

**OPTIMALISASI PROGRAM SMART ECOTOURISM KEBUN TEH
JAMUS DALAM MENCAPAI PEACE REGIONITY DI KABUPATEN
NGAWI, JAWA TIMUR
(PRODUCTIVITY, EFFECTIVITY, ADAPTIVITY AND CREATIVITY)**

Monica Nanda B.N¹, Bonifasius C.S.C², dan Monalisa Dyah P.³

¹Manajemen dan Kebijakan Publik, ISIPOL, Universitas Gadjah Mada,
Indonesia.

²Teknologi Rekayasa Internet, Vokasi, Universitas Gadjah Mada, Indonesia.

³Pembangunan Wilayah, Geografi, Universitas Gadjah Mada, Indonesia.

¹nandamonica2000@gmail.com, ²bonifasiuschrystian@gmail.com, ³
monalisadyah@gmail.com

Abstract

Ngawi Regency is geographically beneath the foot of Mount Lawu with the potential landscape in the form of Jamus Tea Plantation as a tourism attraction. However, the problem is that these tourism sites are less exposed to the public and less managerial service, so that the local communities lack the positive impacts of this potential tourism. The problem encourages the author to focus created smart ecotourism to achieve local independence by including all the actors (governments, communities, and private) in the Ngawi Regency. Based on this collaboration between stakeholders, it'll be exposed to form a co-production that aims at increasing the quality of life of all the actors involved. This paper was written using descriptive qualitative research methods where the data collected by interviews with purposive sampling for sampling technique. The results of this study indicate that the current management conditions of Jamus Tea Plantation haven't managed optimally, so the authors propose the concept of tourism-based management with smart ecotourism to achieve PEACe Regionity (Productive, Effective, Adaptive, and Creative). However, the implementation of this program is expected to meet several obstacles, including the inadequate quality of human resources and a lack of coordination between co-production actors. The expected outcome from the implementation of this program is the improvement of the quality of life for various actors involved and the realization of the PEACe Region.

Keywords: Co-Production, Ecotourism, Information Technology

Pendahuluan

Pariwisata menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pengembangan pariwisata terus menerus dilakukan untuk pemenuhan kebutuhan pengembangan ekonomi wilayah dimana dalam era sekarang ini muncul adanya dinamika baru melalui ekonomi kreatif. Purnomo (2016) mengatakan ekonomi kreatif merupakan bentuk pengembangan nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa melalui pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang terus berkembang. Pengembangan ekonomi kreatif didasarkan pada tiga aspek utama, yaitu kreativitas, inovasi, serta penemuan. Ekonomi kreatif digunakan sebagai salah satu upaya merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan melalui pemanfaatan sumber daya yang ada. Kedua konsep ini dapat berjalan beriringan dengan adanya bantuan dari perkembangan teknologi informasi. Perkembangan teknologi ini salah satunya berupa perkembangan teknologi informasi atau *Information and Communication Technology (ICT)*. ICT merupakan segala bentuk kegiatan yang berkaitan dengan pemrosesan, manipulasi, pengelolaan, serta pemindahan informasi antar media yang dibantu dengan adanya bentuk teknologi (Chang, 2021). Perkembangan teknologi memunculkan bentuk konsep pengembang baru yang berbasis “kepintaran” atau biasa disebut dengan *smart*, salah satu contohnya adalah *smart ecotourism*. Ekowisata (*ecotourism*) merupakan salah satu bentuk wisata yang berorientasi kepada kelestarian wilayah yang masih alami, memberikan manfaat secara ekonomi, dan mempertahankan keutuhan budaya bagi masyarakat setempat dimana pada hakikatnya dilakukan sebagai upaya konservasi lingkungan (Fandeli, 2000).

a. *Smart Ecotourism*

Konsep *smart ecotourism* diadaptasi dari konsep *smart village* yang telah dikenal sebelumnya. Menurut European Network for Rural

