

**ANALISIS PENGEMBANGAN AGROWISATA PERKEBUNAN LEMON
MENGUNAKAN PENDEKATAN *PENTAHHELIX*
(Studi Kasus PT Moafarm *Field & Food* Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten
Banyumas)**



Skripsi

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E.)

Oleh :

TRIO RIAN PURNOMO
214110201185

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI SYARIAH DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K. H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Trio Rian Purnomo
NIM : 214110201185
Jenjang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Pengembangan Agrowisata Perkebunan Lemon Menggunakan Pendekatan *Pentahelix* (Studi Kasus PT Moafarm *Field & Food* Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas).

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 09 Oktober 2025

Saya yang menyatakan,



Trio Rian Purnomo

NIM. 214110201185



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

Analisis Pengembangan Agrowisata Perkebunan Lemon Menggunakan Pendekatan *Pentahelix* (Studi Kasus Pt Moafarm Field & Food Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas)

Yang disusun oleh Saudara **Trio Rian Purnomo NIM 214110201185** Program Studi **S-1 Ekonomi Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin, 20 Oktober 2025** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
NIP. 19741217 200312 1 006

Sekretaris Sidang/Penguji

Muhammad Wildan, S.E.Sy., M.Sy.
NIP. 19890210 202521 1 015

Pembimbing/Penguji

Ryan Fahmi Hikmat, S.E., M.M.
NIP. 19920328 202012 1 005

Purwokerto, 27 Oktober 2025

Mengesahkan
Dekan,



Prof. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di-
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Trio Rian Purnomo NIM 214110201185 yang berjudul :

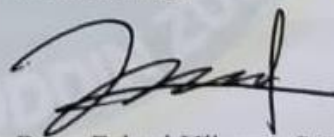
Analisis Pengembangan Agrowisata Perkebunan Lemon Menggunakan Pendekatan *Pentahelix* (Studi Kasus PT Moafarm *Field & Food* Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 09 Oktober 2025

Pembimbing,



Ryan Fahmi Hikmat, S.E., M.M.

NIP. 19920328 202012 1 005

**ANALYSIS OF LEMON PLANTATION AGROTOURISM DEVELOPMENT
USING THE PENTAHHELIX APPROACH
(A Case Study of PT Moafarm Field & Food, Pekaja Village, Kalibagor District,
Banyumas Regency)**

Trio Rian Purnomo

NIM. 214110201185

Email: triorian05@gmail.com

ABSTRACT

Agrotourism is a form of tourism that utilizes agro-business activities within tourism as both tourist attractions and tourism activities integrated with agriculture. The use of plantation, farming, and livestock land has the potential to be developed as a new tourist attraction that not only supports the community's economy but also adds value to the tourism sector. However, its development is still constrained by aspects such as promotion, inter-party collaboration, and limited infrastructure.

This research uses a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation, and then analyzed using descriptive qualitative techniques. The objective of the study is to analyze the potential of lemon agrotourism at PT Moafarm field & food and to identify development strategies based on the pentahelix approach, involving the government, academia, business actors, the community, and the media.

The results show that the implementation of the pentahelix approach at Moafarm has been carried out but not yet optimally. The government plays a role in regulation and infrastructure, academia provides research and training support, business actors develop products and facilities, the community is involved in management and local product provision, while the media supports digital promotion. The main strengths of Moafarm lie in the development of lemon products and livestock, with downstream processing through Moe Resto, as well as strong community support. Nevertheless, limited promotion, weather factors, and accessibility remain as obstacles. This study concludes that collaboration through the pentahelix approach can enhance tourism attractiveness, empower the local economy, and maintain environmental sustainability. To achieve sustainable development of lemon agrotourism, it is necessary to strengthen stakeholder coordination, develop tourism products, enhance digital promotion, and provide adequate infrastructure support.

Keywords: Agrotourism, Pentahelix Approach, Tourism Development, Lemon Plantation

**ANALISIS PENGEMBANGAN AGROWISATA PERKEBUNAN LEMON
MENGUNAKAN PENDEKATAN *PENTAHHELIX*
(Studi Kasus PT Moafarm *Field & Food* Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten
Banyumas)**

Trio Rian Purnomo

NIM. 214110201185

Email: triorian05@gmail.com

ABSTRAK

Agrowisata merupakan bentuk pariwisata yang memanfaatkan usaha agro (agribisnis) pada kegiatan pariwisata sebagai objek wisata dan kegiatan wisata dengan aktivitas pertanian. Pemanfaatan lahan perkebunan, pertanian dan peternakan, berpotensi dikembangkan sebagai daya tarik wisata baru yang tidak hanya mendukung perekonomian masyarakat, tetapi juga memberi nilai tambah bagi sektor pariwisata. Namun, pengembangannya masih terkendala pada aspek promosi, kolaborasi antar-pihak, dan keterbatasan infrastruktur.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif. Tujuan penelitian adalah menganalisis potensi agrowisata lemon di PT Moafarm *field & food* serta mengidentifikasi strategi pengembangan berbasis pendekatan *pentahelix* yang melibatkan pemerintah, akademisi, pelaku usaha, masyarakat, dan media.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan pendekatan *pentahelix* di Moafarm sudah berjalan, tetapi belum optimal. Pemerintah berperan dalam regulasi dan infrastruktur, akademisi memberikan dukungan riset dan pelatihan, pelaku usaha mengembangkan produk dan fasilitas, masyarakat terlibat dalam pengelolaan dan penyediaan produk lokal, sedangkan media mendukung promosi digital. Keunggulan utama Moafarm terletak pada pengembangan produk lemon dan peternakan, dengan hilirisasi melalui Moa Resto, serta dukungan masyarakat. Meski demikian, keterbatasan promosi, faktor cuaca, dan aksesibilitas masih menjadi hambatan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kolaborasi pendekatan *pentahelix* dapat meningkatkan daya tarik wisata, memberdayakan ekonomi lokal, dan menjaga keberlanjutan lingkungan. Untuk mencapai pengembangan agrowisata lemon yang berkelanjutan, diperlukan penguatan koordinasi antar stakeholder, pengembangan produk wisata, promosi digital, serta dukungan infrastruktur yang memadai.

Kata Kunci : Agrowisata, Pendekatan *Pentahelix*, Pengembangan Pariwisata dan Perkebunan lemon

PEDOMAN TRASLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>ba`</i>	b	be
ت	<i>ta`</i>	t	te
ث	<i>sa</i>	š	es (dengan titik diatas)
ج	<i>jim</i>	j	je
ح	<i>h</i>	h	ha (dengan garis di bawah)
خ	<i>kha`</i>	kh	ka dan ha
د	<i>dal</i>	d	de
ذ	<i>zal</i>	z	ze (dengan titik di atas)
ر	<i>ra`</i>	r	er
ز	<i>zai</i>	z	zet
س	<i>sin</i>	s	es
ش	<i>syin</i>	sy	es dan ye
ص	<i>šad</i>	š	es
ض	<i>dad</i>	ḍ	es (dengan garis di bawah)
ط	<i>ta`</i>	ṭ	de (dengan garis di bawah)
ظ	<i>za`</i>	ẓ	te (dengan garis dibawah)
ع	<i>'ain</i>	‘	zet (dengan garis di bawah)
غ	<i>gain</i>	g	koma terbalik di atas
ف	<i>fa`</i>	f	ge
ق	<i>qaf</i>	q	ef
ك	<i>kaf</i>	k	qi
ل	<i>lam</i>	l	‘el
م	<i>mim</i>	m	‘em
ن	<i>nun</i>	n	‘en
و	<i>waw</i>	w	w
ه	<i>ha`</i>	h	ha
ء	<i>hamzah</i>	‘	apostrof
ي	<i>ya`</i>	y	ye

2. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

عدة	ditulis	‘iddah
-----	---------	--------

3. *Ta' marbutah* kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	hikmah	جزية	ditulis	<i>jizyah</i>
------	---------	--------	------	---------	---------------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliyā</i>
----------------	---------	--------------------------

- b. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t.

زكاة الفطر	ditulis	<i>zakāt al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

4. Vokal pendek

◌َ	fathah	ditulis	a
◌ِ	kasrah	ditulis	i
◌ُ	dammah	ditulis	u

5. Vokal panjang

1.	fathah + alif	ditulis	<i>ā</i>
	جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyah</i>
2.	fathah + ya' mati	ditulis	<i>ā</i>
	تنس	ditulis	<i>tansā</i>
3.	kasrah + ya' mati	ditulis	<i>i</i>
	كريم	ditulis	<i>karim</i>
4.	dammah + wawu mati	ditulis	<i>ū</i>
	فروض	ditulis	<i>furūd</i>

6. Vokal rangkap

1.	fathah + ya' mati	ditulis	<i>ai</i>
	بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2.	fathah + wawu mati	ditulis	<i>au</i>
	قول	ditulis	<i>qaul</i>

7. Vokal rangkap yang berurutan dalam satuan kata dipisahkan *apostrof*

انتم	ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>

8. Kata sandang alif + lam

- a. Bila diikuti huruf *qomariyyah*

القياس	ditulis	<i>al-qiyās</i>
--------	---------	-----------------

- b. Bila diikuti huruf *syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya

السماء	ditulis	<i>as-samā</i>
--------	---------	----------------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذوي الفروض	ditulis	<i>ẓawi al-furūd</i>
------------	---------	----------------------



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr. wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul Analisis pengembangan agrowisata perkebunan lemon menggunakan pendekatan *pentahelix* (studi kasus PT Moafarm *field & food* Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas) dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, dan para sahabat beliau hingga akhir zaman. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata 1 (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Skripsi berjudul “Analisis Pengembangan Agrowisata Perkebunan Lemon menggunakan Pendekatan *Pentahelix* (Studi Kasus PT Moafarm *Field & Food* Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas) ini merupakan bentuk kontribusi ilmiah penulis selama menempuh pendidikan. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari doa, dukungan, serta bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bimbingan, arahan, dan semangat yang telah diberikan selama proses ini berlangsung. Dengan tulus, penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

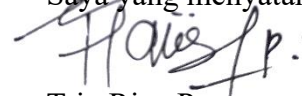
1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M., Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Prof. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Dr. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Dr. Hj. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si., selaku Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Dr. H. Sochimim, Lc., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
13. Ryan Fahmi Hikmat, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang dengan penuh dedikasi telah membimbing penulis melalui setiap proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas waktu, tenaga, pikiran, serta ilmu yang telah diberikan dengan kesabaran dan ketulusan, penulis merasa sangat terbantu dan terinspirasi. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan dengan limpahan pahala dan keberkahan dalam kehidupan dunia maupun akhirat.
14. Segenap Dosen dan Staff administrasi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang sudah membantu penulis dalam hal administrasi surat menyurat, khususnya untuk Staff administrasi FEBI telah sabar dan selalu ramah melayani kami.

15. Pihak Pengelola Agrowisata PT Moafarm *field & food* dan terkhusus Bapak Dwiki Harissasongko dan Bapak Seftira Hanggara yang telah memberikan izin penulis melakukan penelitian ditempat tersebut
16. Kepada seluruh karyawan dan informan PT Moafarm *field & food* yang telah membantu penulis dalam memperoleh informasi.
17. Kepada keluarga Ekonomi Syariah 2021 dan terkhusus kepada Ekonomi Syariah (Alien Class) E terima kasih sudah tukar ilmu serta kebersamai selama perkuliahan.
18. Kepada teman-teman Al-Amin 2021 dan senior yang sudah memberi ilmu, dan menjadi teman baru, selama saya di Kota Purwokerto, semoga pertemanannya awet sampai tua.
19. Untuk kedua orang tua tercinta Bapak Purnomo dan Ibu Sawiyati, dan kaka-kaka, adik, terima kasih banyak yang tak terhingga atas cinta, doa, dan pengorbanan tiada henti yang telah mengiringi setiap langkah penulis hingga sampai pada titik ini. Segala perjuangan dan ketulusan Bapak dan Ibu menjadi kekuatan terbesar dalam perjalanan hidup ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan umur yang berkah untuk Bapak dan Ibu.
20. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, semangat dan motivasi kepada peneliti dan sudah membantu peneliti dalam proses menyelesaikan skripsi ini, tidak mungkin bisa peneliti sebutkan satu-persatu.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala doa, dukungan, serta bantuan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan dengan limpahan rahmat dan keberkahan. Meskipun karya ini masih jauh dari kesempurnaan, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menjadi inspirasi bagi pembaca. Aamiin yaa Rabbal 'Alamin.

Saya yang menyatakan,



Trio Rian Purnomo
NIM : 214110201185

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
PEDOMAN TRASLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	vii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
MOTTO	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	11
C. Rumusan Masalah.....	12
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
E. Sistematika Pembahasan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Kajian Teori	16
1. Agrowisata	16
2. Pengembangan Pariwisata.....	20
3. Pendekatan <i>Pentahelix</i>	24
4. Jeruk Lemon.....	28
5. Analisis SWOT	32
B. Kajian Pustaka	36
C. Landasan Teologis	39
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Jenis Penelitian	43
B. Tempat dan Waktu Pelaksanaan.....	43
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	43

D. Sumber Data	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
F. Uji Keabsahan Data	46
G. Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Gambaran Umum Agrowisata PT Moafarm <i>Field & Food</i>	49
B. Strategi Pengembangan Agrowisata Dalam Meningkatkan PT Moafarm ...	55
C. Analisis Peran Pendekatan <i>Pentahelix</i> Dalam Pengembangan Agrowisata PT Moafarm	63
D. Analisis SWOT dalam Pengembangan Agrowisata PT Moafarm	68
BAB V PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	82



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil kunjungan pada Bulan Januari-Juli Tahun 2025	3
Tabel 1. 2 Hasil panen buah lemon	4
Tabel 1. 3 Luas lahan perkebunan jeruk di Banyumas.....	5
Tabel 2. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	37
Tabel 4. 1 Struktur organisasi PT Moafarm <i>field & food</i>	54
Tabel 4. 2 Matriks peran pendekatan <i>pentahelix</i> di PT Moafarm <i>field & food</i>	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Siklus hidup destinasi wisata menurut Richard W. Butler	22
Gambar 2. 2 Model <i>Pentahelix</i> (PRINDONESIA.CO, 2024)	24
Gambar 4. 1 Pintu masuk ke lokasi Moafarm.....	52
Gambar 4. 2 Lokasi Agrowisata Moafarm.....	52
Gambar 4. 3 Siklus Hidup PT Moafarm	56
Gambar 4. 4 Wisata Jeruk Lemon.....	58
Gambar 4. 5 Wisata Edu Farm	59
Gambar 4. 6 Edu farm hewan	61



MOTTO

Jadilah orang yang rendah hati seperti padi yang semakin berisi akan semakin tunduk

-

Kalau ga punya bakat minimal punya skill nekat

‘tmrp’

***“Cukuplah bagi kami allah sebagai penolong dan dia adalah
sebaik-baik pelindung”***

-



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu faktor penting bagi suatu negara maju maupun berkembang. Sektor pariwisata dipandang sebagai sesuatu yang memiliki potensi pada perekonomian, politik, sosial, budaya dan lain-lain (Helita & Fitriyah, 2024). Pembangunan sektor pariwisata adalah langkah yang bisa diambil untuk mencapai integrasi dalam pemanfaatan sebagai sumber daya di bidang pariwisata. Melalui penerimaan valuta asing, sektor pariwisata dapat menyumbang pendapatan daerah, menciptakan lapangan pekerjaan, serta menarik investasi dan pengembangan bisnis. Pariwisata yang berorientasi masyarakat menjadi salah satu metode yang semakin banyak diterapkan dalam pengembangan pariwisata di zaman sekarang, terutama di negara-negara berkembang. Di setiap daerah memiliki potensi yang besar untuk pengembangan suatu destinasi atau lokasi wisata.

Konsep agrowisata semakin banyak dikembangkan, baik di negara maju maupun berkembang, termasuk di negara Indonesia. Agrowisata berperan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat serta menjaga pelestarian keberlanjutan lingkungan. Agrowisata pada awalnya dikenal sebagai ekowisata atau *ecotourism* (Saeroji, 2020). Agrowisata, atau bisa juga disebut *agrotourisme*, merupakan kegiatan wisata yang memanfaatkan usaha agro (agribisnis) sebagai objek wisata, dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan, pengalaman, rekreasi, dan hubungan bisnis di sektor bidang pertanian (Journal et al., 2020).

