



**MENCIPTAKAN SINERGI YANG BERKELANJUTAN: MENINGKATKAN
PENJUALAN TANAMAN HIAS DAN PROMOSI PARIWISATA MELALUI
KUNJUNGAN WISATAWAN DI DESA WISATA SURANADI, KABUPATEN LOMBOK
BARAT**

Oleh
I Wayan Bratayasa
Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram
E-mail: iwayanbratayasastp@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini berjudul "*Menciptakan Sinergi yang Berkelanjutan: Meningkatkan Penjualan Tanaman Hias dan Promosi Pariwisata melalui Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Suranadi, Kabupaten Lombok Barat.*" Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menggali potensi integrasi antara sektor pariwisata dan usaha tanaman hias lokal, guna menciptakan kolaborasi yang saling menguntungkan dan berkelanjutan. Desa Suranadi merupakan salah satu destinasi wisata yang memiliki daya tarik religius, budaya, dan ekowisata. Selain itu, masyarakat di desa ini juga mengembangkan usaha tanaman hias, yang memiliki potensi pasar yang baik. Namun, potensi tersebut belum dimaksimalkan secara sinergis dengan sektor pariwisata yang terus berkembang. Melalui pendekatan kualitatif-deskriptif, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara dengan pelaku UMKM tanaman hias, tokoh masyarakat, wisatawan, serta pengelola desa wisata. Penelitian ini juga melibatkan observasi langsung terhadap aktivitas pariwisata dan pemasaran produk lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat peluang besar untuk menjadikan wisatawan sebagai target pasar potensial tanaman hias melalui konsep wisata edukatif dan pengalaman langsung (*experience-based tourism*). Dengan penyediaan ruang promosi di destinasi wisata, kegiatan workshop tanaman hias, serta kampanye promosi berbasis digital dan media sosial, sinergi antara dua sektor ini dapat terwujud secara nyata. Penelitian ini merekomendasikan model kolaborasi antara pemerintah desa, pengelola kolam renang, dan pelaku usaha tanaman hias, yang didukung oleh pelatihan kewirausahaan, penguatan branding desa, dan pemanfaatan teknologi informasi. Sinergi ini diharapkan tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat lokal

Kata Kunci: Berkelanjutan, Tanaman Hias, Promosi Pariwisata, Kunjungan Wisatawan

PENDAHULUAN

Desa Wisata Suranadi, yang terletak di Kabupaten Lombok Barat, merupakan salah satu destinasi wisata yang kaya akan potensi alam, sejarah, dan budaya. Desa ini dikenal dengan keindahan hutan lindung, Sejarah, sumber mata air alami, serta nilai-nilai budaya yang tetap terjaga di tengah modernisasi. Selain itu, potensi ekonomi desa ini juga didukung oleh keberadaan agrowisata berbasis tanaman hias, yang memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Dalam beberapa tahun terakhir,

tanaman hias sangat mendukung pariwisata berkelanjutan dengan produk lokal yang berkualitas serta telah menjadi fokus utama dalam pengembangan desa wisata di Indonesia. Integrasi antar petani tanaman hias dengan pengelola objek wisata kolam renang mampu menjadi fasilitas yang baik untuk mempromosikan dan menjual hasil / produk lokal dan tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, tetapi juga untuk memastikan bahwa manfaat dari



pariwisata dirasakan oleh masyarakat lokal dalam jangka panjang. Dalam konteks Desa Wisata Suranadi, terdapat peluang besar untuk menciptakan sinergi antara sektor agrowisata, khususnya penjualan tanaman hias, dengan promosi pariwisata lokal. Hal ini dapat dicapai melalui pendekatan strategis yang melibatkan pemasaran digital dan kolaborasi antar pelaku usaha wisata lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi potensi sinergi antara sektor agrowisata dan pelaku/ pengelola kolam renang di Desa Wisata Suranadi. Dengan menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam upaya integrasi kedua sektor tersebut. Fokus utama penelitian ini adalah memahami bagaimana integrasi ini dapat meningkatkan daya tarik wisata, memperluas pasar tanaman hias, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan. Melalui penelitian ini, diharapkan diperoleh rekomendasi strategi yang efektif untuk memanfaatkan potensi sebagai Desa Wisata di Suranadi secara optimal. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengelola desa wisata, pemerintah daerah, dan pelaku usaha untuk mengembangkan sinergi antara agrowisata dan pelaku usaha wisata.