Development dalam Subekti (2019), *smart village* merupakan desa yang memiliki kemampuan mengelola aset mereka untuk bisa memberikan nilai tambah dengan memanfaatkan jaringan dan teknologi untuk kepentingan penduduk serta tetap berorientasi pada kelestarian wilayah yang masih alami, memberikan manfaat secara ekonomi, dan mempertahankan keutuhan budaya bagi masyarakat setempat dimana pada hakikatnya dilakukan sebagai upaya konservasi lingkungan. Subekti (2019) juga mengatakan bahwa komponen utama terwujudnya *smart village* antara lain *smart people*, *smart government*, *smart economy*, *smart environmental*, dan *smart promotion*. *Smart village* menurut Yohana (2018) dalam Pantiyasa (2019) memiliki tujuan untuk mencapai kebahagiaan hidup, meningkatkan kualitas hidup, efisiensi, dan daya saing, serta memastikan kebutuhan dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan terpenuhi. Diperlukan upaya yang lebih untuk pengembangan desa mengingat kondisi lokal, ketersediaan infrastruktur yang ada, serta ketersediaan sumber daya yang ada dan program terencana serta keterlibatan lintas sektor sebagai kerja bersama untuk mewujudkan *smart village*. Sementara itu, pengembangan *smart ecotourism* dilakukan sebagai salah satu upaya agar tercapainya bentuk kesejahteraan daerah melalui pengoptimalan kemandirian dengan potensi dari daerah tersebut. Kondisi tersebut dapat didapatkan melalui implementasi dari adanya konsep PEACe yang meliputi aspek *productive*, *effective*, *adaptive*, and *creative*. Implementasi dari adanya konsep ini diharapkan mampu menciptakan wilayah yang produktif, efektif, adaptif, serta kreatif melalui pemanfaatan potensi daerah secara optimal dimana dalam hal ini berkaitan dengan ekowisata.

b. Co-Production

Program *Smart Ecotourism* sebagai perwujudan kemandirian dan kesejahteraan daerah ini, secara *equal* akan menggandeng seluruh aktor publik (*stakeholders*) seperti halnya masyarakat, pemerintah, dan pihak swasta. Berdasarkan kolaborasi seluruh aktor yang nantinya diharapkan

dapat membentuk suatu konsep yang disebut *co-production*. Menurut Bao (2013) dalam artikelnya yang berjudul *Beyond New Public Governance, co-production* merupakan suatu konsep kolaborasi yang saling mempengaruhi antara masyarakat, pemerintah, dan swasta sebagai upaya untuk meningkatkan *quality of life* dari seluruh aktor atau pihak yang terlibat.

c. PEACe Regionity

PEACe Regionity merupakan suatu bentuk konsep inovasi yang ditujukan bagi suatu wilayah atau daerah yang dalam upaya perwujudan kesejahteraan daerah, dengan cara mengoptimalkan kemandirian serta potensi dari daerah tersebut, atau dalam konteks ini adalah pada sektor pariwisata alam. Istilah PEACe di dalam konsep tersebut tersusun dari kata *productive, effective, adaptive, and creative* yang masing-masing tentunya memiliki definisi dan tujuan tersendiri bagi region atau wilayah yang akan dituju. Kelima poin tersebut juga sebagai tujuan dari program *Smart Ecotourism*, dengan harapan proses implementasi dari program tersebut dapat menghasilkan output berupa suatu wilayah yang produktif, efektif, adaptif, dan tentunya kreatif.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, produktif merupakan kemampuan untuk menghasilkan sesuatu, dan kata produktif sendiri selalu berkaitan dengan produktivitas. Timpe A. Dale (1992) menyatakan bahwa produktivitas merupakan suatu pendekatan interdisipliner untuk menentukan suatu tujuan yang efektif. Timpe A. Dale juga mengatakan bahwasanya produktivitas mengikutsertakan pendayagunaan secara terpadu sumber daya manusia dan keterampilan, sumber daya alam, modal, teknologi, manajemen, informasi dan sumber daya lain secara lebih efektif.

Suwardi (2015) mengatakan bahwa efektif merupakan suatu pencapaian tujuan secara tepat, atau memilih tujuan-tujuan yang tepat dari serangkaian alternatif atau pilihan cara dan menentukan pilihan dari beberapa pilihan yang lain. Sementara menurut Beni dalam Natalia (2020), efektivitas merupakan sebuah hubungan antara output dan tujuan, atau dapat juga

dikatakan sebagai sebuah ukuran seberapa jauh tingkat output, kebijakan, dan prosedur dari suatu organisasi atau instansi.

Then (2014) menyatakan bahwa perilaku adaptif adalah kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan situasi baru serta memiliki keterampilan akrab dalam situasi tersebut. Definisi adaptif lainnya menurut Wulandari (2016) merupakan suatu kemampuan seseorang, kelompok, ataupun suatu organisasi untuk menguasai tuntutan sosial di lingkungan mereka. Pada konsep *PEACe Regionity* ini, poin adaptif ditujukan bagi suatu wilayah agar wilayah tersebut dapat secara agile menyesuaikan perkembangan dalam upaya pengelolaan potensi yang ada, atau dalam konteks ini adalah potensi di sektor pariwisata alam. Ketika potensi yang ada dalam suatu wilayah telah dikelola dengan mengikuti perkembangan zaman, dan juga berdasar atas keinginan publik maka bisa dipastikan hasil dari pengelolaan tersebut dapat dengan mudah diterima masyarakat luas, dan pada akhirnya memberikan hasil yang optimal.