Agrowisata adalah bentuk pariwisata yang menggabungkan wisatawan dengan aktivitas di sektor pertanian (Kader & Soleman, 2020). Beragam aktivitas yang dapat dilakukan dalam agrowisata, seperti mulai dari panen, menanam berbagai jenis sayuran dan buah-buahan, hingga mempelajari berbagai metode bercocok tanam baik tradisional maupun modern. Dalam agrowisata, wisatawan tidak hanya menikmati pemandangan alam yang indah dan hasil-hasil

pertanian, tetapi juga diberi kesempatan untuk ikut serta dalam berbagai proses produksi pertanian.

Ketersediaan lahan tanah yang luas menawarkan peluang yang besar untuk mengembangkan beragam usaha di sektor pertanian. Pemanfaatan lahan ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi negara dengan mengintegrasikan kegiatan perkebunan dan pariwisata yang kemudian akan dikembangkan menjadi konsep agrowisata (Saehudin, 2023). Agrowisata merupakan suatu pendekatan dalam pengembangan pariwisata yang keberlanjutan, dengan berbasis ramah lingkungan dan tetap mempertimbangkan aspek sosial, ekonomi, serta budaya masyarakat setempat (Fauziah & Warlina, 2022). Agrowisata berusaha untuk mengecilkan dampak negatif melalui upaya pelestarian sumber daya alam. Pengembangan agrowisata sangat vital untuk menarik minat wisatawan dan memperkenalkan mereka pada elemen-elemen alam.

PT Moafarm *field & food* merupakan wisata berkembang di Kabupaten Banyumas, Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor yang memanfaatkan keindahan lingkungan perkebunan, peternakan dan resto (*café*) berada di bukit menjadi salah satu bentuk perubahan lahan dan pengembangan yang terjadi. Dengan adanya visi tersebut untuk meningkatkan jumlah destinasi wisata yang tersedia di PT Moafarm *field & food* (Arsyieta et al., 2024). PT Moafarm *field & food* juga memanfaatkan kemajuan informasi serta teknologi untuk mengembangkan wilayahnya menjadikan destinasi wisata menarik. Dengan luas kurang lebih sekitar 4 hektar, Moafarm *field & food* yang dikelola oleh Pak Dwiki menyajikan beragam wisata edukasi, seperti perkebunan, *mini offroad* (ATV), peternakan, kuliner, dan masih banyak lainnya.

Berdasarkan data observasi jumlah pengunjung pada Bulan Januari sampai Bulan Juli 2025 tercatat 3.972 berkunjung dengan menggunakan motor dan mobil. Adapun pengunjung yang menikmati wahana ATV sebanyak 323 dan mengikuti wisata edufarm sebanyak 770. Namun, jumlah pengunjung masih berfluktuasi setiap bulannya.

Data Jumlah Pengunjung Agrowisata PT Moafarm *field & food* pada Bulan Januari-Juli Tahun 2025.

Tabel 1. 1 Hasil kunjungan pada Bulan Januari-Juli Tahun 2025

Pengunjung	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Total
Sum of V. Motor	1400	370	247	349	295	333	135	3129
Sum of V. Mobil	0	168	96	166	141	143	129	843
Sum of V. ATV S	91	26	7	61	22	23	12	242
Sum of V. ATV L	3	1	0	1	35	29	12	81
Sum of V. EDU	102	37	0	9	233	264	125	770

Sumber 1 : Data primer

Banyumas memiliki banyak lahan pertanian yang sangat luas menjadikan modal utama dalam meningkatkan penghasil pertanian dalam pengembangan modern agrowisata. Daya tarik utama agrowisata di daerah ini adalah pemandangan alam yang khas perkebunan dan pertanian (Indriatno et al., 2023). Dengan skala usaha lahan pertanian yang cukup dan tersebar luas, peluang ini dapat mendukung pengelolaan agrowisata berbasis komunitas atau dukungan yang lain untuk mengembangkan sektor pertanian, dan yang tidak hanya mampu menarik minat pengunjung tetapi juga memberdayakan masyarakat sekitar. Melalui integrasi antara aktivitas pertanian dan sektor pariwisata, pengunjung dapat memperoleh pengalaman langsung, seperti memahami proses bercocok tanam, melihat cara pengolahan hasil panen, hingga menikmati berbagai produk khas hasil bumi dari Banyumas.

Pembangunan wilayah yang secara terus - menerus dengan memanfaatkan kemajuan informasi serta teknologi mampu mengembangkan wilayah tersebut semakin maju. Pengembangan sektor pertanian dan perkebunan diharapkan dapat meningkatkan perekonomian sekitar dengan pemberdayaan masyarakat dalam berpartisipasi untuk mengembangkan agrowisata (*sustainable tourism*) (Pugra et al., 2021). Potensi mengembangkan suatu wilayah tentu dipengaruhi

oleh sebuah kecocokan antara lingkungan fisik yang akan memberikan hasil yang sesuai diharapkan.

Berikut data hasil panen per-kg pada perkebunan lemon di PT Moafarm *field & food* untuk tahun 2024.

Tabel 1. 2 Hasil panen buah lemon

No.	Bulan	Jumlah
1	Januari	1.381
2	Februari	1.313
3	Maret	1.450
4	April	1.176
5	Mei	1.742
6	Juni	1.562
7	Juli	1.573
8	Agustus	1.584
9	September	2.123
10	Oktober	1.225
11	November	980
12	Desember	1.145
Jumlah		17.254 kg

Sumber 2 : Data Primer hasil panen lemon tahun 2024

Berdasarkan hasil data panen selama tahun 2024, menunjukkan bahwa produksi lemon tidak stabil setiap bulan, namun secara kumulatif menghasilkan total sebanyak 17.254 kg dalam satu tahun. Hasil panen tertinggi terjadi pada bulan September sebanyak 2.123 kg, dipengaruhi oleh musim cuaca dan kondisi lingkungan fisik yang mendukung proses pertumbuhan buah secara optimal. Sementara itu, hasil terendah tercatat pada Bulan November, dengan jumlah panen sebesar 980 kg terjadi akibat curah hujan tinggi. Secara umum, hasil panen stabil di kisaran 1.000–1.700 kg per bulan, menunjukkan adanya pola produksi yang relatif konsisten dengan peningkatan signifikan di beberapa bulan tertentu seperti Mei (1.742 kg) dan Juni (1.562 kg).

Data BPS statistik agrikultural SPH-SBS dalam pemanfaatan lahan perkebunan lemon di Banyumas pada periode 2021-2023 (BPS Kabupaten Banyumas, 2023).

Tabel 1. 3 Luas lahan perkebunan jeruk di Banyumas

Luas lahan perkebunan jeruk	2021	2022	2023
Jeruk besar / Pomelo	81	27	67
Jeruk lemon /Lemon	569	1.300	1.373
Jeruk siam/Keprook	10.080	22.278	9.539

Sumber 3 : Data BPS statistik agrikultural SPH-SBS Tahun 2021-2023

Potensi tersebut, perkebunan jeruk lemon dapat diintegrasikan sebagai bagian dari pengembangan kawasan agrowisata. Konsep agrowisata, yang sering dipahami sebagai pariwisata berbasis pertanian atau pariwisata pedesaan, memungkinkan pengunjung menikmati pengalaman wisata yang berkaitan dengan kegiatan pertanian tradisional. Di Banyumas, perkebunan lemon yang berkembang pesat ini dapat menjadi daya tarik baru bagi wisatawan yang tertarik dengan kegiatan pertanian, serta memberikan kesempatan untuk memperkenalkan produk lokal (BPS Kabupaten Banyumas, 2023). Selain memberikan pengalaman wisata yang edukatif, pengembangan agrowisata berbasis perkebunan lemon juga mampu mendorong pemberdayaan ekonomi sekitar. Dalam jangka panjang, strategi ini dapat membantu mengoptimalkan potensi kawasan pedesaan di Banyumas sekaligus meningkatkan perekonomian masyarakat.

Pendekatan *pentahelix* memiliki peran penting dalam agrowisata di PT Moafarm *field & food* dengan tujuan menciptakan pariwisata yang kompeten yang dapat meningkatkan perkebunan, pertanian dan kemampuan masyarakat sekitarnya melalui kolaborasi dalam proses pengembangan (Lestari et al., 2022). Pendekatan *Pentahelix* dapat diartikan sebagai kolaborasi *stakeholder* yang bertujuan untuk mengembangkan potensi suatu daerah (Arsyieta et al., 2024). Dalam konteks ini, *pentahelix* melibatkan lima *stakeholder* seperti pemerintah, akademisi, pelaku usaha, masyarakat, dan media, yang bekerja sama untuk mengatasi tantangan yang dihadapi dalam pengembangan agrowisata di PT Moafarm *field & food*. Peran pemerintah sangat penting dalam kebijakan

pengembangan agrowisata, seperti memberikan insentif bagi petani yang mengelola lahan dan memperbaiki infrastruktur di Daerah Banyumas.

Masyarakat setempat dapat terlibat langsung dalam kegiatan agrowisata, mulai dari menjadi pemandu wisata, menyediakan produk lokal, hingga mengelola lokasi atau fasilitas pendukung lainnya (Johannes et al., 2021). Pelaku usaha bisa turut serta dengan mengembangkan usaha terkait, seperti penyediaan transportasi, akomodasi, atau promosi produk pertanian. Akademisi bisa berkontribusi dalam riset dan pengembangan teknik pertanian yang lebih efisien serta memberikan pelatihan kepada petani. Media memainkan peran penting dalam mempromosikan potensi agrowisata di Banyumas, baik melalui media sosial, artikel, maupun iklan untuk menarik wisatawan. Agar pariwisata Banyumas bisa berkembang maju, perhatian dari pemerintah sangat diperlukan (Kusumastuti D & Purwoko O. E., 2023). Model *pentahelix* adalah sebuah pendekatan yang digunakan sebagai acuan untuk menciptakan sinergi yang kuat dan terpadu di antara berbagai pihak yang berkepentingan (Rosardi, 2020).

Menurut Rampersad et al., dalam Pusparani (2021) menunjukkan bahwa implementasi pada konsep *pentahelix* yang telah berjalan dengan baik memberikan kontribusi yang kuat antara pemerintah, pelaku bisnis, masyarakat, akademisi, dan media telah berkontribusi terhadap kemajuan yang signifikan pada keberhasilan agrowisata ini. Berdasarkan (Pugra et al., 2021) kolaborasi yang sinergis antara lima aktor *pentahelix*, yaitu pemerintah, akademisi, pelaku pariwisata (pebisnis), media massa, dan masyarakat, memiliki peran krusial dalam mendukung kelancaran proses pengembangan desa wisata.

Perkembangan lahan pertanian menjadikan destinasi agrowisata dapat meningkatkan pendapatan masyarakat (Johannes et al., 2021). Dimana agrowisata lemon menyediakan fasilitas yang mendukung seperti dapat mengeksplor alam, pengembangan joglo *cafe*, edukasi dalam hal perkebunan maupun peternakan dan dapat menikmati mobil *mini offroad* (ATV). Pengalaman unik ini menjadi daya tarik utama agrowisata, menawarkan keindahan alam yang memanjakan para pengunjung di perkebunan lemon.

Beberapa penelitian terdahulu terkait pengembangan agrowisata dalam pendekatan *pentahelix* yang telah dilakukan. Menurut Fauziah dan Warlina (Fauziah & Warlina, 2022) pengembangan agrowisata di Kecamatan Lembang saat ini belum sepenuhnya sesuai dengan karakteristik wilayahnya. Beberapa agrowisata hanya memanfaatkan keindahan alam dan suasana sejuk tanpa mempertimbangkan pengembalian lahan untuk kegiatan pertanian. Padahal, potensi pertanian yang kuat di Kecamatan Lembang seharusnya dimanfaatkan sebagai inovasi utama dalam pengembangan agrowisata.

Berdasarkan Azizah dan Rahmawati (Arianti & Harinta, 2020), Agrowisata menjadi sumber perekonomian bagi masyarakat yang harus dikembangkan dengan strategi yang tepat, seperti kekuatan internal utamanya di Belimbing Karang Sari merupakan aspek sarana dan prasarana yang memadahi sedangkan kelemahan internal adalah kurangnya kebersihan dan mahal nya harga belimbing. Faktor peluang eksternal utamanya adalah adanya dukungan dari pemerintah dan terkenalnya buah belimbing yang berasal dari Blitar sedangkan ancaman eksternalnya adalah pohon belimbing yang hanya berbuah 3 tahun sekali. Penelitian ini menggunakan Strategi prioritas utama berdasarkan analisis QSPM adalah strategi menyediakan fasilitas petik buah yang memadahi agar dapat bersaing dengan tempat wisata lain.

PT Moafarm *field & food* merupakan salah satu usaha di bidang agrowisata, yang mana kebun lemon masih menghadapi tantangan terkait dengan faktor lingkungan dan perkembangan di dalam perusahaan. Terdapat sejumlah tantangan, baik dari dalam maupun dari luar, yang berdampak pada peningkatan usaha (Nashir, 2023). Dengan adanya kondisi tersebut maka diperlukan dalam penelitian tentang analisis kontribusi pendekatan *pentahelix* dalam pengembangan agrowisata kebun lemon untuk mencapai berkelanjutan.

Menurut Arrahman dan Suwaryono (M et al., 2024), model *pentahelix* dalam pengembangan agrowisata di Desa Wisata Kubu Gadang telah dilaksanakan secara kolaboratif dengan melibatkan berbagai aktor, seperti Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kota Padang Panjang berperan sebagai sektor utama. Peran yang signifikan dari semua aktor dalam *pentahelix* telah

berkontribusi pada keberhasilan Desa Wisata Kubu Gadang menjadi desa agro pada tahun 2022, mengingat potensi yang ada di desa tersebut sesuai dengan konsep wisata agro. Namun, penulis mencatat adanya kendala, yaitu kurangnya anggaran khusus untuk pengembangan Desa Wisata Kubu Gadang karena fokus utama Dinas Pemuda dan Olahraga Kota Padang Panjang tidak terletak pada pengembangan desa wisata ini, yang mengakibatkan stagnasi dalam proses pengembangan.

Haryadi, Noor, Deliana, dan Hamdani (Heryadi et al., 2022), berpendapat bahwa untuk mencapai keberlanjutan dalam agribisnis padi organik, dilakukan kerjasama dari berbagai pihak melalui pendekatan *pentahelix*. Dalam model kerjasama ini melibatkan lima lini, yaitu *Academics, Business sector, Government, Community and Media*. Tujuannya setiap pemangku kepentingan memiliki peran dan tujuan bersama, serta mengoptimalkan sumber daya yang ada untuk mendorong inovasi. Dengan kolaborasi yang baik dan kemitraan yang efektif, keberlanjutan agribisnis padi organik diyakini dapat diwujudkan.

Soelistyari, Alfian dan Budiyo dalam (Soelistyari et al., 2020) bahwa strategi pengembangan agrowisata menggunakan analisis SWOT di Desa Pandang Lor, Kabupaten Malang, memiliki potensi yang terbentuk dari aspek fisik, biofisik, sosial dan budaya hingga banyaknya objek serta pendukung yang dapat berkembang. Strategi pengembangan yang paling utama dalam analisis SWOT, dengan mengoptimalkan kegiatan agrowisata yang sudah berjalan dan pendukung lainnya. Dari penelitian ini merekomendasikan adanya kalender agrowisata tahunan, berbagai program agrowisata harian, serta pengembangan pasar wisata untuk mengoptimalkan fungsinya.

Berdasarkan Priani, Dienaputra dan Rakhman dalam (Priani, 2025) untuk mengidentifikasi potensi alam dengan strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan menggunakan analisis SWOT dan PASTEL. Destinasi ekowisata memiliki potensi besar yang mendukung kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan. Namun, pengembangan pariwisata Desa Sukamukti menghadapi sejumlah kelemahan, seperti belum adanya rencana pengembangan wisata yang terperinci, kurangnya promosi dan aksesibilitas yang terbatas dan

pengelolaan yang belum optimal serta fasilitas pendukung yang masih minim menjadi tantangan besar. Dengan menggunakan analisis SWOT dan PAST mengungkapkan beberapa kekuatan, seperti sumber daya alam yang menarik dan inisiatif berbasis masyarakat, di samping kelemahan termasuk infrastruktur yang terbatas. Studi ini memberikan kontribusi teoritis yang signifikan terhadap pariwisata berkelanjutan dan pemangku kepentingan lokal untuk merancang pariwisata yang komprehensif, inklusif dan berkelanjutan.