Rumusan Masalah

1. Apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan sinergi antara agrowisata tanaman hias dan pengelolaan objek wisata di Desa Wisata Suranadi?
2. Bagaimana peran pemasaran digital dalam mendukung integrasi kedua sektor tersebut?
3. Strategi apa yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan tanaman hias melalui kunjungan wisatawan?

Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat integrasi agrowisata dan wisata kolam renang.

2. Mengeksplorasi peluang pemasaran tanaman hias dalam konteks pariwisata lokal.
3. Merumuskan strategi pengembangan sinergi yang efektif dan berkelanjutan.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis:

Menambah literatur dan kajian tentang sinergi antara sektor agrowisata dan pariwisata berkelanjutan. Memberikan wawasan baru tentang penerapan analisis SWOT dalam pengembangan desa wisata.

2. Manfaat Praktis:

Membantu pengelola Desa Wisata Suranadi dalam merancang strategi pemasaran yang efektif.

Mendukung pelaku usaha lokal, khususnya di sektor tanaman hias, untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing.

Memberikan rekomendasi kepada pemerintah daerah dalam mengintegrasikan program pengembangan agrowisata dan pariwisata berkelanjutan.

3. Manfaat Sosial-Ekonomi:

Mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan kunjungan wisatawan.

Memberdayakan masyarakat desa untuk berperan aktif dalam pengelolaan potensi wisata dan agrowisata.

LANDASAN TEORI

Penelitian ini didasarkan pada berbagai literatur terkini yang membahas petani Tanaman Hias, pariwisata berkelanjutan, pemasaran digital, dan model sinergi berkelanjutan. Berikut adalah beberapa konsep dan teori utama yang mendukung penelitian ini:

1. Agrowisata:

Agrowisata adalah integrasi antara sektor pertanian dan pariwisata yang bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah produk pertanian dan memberikan pengalaman



edukatif serta rekreatif bagi wisatawan. Menurut Yudhiani et al. (2022), agrowisata dapat meningkatkan pendapatan petani dan menciptakan lapangan kerja baru di pedesaan. Agrowisata juga berfungsi sebagai sarana pelestarian lingkungan dan budaya lokal.

2. Pariwisata Berkelanjutan:

Pariwisata berkelanjutan adalah konsep pengelolaan pariwisata yang mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan secara holistik untuk memastikan manfaat jangka panjang. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia (2021) menyatakan bahwa pariwisata berkelanjutan harus melibatkan masyarakat lokal dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan wisata, serta mengutamakan konservasi sumber daya alam dan budaya.

3. Pemasaran Digital dalam Pariwisata:

Pemasaran digital memainkan peran penting dalam promosi pariwisata saat ini. Menurut Kotler et al. (2020), pemasaran digital memungkinkan destinasi wisata menjangkau audiens global dengan biaya yang lebih efisien. Penggunaan media sosial, konten digital, dan strategi SEO dapat meningkatkan visibilitas destinasi dan menarik lebih banyak wisatawan.

4. Sinergi antara Agrowisata dan Pariwisata:

Sinergi antara agrowisata dan pariwisata mengacu pada integrasi strategi dan operasi kedua sektor untuk saling mendukung dan meningkatkan. Penelitian oleh Wijayanti (2021) menunjukkan bahwa sinergi ini dapat dicapai melalui kolaborasi antara petani, pelaku industri pariwisata, dan pemerintah, serta pengembangan produk wisata yang unik dan autentik. Contoh sukses dari integrasi ini dapat dilihat di berbagai desa wisata di Indonesia yang berhasil menggabungkan kegiatan pertanian dengan atraksi wisata.