Rohani (2017) mengatakan bahwa istilah *creative* mengacu pada suatu kemampuan untuk memberikan gagasan-gagasan baru dan menerapkannya dalam pemecahan masalah. Berdasarkan definisi tersebut, maka istilah kreatif juga cukup relevan dengan adanya suatu inovasi. Inovasi dan kreativitas dalam mengelola potensi daerah juga merupakan salah satu faktor dari proses pencapaian dari kemandirian serta kesejahteraan daerah. Tedjo (2017) menyatakan pencapaian kemandirian suatu wilayah harus diawali dengan penciptaan prakondisi yang kondusif agar dapat menjamin kelancaran ilmu pengetahuan dan pengembangan teknologi sebagai dasar peningkatan iklim inovasi.

d. Kebun Teh Jamus

Kebun Teh Jamus merupakan sebuah lokasi pariwisata alam yang berada di lereng Gunung Lawu bagian utara, tepatnya di desa Girikerto, Kecamatan Sine dan dikelola oleh PT. Candi Loka. Kebun teh ini memiliki luas lahan mencapai 478 hektar dimana 10 hektar diantaranya dikembangkan sebagai

tempat wisata yang pengelolaannya dilakukan secara bersama oleh PT. Candi Loka dengan Pemerintah Daerah Kabupaten Ngawi (Stevani, 2018). Wisata ini menyediakan suasana pemandangan alam asri pegunungan yang dapat menarik minat masyarakat untuk berkunjung. Kelebihan dari adanya kondisi ini belum didukung dengan pemanfaatan potensi yang ada secara maksimal sehingga tujuan dari penelitian ini adalah merumuskan strategi inovasi dengan program *smart ecotourism* dalam upaya optimalisasi pengelolaan Kebun Teh Jamus. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi hambatan dan tantangan dari pengimplementasian program ini, sehingga *output* yang dihasilkan dapat sesuai dengan target awal yaitu demi tercapainya *PEACe Regionity* di lokasi wisata Kebun Teh Jamus, Kabupaten Ngawi.

Metode Penelitian (atau Penulisan)

Metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode kualitatif deskriptif. Penelitian dengan metode kualitatif merupakan bentuk penelitian yang lebih berorientasi untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif (Saryono, 2010). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan wawancara terhadap narasumber yang terpilih, dan berdasarkan atas studi literatur. Penentuan narasumber dalam wawancara dilakukan dengan menggunakan teknik *sampling purposive*. Menurut Prasanti (2018), teknik *sampling purposive* merupakan cara menentukan informan dengan memilih informan sesuai dengan kriteria dan kebutuhan penulis dalam suatu penelitian. Narasumber yang digunakan untuk mendapatkan informasi diantaranya memenuhi salah satu kriteria berikut, yaitu masyarakat sekitar lokasi wisata Kebun Teh Jamus, pedagang sekitar lokasi wisata Kebun Teh Jamus, penduduk yang berdomisili di Kecamatan Sine, penduduk yang berdomisili di Kabupaten Ngawi tetapi di luar Kecamatan Sine, serta wisatawan yang berasal dari luar Kabupaten Ngawi.

Proses wawancara dilakukan dengan menggunakan media berbasis telewicara, seperti *Google Meet* juga melalui sambungan telepon dan fitur *video call* dimana dilakukan pada rentang waktu antara tanggal 18 April 2021 hingga 21 April 2021 dengan mengumpulkan sebanyak 6 (enam) narasumber. Hasil yang diperoleh dalam wawancara diolah dengan melakukan transkrip wawancara untuk mendapatkan informasi yang dianggap penting yang kemudian digunakan sebagai bahan analisis dari penelitian. Analisis ini dilakukan melalui pembuatan bentuk deskripsi yang didalamnya memuat gambaran dari informasi yang diperoleh secara faktual, akurat, dan sistematis serta keterkaitan antar fenomena yang terjadi.