Menurut (Semnasti et al., 2023) menunjukkan bahwa objek wisata yang tergolong masih baru terdapat berbagai macam permasalahan dan kekurangan yang harus diperbaiki. Berdasarkan hasil analisis dengan kombinasi metode SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) mampu menghasilkan prioritas strategi yang paling efektif untuk diterapkan dalam pengembangan wisata. Analisis SWOT diperoleh strategi SO (*strength-opportunity*) dengan diagram *matrix space* strategi yang paling efektif.

Menurut Clarence, Abdillah, Khairiyyah dan Dariyo dalam (Clarence et al., 2025), terdapat beberapa daya tarik wisata di Manokwari seperti aksesibilitas yang baik dan status kepemilikan oleh pemerintah daerah dan paling banyak di kunjungi. Akan tetapi terdapat kendala yaitu kurangnya perhatian dari pemerintah, tidak jelas apakah dikelola oleh pemerintah atau oleh masyarakat, tidak ada pos keamanan, banyak sampah bertebaran dan sedikit sekali wahana yang ditawarkan kepada pengunjung. Dari hasil analisis menggunakan analisis SWOT menemukan kombinasi strategi SO yang bersifat *Stable growth strategy* adalah strategi mempertahankan pertumbuhan yang ada. Rumusan penelitian ini, strategi pengembangan yaitu membangun infrastruktur wisata yang representatif, menjaga kebersihan, melakukan promosi untuk meningkatkan minat wisata, menambah wahana dan mengupayakan penambahan armada angkutan umum.

Menurut Hoerniasih (A et al., 2024) terdapat sejumlah tantangan dalam penerapan pendekatan *pentahelix*, terutama terkait dalam periklanan. Untuk menangani permasalahan tersebut, berbagai platform media online telah dikembangkan seperti *booklet*, *website*, dan *Instagram* agar lebih terlihat oleh publik. Penggunaan media ini didukung oleh jaringan yang luas sehingga dapat

meningkatkan keefektifan promosi. Hal ini dapat dilakukan melalui peran *pentahelix* dalam eksplorasi dan pengenalan potensi yang dapat memajukan agrowisata. Selanjutnya, perlu dilakukan analisis faktor-faktor *internal* maupun *eksternal* yang mempengaruhi kebun lemon PT Moafarm *field & food* di sektor agrowisata. Dari hasil analisis diharapkan dapat meningkatkan usaha dan mampu mendorong partisipasi petani serta masyarakat sekitar demi kemajuan sektor pariwisata.

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan, pengembangan agrowisata yang dikelola oleh bapak Dwiki dalam wawancara mengenai kebun lemon mengungkapkan bahwa lahan yang dikelola mencakup sekitar 4 hektar. Agrowisata PT Moafarm *field & food* yang berlokasi di Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas terdapat fasilitas-fasilitas yang ada seperti resto (*café*), wisata perternakan dan lain-lain. Dalam wawancara tersebut, bapak Dwiki menyampaikan harapannya agar PT Moafarm *field & food* dapat menghasilkan produk agrowisata yang berkualitas tinggi dan memberikan manfaat bagi masyarakat setempat demi meningkatkan perekonomian. Namun, pengembangan agrowisata saat ini, masih belum optimal sehingga dampak terhadap pariwisata kebun lemon belum terasa signifikan. Oleh karena itu, penulis akan mengimplementasikan metode pendekatan *pentahelix* untuk mengevaluasi peran pengembangan agrowisata yang sesuai dengan karakteristik objek wisata Moafarm *field & food*.

Selama ini, dalam sektor pengembangan agrowisata, diharapkan pendekatan *pentahelix* mampu menghadirkan inovasi dan mendukung pertumbuhan kemajuan ekonomi serta sosial, sebagaimana yang diinginkan oleh PT Moafarm *field & food* yang terletak di Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas. Namun, kerjasama di antara kolaborasi unsur-unsur *pentahelix* yang masih belum sepenuhnya terjalin menimbulkan pertanyaan mengenai, apakah strategi ini dapat berfungsi secara optimal dalam pengembangan agrowisata, terutama mengingat karena sektor ini masih berada di fase tahap perkembangan. Oleh karena itu, penerapan pendekatan *pentahelix*

dalam pengembangan agrowisata pada kebun lemon masih perlu dipertanyakan dan analisis yang lebih mendalam.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan, penulis berminat untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Pengembangan Agrowisata Perkebunan Lemon Menggunakan Pendekatan *Pentahelix* (Studi Kasus Moafarm *Field & Food* Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas)**”. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami pendekatan *pentahelix* dalam pengembangan agrowisata perkebunan lemon.

B. Definisi Operasional

1. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata adalah upaya dalam memperbaharui sumber daya alam yang dapat melibatkan masyarakat dalam pengelolaan, untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi dan menjaga pelestarian sumber daya alam. Potensi pengembangan adalah suatu adanya potensi untuk tujuan mengembangkan lahan pekarangan menjadikan tempat wisata.

Tujuan dari pengembangan pariwisata adalah untuk memperdayakan masyarakat, pendapatan daerah dan meningkatkan pengunjung secara berkelanjutan, baik melalui pembangunan dan pemeliharaan.

2. Agrowisata

Agrowisata merupakan suatu konsep pariwisata yang menekankan pada pemanfaatan sumber daya alam yang secara bijaksana guna mendukung perekonomian masyarakat tanpa mencemari lingkungan. Agrowisata berusaha menawarkan pengalaman wisata yang berharga dan bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat.

3. Pendekatan *Pentahelix*

Pendekatan *pentahelix* adalah strategi atau inovasi dalam mengembangkan sektor pariwisata yang melibatkan lima pemangku kepentingan utama yakni akademisi, pemerintah, sektor bisnis, komunitas, dan masyarakat.

Tujuan dari *pentahelix* adalah untuk menciptakan pengembangan pariwisata yang bersifat berkelanjutan dan saling bekerja sama. Inovasi yang bersifat kolaborasi ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas wisata, sekaligus memberikan keuntungan sosial dan ekonomi kepada masyarakat sekitar.

4. Jeruk Lemon

Jeruk lemon merupakan tanaman hortikultura jenis *Citrus limon* yang tergolong dalam *famili Rutaceae*. Jeruk lemon (*Citrus limon*) juga merupakan buah yang kaya akan vitamin C dan kalsium. Secara operasional, dalam penelitian ini jeruk lemon dipahami sebagai komoditas utama yang dibudidayakan di kawasan agrowisata serta memiliki nilai ekonomi, edukatif, dan wisata.

5. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat untuk memahami kondisi faktor internal dan eksternal suatu organisasi, pengembangan, atau proyek dalam merumuskan strategi yang tepat. Analisis SWOT singkatan dari kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threats*).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi PT Moafarm *field & food* dalam meningkatkan pengembangan agrowisata?
2. Bagaimana pengembangan agrowisata perkebunan lemon di PT Moafarm *field & food* dengan menggunakan pendekatan *pentahelix*?
3. Bagaimana pengembangan agrowisata perkebunan lemon menggunakan analisis SWOT?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan beberapa tujuan Penelitian:
 - a. Untuk menganalisis potensi agrowisata dengan masyarakat sekitar dan mengembangkan pertumbuhan ekonomi melalui kunjungan maupun hasil produksi dalam pengembangan agrowisata perkebunan lemon di PT Moafarm *field & food*.
 - b. Mengidentifikasi strategi pendekatan *pentahelix* dalam pengembangan agrowisata perkebunan lemon.
 - c. Untuk mengidentifikasi pengembangan agrowisata perkebunan lemon di PT Moafarm *field & food* dengan menggunakan analisis SWOT.

2. Manfaat penelitian

- a. Manfaat teoritis

Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan dasar bagi penelitian berikutnya, sehingga dapat menghasilkan analisis yang lebih mendalam dan pengembangan yang lebih berkualitas dari peneliti saat ini. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan bacaan atau referensi bagi peneliti di masa mendatang, baik di lingkup Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, maupun di lingkungan akademis lainnya, sehingga dapat berkontribusi dalam merancang penelitian yang berkaitan dengan pendekatan *pentahelix*.

- b. Manfaat praktis

- 1) Bagi agrowisata PT Moafarm *field & food*

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan dan memberikan kontribusi literatur tambahan bagi PT Moafarm *field & food* yang berkaitan dengan pengembangan agrowisata dengan sistem pendekatan *pentahelix*. Temuan ini akan menjadi dasar bagi kajian atau evaluasi yang lebih mendalam, serta berfungsi sebagai panduan untuk perbaikan kelemahan yang ada dalam industri pariwisata. Dengan demikian, penelitian ini

diharapkan dapat mendorong pengembangan yang lebih baik dan berkelanjutan dalam sektor agrowisata.

2) Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa agrowisata Moafarm *field & food* dapat berfungsi sebagai sarana dan prasarana untuk meningkatkan perekonomian di sekitarnya. Inisiatif ini penting agar masyarakat tidak hanya mendapatkan manfaat ekonomi, tetapi juga memiliki kesempatan untuk berlibur dan bersantai di waktu luang mereka.

Dengan adanya agrowisata ini, diharapkan masyarakat dapat menikmati pengalaman berwisata yang menyenangkan sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Agrowisata tidak hanya menawarkan produk pertanian, tetapi juga menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.

3) Bagi lembaga pendidikan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan sumber pengetahuan bagi mahasiswa atau pihak lain yang tertarik untuk melakukan penelitian dalam bidang yang serupa. Dengan demikian, mereka dapat memahami lebih tentang topik yang diteliti dan memperoleh data serta analisis yang relevan. Penelitian ini juga dapat membantu mereka untuk mengidentifikasi area yang masih memerlukan eksplorasi yang lebih lanjut, memberikan panduan tentang metodologi yang efektif, serta menawarkan perspektif baru atau tambahan dalam bidang penelitian tersebut. Sebagai hasilnya, peneliti lainnya dapat membangun atau mengembangkan penelitian ini untuk berkontribusi pada kemajuan ilmu pengetahuan dan praktik yang lebih baik di bidang yang bersangkutan.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan struktur yang memberikan arahan terorganisir tentang cara sistematis mengenai penyajian topik utama yang akan

dibahas pada skripsi ini. Peneliti ini akan menjelaskan runtutan pembahasan yang akan dibahas dengan terperinci, berikut urutan pembahasannya:

- Bab I Pendahuluan. Bab ini meliputi latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan, serta manfaat penelitian
- Bab II Landasan teori yaitu penjelsasan tentang teori-teori yang relevan dengan penelitian ini, dalam hal ini peneliti mengangkat judul “Analisis Pengembangan Agrowisata Perkebunan Lemon Menggunakan Pendekatan *Pentahelix* (Studi Kasus PT Moafarm *Field & Food* Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas)”.
- Bab III Metode penelitian. Mencangkup metode yang diterapkan dalam penelitian ini, serta metode pengumpulan data, waktu penelitian, karakteristik subjek penelitian, dan strategi tindakan.
- Bab IV Hasil dan Pembahasan. Terdiri dari: deskripsi hasil penelitian, analisis data dan pembahasan.
- Bab V Penutup. Berisi tentang kesimpulan terkait hasil penelitian, saran serta penutup.

Selanjutnya dibagian paling akhir skripsi ada daftar pustaka dan riwayat hidup penulis.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Agrowisata

a. Pengertian Agrowisata

Menurut Oktaviani (2018), menyatakan bahwa agrowisata merupakan jenis pariwisata yang memanfaatkan lahan pertanian sebagai tempat wisata, yang mencakup aktivitas dalam bidang pertanian, perkebunan, peternakan, dan perikanan (Nadhira & Kurnia, 2020). Agrowisata adalah suatu usaha yang memanfaatkan potensi keindahan alam dan keberagaman yang ada, hasil produksi serta karakteristik pertanian, jenis aktivitas yang ditawarkan, bersama dengan seni dan budaya yang menjadi identitas khas (Tegar et al., 2024). Agrowisata melibatkan pengalaman wisata yang memanfaatkan potensi dari sektor pertanian, peternakan dan perkebunan sebagai daya tarik wisata, baik yang mencakup pemandangan alam kawasan pertanian maupun keunikan, keragaman, serta variasi dalam kegiatan produksi, teknologi pertanian serta budaya masyarakat petani setempat (Prasmatiwi et al., 2020).

Agrowisata memiliki fungsi penting dalam menjaga kelestarian lingkungan, sekaligus menjadi alat pendidikan bagi masyarakat mengenai pentingnya menjaga lingkungan dan memperkenalkan metode pertanian yang berkelanjutan. Kehadiran agrowisata diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang bergantung pada sektor perkebunan. Keterlibatan aktif penduduk setempat dalam mengembangkan agrowisata menjadi langkah yang sangat tepat untuk menciptakan kerjasama yang saling menguntungkan antara pihak perkebunan dan komunitas lokal (Suma, 2022). Dengan melibatkan masyarakat lokal, jalinan kerjasama yang terbentuk dapat memberikan manfaat bagi kedua belah pihak, mendorong pertumbuhan

ekonomi, serta memperkuat hubungan sosial dalam pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan.

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama (SKB) antara Menteri Pertanian dan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi Nomor 204/KPTS/MK050/4/1989, agrowisata merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, pengalaman, rekreasi, serta hubungan bisnis di sektor pertanian secara umum. Ini mencakup berbagai aspek seperti tanaman pangan, perkebunan, kehutanan, peternakan, dan perikanan. Potensi pertanian dalam konteks agrowisata terdiri dari empat elemen utama, (Pumomowati R, Ir. MP. Athiyah D, n.d.) yaitu:

1) Perkebunan

Suatu Perkebunan yang ideal sebagai objek wisata agro adalah yang menawarkan keseluruhan proses, dari pembibitan hingga pengelolaan hasil. Setiap tahap dalam usaha perkebunan, mulai dari pembibitan, penanaman, hingga pengolahan, memiliki daya tarik yang mampu menarik minat wisatawan.

2) Tanaman Pangan dan Hortikultura

Tanaman pangan serta hortikultura memiliki daya tarik sebagai destinasi wisata agro, seperti kebun bunga, kebun buah, kebun sayuran, dan kebun tanaman obat atau jamu.

3) Peternakan

Pemeliharaan ternak dapat dilakukan dengan metode yang lebih modern, yang menekankan pada aspek keunikan dalam pengelolaan dan produksi ternak, serta daya tarik dalam kegiatan peternakan.

4) Perikanan

Kegiatan perikanan terbagi menjadi penangkapan dan budidaya, yang keduanya memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi objek wisata agro, seperti budidaya ikan air tawar,

budidaya air payau (tambak), dan budidaya laut (kerang, rumput laut, kakap merah, serta mutiara).

b. Pengembangan Agrowisata

Menurut Budiasa, seperti yang dikemukakan dalam karya Kristiana & Theodora, menyampaikan dua model pengembangan agrowisata, (Vera, 2019) yaitu:

1) Agrowisata berbasis modal (*capital-based agritourism*)

Pengembangan agrowisata yang berfokus pada modal investor menekankan kemampuan mereka dalam mengidentifikasi peluang keuntungan dari aktivitas tersebut, dengan harapan agar investor dapat meraih keuntungan maksimal dari usaha agrowisata yang dijalankan.

2) Agrowisata berbasis masyarakat (*community-based agrotourism*)

Pengembangan agrowisata yang berbasis masyarakat menunjukkan bahwa anggota komunitas saling mengorganisir dan menjalankan bisnis agrowisata sesuai dengan aturan serta pembagian tugas dan wewenang yang telah disepakati. Sumber daya, terutama lahan pertanian, tetap dimiliki secara individu oleh para petani, namun mereka memiliki opsi untuk menyerahkan pengelolaan aset tersebut kepada kelompok.

Pengembangan agrowisata di setiap lokasi, menurut Betrianis (1996), adalah integrasi antara pengembangan masyarakat desa, keindahan alam, pemukiman, budaya, kegiatan pertanian, serta fasilitas pendukung wisata seperti transportasi, akomodasi, dan komunikasi (Suhartawan, 2022). Dalam mengelola objek wisata, pengelola perlu memahami elemen-elemen yang menjadi daya tarik utama dan ciri khas dari objek tersebut. Contohnya, penataan lahan yang menarik, penerapan teknologi budidaya yang inovatif, serta penyediaan spot foto yang *instagramable*. Dengan menonjolkan kekhasan ini, diharapkan pengunjung dapat merasakan pengalaman yang mendalam dan tak terlupakan.