5. Analisis SWOT:

Analisis SWOT adalah alat yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang dihadapi oleh suatu proyek atau organisasi. Dalam konteks penelitian ini, analisis SWOT akan digunakan untuk mengevaluasi kondisi pasar tanaman hias di Desa Suranadi dan strategi pemasaran pariwisata yang potensial. Menurut Gurel dan Tat (2021), analisis SWOT membantu dalam merumuskan strategi yang tepat berdasarkan kondisi internal dan eksternal.

6. Studi Kasus Agrowisata Berhasil:

Studi kasus dari desa-desa wisata lain yang berhasil mengintegrasikan agrowisata dengan pariwisata dapat memberikan wawasan dan inspirasi. Misalnya, Desa Wisata Pujon Kidul di Malang telah berhasil menarik ribuan wisatawan setiap tahun melalui pengembangan agrowisata dan wisata alam yang terpadu. Menurut Suryana et al. (2022), kunci keberhasilan terletak pada partisipasi aktif masyarakat, dukungan pemerintah, dan promosi yang efektif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan diskriptif kualitatif yang mendalam untuk mendapatkan wawasan yang komprehensif tentang persepsi, pengalaman, dan sikap pelaku industri tanaman hias, wisatawan, pengelola wisata kolam renang serta masyarakat lokal terkait dengan integrasi agrowisata dan pariwisata di Desa Suranadi, Kabupaten Lombok Barat. Berikut adalah langkah-langkah rinci yang akan diambil dalam metode penelitian kualitatif ini:

1. Studi Pustaka Lanjutan:

Melakukan studi pustaka lanjutan untuk memahami secara menyeluruh penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini, serta mendapatkan wawasan



-
- tentang metode penelitian kualitatif yang telah digunakan dalam konteks serupa.
2. **Identifikasi Informan Kunci:**
Mengidentifikasi informan kunci yang memiliki pengetahuan, pengalaman, dan wawasan yang relevan dengan topik penelitian, seperti petani tanaman hias, pemilik usaha pariwisata lokal, wisatawan yang pernah mengunjungi Desa Suranadi, tokoh masyarakat setempat, dan pejabat pemerintah terkait.
 3. **Wawancara Mendalam:**
Melakukan wawancara mendalam dengan informan kunci untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pandangan mereka terhadap potensi agrowisata dan pariwisata di Desa Suranadi. Wawancara akan mencakup topik-topik seperti persepsi terhadap kondisi pasar tanaman hias, pengalaman dalam mengelola atau mengunjungi destinasi wisata, hambatan yang dihadapi, serta saran untuk meningkatkan sinergi antara kedua sektor ini.
 4. **Observasi Lapangan:**
Melakukan observasi lapangan yang terfokus untuk mengamati secara langsung kegiatan agrowisata dan pariwisata di Desa Suranadi. Observasi akan mencakup pengamatan terhadap infrastruktur yang tersedia, interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal, serta evaluasi pengalaman wisatawan selama kunjungan.
 5. **Analisis Data Kualitatif:**
Menggunakan pendekatan analisis data kualitatif yang sistematis, seperti analisis tematik atau analisis naratif, untuk menganalisis data yang dikumpulkan dari wawancara dan observasi lapangan. Data akan disusun menjadi tema-tema utama, pola-pola yang muncul akan diidentifikasi, dan hubungan antar tema akan dieksplorasi.
 6. **Validasi Data:**
Melakukan validasi data dengan kembali ke informan kunci atau melalui diskusi kelompok terfokus (focus group discussions) untuk memastikan interpretasi data yang tepat dan memperoleh sudut pandang tambahan jika diperlukan.
 7. **Penyusunan Laporan Penelitian:**
Menyusun laporan penelitian yang komprehensif yang mencakup temuan-temuan utama dari analisis data kualitatif, interpretasi hasil, serta rekomendasi yang disusun berdasarkan temuan tersebut. Laporan akan dirancang untuk memberikan kontribusi yang signifikan bagi pemahaman tentang potensi sinergi antara agrowisata dan pariwisata di Desa Suranadi. Metode penelitian kualitatif yang mendalam ini akan memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dinamika dan faktor-faktor yang memengaruhi integrasi antara agrowisata dan pariwisata di Desa Suranadi dengan lebih detail, serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang cara-cara untuk meningkatkan sinergi antara kedua sektor ini secara efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Ekonomi Tanaman Hias menjadi salah satu komoditas utama di Desa Suranadi, sebagai daya Tarik Wisatawan menunjukkan minat tinggi terhadap produk tanaman hias untuk suvenir unik. Desa ini memiliki daya tarik berupa sumber mata air alami, Sejarah, Hutan lindung, dan ritual budaya. Wisatawan seringkali mencari pengalaman yang autentik, yang dapat dikombinasikan dengan pengenalan tanaman hias lokal. Sinergi Antarsektor, Peningkatan Penjualan sebagai pelengkap penyediaan paket wisata edukasi yang mencakup workshop menanam dan merawat tanaman hias. Promosi Pariwisata Menyediakan sudut-sudut fotografi dengan dekorasi tanaman hias yang menarik untuk wisatawan. Dukungan Pemerintah dan Stakeholder,; Tabel Terlampir.