Hasil dan Pembahasan

a. Deskripsi Data

Berdasarkan data hasil wawancara yang telah dilakukan, masing-masing narasumber memiliki pandangan yang tidak jauh berbeda mengenai penilaian serta persepsi mereka terhadap kondisi dan kebutuhan pengelolaan Kebun Teh Jamus untuk saat ini. Berikut merupakan pendeskripsian data hasil wawancara selama penelitian ini berlangsung:

Indikator	Narsum 1	Narsum 2	Narsum 3	Narsum 4	Narsum 5	Narsum 6
Daya tarik lokasi wisata	View yang masih alami/natural	Ladang bisnis bagi pedagang	View, olahan teh khas Jamus	Lokasi nyaman, udara sejuk, mudah dijangkau	View, udara bersih	Keasrian lokasi, wisata edukasi

Kondisi saat ini	Perlu dikembangkan	Kurang menarik dan monoton	Kurang terawat	Keasrian berkurang	Masih sama seperti dulu	Tidak jauh berbeda dengan tahun sebelumnya
Kekurangan lokasi wisata	Wahana & fasilitas kurang terawat	Kurang dikenal masyarakat luar	Kolam renang kotor, wahana tidak terawat	Pengelolaan, kurang dikenal	Kurang tempat sampah, medan curam	Kurang <i>branding</i>
Urgensi branding wisata	Sangat diperlukan	Perlu	Perlu	Sangat perlu	Sangat perlu karena cukup berpotensi	Perlu, wisata ini sangat berpotensi untuk dikenal lebih luas
Saran model/media promosi	<i>Medsos</i> (Youtube, FB, <i>channel</i> TV lokal)	Radio, internet	Pamflet di jalan, radio, internet	<i>Medsos</i>	Upload dengan konten yang menarik melalui <i>medsos</i>	<i>Medsos</i> (Youtube, Instagram, Tiktok), iklan digital

Bagian yang memerlukan pengembangan	Dibangun <i>waterboom</i> , paralayang, lokasi kuliner yang terjangkau.	Wahana wisata	Wahana wisata	Wahana dan fasilitas	Wahana (gazebo, tempat duduk)	Spot foto, budidaya olahan teh
--	---	---------------	---------------	----------------------	-------------------------------	--------------------------------

Keterangan Data:

1. Narasumber 1 : Warga sekitar Kebun Teh Jamus
2. Narasumber 2 : Pedagang Sekitar Kebun Teh Jamus
3. Narasumber 3 : Warga Kecamatan Sine
4. Narasumber 4 : Wisatawan Luar Kabupaten Ngawi
5. Narasumber 5 : Penduduk Kabupaten Ngawi diluar Kecamatan Sine
6. Narasumber 6 : Penduduk Kabupaten Ngawi diluar Kecamatan Sine

b. Analisis Hasil Data

Berdasarkan data hasil wawancara yang telah dilakukan, keseluruhan narasumber tersebut sepakat bahwa pada dasarnya wisata alam Kebun Teh Jamus memiliki daya tarik tersendiri berupa pemandangan alam yang indah, disertai dengan kondisi lingkungan yang nyaman, asri, dan sejuk. Namun keseluruhan dari narasumber menyatakan bahwa mereka merasa tidak puas pada pengelolaan wahana wisata maupun fasilitas yang ada pada lokasi wisata alam tersebut. Selain permasalahan kondisi lokasi wisata saat ini, *branding* lokasi wisata Kebun Teh Jamus juga menjadi poin utama peneliti dalam menggali informasi dari para narasumber pada saat wawancara. Berdasarkan opini dari ke-enam narasumber tersebut, diperoleh hasil bahwa pada dasarnya lokasi wisata alam ini memerlukan *branding* atau promosi yang lebih luas agar lokasi ini lebih dikenal banyak orang baik dari dalam maupun luar Kabupaten Ngawi.

1. Solusi Inovasi: Optimalisasi Lokasi Pariwisata dengan Konsep Smart Ecotourism

Berangkat dari kendala yang telah disebutkan sebelumnya, diperlukan suatu program untuk mendukung optimalisasi pengelolaan wisata alam Kebun Teh Jamus, yaitu dengan konsep yang disebut sebagai *Smart Ecotourism*. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa program ini terintegrasi dari beberapa komponen yaitu *smart people*, *smart government*, *smart economy*, *smart environmental*, dan *smart promotion*.