Selain itu, pemilihan jenis tanaman yang akan dibudidayakan dalam agrowisata juga sangat penting. Tanaman yang dipilih harus sesuai dengan karakteristik lokasi dan mampu menarik minat pengunjung. Dengan demikian, pengembangan agrowisata tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga melestarikan budaya dan lingkungan setempat.

c. Prinsip-prinsip pengembangan agrowisata

Pengembangan agrowisata pada hakikatnya tidak hanya berfokus pada peningkatan nilai ekonomi melalui pemanfaatan lahan pertanian, perkebunan, maupun peternakan sebagai daya tarik wisata, tetapi juga harus didasarkan pada prinsip yang jelas. Prinsip-prinsip pengembangan tersebut berfungsi sebagai kerangka dasar yang menjadi pijakan dalam setiap proses perencanaan, pengelolaan, hingga evaluasi kawasan agrowisata. Dengan adanya prinsip ini, arah pengembangan dapat lebih terarah, berkesinambungan, dan selaras dengan kebutuhan masyarakat maupun lingkungan. Prinsip pengembangan agrowisata memiliki fungsi yaitu (Saad et al., 2012):

- 1) Menjadi pondasi yang mendasari pengembangan agrowisata.
- 2) Sebagai nilai-nilai dasar dalam perumusan visi, misi, tujuan, kebijakan, strategi, dan program pengembangan kawasan agrowisata.
- 3) Sebagai pedoman dalam pelaksanaan pemantauan dan pengendalian kawasan agrowisata.

Adapun prinsip-prinsip pengembangan agrowisata dapat dirumuskan dengan pertimbangan beberapa aspek berdasarkan :

- 1) Kelestarian sumber daya alam dan lingkungan (fisik, hayati, serta sosial budaya) meliputi keberlanjutan aspek fisik (tanah, air, udara), aspek hayati (flora dan fauna), serta aspek sosial budaya masyarakat lokal yang menjadi bagian dari ekosistem kawasan wisata.
- 2) Isu strategi kawasan, pengembangan agrowisata harus mempertimbangkan potensi, tantangan, dan dinamika wilayah, baik

dari sisi aksesibilitas, infrastruktur, daya tarik, hingga kebijakan pemerintah daerah. Isu strategis ini penting untuk memastikan daya saing kawasan di tengah pertumbuhan destinasi wisata lain.

- 3) Visi perusahaan, kelompok tani, maupun masyarakat, yaitu setiap pihak yang terlibat dalam pengembangan agrowisata memiliki visi yang berbeda, namun perlu disinergikan. Perusahaan mungkin berorientasi pada profit, kelompok tani berfokus pada peningkatan produktivitas, sedangkan masyarakat mengutamakan kesejahteraan lokal. Oleh karena itu, prinsip pengembangan harus mampu menyatukan visi tersebut agar tercipta keselarasan dalam pengembangan jangka panjang.

2. Pengembangan Pariwisata

a. Pengertian Pengembangan Pariwisata

Menurut Munasef (1995) menjelaskan bahwa pembangunan sektor pariwisata melibatkan aktivitas dan upaya sistematis yang bertujuan untuk menarik pengunjung, serta menyediakan sarana, prasarana, layanan, barang, jasa, dan fasilitas yang dibutuhkan untuk memenuhi keinginan wisatawan (chaerunissa, 2020). Secara umum, pembangunan dapat diartikan sebagai proses perubahan atau pertumbuhan yang berlangsung secara bertahap dan lambat. Pengembangan agrowisata merupakan bentuk penyedia akomodasi bagi masyarakat dengan menggunakan potensi penghijauan yang ada secara maksimal (Suhartawan, 2023).

Menurut Richey dan Nelson dalam (Okpatrioka Okpatrioka, 2023), terdapat dua tipe pengembangan yang dapat diidentifikasi:

- 1) Tipe pendesainan dan evaluasi produk atau program tertentu. Tujuannya adalah untuk memahami proses pengembangan serta mempelajari kondisi yang mendukung implementasi (Harofah & Mutaqin, 2023) program tersebut.

- 2) Tipe menitikberatkan pada analisis program pengembangan yang telah dilakukan sebelumnya. Sasaran dari tipe ini adalah untuk memperboleh pemahaman tentang cara desain dan evaluasi yang efektif.

Dengan demikian, kedua tipe ini memberikan kerangka kerja yang berbeda dalam memahami dan meningkatkan proses pengembangan program. Tipe pertama lebih menekankan pada aspek awal pengembangan, sedangkan tipe kedua berfokus pada analisis dan evaluasi program yang telah ada.

b. Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi pengembangan pariwisata dapat diuraikan melalui konsep 5A, (Pokhrel, 2024) yang mencakup beberapa aspek penting:

1) Objek daya tarik (*Attraction*)

Daya tarik atau keunikan yang ditawarkan, baik yang bersumber dari alam, budaya, maupun buatan. Obyek daya tarik ini menjadi magnet bagi wisatawan, sehingga penting untuk mengembangkan dan mempromosikan keunikan yang ada di suatu daerah.

2) Aksesibilitas (*Accessibility*)

Aksesibilitas merujuk pada kemudahan dalam hal sarana dan sistem transportasi yang tersedia. Infrastruktur transportasi yang baik akan memudahkan wisatawan untuk mencapai lokasi wisata, sehingga meningkatkan jumlah pengunjung.

3) Amenitas (*Amenities*)

Amenitas mencakup berbagai fasilitas penunjang yang diperlukan untuk mendukung pengalaman wisata. Fasilitas ini bisa berupa restoran, pusat informasi, dan area istirahat yang nyaman.

4) Akomodasi (*Acommodations*)

Akomodasi berfokus pada kemudahan dalam mendapatkan tempat penginapan yang layak, bersih, dan menyenangkan.

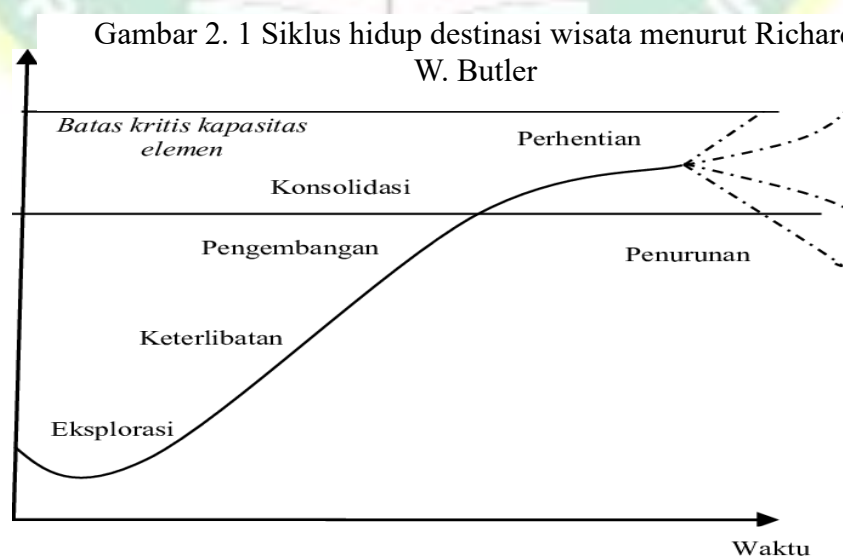
5) Kegiatan (*Activities*)

Kegiatan mencakup sarana dan fasilitas yang memungkinkan wisatawan untuk melakukan berbagai aktivitas yang menyenangkan dan aman. Penyediaan kegiatan yang beragam, seperti tur, olahraga, dan pengalaman budaya, akan menambah nilai pengunjung dan membuat mereka ingin kembali.

Pengembangan sektor pariwisata merupakan sebuah sistem yang digunakan untuk merencanakan serta mengatur dan mengelola pertumbuhan wisata dengan memperhatikan pengaruh sosial, ekonomi, dan lingkungan (Helita & Fitriyah, 2024). Dengan memahami dan mengimplementasikan konsep 5A secara efektif, daerah dapat menciptakan destinasi wisata yang menarik, berkelanjutan, dan memberikan keuntungan bagi seluruh pihak yang terlibat.

c. Tahapan Pengembangan Pariwisata

Menurut Richard W. Butler atau teori Butler (1980), yang dikenal sebagai *Tourism Area Life Cycle* atau Siklus Hidup Destinasi Wisata, terdapat enam tahapan dalam perkembangan destinasi wisata yang dapat digambarkan dalam sebuah diagram (Juhara & Marsoyo, 2023). Teori ini menjelaskan bahwa destinasi wisata mengalami enam tahap yang saling terkait, mulai dari pengembangan awal hingga mencapai puncak popularitas, dan akhirnya mengalami penurunan jika tidak dikelola



dengan baik. Kerangka teori ini memberikan pemahaman tentang proses revolusi destinasi wisata dan pentingnya manajemen yang efektif untuk menjaga keberlanjutan dan daya tariknya.

Berikut adalah penjelasan mengenai gambar diatas terdapat enam tahapan dalam siklus hidup destinasi wisata menurut teori Butler dalam (Darsana et al., 2025):

a. Penemuan (*Eksporation*)

Pada tahap ini, destinasi masih baru dan belum banyak dikenal. Pengunjung yang datang biasanya adalah wisatawan yang mencari pengalaman unik dan berbeda.

b. Keterlibatan (*Involvement*)

Destinasi mulai menarik lebih banyak pengunjung. Infrastruktur dan fasilitas mulai dibangun untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.

c. Pengembangan (*Development*)

Jumlah pengunjung meningkat secara signifikan, dan destinasi mulai dikenal secara luas. Investasi tambahan dilakukan untuk meningkatkan fasilitas dan layanan.

d. Kematangan (*Consolidation*)

Destinasi mencapai puncak popularitas. Meskipun jumlah pengunjung tetap tinggi, tantangan seperti kepadatan dan kebutuhan untuk menjaga kualitas pengalaman mulai muncul.

e. Penurunan (*Decline*)

Tanpa upaya untuk memperbarui dan meningkatkan pengalaman wisata, destinasi dapat mengalami penurunan jumlah pengunjung.

f. Revitalisasi atau Penutupan (*Rejuvenation or Stagnation*)

Destinasi memiliki dua pilihan yaitu melakukan revitalisasi untuk menarik kembali pengunjung atau mengalami stagnasi dan penutupan. Revitalisasi dapat mencakup perbaikan fasilitas,

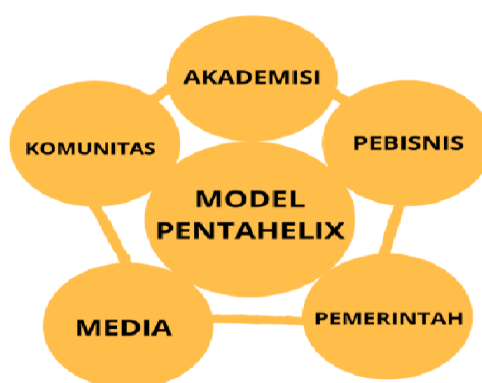
pengembangan produk baru, dan kolaborasi dengan berbagai pihak, sesuai dengan pendekatan *pentahelix*.

3. Pendekatan *Pentahelix*

a. Pengertian Pendekatan *Pentahelix*

Model *pentahelix* berfungsi sebagai acuan dalam pengembangan sektor pariwisata antara berbagai badan pemerintah terkait untuk memberikan dukungan yang maksimal demi pencapaian tujuan (Vani et al., 2020). Model pendekatan *pentahelix* diperkenalkan oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Arief Yahya, dan diatur dalam Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan (Dian K. et al., 2021). Tujuan dari model ini adalah untuk meningkatkan kualitas mutu aktivitas, sarana, dan layanan pariwisata, serta menciptakan pengalaman dan nilai yang memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan. Untuk merealisasikan hal tersebut, dibutuhkan kolaborasi antara para pengusaha, pemerintah, masyarakat/ komunitas, akademisi, dan media sebagai penggerak dalam sistem kepariwisataan.

Gambar 2. 2 Model *Pentahelix* (PRINDONESIA.CO, 2024)



Pendekatan ini bertujuan untuk mengoptimalkan dukungan dari berbagai inovasi atau keterlibatan, termasuk pemerintah, akademisi, pelaku bisnis, masyarakat, dan media, sehingga dapat mendorong

pencapaian tujuan bersama dengan lebih efisien dan berkelanjutan. Model pendekatan *pentahelix* adalah pengembangan dari model *triplehelix* yang sebelumnya hanya melibatkan tiga komponen utama, yaitu pemerintah, sektor industri, dan lembaga pendidikan (Adolph, 2020). Dalam model *pentahelix*, terdapat dua elemen tambahan yang diperkenalkan, yaitu masyarakat dan media. Dengan melibatkan lima komponen ini, model *pentahelix* bertujuan untuk membangun kolaborasi yang lebih *komprehensif* dan *inklusif* dalam berbagai bidang pembangunan, termasuk di sektor pariwisata.

b. Unsur-unsur Pendekatan *Pentahelix*

Pendekatan *pentahelix* adalah suatu inovasi yang memberikan kontribusi untuk kemajuan serta meningkatkan perekonomian dan sosial di suatu daerah tersebut. Pendekatan *pentahelix* merupakan kolaborasi yang dapat melibatkan lima unsur atau dikenal dengan sebutan ABCGM (*Academics, Business, Community, Government, Media*) dalam konteks pengembangan sektor pariwisata (Nashir, 2023).

Pendekatan *pentahelix* dianggap mampu mendorong pencapaian target yang lebih *inklusif* dan cepat. Berikut ini adalah beberapa penjelasan mengenai singkatan ABCGM sebagai berikut:

1) Akademisi (*Academics*)

Akademisi dapat berperan sebagai wakil dari dunia pendidikan, bertugas menyusun, melakukan riset, dan kajian ilmiah yang menjadi landasan proyek dalam pengembangan agrowisata. Keterlibatan akademisi penting dalam memberikan masukan berbasis penelitian terkait strategi pengembangan, evaluasi program, hingga inovasi produk wisata. Akademisi juga berperan dalam sumber ilmu pengetahuan, riset, dan inovasi.

2) Pelaku Usaha (*Business*)

Pelaku usaha dan sektor bisnis berfungsi sebagai penggerak dengan memanfaatkan sumber daya dan proses bisnis mereka untuk menciptakan nilai tambah untuk meningkatkan

perekonomian. Ini dapat berkontribusi pada akselerasi program dan mendukung keberlanjutan.

Pelaku usaha juga berperan dalam penyedia modal, investasi, serta pengelola destinasi dan produk turunan. Dunia usaha menjadi produk penggerak utama dalam menciptakan daya tarik, produksi, dan layanan yang mampu menarik wisata.

3) Komunitas (*Community*)

Masyarakat dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), berperan sebagai akselerator. Mereka mempercepat pengembangan program melalui pengawasan. Komunitas juga menjadi penghubung antara pihak-pihak terkait untuk menyelaraskan tanggung jawab dan kepentingan.

4) Pemerintah (*Government*)

Pemerintah dari tingkat desa, daerah, hingga pusat, bertindak sebagai regulator. Mereka mendukung pengembangan sektor pariwisata, serta mengoptimalkan potensi pariwisata guna meraih keuntungan yang kompetitif dan berkelanjutan (Rochaeni et al., 2022). Peran pemerintah diwujudkan dalam bentuk kebijakan, regulasi, pembangunan infrastruktur, serta dukungan dalam promosi destinasi wisata.

Salah satu bentuk peran pemerintah dalam membangun dan mengembangkan agrowisata PT Moafarm *field & food* adalah dengan membangun sarana dan prasarana, yang akan memudahkan investor untuk berkolaborasi dalam pengembangan potensi Agrowisata PT Moafarm *field & food* (Maulida & Raharja, 2022).

5) Media (*Media*)

Media massa maupun *platform* berbasis internet, berperan sebagai penyebar informasi. Fungsi utamanya adalah menghasilkan publikasi yang memberikan *eksposur* maksimal bagi program, serta mengedukasi masyarakat agar mendukung dalam pengembangan pariwisata.