Pemerintah daerah dapat memfasilitasi program pelatihan dan pemasaran untuk petani dan pelaku wisata. Selain itu, platform digital



dapat digunakan untuk memperluas pasar tanaman hias. Minat Wisatawan terhadap Tanaman Hias, dapat dilihat dari minat tinggi pada tanaman hias sebagai oleh-oleh unik. 75% responden kuesioner menyatakan minat untuk membeli tanaman hias selama kunjungan mereka.

Sinergi antara sektor agribisnis tanaman hias dan pengelola kolam renang di Desa Wisata Suranadi dapat menjadi model pembangunan berkelanjutan yang menguntungkan kedua belah pihak. Kolaborasi yang efektif memerlukan dukungan dari pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat desa. Lebih lanjut seperti dibawah ini :

1. Agrowisata di Desa Suranadi: Agrowisata berbasis tanaman hias menjadi daya tarik utama dengan keanekaragaman jenis tanaman, estetika yang menarik, serta nilai edukasi bagi wisatawan.
2. Pariwisata Berkelanjutan: Desa Suranadi menerapkan prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan dengan menjaga kelestarian lingkungan, memberdayakan masyarakat lokal, dan mempromosikan budaya tradisional.
3. Pemasaran Digital dalam Pariwisata:
 - a. Media Sosial: Menggunakan Instagram, Facebook, dan TikTok untuk mempromosikan agrowisata dan menjangkau pasar yang lebih luas.
 - b. Platform E-commerce: Penjualan tanaman hias melalui platform seperti Shopee dan Tokopedia.
 - c. Website Desa: Mengembangkan situs web yang memuat informasi lengkap tentang paket wisata, galeri foto, dan testimoni pengunjung.
4. Sinergi antara Agrowisata dan pelaku usaha wisata kolam renang:
 - a. Mengintegrasikan aktivitas agrowisata ke dalam paket wisata.
 - b. Menyelenggarakan festival tahunan tanaman hias yang melibatkan masyarakat

dan pelaku usaha wisata pengelola kolam renang serta plancong / wisatawan.

c. Eduwisata: Memberikan pengalaman edukatif tentang budidaya tanaman hias kepada wisatawan.

5. Analisis SWOT:

Kekuatan:

- Keanekaragaman tanaman hias yang unik. Dukungan pemerintah daerah dalam pengembangan desa wisata.
- Ketersediaan lahan untuk pengembangan agrowisata. Tersedia tempat penjualan langsung kepada pengunjung kolam renang.