1) Smart People

Smart people selalu berkaitan dengan sumber daya manusia yang tersedia di lokasi wisata, dalam hal ini mungkin tidak semua masyarakat di sekitar Kebun Teh Jamus memiliki SDM tinggi, namun ketika mereka secara perlahan diberdayakan serta diberi arahan maka bisa dipastikan potensi SDM dalam diri mereka dapat berkembang dengan baik. SDM yang berkualitas juga mendorong adanya kemandirian dari masyarakat lokal itu sendiri, sehingga masyarakat di sekitar Kebun Teh Jamus dapat berpikir secara rasional tentang bagaimana memanfaatkan potensi untuk bertahan hidup. Upaya pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan dengan sosialisasi, *training*, atau kegiatan lainnya, yang dapat diadakan oleh pihak Pemerintah Desa hingga Kabupaten.

2) Smart Government

Smart government dapat didukung dengan program digitalisasi, dan dari sini pemerintah memiliki peran dalam penyediaan infrastruktur dalam hal teknologi informasi. Secara geografis, wilayah Kebun Teh Jamus berada pada kaki Gunung Lawu yang mengakibatkan sulit dijangkau jaringan, sehingga seharusnya infrastruktur tersebut dikembangkan dengan pemberian layanan jaringan internet di wilayah setempat. Proses digitalisasi ini juga

mendukung adanya peningkatan kualitas sumber daya manusia, karena ketika masyarakat sekitar dapat dengan mudah mengakses internet, maka bisa dipastikan mereka dapat memperoleh informasi lebih luas, dan tentunya menambah wawasan mereka. Selain itu, pemerintah Kabupaten Ngawi dapat membuat *official account* (OA) di sosial media seperti Instagram, Twitter, Facebook, hingga Tiktok untuk memviralkan lokasi pariwisata alam ini. Dalam artian di setiap OA yang dimiliki oleh Pemkab tersebut, dikontrol oleh admin yang tentunya secara rutin meng-*expose* keindahan pariwisata Kabupaten Ngawi, khususnya Kebun Teh Jamus.

3) *Smart Economy*

Pemanfaatan peluang ekonomi di sekitar wilayah Kebun Teh Jamus pada dasarnya telah berlaku sejak dahulu, dimana masyarakat sekitar menggantungkan hidupnya dengan berjualan di lokasi wisata, berkebun teh, hingga menjadi juru parkir. Namun karena ketidakmaksimalan pengelolaan tersebut maka *impact* yang dirasakan masyarakat pun kurang terasa. Berdasarkan hal tersebut, peneliti memiliki solusi bahwa sudah seharusnya pengelola Kebun Teh Jamus dapat membaca peluang yang ada, dimana untuk sekarang sedang *ng-trend spot* foto yang *instagramable*, sehingga sudah seharusnya wahana di lokasi wisata Kebun Teh Jamus harus direnovasi, dibersihkan, dan dibuat menjadi lebih estetik serta tentunya *instagramable* untuk menarik wisatawan baik dalam maupun luar daerah.

4) *Smart Environmental*

Menurut konsep *smart environmental*, pengelolaan wisata alam Kebun Teh Jamus sudah seharusnya dilakukan dengan program yang berkelanjutan. Hal ini berarti keasrian dan kenaturalan dari lokasi wisata ini tidak tereduksi oleh adanya pembangunan sebagai upaya perbaikan wahana wisata. Berdasarkan hal tersebut, seharusnya

dilakukan klasifikasi untuk membedakan antara sudut yang dapat diubah, dan sudut yang dilindungi keasliannya.

5) *Smart Promotion*

Salah satu kendala dari ketidakefektifan lokasi wisata Kebun Teh Jamus terletak pada *minusnya program branding* atau promosi. *Smart promotion* baru dapat dilakukan keempat konsep tersebut telah diimplementasikan pada wahana wisata alam ini. Ketika dirasa pengelolaan wisata alam telah menjawab keinginan publik dan wisatawan melalui sebuah program *branding* terhadap kawasan wisata yang dipromosikan melalui media sosial. *Smart promotion* dapat dilakukan dengan mengikutsertakan digitalisasi di era saat ini, seperti melalui *official account* Instagram, Twitter, Tiktok, hingga membuat *channel* Youtube. Selain itu, upaya *branding* juga dapat dilakukan dengan mengundang *influencer* yang telah memiliki basis besar *followers* untuk mempromosikan lokasi wisata alam Kebun Teh Jamus ini.

2. Co-Production

Kunci utama dari keberhasilan implementasi program *Smart Ecotourism* yang terdiri atas kelima komponen di atas, sangat bergantung dengan keberhasilan peran seluruh aktor yang terlibat dan terintegrasi ke dalam suatu ikatan *co-production*. Adapun konsep *co-production* yang terlibat dan mempengaruhi keberhasilan berjalannya *Smart Ecotourism* di lokasi wisata Kebun Teh Jamus terdiri dari pemerintah, pihak swasta, hingga masyarakat lokal.