Menurut Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan serta Timothy & Nyaupane dalam (Tinggi & Ambarrukmo, 2025), menekankan bahwa teori pendekatan *pentahelix* melibatkan kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan yang diperlukan untuk membangun ekosistem pariwisata yang berkelanjutan. Lima pihak stakeholder seperti pemerintah, sektor swasta, akademisi, masyarakat, dan media, yang harus bersinergi untuk mendorong pertumbuhan wisata.

c. Konsep *Stakeholder*

Konsep *stakeholder* diperkenalkan oleh Stanford Research Institute pada tahun 1963, telah menjadi salah satu teori penting dalam manajemen dan strategi organisasi (Dani Rahu & Suprayitno, 2021). Definisi *stakeholder* mencakup kelompok-kelompok yang keberadaannya bergantung pada dukungan dari organisasi, yang berarti bahwa hubungan antara organisasi dan *stakeholder* adalah saling menguntungkan. Dalam konteks ini, *stakeholder* tidak hanya terbatas pada pemegang saham, tetapi juga mencakup berbagai individu dan kelompok yang memiliki kepentingan dalam aktivitas organisasi.

Teori *stakeholder* berfungsi sebagai kerangka kerja untuk memahami dan mengelola hubungan yang kompleks antara organisasi dan para pemangku kepentingannya. Dalam dunia yang semakin terhubung dan kompleks, perusahaan dihadapkan pada tantangan global yang signifikan, seperti perubahan iklim, ketidakadilan sosial, dan kesenjangan ekonomi. Oleh karena itu, Penerapan teori *stakeholder* membantu perusahaan menghadapi tantangan global (Saputri et al., 2024). Dengan memperhatikan kepentingan berbagai pemangku kepentingan, konsep ini awalnya muncul untuk mengklasifikasikan dan mengevaluasi kinerja perusahaan.

Konsep *stakeholder* menyatakan bahwa dalam setiap organisasi terdapat berbagai individu dan kelompok yang memberikan dukungan serta mempengaruhi keberlangsungan organisasi tersebut (Saputri et al., 2024). Teori *stakeholder* memberikan panduan bagi perusahaan untuk

memahami dan mengelola hubungan yang kompleks dengan berbagai pemangku kepentingan. Dengan mengintegrasikan kepentingan *stakeholder* ke dalam strategi bisnis, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan kinerja mereka, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan sosial dan ekonomi yang lebih baik.

4. Jeruk Lemon

a. Pengertian Jeruk lemon

Jeruk lemon (*Citrus limon*) merupakan buah yang kaya akan vitamin C dan kalsium. Selain dikonsumsi sebagai jus, lemon juga sering dimanfaatkan sebagai bumbu masakan, minuman penyegar atau *cooling drink* untuk meredakan demam (Harahap et al., 2021). Tanaman lemon termasuk pohon sedang dengan tinggi hingga ± 6 meter. Cocok ditanam di daerah tropis dan subtropis, tetapi tidak tahan cuaca dingin. Kandungan senyawa bioaktifnya memberi manfaat penting bagi kesehatan.

Lemon banyak dibudidayakan di negara-negara seperti Spanyol, Portugal, Argentina, Brasil, Amerika Serikat, serta wilayah sekitar Laut Tengah. Tumbuhan ini tumbuh optimal pada daerah beriklim kering dengan musim dingin yang hangat, dengan suhu ideal pertumbuhannya berkisar antara 15–30°C.

Jeruk lemon memiliki nama lain *Citrus limon* (L.) Burm.f. Klasifikasi botani tanaman jeruk lemon adalah sebagai berikut (Mayasari & Laoli, 2018):

Kingdom	: <i>Plantae</i>
Sub Kingdom	: <i>Tracheobionta</i>
Super Divisi	: <i>Spermatophyta</i>
Divisi	: <i>Magnoliophyta</i>
Kelas	: <i>Magnoliopsida-Dicotyledons</i>
Sub Kelas	: <i>Rosidae</i>
Ordo	: <i>Sapindales</i>

Famili	: <i>Rutaceae</i>
Genus	: <i>Citrus</i>
Spesies	: <i>Citrus limon (L.) Osbeck</i>

b. Kandungan di Jeruk Lemon

Buah lemon mengandung vitamin C yang berfungsi sebagai sumber antioksidan alami yang bermanfaat bagi kesehatan (Elidar & Purwati, 2021). Berikut ini adalah kandungan nutrisi pada buah lemon yang bermanfaat bagi kesehatan:

- 1) Asam sitrat, air perasan jeruk lemon mengandung asam sitrat yang membantu melancarkan aliran darah.
- 2) Asam askorbat (vitamin C), jeruk lemon mengandung vitamin C sekitar 60-100 mg, sehingga setiap buahnya dapat memenuhi kebutuhan harian tubuh akan vitamin C.
- 3) *Glucaric Acid* (Asam glutarat), kandungan ini berperan dalam menurunkan kadar kolesterol dalam darah, mengurangi resiko kanker usus dan radang usus, serta mencegah kanker payudara, kanker prostat, dan kanker ovarium. Selain itu, asam glutarat juga dapat mengurangi sindrom pramenstruasi.
- 4) Polivenol, berfungsi sebagai antioksidan dan antibakteri yang efektif melawan *Staphylococcus aureus*, *Bacillus subtilis*, *salmonella typhi*, *klebsiella pneumonia*, dan *E. coli*. Polivenol juga memiliki peran sebagai anti jamur (anti fungi).

Selain baik untuk menjaga kesehatan, lemon juga sering dimanfaatkan untuk menambah cita rasa pada masakan dan membantu mengurangi aroma amis pada makanan.

c. Budidaya Lemon

Budidaya tanaman jeruk lemon tergolong mudah untuk dilakukan. Tanaman ini memerlukan paparan sinar matahari yang cukup, tanah yang gembur dengan kandungan bahan organik tinggi,

tidak tergenang, serta memiliki pH tanah antara 6 hingga 7. Selain itu, jeruk lemon dapat tumbuh baik di wilayah dataran rendah maupun tinggi di daerah beriklim tropis dan subtropis (Fatonah & Royanti, 2023). Setelah proses penanaman selesai, pemeliharaan tanaman dilakukan untuk memastikan pertumbuhan optimal. Pemeliharaan ini melibatkan perhatian pada berbagai faktor yang mempengaruhi perkembangan tanaman lemon, seperti penyiraman, penyiangan, serta pengendalian hama dan penyakit.

Menurut (Andrini et al., 2021) ada beberapa aspek budidaya jeruk lemon yang perlu diperhatikan, antara lain :

- 1) Pemilihan bibit dan lokasi, jeruk lemon merupakan salah satu jeruk yang memiliki adaptasi luas sehingga jeruk lemon dapat diaplikasikan di dataran rendah maupun tinggi dengan syarat penyiraman matahari bisa maksimal.
- 2) Sistem penanaman, penanaman jeruk lemon dapat ditetapkan dengan jarak masing-masing tanaman adalah 4 x 4 meter.

Pengolahan tanah, setiap jenis tanah memiliki karakteristik masing-masing sehingga teknik pengelolannya juga berbeda. Dengan keberhasilan budidaya jeruk tidak hanya ditentukan oleh pemeliharaan bibit unggul tetapi juga pemilihan lokasi, persiapan lahan, dan pemeliharaan tanaman. Selain dari faktor pembibitan dan pengendalian hama, kebutuhan nutrisi tanaman juga harus rutin digunakan pengontrolan, tanah harus memiliki kandungan hara yang cukup.

d. Pascapanen Jeruk Lemon

Peningkatan produksi dan konsumsi jeruk lemon harus diimbangi dengan perbaikan terhadap kualitas buah yang dihasilkan. Agar buah yang dihasilkan berkualitas perlu dilakukannya penanganan pengelolaan pada saat budidaya, panen dan pascapanen agar tetap mencegah jeruk lemon (Putranto et al., 2024). Panen adalah hasil pemetikan dari poses bercocok tanam dengan cara yang baik.

Pengelolaan panen jeruk lemon terdiri dari dua tahap yaitu perencanaan panen (penyiapan alat panen dan penyiapan tenaga kerja) dan pelaksanaan. Tujuan dari perencanaan adalah sebagai pengendali pada saat proses pelaksanaan panen berlangsung.

Proses pengolahan pascapanen pada umumnya terdiri dari beberapa tahapan, meliputi (Mainurin et al., 2018):

- 1) Penimbangan setelah panen, merupakan kegiatan penimbangan buah lemon yang telah selesai dipanen menggunakan timbangan skala besar. Buah yang di timbang akan dicatat pada buku catatan yang berfungsi sebagai alat kendali, pembersihan dan sortasi.
- 2) Pembersihan dilakukan dengan cara mengusap buah dengan kain yang telah dibasahi sampai bersih. Pada saat pembersihan dilakukan dengan kegiatan sortasi, sortasi merupakan memisahkan buah layak atau layak untuk tidak dijual. Buah yang tidak layak adalah buah yang memiliki lubang cukup dalam sampai terkena daging buah lemon.
- 3) Pemberian label dan pengemasan. Label dan kemasan merupakan suatu yang penting bagi konsumen untuk memutuskan membeli atau tidaknya tersebut, karena label dan kemasan adalah penilaian dari kualitas produk. Label dan kemasan yang bersertifikat merupakan garansi atau jaminan yang menunjukkan produk yang dibeli merupakan produk yang diproses dengan memperlihatkan keramahan terhadap lingkungan dan keamanan pangan yang bebas dari bahan berbahaya.
- 4) Proses pengolahan pasca panen adalah pengiriman, penyimpanan dan pengolahan. Proses panen dan transportasi buah harus dilakukan dengan hati-hati dengan menggunakan metode yang tepat untuk meminimalisir resiko kerusakan pada buah kulit.

5. Analisis SWOT

a. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode dalam perencanaan strategi yang berfungsi untuk menggambarkan kondisi suatu organisasi atau kegiatan mengevaluasi terhadap empat komponen utama yaitu kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threats*) (Metode & Swot, 2020). Penerapan analisis ini untuk mengawali dengan *strengths* dan *weakness* yang merupakan faktor internal pada saat ini (*Present*), kemudian dilanjutkan dengan *opportunity* dan *threats* yang merupakan faktor eksternal pada saat sekarang atau yang akan datang. Dengan demikian, hasil dari analisis SWOT akan menghasilkan analisis yang lebih present atau kurang *visioner*. Analisis SWOT berfungsi sebagai alat untuk memahami situasi dan porsi strategis suatu organisasi dan hanya menggambarkan situasi yang terjadi dan bukan sebagai pemecahan masalah.

Menurut Philip Kotler dalam (Ningsih et al., 2025) menjelaskan bahwa analisis SWOT merupakan proses evaluasi terhadap berbagai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada. Metode ini banyak digunakan dalam perencanaan strategis dan pengembangan bisnis untuk menilai faktor-faktor yang mempengaruhi suatu proyek atau usaha, yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*).

b. Tujuan Analisis SWOT

Tujuan analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi dan memahami aspek-aspek penting yang berpengaruh terhadap strategi terkait dengan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi oleh suatu organisasi atau perusahaan (Rianto, 2025). Dengan demikian, tujuan analisis SWOT untuk memvalidasi faktor-faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi melalui proses analisis yang sistematis.

Hasil analisis tersebut menjadi dasar dalam penyusunan strategi yang tepat, efektif dan sesuai dengan kapasitas organisasi dalam menghadapi perubahan lingkungan. Analisis SWOT juga bertujuan untuk menentukan langkah strategis dalam meningkatkan strategi daya tarik wisata, memperkuat potensi sumber daya alam dan manusia, memanfaatkan peluang pasar, serta meminimalkan hambatan dan risiko yang dapat mengganggu organisasi maupun usaha.

c. Matrik SWOT

Matrik SWOT merupakan analisis yang digunakan untuk membantu penyusunnya, menganalisis, mencocokkan dan pengembangan strategi berdasarkan hasil identifikasi pada faktor internal dan eksternal suatu organisasi. Menurut (Kurniawati, 2020), matrik SWOT memungkinkan penyusunannya untuk mengelompokan, menganalisis, serta mencocokkan antara faktor internal yang terdiri dari kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weakness*) dengan faktor eksternal yaitu peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*). Tujuan utama dari penyusunan matriks adalah untuk mendapatkan alternatif strategi yang nantinya akan menjadi dasar untuk strategi yang akan diimplementasikan pada perusahaan.

Berikut ini adalah analisis dan menentukan keputusan strategi berdasarkan matriks SWOT yang mencangkup (Rianto, 2025) :

1) Strategi SO (*Strenghts-Opportunity*)

Manfaatkan semua kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk mengoptimalkan peluang yang tersedia, meningkatkan daya saing serta memperoleh pangsa pasar dengan cara kombinasi kekuatan internal dan peluang eksternal.

2) Strategi ST (*Strenghts-Threats*)

Mengoptimalkan kekuatan internal untuk menghadapi dan mengatasi ancaman eksternal serta memperkuat daya tahan, mengurangi risiko melalui kombinasi kekuatan internal dan kewaspadaan terhadap ancaman.

3) Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Memfaatkan peluang eksternal untuk mengurangi kelemahan internal dan mengubah kelemahan menjadi kekuatan dengan memanfaatkan peluang yang ada.

4) Strategi WT (*Weakness-Threats*)

Mengurangi dampak kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal serta meminimalkan risiko dan meningkatkan daya tahan melalui pendekatan yang bersifat defensif.

d. Unsur-unsur analisis SWOT

Analisis SWOT terdiri dari empat komponen utama yang menjadi dasar dalam menilai faktor internal dan eksternal suatu organisasi yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*). Keempat unsur tersebut saling berkaitan dan memberikan gambaran mengenai strategi organisasi atau lembaga dalam mencapai tujuan yang diharapkan, antara lain sebagai berikut (S., 2024) :

1) Kekuatan (*strenghts*)

Kekuatan adalah kemampuan dan potensi yang dimiliki oleh suatu organisasi secara efektif guna mencapai tujuan. Faktor ini bersifat internal dan positif karena berada pada kendali organisasi. Contoh kekuatan dapat berupa sumber daya manusia yang kompeten, aset fisik seperti fasilitas, peralatan, teknologi, serta kemampuan keuangan dan jaringan kerja yang luas. Pemanfaatan kekuatan secara optimal dapat menjadi keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan dan meningkatkan kinerja organisasi.

2) Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan merupakan keterbatasan dan ketidakmampuan sumber daya yang dimiliki organisasi sehingga dapat menghambat pencapaian tujuan. Faktor ini bersifat internal, namun berpengaruh negatif terhadap efektivitas kinerja. Contoh proses apa yang harus

dibenahi, apakah ada aset berwujud yang dibutuhkan, seperti pembiayaan atau peralatan, apakah kondisi ini ideal untuk menunjang kesuksesan dan sebagainya. Oleh karena itu, kelemahan dapat diidentifikasi secara akurat agar dapat diperbaiki dan diubah menjadi potensi yang lebih kompetitif di masa mendatang.

3) Peluang (*opportunity*)

Peluang merupakan kondisi atau situasi dalam lingkungan umum yang dapat mendukung suatu organisasi untuk mencapai keberhasilan. Peluang merupakan faktor eksternal yang cenderung berkontribusi pada kesuksesan. Contoh apakah upaya ini berkembang dan tren yang akan mendorong lebih dari apa yang menjadikan harapan, perubahan peraturan yang akan mempengaruhi secara positif. Pemanfaatan peluang secara tepat dapat memperluas jangkauan usaha, meningkatkan daya saing, serta mempercepat pencapaian tujuan strategi organisasi.

4) Ancaman (*threats*)

Ancaman adalah faktor eksternal yang berpotensi mengganggu atau merugikan (tidak mendukung) aktivitas organisasi dalam mencapai tujuan. Faktor ini bersifat tidak dapat dikendalikan sepenuhnya, sehingga tetap harus dipertimbangkan guna menempatkan rencana darurat dalam menanggulangi kemungkinan yang terjadi. Ancaman dapat berupa meningkatkan persaingan, kondisi ekonomi yang tidak stabil, atau perubahan cuaca dan iklim yang berdampak negatif terhadap aktivitas organisasi, Sehingga threats pada analisis SWOT adalah ancaman dalam bentuk serangan kompetitor, melainkan rencana darurat guna menghadapi kemungkinan risiko yang muncul di masa depan (Metode & Swot, 2020).