Kelemahan:

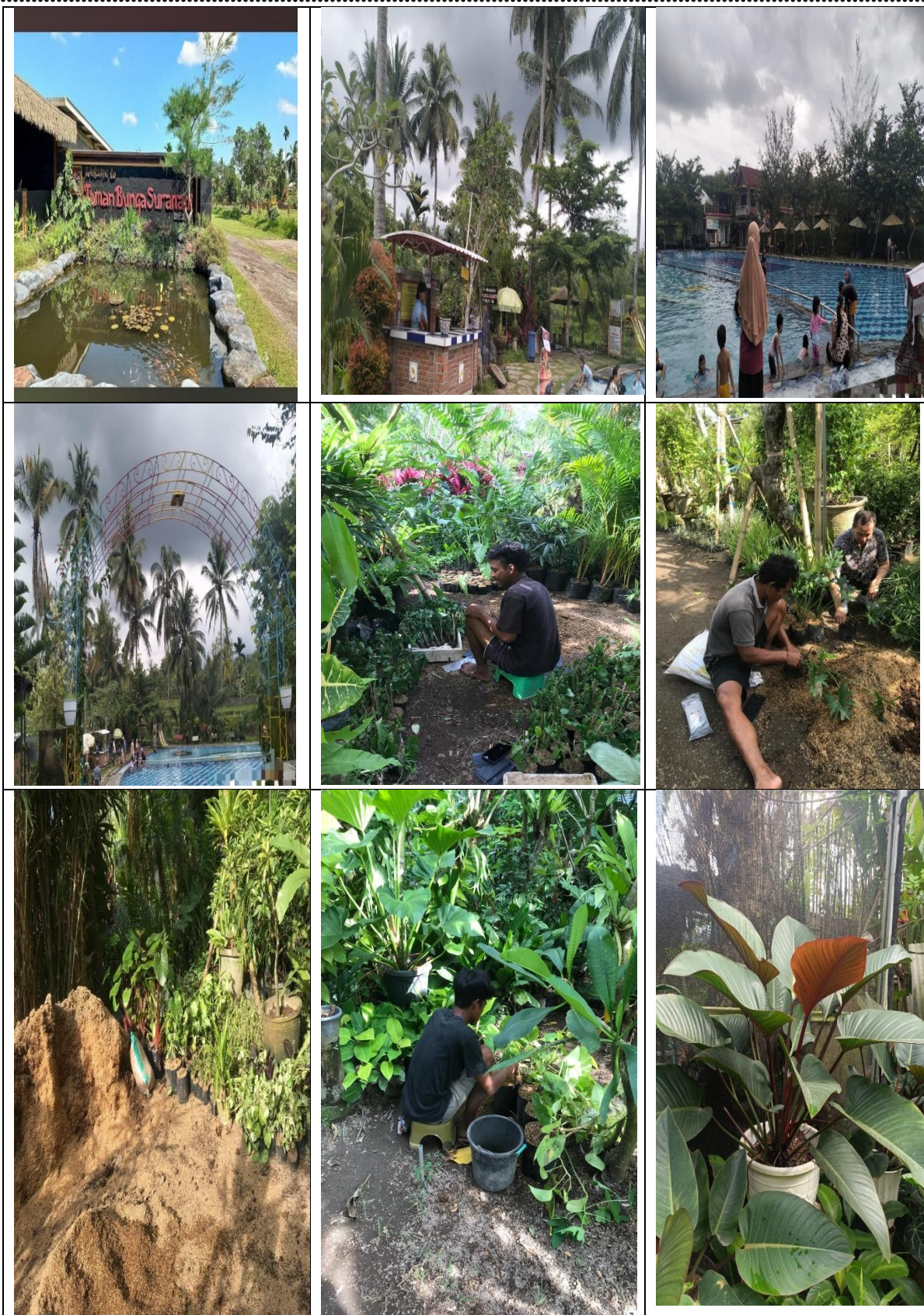
- Kurangnya keterampilan pemasaran digital pada masyarakat lokal.
- Kurangnya ketrampilan dan pngembangbiakkan tanaman hias.
- Belum maksimal menggunakan media tamam yang berkualitas.
- Kurang maksimal dalam bekerjasama memaksimalkan jumlah pengunjung untuk membeli tanaman hias.