1) Pemerintah Daerah

Pada dasarnya lokasi wisata Kebun Teh Jamus dikelola oleh swasta yaitu PT. Candi Loka, namun dalam suatu gebrakan yang berbentuk program tentu saja membutuhkan izin dan campur tangan dari pemerintah baik Pemerintah Kabupaten maupun di tingkat kecamatan hingga desa. Sebagai pihak yang memiliki legitimasi

hukum dalam mengelola otonomi daerah, Pemerintah Kabupaten Ngawi bersama Dinas Pariwisata juga berperan besar dalam pengimplementasian program *Smart Ecotourism* ini. Salah satu bentuk kontribusi Pemerintah Daerah pada program ini adalah dengan menggandeng dan membangun kerjasama dengan para investor atau pihak swasta. Berdasarkan hal tersebut, baik Pemerintah Kabupaten Ngawi maupun Dinas Pariwisata Kabupaten Ngawi juga berperan dalam memudahkan izin investasi oleh para pengusaha baik lokal maupun pengusaha luar daerah, dalam upaya mendukung pengembangan lokasi wisata Kebun Teh Jamus ini. Sementara itu peran dari pemerintah di tingkat kecamatan dan desa ialah mendukung upaya pengembangan lokasi wisata ini dengan memberdayakan masyarakat sekitar untuk berperan aktif saling gotong royong untuk mempersiapkan pengembangan lokasi wisata, misalkan dengan mempersiapkan serta memproduksi produk teh andalan, hingga oleh-oleh khas yang dapat diperjualbelikan di area lokasi wisata. Sehingga dari sini dapat disimpulkan bahwa PT. Candi Loka harus secara proaktif tetap melibatkan Pemerintah Desa, Kecamatan, hingga Kabupaten untuk mendukung proses optimalisasi pengelolaan Kebun Teh Jamus, agar memiliki nilai lebih di mata wisatawan, dan mendatangkan *cuan* bagi masyarakat lokal.

2) Swasta

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa dalam pengembangan lokasi wisata, Pemerintah Daerah dapat menggandeng pihak swasta untuk bekerja sama mengembangkan sektor pariwisata daerah. Dalam konteks ini, lokasi wisata Kebun Teh Jamus sendiri telah dikelola swasta sejak tahun 1976 hingga saat ini. Meskipun demikian, kondisi lokasi pariwisata ini masih menunjukkan ketidakefektifan pengelolaannya. Salah satu faktor ketidakefektifan pengelolaan ini disebabkan oleh kurangnya koordinasi antar

stakeholders, dimana sudah seharusnya PT. Candi Loka yang sejak dulu mengelola lokasi wisata ini bertransformasi menjadi sebuah perseroan yang lebih *agaile* terhadap perkembangan zaman serta tentunya mampu menjawab keinginan publik.