B. Kajian Pustaka

Penelitian ini memanfaatkan sumber-sumber referensi sebagai alat pembandingan dan pelengkap dari hasil penelitian sebelumnya. Temuan-temuan yang menjalin hubungan dengan penelitian ini mencangkup bahwa, pengembangan agrowisata secara langsung maupun tidak langsung dapat meningkatkan pandangan masyarakat sekitar mengenai pentingnya dalam pelestarian sumber daya lahan pertanian dan peternakan yang berkelanjutan.

Agrowisata Jambu dan pengembangan ekonomi lokal di Kecamatan Ngargoyoso, Kabupaten Karanganyar, menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian serta data sekunder untuk mendukung analisis. (Arianti & Harinta, 2020). Data primer dikumpulkan melalui observasi lapangan, wawancara dengan pengelola agrowisata, penyuluh, serta pihak Dinas Pertanian, dan pengisian kuesioner oleh responden. Analisis data dilakukan menggunakan metode IFE, EFE, IE, SWOT, dan QSPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai matriks IFE sebesar 2,85 dan EFE sebesar 2,69. Berdasarkan analisis matriks IE, posisi Agrowisata Jambu Ngargoyoso berada pada kuadran V, yang menandakan strategi yang tepat untuk diterapkan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Kolaborasi Pendekatan *Pentahelix* Untuk Pengembangan Desa Timpag Menuju Desa Wisata Berbasis *Green Tourism* (Pugra et al., 2021). Data ini menggunakan jenis penelitian mencakup data kualitatif dan kuantitatif yang dikumpulkan melalui metode observasi, wawancara, serta tinjauan literatur. Informan dipilih menggunakan metode *snowball* sampling, dengan melibatkan 9 orang yang diwawancarai dan 50 responden keseluruhan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kolaborasi antara berbagai aktor *pentahelik* memiliki peranan penting dalam keberhasilan pengembangan desa menuju desa wisata yang berbasis pada prinsip *green* keberlanjutan. Hal ini terlihat dari adanya kerjasama yang harmonis antar para aktor *pentahelik* dalam mendukung kegiatan pembangunan di desa, seperti: gotong-royong dalam

menjaga kebersihan lingkungan, membuat jalur *trekking*, pembentukan pusat edukasi, serta dalam pembentukan wadah pelestarian budaya.

Implementasi Konsep *Pentahelix* Dalam Pengembangan Desa Wisata Cibuntu (Pusparani & Rianto, 2022). Penggunaan gagasan pendekatan *pentahelix* dalam pengembangan desa wisata di Cibuntu telah diterapkan. Penelitian ini berfokus pada sebuah studi kasus yang melibatkan lima sumber informasi yang mewakili sektor bisnis, pemerintah, komunitas, akademisi, dan media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan gagasan pendekatan *pentahelix* telah terlaksana dengan baik. Kerjasama dan kolaborasi yang efektif antara setiap elemen *pentahelix* telah berkontribusi pada keberhasilan Desa Wisata Cibuntu meraih berbagai penghargaan di sektor pariwisata.

Tabel 2. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Agrowisata Jambu Dan Pengembangan Ekonomi Lokal Di Kecamatan Nargoyoso Kabupaten Karanganyar (Arianti & Harinta, 2020)	Berdasarkan analisis QSPM, strategi yang menjadi prioritas dengan nilai TAS tertinggi sebesar 6,02 adalah melakukan kerja sama dengan pemerintah dan pihak lain untuk mendukung pemulihan agrowisata.	strategi yang menjadi prioritas dalam pengembangan dan melakukan kerja bersama pemerintah pihak lain untuk mendukung agrowisata	Dengan jurnal ini dengan menggunakan analisis swot dalam pengelolaan agrowisata.
2.	Mangrove Gunung Anyar Dengan Pendekatan <i>Pentahelix</i> <i>Development of Ecotourism Area of Gunung Anyar Mangrove Botanical Garden with Pentahelix Approach</i>	meningkatkan strategi promosi, terutama melalui kemitraan dengan agen perjalanan dan pemanfaatan media sosial. Inovasi digital untuk promosi pariwisata	Sama-sama menyinggung aspek promosi	Dalam penelitian ini, promosi dilihat sebagai salah satu peran media dalam pendekatan <i>pentahelix</i>

	(Arsyieta et al., 2024)			
3.	Sinergitas Aktor <i>Pentahelix</i> dalam Pembangunan Inklusif Pada Sektor Pariwisata Berbasis Agrowisata Kampong Kopi (Lestari et al., 2022)	Pengembangan agrowisata berbasis <i>pentahelix</i> di perkebunan kopi	Sama-sama menggunakan pendekatan <i>pentahelix</i>	Objek berbeda: penelitian ini fokus pada kopi, penelitian saya fokus pada lemon yang jarang diteliti
4.	Implementasi Konsep <i>Pentahelix</i> Dalam Pengembangan Desa Wisata Cibuntu (Pusparani & Rianto, 2022)	Dengan <i>pentahelix</i> mengantarkan Desa Wisata Cibuntu meraih beberapa penghargaan dalam bidang pariwisata. Koordinasi dan kolaborasi antara pihak pemerintah, pelaku bisnis pariwisata, komunitas, akademisi, serta media perlu dipertahankan.	Penerapan konsep <i>Pentahelix</i> dalam pengembangan desa wisata	menerapkan kolaborasi dari berbagai sektor secara sinergi dengan dalam pelaksanaan pembangunan berkelanjutan
5.	Pengembangan agrowisata mandiri melalui budidaya tanaman jeruk berbasis pertanian berkelanjutan di desa wisata ekang, kabupaten bintan (Kartikaningrum et al., 2022)	metode <i>participatory rural appraisal</i> (PRA) dan <i>Competency Based Training</i> (CBT) yang disesuaikan dengan program yang akan diintroduksi kepada masyarakat Desa Wisata Ekang. kegiatan budidaya jeruk yaitu telah dilakukan penanaman bibit serta pelatihan budidaya berkelanjutan.	meningkatkan penggunaan lahan, pengetahuan dan keterampilan masyarakat sekitar, terkait budidaya pertanian sebagai agrowisata	meningkatkan kualitas lingkungan dan basis sumber daya alam di mana ekonomi pertanian dengan penggunaan yang lebih efisien

6.	Pengembangan agrowisata dalam meningkatkan sosial ekonomi masyarakat desa Toapaya Kabupaten Bintan Afna (Sari et al., 2022)	Pengembangan agrowisata, diharapkan keberadaanya dapat menambah dan meningkatkan perekonomian sekitar.	Pengembangan agrowisata diharapkan keberadaan, menambah dan meningkatkan perekonomian sekitar	jurnal ini terdapat banyak taman rekreasi dan tempat permainan dan menggunakan analisis SWOT
7.	Strategi pengembangan taman agrowisata rekadena desa Jeruju besar kecamatan Sungai Kakap Septia (Bestari et al., 2023)	Taman Agrowisata Rekadena berada pada kuadran I dengan sembilan rekomendasi strategi SWOT yang berfokus pada pengembangan kawasan khusus untuk kegiatan agro, peningkatan penataan dan perawatan internal, penguatan strategi promosi, serta inovasi dalam penyusunan paket wisata yang menarik.	Pengembangan pariwisata dapat berupa melengkapi sarana dan prasana pendukung dan melakukan promosi agar objek wisata yang ditawarkan lebih dikenal luas.	Pengadaan kawasan pada kegiatan agro, penataan internal dan perawatan, menekankan keunggulan pada promosi, serta melakukan inovasi dalam membuat paket wisata yang menarik.

Sumber: Data diolah peneliti

C. Landasan Teologis

1. Dasar Hukum Pengembangan Pariwisata

Berdasarkan firman Allah SWT yang tercantum dalam Al-Qur'an, Q.S. *Al-Mulk* ayat 15 tersebut, Pengembangan pariwisata merupakan sebuah proses pertumbuhan atau perubahan yang berlangsung secara perlahan dan bertahap. Dalam kajian manajemen organisasi, pengembangan dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan manajerial yang beragam, dengan tujuan untuk mendapatkan keadaan yang lebih baik serta menciptakan lingkungan yang berkelanjutan.

Adapun dalam Al-Quran surat *al-mulk* ayat 15 menjelaskan mengenai pengembangan wisata.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ۗ

Artinya : “Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajhilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”

Dalam kitab *Al-Ibris* dapat dijelaskan melalui rujukan pada Al-Quran, khususnya dalam surat *Al-Mulk* ayat 15. Ayat ini menekankan pentingnya menjelajahi bumi yang telah diciptakan oleh Allah SWT untuk manusia. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai ayat tersebut:

Ayat ini menyatakan bahwa Allah adalah yang menjadikan bumi sebagai tempat yang mudah dijelajahi. Hal ini menunjukkan bahwa manusia diberikan izin dan dorongan untuk mengeksplorasi alam dan sumber daya yang ada di sekitarnya. Dalam konteks pengembangan pariwisata, ini berarti bahwa manusia memiliki tanggung jawab untuk memanfaatkan keindahan alam, budaya, dan sumber daya yang ada dengan cara yang bijaksana dan bertanggung jawab.

2. Dasar Hukum Agrowisata

Adapun dalam Al-quran surat *an-nahl* ayat 10-11 menjelaskan mengenai Agrowisata.

هُوَ الَّذِي أَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً لَكُمْ مِنْهُ شَرَابٌ وَمِنْهُ شَجَرٌ فِيهِ تُسِيمُونَ ﴿١٠﴾ نَبَتْ لَكُمْ بِهِ الزَّرْعَ وَالزَّيْتُونَ وَالنَّخِيلَ وَالْأَعْنَابَ وَمِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿١١﴾

Artinya : “Dialah yang telah menurunkan air (hujan) dari langit untuk kamu. Sebagiannya menjadi minuman dan sebagiannya (menyuburkan) tumbuhan yang dengannya kamu menumbuhkan untukmu tumbuh-tumbuhan, zaitun, kurma, anggur, dan segala macam buah-buahan. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang berpikir”.

Dengan kandungan ayat disebutkan di atas menegaskan bahwa Allah telah menyediakan semua segala sesuatu yang dibutuhkan manusia untuk bertahan hidup serta memanfaatkan sumber daya alam secara bijak. Dalam perspektif agrowisata, hal ini dapat diartikan sebagai pendekatan

menyeluruh dalam mengelola lahan pertanian, peternakan dan perkebunan dengan tujuan tidak hanya untuk meningkatkan hasil produksi, tetapi juga untuk melestarikan keindahan dan keseimbangan dalam kelestarian lingkungan.

3. Dasar Hukum Kolaborasi atau Nilai *Pentahelix*

Dalam perspektif Islam, kerja sama dalam menjalankan suatu kegiatan yang bernilai manfaat dan kebaikan merupakan suatu perintah yang luhur.

Hal ini tercantum dalam Al-Qur'an surat *Al-Mā'idah* ayat 2, berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهُدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا أَمِينَ
الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا
نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا
عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syiar-syiar (kesucian) Allah, jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (menggangu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qalā'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula mengganggu) para pengunjung Baitulharam sedangkan mereka mencari karunia dan rida Tuhannya! Apabila kamu telah bertahalul (menyelesaikan ihram), berburulah (jika mau). Janganlah sekali-kali kebencian(-mu) kepada suatu kaum, karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidil haram, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya”.

Ayat ini menegaskan pentingnya kolaborasi dalam upaya yang membawa kebaikan dan manfaat sosial, serta mencerminkan nilai-nilai ketakwaan kepada Allah. Dalam pengembangan agrowisata, khususnya dengan pendekatan *pentahelix*, kerja sama antara lima elemen utama seperti pemerintah, akademisi, pelaku usaha, masyarakat, dan media, sangat krusial untuk menciptakan pengelolaan yang terintegrasi, inovatif, dan berkelanjutan.

Bahwa ayat ini dijelaskan juga untuk memerintahkan manusia saling tolong-menolong dalam urusan kebaikan (*al-birr*) dan ketakwaan (*at-taqwa*), seperti membantu sesama, menjaga lingkungan, serta membangun kehidupan masyarakat yang adil dan sejahtera. Sebaliknya, manusia dilarang bekerja sama dalam hal keburukan, seperti kezaliman, perusakan, atau permusuhan. Bahwa kolaborasi harus diarahkan untuk tujuan yang baik dan bernilai manfaat bagi banyak orang. Oleh karena itu, setiap bentuk kerja sama, termasuk dalam pengembangan sektor agrowisata melalui pendekatan *pentahelix*, sangat sesuai dengan pesan ayat ini asalkan dilandasi niat baik, dilakukan dengan cara yang benar, dan ditujukan untuk kepentingan bersama. Penerapan pendekatan *pentahelix* dalam pengembangan agrowisata bukan hanya sesuai dengan prinsip manajemen kolaboratif modern, tetapi juga memiliki dasar teologis yang kuat dalam ajaran Islam.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah studi lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif. Menurut (Creswell, 2016), penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dianggap dari masalah sosial atau kemanusiaan. Penelitian ini dilakukan secara langsung di lapangan untuk mengetahui tentang pendekatan *pentahelix* dalam pengembangan agrowisata perkebunan lemon. Proses analisis data bersifat kualitatif, yang mencakup beberapa tahapan, seperti wawancara, reduksi data dari observasi, dan analisis. Fokus penelitian ini adalah pada pengamatan mendalam untuk memahami fenomena yang terjadi di lapangan.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai kontribusi pendekatan *pentahelix* dalam pengembangan agrowisata, serta bagaimana interaksi antara berbagai pihak dapat mempengaruhi keberhasilan sektor agrowisata.

B. Tempat dan Waktu Pelaksanaan

a. Lokasi penelitian

Pelaksanaan penelitian dilaksanakan di PT Moafarm *field & food* Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas.

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai pada tanggal 19 Maret 2025 sampai dengan 24 November 2025.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian mencakup berbagai pihak yang terlibat dalam pengembangan agrowisata, seperti pemilik, pemerintah, akademisi, dan masyarakat lokal. Objek penelitian ini adalah di Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas yang berfokus pada perkebunan dalam

pengembangan agrowisata PT Moafarm *field & food*. Selain itu peneliti dapat mengetahui peran dari pendekatan *pentahelix* dalam pengembangan agrowisata perkebunan lemon. Hasil penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi PT Moafarm *field & food*, tetapi juga memberikan wawasan bagi mahasiswa dan pembaca dalam mengembangkan agrowisata untuk meningkatkan perekonomian setempat. penelitian ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik mengenai pengembangan agrowisata dan pentingnya kolaborasi antara berbagai pihak dalam mencapai tujuan tersebut.

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari:

a. Data Primer

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari sumbernya melalui metode wawancara dan pengamatan. Penulis akan melakukan wawancara langsung dengan informan yang relevan, termasuk pemilik perkebunan lemon. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengumpulkan informasi yang relevan dan mendalam yang berkaitan dengan pengembangan agrowisata perkebunan lemon dengan pendekatan *pentahelix*. Dengan pendekatan ini, penulis berharap dapat memperoleh data yang akurat dan komprehensif untuk mendukung analisis pengembangan agrowisata perkebunan lemon.

Melalui wawancara, penulis dapat menggali pengalaman langsung dari para informan, yang akan memberikan wawasan lebih dalam mengenai tantangan yang dihadapi dalam pengembangan agrowisata. Selain itu, pengamatan langsung di lapangan juga akan memberikan konteks yang lebih jelas mengenai kondisi dan praktik yang ada di perkebunan lemon tersebut. Dengan demikian, kombinasi antara wawancara dan pengamatan diharapkan dapat menghasilkan data yang kaya dan informatif untuk penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data yang digunakan dalam penelitian ini tidak diperoleh secara langsung dari lapangan, melainkan melalui dokumentasi dan sumber lain. Untuk mengumpulkan data sekunder, peneliti akan memanfaatkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan pendekatan *pentahelix* dan pengembangan agrowisata. Sumber data sekunder ini mencakup buku, *e-book*, jurnal, penelitian sebelumnya, artikel ilmiah, serta skripsi yang relevan dengan topik penelitian ini.