Peluang:

- Meningkatnya minat terhadap pariwisata berbasis alam dan agrowisata.
- Potensi kolaborasi dengan agen travel dan platform digital.
- Memperluas lapangan kerja
- Memaksimalkan promosi langsung kepada pengunjung.

Ancaman:

- Persaingan dengan destinasi wisata lain di Lombok.
- Ketergantungan pada pemesan tanamana secara instan.
- Lebih tertarik penanganan proyek
Persaingan kurang sehat antar petani tanaman hias yang ada di Lombok
Beberapa dokumentasi kegiatan penelitian sebagai berikut:





PENUTUP

Kesimpulan

Integrasi agrowisata berbasis tanaman hias dengan pelaku usaha wisata kolam renang dan pariwisata berkelanjutan di Desa Wisata Suranadi memiliki potensi besar untuk menciptakan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan yang positif. Strategi pemasaran digital perlu dioptimalkan untuk memperluas jangkauan pasar.

Saran

Beberapa Saran mencakup:

1. Membentuk kelompok kerja lintas sektor untuk merancang strategi bersama.
2. Mengadakan pelatihan bagi petani dan pelaku usaha wisata kolam renang terkait pemasaran, pengemasan produk, dan pengelolaan usaha.
3. Meningkatkan akses pasar tanaman hias melalui platform digital dan promosi di media sosial.
4. Mengembangkan infrastruktur pendukung seperti jalan desa, tempat parkir, dan fasilitas umum.
5. Menyusun kalender kegiatan rutin seperti pasar/ pameran /festival tanaman hias, olah raga dan acara budaya yang menarik wisatawan.
6. Membiasakan hidup bersih dengan penerapan 3R

Dengan langkah-langkah tersebut, Desa wisata Suranadi dapat menjadi contoh sukses pengembangan desa wisata berbasis sinergi antara petani tanaman hias dengan pelaku usaha wisata kolam renang yang sudah ada di destinasi wisata suranadi, yang tidak hanya meningkatkan perekonomian tetapi juga menjaga keberlanjutan lingkungan dan budaya lokal petani tanaman hias, bahwa dalam pengelolaan destinasi wisata yang unggul dan berkualitas tidak dapat berdiri sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agustin, R. (2024). Buku Ajar Agrowisata. Deepublish. Diakses dari: deepublishstore.com
- [2] Ahadiati, R. (2023). Membangun Desa Wisata: Sinergi Antara Potensi dan Pemberdayaan. Universitas Merdeka Madiun. Diakses dari: unmermadiun.ac.id
- [3] Anwar, S. (2022). Desa Wisata: Membangun Desa dengan Pariwisata. Pusat Penelitian dan Pengembangan Pariwisata. Diakses dari: p3m.ppb.ac.id



-
- [4] Badan Pusat Statistik Lombok Barat (2023). Data Statistik Pariwisata Desa Suranadi. Diakses dari: bps.go.id
 - [5] Darmawan, I. (2021). Desa Wisata: Potensi dan Strategi Pengembangan. Universitas Dhyana Pura Bali. Diakses dari: repository.undhirabali.ac.id
 - [6] Haryanto, T. (2020). Perencanaan Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat. Penerbit BSI Digital Library. Diakses dari: elibrary.bsi.ac.id
 - [7] Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI (2022). Panduan Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan. Diakses dari: kemenparekraf.go.id
 - [8] Mulyadi, H. (2024). Manajemen Agribisnis Modern. Universitas Muhammadiyah Gresik Press. Diakses dari: eprints.umg.ac.id
 - [9] Pemerintah Desa Suranadi (2023). Laporan Tahunan Desa Wisata Suranadi. Diakses dari: suranadi.desa.id.
 - [10] Ridwan, M. & Kholil, M. (2021). Strategi Pemasaran Tanaman Hias di Era Digital. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
 - [11] Ritchie, J. B. & Crouch, G. I. (2022). The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. 2nd Edition. Wallingford: CABI.
 - [12] Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.