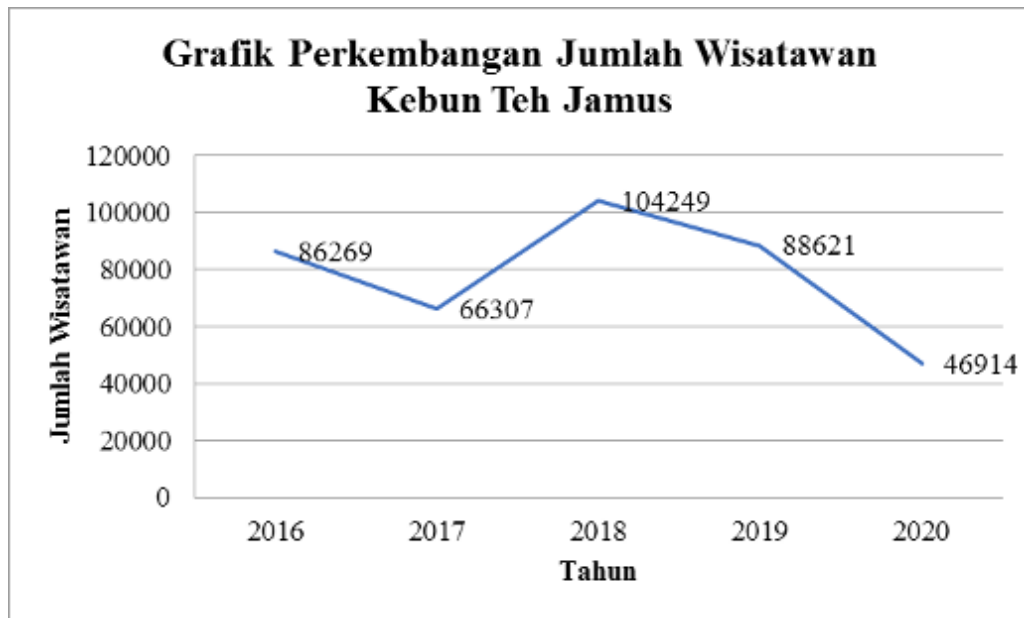
3) Masyarakat

Ketika sektor bisnis dan pemerintah memiliki modal untuk sama-sama memperbaiki sektor pariwisata, mereka tetap memerlukan keterlibatan masyarakat di sekitar lokasi wisata Kebun Teh Jamus untuk mensukseskan program *Smart Ecotourism* ini. Selain itu, masyarakat juga dapat memanfaatkan adanya lokasi wisata ini untuk meningkatkan *quality of life* mereka, dimana lokasi wisata ini menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar seperti halnya lapak dagang, parkir, ojek pangkalan, hingga petani kebun teh.

3. Perwujudan PEACe Regionity melalui Smart Ecotourism

Jumlah wisatawan yang datang berkunjung pada objek wisata Kebun Teh Jamus terbilang beragam pada tiap tahunnya. Jumlah ini dipengaruhi besarnya tingkat minat yang dimiliki oleh wisatawan untuk mau dan mampu untuk mengunjungi objek wisata ini. Tingkat perkembangan jumlah wisatawan Kebun Teh Jamus juga cenderung berubah-ubah seperti terlihat pada tabel:

2016	2017	2018	2019	2020
86.269	66.307	104.249	88.621	46.914



Tabel dan Grafik Perkembangan Jumlah Wisatawan Kebun Teh Jamus

Sumber: Kabupaten Ngawi dalam Angka Tahun 2017-2021

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung pada objek wisata Kebun Teh Jamus mengalami kenaikan dan penurunan secara berkala dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Jumlah wisatawan cenderung mengalami penurunan dalam kurun waktu 3 tahun terakhir, terutama pada tahun 2020 yang berkurang hingga hampir 50%. Hal ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu kurangnya daya tarik wisata yang ditawarkan, ketersediaan fasilitas pendukung yang kurang memadai, rendahnya minat wisatawan untuk berkunjung, serta pengaruh adanya pandemi COVID-19 yang berakibat pada pembatasan kegiatan yang menyebabkan jumlah wisatawan menurun drastis pada 2 tahun terakhir. Jumlah wisatawan ini kemudian dapat dihitung rata-rata tingkat pertumbuhan dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Penghitungan rata-rata ini dilakukan dengan rumus:

$$\begin{aligned}
 \text{Tingkat pertumbuhan} &= (\text{nilai tahun akhir}/\text{nilai tahun awal})^{1/n}-1 \\
 &= (46914/86269)^{1/5}-1 \\
 &= 0,108 - 1 \\
 &= -0,891 \\
 &= -89,1\%
 \end{aligned}$$

Hasil penghitungan tersebut menunjukkan bahwa rata-rata jumlah wisatawan dalam kurun waktu 5 tahun terakhir menurun sebesar 89,1% setiap tahunnya. Kondisi seperti ini jika terus berlangsung dalam waktu yang lama dimana dengan tingkat penurunan jumlah wisatawan yang besar dapat mengakibatkan kerugian bagi pengelola objek wisata serta daerah Kabupaten Ngawi itu sendiri sehingga perlu adanya tindakan preventif dan pengupayaan pengembangan dan promosi objek wisata secara masif untuk meningkatkan daya tarik wisata sebagai upaya untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung agar jumlah wisatawan dapat meningkat pada tahun-tahun berikutnya.

Tujuan utama dari pengimplementasian *program Smart Ecotourism* adalah sebagai upaya optimalisasi wisata alam Kebun Teh Jamus adalah mencapai sebuah *PEACe Regionity (Productivity, Effectivity, Adaptivity and Creativity)* bagi Kabupaten Ngawi. Hal tersebut berkaitan dengan peningkatan *quality of live* dari seluruh aktor yang terlibat baik itu pemerintah, swasta, maupun masyarakat lokal. Ketika konsep *co-production* dari ketiga aktor tersebut telah berhasil mengoptimalkan pengelolaan wisata Kebun Teh Jamus melalui program *Smart Ecotourism*, maka produktivitas dan efektivitas pengelolaan pariwisata akan meningkat. Selain itu, pengelolaan wisata Kebun Teh Jamus juga akan jauh lebih adaptif dan *agaile* terhadap perkembangan. Kemampuan adaptasi yang baik ini nantinya juga akan mewujudkan pengelolaan wisata yang kreatif dan inovatif, sehingga siapapun akan merasa tertarik untuk berkunjung di lokasi wisata Kebun Teh Jamus.