Dengan demikian, peneliti akan mengumpulkan informasi yang diperlukan dari berbagai literatur dan sumber yang telah ada, yang dapat memberikan konteks dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pendekatan *pentahelix* dan pengembangan agrowisata. Penggunaan data sekunder ini diharapkan dapat memperkaya analisis dan hasil penelitian, serta memberikan landasan teori yang kuat untuk mendukung temuan yang diperoleh.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini mencakup beberapa metode, yaitu:

a. Observasi

Teknik ini merujuk pada pemangamatan langsung maupun tidak langsung terhadap objek yang diteliti untuk memperoleh informasi yang diperlukan oleh peneliti (Rizky Fadilla & Ayu Wulandari, 2023). Dalam konteks penelitian kualitatif, peneliti melakukan observasi secara langsung keberadaan serta keadaan dari objek PT Moafarm *field & food*. Pendekatan ini mengamati langsung berbagai aspek yang lebih komprehensif cakupannya dibandingkan dengan metode wawancara.

Dengan observasi, peneliti akan mengetahui hal-hal yang mungkin tidak diungkapkan pada saat wawancara oleh karena itu peneliti harus teliti pada saat observasi supaya mendapatkan informasi yang valid di lapangan. Observasi merupakan salah satu bagian yang ada dalam teknik

pengumpulan data. Observasi dilakukan secara langsung ke lokasi agrowisata PT Moafarm *field & food* yang ada di Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas, untuk mengetahui bagaimana kondisi di lokasi tersebut.

b. Wawancara

Penelitian ini menggunakan metode wawancara semi terstruktur, dimana peneliti mengajukan rangkaian pertanyaan yang telah disusun secara sistematis dan standar (Rizky Fadilla & Ayu Wulandari, 2023). Demikian peneliti dapat memastikan bahwa semua informasi yang diperlukan telah tercakup dan detail. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada pemilik, karyawan, serta wisatawan yang pernah berkunjung sekaligus belajar di PT Moafarm *field & food* untuk mendapatkan data yang valid.

c. Dokumentasi

Dengan adanya kemajuan teknologi dokumentasi, peneliti tidak hanya mengandalkan informasi dari narasumber manusia tetapi juga berbagai sumber tertulis atau dokumen yang relevan. Selain itu, teknologi memungkinkan dapat mengumpulkan secara lebih efisien dan akurat, seperti melalui penggunaan perangkat lunak dengan analisis data yang dapat diakses dengan mudah. Peneliti dapat mengembangkan dengan informasi berbagai sumber seperti laporan pemerintah, jurnal ilmiah, artikel dan data statistik untuk mendapatkan gambaran yang lebih baik. Peneliti mengumpulkan bukti-bukti sebagai data dokumentasi seperti foto lokasi tempat PT Moafarm *field & food*, kegiatan yang dilakukan di perkebunan, fasilitas yang disediakan agrowisata, dan lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian.

F. Uji Keabsahan Data

Teknik dalam menguji keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Menurut Moleong, triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data, menggunakan analisis data untuk

menggabungkan data dari berbagai sumber (Rizky Fadilla & Ayu Wulandari, 2023).

Triangulasi sumber data adalah proses pengujian untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber data (Haryoko et al., 2020). Metode ini dilakukan dengan mewawancarai informan serta melengkapi keterangan dengan data pendukung, seperti foto atau catatan perkembangan yang ada. Melalui pengumpulan data dari beragam keadaan, sudut pandang individu, maupun opini masyarakat, pekerja, dan peneliti dapat menemukan bukti yang konsisten sehingga mampu meminimalkan potensi bias dalam penelitian.

G. Teknik Analisis Data

Peneliti di lapangan telah mengumpulkan beragam informasi dengan menggunakan berbagai metode, seperti mencatat kejadian-kejadian yang terjadi di lapangan, mendiktekan catatan-catatan, atau merekam audio terkait peristiwa-peristiwa yang berlangsung selama proses penelitian (Rizky Fadilla & Ayu Wulandari, 2023). Terdapat berbagai teknik analisis data kualitatif yang dapat diterapkan dalam penelitian, antara lain:

a. Reduksi Data

Proses menyaring data yang kurang relevan. Ketika mengumpulkan data, peneliti akan mengumpulkan semua informasi yang relevan dengan topik peneliti.

b. Penyajian Data

Semua data yang diperoleh peneliti dapat disusun dengan bentuk teks naratif dan bagan. Dengan penyajian data akan tersusun dalam pola hubungan sehingga dapat dipahami.

c. Menarik Kesimpulan

Menarik kesimpulan adalah tahapan terakhir dalam menganalisis yang telah dilakukan setelah penelitian selesai. kesimpulan berfungsi untuk menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, meskipun dalam beberapa kasus hasilnya mungkin berbeda dari yang

dirumuskan. Kesimpulan dapat ditarik setelah seluruh data terkumpul dengan proses analisis data dan penyajian data yang dilakukan. Pada tahapan ini ditinjau kembali semua data dan hasil analisis untuk menyimpulkan temuan ilmiah.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Agrowisata PT Moafarm *Field & Food*

1. Sejarah Berdirinya PT Moafarm *Field & Food* Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas

PT Moafarm *field & food* terletak di Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas, dan memiliki sejarah yang menarik dalam transformasi dari lahan tandus menjadi destinasi agrowisata yang populer. Sebelum berdirinya PT Moafarm, area ini dikenal sebagai lahan yang tidak produktif, dengan kondisi tanah yang kering dan minimnya aktivitas pertanian. Hanya ada beberapa kebun milik warga di sekitarnya, dan lahan tersebut sebagian besar ditumbuhi pohon jati.

Moafarm didirikan pada tahun 2020 oleh sekelompok individu yang memiliki visi untuk mengubah lahan tandus seluas 4 hektar menjadi area yang bermanfaat dan menarik bagi masyarakat. Mereka melihat potensi besar dari lokasi tersebut, terutama karena keindahan alamnya yang dikelilingi oleh Perbukitan. Dengan semangat untuk memanfaatkan sumber daya alam secara berkelanjutan, mereka mulai mengembangkan lahan tersebut menjadi perkebunan lemon yang produktif.

Pada tahun 2022, Moafarm menjadikan agrowisata, yang tidak hanya menawarkan pengalaman perkebunan, tetapi juga menjadi tempat rekreasi bagi pengunjung. PT Moafarm berkomitmen untuk mengembangkan sistem pertanian yang berkualitas dan seimbang. Perusahaan ini terus mengoptimalkan sistem pertanian semi organik dengan produk unggulan yaitu buah lemon california. Konsep agrowisata ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya pertanian dan keberlanjutan, serta memberikan pengalaman langsung kepada pengunjung mengenai proses pertanian. Seiring dengan meningkatnya minat masyarakat, Moafarm mengalami perkembangan yang signifikan dalam hal infrastruktur. Awalnya, akses jalan menuju Moafarm hanya dapat dilalui

oleh kendaraan roda dua, namun dengan masukan dari pengunjung dan dukungan pemerintah setempat, jalan tersebut diperbaiki dan diaspal, sehingga memudahkan akses bagi semua jenis kendaraan.

Fasilitas yang ada di PT Moafarm juga terus berkembang. Pengunjung kini dapat menikmati resto dengan desain joglo yang asri, juga menyajikan berbagai makanan dan minuman segar. Selain itu, Moafarm juga memiliki peternakan kambing, ikan, ayam, dll., sirkuit *off-road* (ATV) untuk kegiatan petualangan, serta program baru berupa perkebunan sayur/ tanaman herbal yang memungkinkan pengunjung untuk bisa belajar tentang pertanian.

Selain itu, dukungan dari pihak PLN turut membantu Moafarm dalam menyediakan pasokan listrik, terutama untuk mendukung sistem penerangan. Dukungan dari PLN sangat penting dalam pengembangan Moafarm. Sebelum adanya penyediaan listrik, para petani mengalami kesulitan dalam mengairi tanaman mereka. Dengan adanya listrik, para petani dapat menggunakan pompa air untuk menyiram tanaman, yang meningkatkan produktivitas pertanian. Selain itu, pemerintah setempat juga berperan dalam mendukung perbaikan infrastruktur jalan.

Dengan meningkatnya jumlah pengunjung, muncul ide baru untuk menambah fasilitas penunjang, seperti *café*/ resto bergaya joglo yang harmonis dengan alam sekitar. Fasilitas yang tersedia di PT Moafarm *field & food* meliputi perkebunan lemon, resto yang menawarkan suasana alami dan nyaman, peternakan, lintasan *off-road* (ATV) untuk kegiatan petualangan, program baru kebun sayur, serta produk olahan lemon dan susu kambing yang memberikan nilai tambah bagi hasil pertanian.

2. Gambaran Umum PT Moafarm *Field & Food* Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas

PT Moafarm *field & food* merupakan salah satu destinasi agrowisata yang berlokasi di Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas. Destinasi ini mengusung konsep wisata alam berbasis pertanian (agrowisata) yang menawarkan pengalaman edukatif dan rekreatif bagi para pengunjung. Keunikan dari Moafarm terletak pada integrasi antara aktivitas

pertanian, peternakan, perkebunan, dan pariwisata dalam satu kawasan yang terpadu.

Salah satu daya tarik utama dari PT Moafarm adalah wisata edukasi dan resto, di mana pengunjung dapat beristirahat dan menikmati buah lemon segar yang dipetik langsung dari pohonnya sambil menyaksikan pemandangan alam yang asri dan menyegarkan. Selain itu, PT Moafarm juga menyediakan fasilitas lain seperti lahan budidaya sayuran dan herbal, peternakan kambing penghasil susu, serta *café* yang menyajikan berbagai olahan berbahan dasar hasil pertanian lokal. Konsep ini tidak hanya memberikan nilai hiburan, tetapi juga edukasi mengenai proses pertanian dan peternakan secara langsung kepada para pengunjung.

Dalam pengelolaannya, PT Moafarm dikelola oleh 23 orang karyawan yang bertanggung jawab dalam berbagai bidang operasional, mulai dari perawatan tanaman, pengelolaan peternakan, hingga pelayanan wisata. Jam operasional agrowisata ini dimulai pukul 08.00 hingga 19.00 WIB pada hari kerja (*weekday*), dan diperpanjang hingga pukul 21.00 WIB pada akhir pekan (*weekend*).

Dengan harga tiket masuk wisata edukasi yang sangat terjangkau, yakni sebesar Rp10.000 per orang, pengunjung sudah dapat menikmati seluruh fasilitas dan aktivitas yang tersedia di dalam kawasan wisata edukasi. Namun demikian, aksesibilitas menuju lokasi masih menjadi tantangan tersendiri, karena hingga saat ini belum tersedia transportasi umum yang langsung menuju lokasi. Oleh karena itu, sebagian besar pengunjung masih menggunakan kendaraan pribadi untuk mencapai Moafarm.

Secara keseluruhan, PT Moafarm *field & food* menjadi contoh nyata bagaimana pengembangan agrowisata berbasis lokal mampu menciptakan nilai tambah ekonomi dan sosial bagi masyarakat sekitar, sekaligus memperkaya ragam destinasi wisata di Kabupaten Banyumas.

3. Lokasi PT Moafarm *field & food*

PT Moafarm *field & food* merupakan destinasi agrowisata sekaligus kuliner yang terletak di Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten

Banyumas. Lokasi ini termasuk kawasan pedesaan yang dikelilingi lahan pertanian serta memiliki kontur lahan yang cenderung berbukit.

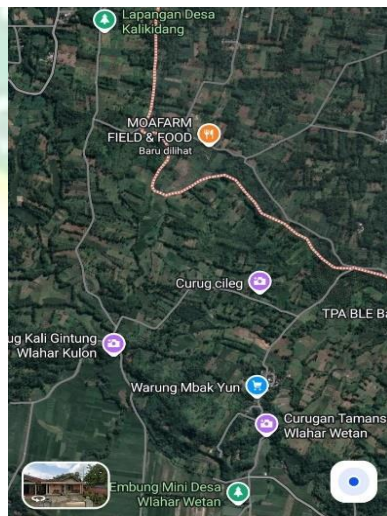
Gambar 4. 1 Pintu masuk ke lokasi Moafarm



Sumber data observasi

Lokasi PT Moafarm dapat dicapai dari pusat kota purwokerto dengan jarak kurang lebih 9-12 km atau sekitar 25-30 menit dan dari pusat kota banyumas menuju lokasi sekitar 10 km perjalanan menggunakan kendaraan pribadi. Akses jalan menuju lokasi relatif baik, meskipun melewati jalan desa yang tidak terlalu lebar.

Gambar 4. 2 Lokasi Agrowisata Moafarm



Sumber data google maps

Berikut batas-batas wilayah agrowisata PT Moafarm *field & food* Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas:

- a. Sebelah utara berbatasan dengan kawasan pemukiman dan lahan pertanian desa.
 - b. Sebelah selatan berbatasan dengan persawahan dan jalan desa.
 - c. Sebelah barat berbatasan dengan lahan perkebunan dan akses jalan menuju Desa Klahar Kulon, Kecamatan Patikraja, Kabupaten Banyumas.
 - d. Sebelah timur berbatasan dengan area terbuka dan pemukiman warga.
4. Visi dan Misi PT Moafarm *Field & Food* Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas :

Nama	: PT Moafarm <i>Field & Food</i>
Alamat	: Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas
Direktur	: Dwiki Harissasongko
Visi	: Menjadikan destinasi agrowisata berkelanjutan yang memakmurkan masyarakat, menghasilkan produk yang unggulan dan menghasilkan berkualitas tinggi
Misi	: Memberdayakan ekonomi warga lokal, menghasilkan produk pertanian berkualitas unggul, menjadikan destinasi wisata edukasi dan rekreasi yang berkelanjutan.

5. Struktur Organisasi PT Moafarm *Field & Food* Desa Pekaja

Tabel 4. 1 Struktur organisasi PT Moafarm *field & food*



Gambar struktur organisasi PT Moafarm *Field & Food*

a. Pemilik agrowisata

Pemilik atau direktur yaitu badan hukum yang memiliki hak kepemilikan penuh atas aset dan operasional usaha, termasuk lahan, fasilitas, dan modal. Pemilik berwenang mengambil keputusan strategis serta bertanggung jawab terhadap arah pengembangan usaha, baik secara langsung agrowisata PT Moafarm. Pemilik agrowisata PT Moafarm *field & food* yaitu Pak Dwiki Harissasongko.

b. Penanggung jawab Perkebunan

Penanggung jawab atau kepala perkebunan adalah individu yang memimpin, mengawasi, mendukung dan mengoordinasikan seluruh kegiatan produksi serta perawatan tanaman, mulai dari perencanaan tanam, pemeliharaan, panen, hingga pengendalian mutu hasil kebun. Pengelola dalam penanggung jawab yaitu Pak Seftira Hanggara.

c. Penanggung jawab peternakan

Penanggung jawab peternakan adalah pihak yang mengatur, mengedukasi ke pengunjung dan mengawasi seluruh kegiatan pemeliharaan hewan, meliputi pemberian pakan, menjaga kesehatan ternak, mengelola reproduksi, memastikan kebersihan kandang, serta memasarkan hasil peternakan. Pengelola dalam penanggung jawab yaitu Pak Wahyu

d. Penanggung jawab Resto (*café*)

Penanggung jawab resto atau *café* adalah yang mengelola dan mengawasi operasional harian, mencakup pengaturan menu, kualitas layanan, kebersihan, pengelolaan staf, dan kepuasan pelanggan. Selain menyajikan makanan bagi pengunjung, ia juga mengembangkan resep khas agrowisata PT Moafarm *field & food* sebagai daya tarik utama. Pengelola dalam penanggung jawab yaitu Pak Hilal.

e. Security (petugas keamanan)

Security adalah personel yang bertugas menjaga keamanan dan ketertiban lingkungan usaha, melindungi aset fisik dan manusia dari ancaman atau gangguan.

B. Strategi Pengembangan Agrowisata Dalam Meningkatkan PT Moafarm

PT Moafarm merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan, wisata edufarm, pertanian, peternakan dan kuliner. Kegiatan utama khususnya bidang perkebunan meliputi perawatan tanaman, panen, pascapanen sampai pemasaran produk ke berbagai *café*, rumah sakit dan supermarket di Jawa Tengah. PT Moafarm berkomitmen untuk mengembangkan sistem pertanian yang berkualitas dan seimbang. Perusahaan ini terus mengoptimalkan sistem pertanian semi organik dengan produk unggulan yaitu buah lemon california dan susu kambing.

PT Moafarm menerapkan konsep pertanian terpadu dalam pengembangan yang berorientasi pada keberlanjutan melalui penerapan siklus hidup (*life cycle*). Siklus ini dibangun atas dasar prinsip *circular economy*, yaitu setiap unit

usaha saling terhubung dan memanfaatkan hasil maupun limbah dari unit lainnya sehingga tercipta, sistem yang efisien, minim limbah, dan berkelanjutan.

