promosi menjadi menarik sehingga citra Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran lebih dikenal oleh masyarakat luas (Wawancara dengan Kiky, 12 Juli 2018).

Kendati memiliki banyak faktor pendukung, namun dalam perkembangannya, tim pengelola Agro Wisata Kampoeng Kopi Banaran juga mengalami beberapa kendala yang cukup menghambat. Faktor penghambat yang pertama yaitu posisi Kampoeng Kopi Banaran yang masih berada di bawah PT Perkebunan Nusantara IX, artinya segala peraturan dan kebijakan berasal dari manajemen pusat. Sebagai contoh, ketika Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran membutuhkan penanganan yang cepat, pengelola harus melalui beberapa tahap prosedur sebelum mendapatkan persetujuan dari direksi. Pengelola tidak dapat mengambil keputusan secara sepihak karena memang ada kebijakan khusus terkait dengan wisata agro dan regulasi keuangan juga diatur oleh manajemen pusat (Wawancara dengan Diky, 5 Januari 2018).

Faktor penghambat kedua yaitu masalah Upah Minimum Kabupaten (UMK). UMK daerah setiap tahunnya terus mengalami kenaikan, sedangkan jasa yang dijual tidak serta merta bisa dinaikkan secara langsung. Pihak pengelola terkadang harus menaikkan harga barang atau jasa dengan kondisi tersebut. Sebagai konsekuensinya, tim pengelola banyak

mendapatkan complain dari para konsemen atau pengunjung karena harga tiket masuk wahana atau produk yang dinilai terlalu mahal (Wawancara dengan Diky, 5 Januari 2018).

Simpulan

Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran adalah sebuah alternatif bisnis yang diinisiasi oleh PT Perkebunan Nusantara IX. Pendiriannya dilatarbelakangi oleh kenyataan bahwa harga komoditi kopi perkebunan selalu tidak pasti. Untuk mengatasi persoalan tersebut, PT Perkebunan Nusantara IX pada awalnya mencoba memperluas pasar dengan mendirikan bisnis dari hulu ke hilir. Jika awalnya perusahaan milik negara ini hanya menjual kopi mentah, melalui bisnis hulu ke hilir ini konsumen dapat menikmati kopi yang telah diolah menjadi bubuk kopi. Dengan demikian, selain dapat mempertahankan kualitas kopi, PT Perkebunan Nusantara IX juga dapat memperkenalkan kopi khas Banaran yang masih asli. Bisnis yang merupakan terobosan baru ini ternyata mendapatkan respons yang positif dari masyarakat. Hal itu terlihat dari jumlah pengunjung yang setiap tahun selalu naik. Kampoeng Kopi Banaran mengambil konsep alam dan benar-benar memperlihatkan proses penanaman, pemetikan hingga pengolahan kopi sehingga disebut Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran. Harus diakui bahwa keberadaan Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran telah memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai pengolahan kopi yang menjadi minuman favorit banyak kalangan. Di samping itu, Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran juga dapat menjadi alternatif wisata alam dan edukasi bagi masyarakat yang rindu untuk berekreasi sekaligus belajar langsung mengenai berbagai olahan kopi, karet, dan kakao. Berkaitan Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran yang masih eksis sampai sekarang, faktor letak geografis, SDM, promosi dan kerja sama dengan pihak lain adalah kunci keberhasilan manajemen dalam mengelola agrowisata ini.

Referensi

- “Produksi Kopi Banaran Meningkatkan Pesat,” *Suara Merdeka*, 19 september 2017.
- “Sejarah Berdirinya Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran,” <http://kampoengkopi-banaran.co.id/>, diunduh pada 28 Februari 2018.
- Arianti, Ni Komang (2006). “Kampoeng Kopi Banaran Berbenah,” *Kompas*, 29 Agustus 2006.
- Cahyono, Wenry Agus (2011). “Potensi dan Pengembangan Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran di Kabupaten Semarang Jawa Tengah.” Tugas Akhir pada Program Diploma III Usaha Perjalanan Wisata
- Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang (2017). *Buku Panduan Wisata Kabupaten Semarang*. Semarang: Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang.
- Hartati, Eni Sri (2016). “Pariwisata Lokomotif Ekonomi Baru,” *Kompas*, 5 Desember 2016.
- Kharisma, Farid (2012). *Manajemen Pengembangan Pariwisata Kabupaten Semarang di Dinas Pemuda, Olah Raga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Semarang*. Semarang: Skripsi pada Program Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.
- Lorosari Putri, Pratiwi (2017). “Valuasi Ekonomi Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran Kabupaten Semarang.” Skripsi pada Program Sarjana Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada.

Marpaung, Happy (2002). *Pengetahuan Kepariwisataaan*. Bandung: Alfabeta.

Printianto, Indi (2014). "Kinerja Karyawan Agrowisata Dalam Mendukung Pengembangan Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran, Kabupaten Semarang." Tesis pada Program Studi Magister Kajian Pariwisata, Sekolah Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada.

Santoso, Budi (t.t.). *Strategi pengembangan Sektor Pariwisata: Perspektif Manajemen Sektor Publik*. Yogyakarta: YPAPI.

Wahab, Salah (1989). *Manajemen Kepariwisataaan*. Jakarta: Pradnya Paramita.

Informan

Diky Pramudito

Moch Irvan

Dyah Ernawati

Topan

Suryono

Kiky Muliana