Pencapaian *PEACe Regionity* ini juga berkaitan dengan perwujudan kemandirian daerah dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam berupa pemandangan kebun teh dan beberapa sumber mata air alami yang sejak dahulu telah tersedia di lokasi Kebun Teh Jamus ini.

Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan dan data yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa kondisi pengelolaan Kebun Teh Jamus saat ini belum dikelola secara optimal, sehingga melalui penelitian ini penulis menawarkan strategi inovasi dalam rangka optimalisasi pengelolaan Kebun Teh Jamus melalui program *Smart Ecotourism* guna mencapai *PEACe Regionity*. Namun di samping itu, dalam pengimplementasian program tersebut diprediksi akan menemui beberapa hambatan dan tantangan. Antara lain terkait dengan Sumber Daya Manusia dalam upaya digitalisasi, dan kurangnya koordinasi di antara aktor yang terlibat (masyarakat, pemerintah, swasta) sehingga membuat penerapan *co-production* tidak berjalan maksimal. Meskipun demikian, kami memiliki harapan besar apabila program ini berhasil diimplementasikan, yaitu meningkatnya *quality of life* dari seluruh aktor *co-production* yang terlibat dan merasakan dampak positif dari optimalisasi pengelolaan Kebun Teh Jamus yang nantinya juga akan mewujudkan *PEACe Regionity*.

Daftar Pustaka

- Bao, G., Wang, X., Larsen, G. L., & Morgan, D. F. (2013). Beyond new public governance: A value-based global framework for performance management, governance, and leadership. *Administration & society*, Vol. 45, No. 4, pp. 443-467.
- Chang, V., 2021. An ethical framework for big data and smart cities. *Technological Forecasting & Social Change*, Vol. 165, pp. 1-11
- Fandeli, C., 2000. *Pengertian dan Konsep Dasar Ekowisata*. Yogyakarta: Fakultas Kehutanan UGM
- Natalia, B., 2020. *Analisa Sistem Informasi Akuntansi Penggajian untuk Meningkatkan Efektivitas Pengendalian Internal Pada PT Gamma Utama Sejati*. Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPNVJ
- Pantiyasa, I. W., 2019. Konstruksi Model Pengembangan Desa Wisata menuju Smart Eco-Tourism di Desa Paksewali, Klungkung, Bali. *Jurnal Kajian Bali*, Vol. 171
- Prasanti, D., 2018. Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6, No. 1, pp. 15-22.
- Purnomo, R. A., 2016. *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media.
- Rohani, R., 2017. *Meningkatkan Kreativitas Anak Usia Dini Melalui Media Bahan Bekas*. *Jurnal Raudhah*, Vol. 5, No. 2
- Saryono. 2010., *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung :Alfabeta.
- Stevani, L. R., September 10, 2018. *Menikmati Pemandangan Indah di Kebun Teh Jamus Ngawi*. Diakses melalui <https://jatim.antaranews.com/berita/262659/menikmati-pemandangan-indah-di-kebun-teh-jamus-ngawi> pada 16 April 2021.
- Subekti, Tia R. D., 2019. Penerapan Model Smart Village dalam Pengembangan Desa Wisata: Studi pada Desa Wisata Boon Pring Sanankerto Turen Kabupaten Malang. *Journal of Public Administration and Local*

Governance, pp. 24-26.

Suwardi., 2015. *Cara Belajar Efektif*. Jurnal Keperawatan GSH, Vol. 4, No. 1

Tedjo, P., 2017. *Inovasi Daerah, Kemandirian, dan Daya Saing Di Era Baru
Pembangunan Otonomi Daerah*. Mimbar Administrasi FISIP UNTAG
Semarang, Vol. 12, No. 17, pp. 41

Then, C. K., 2014. *Adapting Early Childhood Curriculum For Children With
Special Needs*

Timpe, A. D., 1992. *Kinerja: Seri Manajemen Sumber Daya Manusia*

Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.

Wulandari, D. R., 2016. *Strategi Pengembangan Perilaku Adaptif Anak
Tunagrahita Melalui Model Pembelajaran Langsung*. Jurnal
Pendidikan Khusus, Vol. 12, No. 1