Pada pengembangan siklus hidup PT Moafarm dimulai dari kebun buah lemon california yang menjadi komoditas utama, hasil panen lemon tidak hanya dipasarkan dalam bentuk buah segar, tetapi juga diolah menjadi produk turunan seperti *pure* lemon dan disajikan di Moa Resto. Limbah pertanian dari kebun lemon, seperti daun, kulit, atau hasil buangan lainnya tidak dibiarkan terbang, melainkan dimanfaatkan kembali sebagai bahan pupuk maupun pakan tambahan.

Gambar 4. 3 Siklus Hidup PT Moafarm



Sumber data yang diperoleh di PT Moafarm

Selanjutnya, pada sektor peternakan kambing dan domba berperan penting dalam penyediaan pupuk organik dan susu kambing. Kotoran ternak dimanfaatkan untuk menyuburkan kebun lemon maupun kebun sayur, sehingga mengurangi ketergantungan terhadap pupuk kimia (semi organik). Selain itu, daging dan susu hasil ternak juga menjadi sumber pasokan bagi Moa Resto, sehingga nilai ekonomi dapat terus berputar di dalam sistem siklus hidup.

Untuk mengolah limbah organik yang dihasilkan dari kebun, resto, pertanian dan peternakan, Moafarm memanfaatkan maggot *Black Soldier Fly* (BSF). Maggot BSF mampu mendaur ulang limbah organik menjadi sumber protein tinggi yang digunakan sebagai pakan untuk ikan, ayam, itik, dll. Sisa hasil

budidaya maggot pun tidak terbuang percuma, karena dapat dimanfaatkan kembali sebagai pupuk organik guna mendukung pertanian sayur.

Kebun sayur Moafarm menghasilkan hortikultura segar yang dipasarkan maupun diolah di Moa Resto, dengan kesuburan lahan yang terjaga berkat pupuk dari kotoran ternak dan limbah maggot. Sistem ini tidak hanya menekan biaya produksi, tetapi juga mempertahankan kesuburan tanah secara alami.

Komponen lain yang terintegrasi adalah peternakan ikan, ayam petelur, itik, dll. Unit usaha ini memperoleh suplai pakan dari maggot BSF sehingga mampu menekan biaya pakan dan menghasilkan produk ternak berupa telur maupun daging yang kemudian dipasarkan atau diolah di resto. Kotoran ternak yang dihasilkan kembali dimanfaatkan sebagai pupuk bagi kebun, sehingga siklus terus berjalan.

Pada akhirnya, seluruh komponen siklus hidup PT Moafarm bermuara pada Moa Resto, yang berfungsi sebagai pusat hilirisasi produk. Resto ini mengelola hasil panen lemon, sayuran, daging kambing, ayam, maupun produk olahan ternak dan kebun lainnya seperti susu Nubian, *pure* lemon, sari lemon menjadi menu siap konsumsi. Limbah dari resto pun tidak terbuang sia-sia, melainkan dikembalikan ke sistem sebagai pakan maggot atau bahan pupuk.

Melalui integrasi tersebut, Moafarm berhasil membangun siklus produksi yang berkelanjutan, efisien, dan ramah lingkungan. Konsep ini selaras dengan prinsip agrowisata berkelanjutan karena tidak hanya meningkatkan produktivitas dan nilai ekonomi, tetapi juga menjaga kelestarian lingkungan dengan meminimalkan limbah. Keterlibatan petani, pengelola resto, masyarakat sekitar, hingga konsumen menjadikan sistem ini sejalan dengan pendekatan *Pentahelix*, yang menggabungkan peran akademisi, bisnis, masyarakat, pemerintah, dan media dalam mendukung keberlanjutan pengembangan Moafarm.

Beberapa tahapan pengembangan dalam fasilitas pariwisata di PT Moafarm mempunyai potensi yang cukup besar untuk menjadikan wisata edukasi yang diminati di Kabupaten Banyumas. Hal ini dapat diketahui melalui konsep 6A dalam indikator yang dikemukakan oleh Butler (1980) dalam jurnal milik

Darsana (2025) menjadi elemen penting untuk menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas serta mendukung kesejahteraan masyarakat lokal.

1. Penemuan (*Eksporation*)

Pada awal berdirinya, PT Moafarm *field & food* masih berupa perkebunan yang belum dikenal luas. Yang relatif baru dan belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Keunikan pada destinasi ini terletak pada perpaduan berbagai potensi alam, rekreasi dan aktivitas wisata yang ditawarkan, seperti perkebunan lemon, pertanian, keberagaman hewan, pemandangan alam yang memanjakan mata, serta suasana pedesaan yang tenang dan menenangkan. Menurut (Ramadhani et al., 2024), menyatakan bahwa suatu destinasi wisata dapat menunjukkan potensi pengembangan apabila memiliki keindahan alam yang masih alami dan keotentikan pengalaman yang ditawarkan. Pada PT Moafarm, daya tarik tersebut memang terlihat jelas, meskipun jumlah kunjungan wisatawan masih terbatas dan ketersediaan infrastruktur serta fasilitas pendukung belum sepenuhnya berkembang

Gambar 4. 4 Wisata Jeruk Lemon



Sumber data observasi

Destinasi ini juga menawarkan pengalaman berkebun dan kuliner melalui restoran yang menyajikan hidangan berbasis bahan lokal atau bahan yang ada di Moafarmnya sendiri, ragam aktivitas pertanian, pelatihan dan

edukasi terkait teknik penanaman serta perawatan tanaman, hingga wahana petualangan seperti ATV.

Karakteristik pengunjung pada tahap ini didominasi oleh wisatawan sekitar dan pengunjung yang memiliki motivasi untuk menemukan pengalaman baru, unik, dan berbeda, baik dalam konteks rekreasi maupun pembelajaran. Hal ini sejalan dengan karakter tahap *eksplorasi*, di mana jumlah kunjungan masih terbatas, fasilitas dan promosi belum berkembang secara optimal, serta interaksi wisatawan dengan lingkungan dan masyarakat lokal.

2. Keterlibatan (*Involvement*)

Dengan adanya pengembangan, keterlibatan masyarakat sekitar mulai tampak dalam mendukung destinasi wisata PT Moafarm *field & food*. Jumlah kunjungan wisatawan mengalami peningkatan, meskipun belum signifikan, sehingga mendorong perlunya pengelolaan yang lebih terstruktur. Warga setempat berperan dalam penyediaan layanan pendukung, seperti kuliner khas daerah.

Gambar 4. 5 Wisata Edu Farm



Sumber data observasi

Pada tahap ini, mulai dibangun fasilitas penunjang, antara lain joglo dan resto, mushola, area parkir yang memadai, serta spot foto sederhana untuk menambah daya tarik visual. Wahana ATV tetap menjadi atraksi unggulan, sementara resto yang dikelola masyarakat menyajikan kuliner khas Banyumas, seperti tongseng kambing, rica-rica etok, dan mendoan, dilengkapi minuman khas yang ada di Moafarm seperti jeruk lemon dan susu kambing.

Pengelola juga mulai menjalin kerja sama dengan institusi pendidikan untuk mengadakan program kunjungan edukatif, serta melakukan promosi melalui media sosial dan jaringan komunitas. Interaksi antara wisatawan dan penduduk lokal semakin intens, membuka peluang terjadinya transfer pengetahuan sekaligus meningkatkan pendapatan masyarakat. Tahap ini menjadi momentum penting untuk memperkuat daya tarik dan membangun fondasi pengembangan destinasi wisata.

3. Pengembangan (*Development*)

PT Moafarm *field & food* memperluas fasilitas dan atraksi untuk memperkaya pengalaman wisatawan. Koleksi peternakan bertambah, tidak hanya kambing dan domba, tetapi juga unggas seperti ayam unggas, burung, kelinci, kura-kura, serta kolam ikan. Dibangun *mini zoo* dan area perkebunan sayur-sayuran seperti cabai, tanaman herbal, yang melengkapi perkebunan lemon sebagai edukasi utama.

Gambar 4. 6 Edu farm hewan



Sumber data observasi

Tempat panggung untuk karaoke dan hiburan *live music* mulai diadakan sebagai bagian dari pengalaman wisata. Spot foto dibuat lebih estetik dan *instagramable* untuk menarik generasi muda. Fasilitas penunjang seperti kamar mandi/WC, kantin, dan kolam ikan ditingkatkan kenyamanannya. Meskipun demikian, pengembangan wahana rekreasi masih terbatas pada *circuit* ATV yang sudah ada, dan akses jalan menuju lokasi masih menghadapi kendala berupa jalan sempit dan rusak di beberapa titik.

4. Kematangan (*Consolidation*)

PT Moafarm memiliki fasilitas yang relatif lengkap dan terkelola dengan baik. Loker tiket, *cafe* atau resto, peternakan, perkebunan, pertanian, *mini zoo*, area parkir luas, spot foto, kantin kuliner khas, mushola, kamar mandi/WC, kolam ikan, magot, serta hiburan *live music* menjadi paket daya tarik yang saling melengkapi.

Promosi dilakukan secara aktif melalui media sosial dan kemitraan dengan pihak swasta maupun pemerintah. Masyarakat sekitar mendapatkan manfaat ekonomi melalui keterlibatan langsung dalam operasional maupun penyediaan produk dan jasa pendukung. Tantangan yang dihadapi dari pihak

PT Moafarm ini, mempertahankan kualitas fasilitas agar tetap relevan, mengembangkan inovasi destinasi dan tidak kalah saing dengan objek wisata lain yang menawarkan konsep serupa.

5. Penurunan (*Decline*)

Apabila tidak ada pembaruan pada penerapan agrowisata, PT Moafarm bisa mengalami penurunan jumlah pengunjung, akibat keterbatasan akses dan minim inovasi tambahan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung bernama Pak Qudhori, diketahui bahwa akses menuju lokasi relatif sempit, sehingga ketika kendaraan berpapasan harus menunggu cukup lama.

Keterbatasan aksesibilitas serta kurangnya fasilitas pendukung menjadi faktor utama yang memengaruhi kenyamanan wisatawan. Kondisi tersebut sejalan dengan prediksi Butler dalam teori *Tourism Area Life Cycle* (TALC), bahwa destinasi wisata yang tidak melakukan inovasi cenderung kehilangan daya saing dan mengalami fase penurunan (*decline*).

6. Revitalisasi (*Rejuvenation*)

Moafarm telah mempersiapkan strategi revitalisasi pada destinasi agrowisata melalui berbagai program pengembangan yang bersifat inovatif. Rencana pembangunan *green house*, perluasan *edufarm*, penambahan koleksi hewan. Strategi tersebut meliputi pembangunan *green house*, perluasan area *edufarm*, penambahan koleksi hewan edukatif, serta pengembangan produk turunan baru seperti coklat.

Berdasarkan wawancara dengan Pak Dwiki bahwa rencana kedepannya akan dibuat *green house* akan berfungsi sebagai area terpadu (*holding area*) yang saling melengkapi dengan agrowisata lainnya dan terdapat rencana pengembangan kebun kakao yang akan dijalankan melalui kemitraan dengan industri pengolahan coklat seperti *Silver Queen*.

Berdasarkan kerangka *Tourism Area Life Cycle* (TALC) yang dikemukakan oleh teori Butler (1980), setiap destinasi wisata mengalami siklus perkembangan yang terdiri atas enam tahapan, yaitu penemuan (*exploration*),

keterlibatan (*involvement*), pengembangan (*development*), kematangan (*consolidation*), penurunan (*decline*), dan revitalisasi (*rejuvenation*). Hasil penelitian, Agrowisata PT Moafarm *field & food* saat ini dapat dikategorikan berada pada tahap pengembangan (*development*).

Pada tahap pengembangan dikarenakan masyarakat sekitar turut serta dalam merawat dan mengelola tempat wisata, terbangunnya atraksi buatan untuk menarik para pengunjung wisata, tersedianya sarana dan prasarana yang menunjang kebutuhan wisatawan. PT Moafarm pada tahap pengembangan memperlihatkan bahwa destinasi ini sedang berada dalam fase pengembangan yang potensial untuk terus berkembang menuju tahap kematangan, apabila didukung dengan strategi pengelolaan pendekatan *pentahelix* yang tepat dan keberlanjutan partisipasi masyarakat dan dukungan dari pemerintah.

C. Analisis Peran Pendekatan *Pentahelix* Dalam Pengembangan Agrowisata PT Moafarm

Pendekatan *pentahelix* adalah untuk mengoptimalkan dukungan atau keterlibatan dari berperan penting dalam mendorong untuk kemajuan serta meningkatkan perekonomian dan sosial di suatu wilayah tertentu (Rosardi, 2020). Dalam pengembangan agrowisata, metodologi ini pada pendekatan *pentahelix* meliputi 5 unsur elemen penting. Lima komponen ini bertujuan untuk memperkuat kolaborasi dalam perkembangan agrowisata PT Moafarm *field & food*.

1. Pemerintah (*Government*)

Dalam pendekatan *pentahelix*, pemerintah memiliki peran sebagai fasilitator dan pendukung agar pariwisata dapat berkembang secara berkelanjutan. Peran ini mencakup kebijakan, pembangunan infrastruktur, penyedia fasilitas umum, serta menciptakan suasana kondusif bagi investasi dan kolaborasi tiap sektor.

Berdasarkan hasil wawancara, hubungan antara PT Moafarm *field & food* dengan pemerintah daerah menunjukkan dua sisi yang berbeda. Pada satu sisi, hingga saat ini belum ada kerjasama formal yang berjalan secara

berkelanjutan antara PT Moafarm dan pemerintah daerah. Pihak pengelola menjelaskan bahwa sudah ada kunjungan dari dinas pariwisata setempat terkait pembahasan rencana kerjasama, namun rencana tersebut belum terealisasi dalam bentuk program kedepannya. Hal tersebut telah disampaikan oleh pak Dwiki sebagai owner yang mengatakan bahwa, hingga saat ini belum ditemukan adanya kerjasama formal yang dijalankan secara keberlanjutan antara Pemerintah dan Dinas Pariwisata setempat dengan PT Moafarm. Rencana kerjasama yang sempat dibahas melalui kunjungan dari Dinas Pariwisata setempat telah disampaikan, namun realisasinya belum diwujudkan dalam bentuk program ke depan.

Namun pada sisi lain, pemerintah setempat memberikan kontribusi pada tahap awal pembangunan. Jalan menuju Moafarm yang sebelumnya hanya berupa tanah liat dan bebatuan kini diaspal sehingga memudahkan akses pertanian, wisatawan dan pengiriman hasil panen ke *reseller*. Selain itu, PLN juga berperan menyediakan jaringan listrik untuk penerangan jalan dan dukungan sistem irigasi kebun, perternakan, dll. Sebagaimana telah disampaikan oleh Bapak Dwiki, beliau menambahkan bahwa sebelum adanya Moafarm jalan menuju ke lokasi itu hanya jalan setapak dan masih jalan tanah liat. Untuk akses aktivitas berkebun lemon dan pertanian terkendala seperti air dan penerangan. Dengan adanya Moafarm ini difasilitasi oleh pihak pemerintah daerah untuk membangun jalan aspal, dan juga dari pihak PLN juga ikut membantu listrik dan membangun penerangan.

Secara analisis, peran pemerintah di PT Moafarm sebagai fasilitator dengan menyediakan infrastruktur, tetapi belum maksimal dalam menjalankan fungsi sebagai pengatur dan inovasi. Dukungan kebijakan, promosi, dan kemitraan berkelanjutan masih belum terlihat.

2. Akademisi

Dalam model pendekatan *pentahelix* akademisi berperan sebagai sumber pengetahuan, penelitian, dan inovasi untuk meningkatkan kualitas pengelolaan destinasi wisata. Peran ini mencakup pelatihan SDM,

pengembangan metode budidaya, rekreasi, sebagai ajang belajar, transfer pengetahuan/ teknologi, serta pemberian rekomendasi berbasis riset.

PT Moafarm *field & food*, akademisi terlibat melalui kerja sama dengan universitas dan pelajar, terutama Fakultas Pertanian dan Peternakan, yang memberikan pelatihan teknik budidaya lemon dan pengendalian hama organik. PT Moafarm juga menjadi lokasi praktik lapangan bagi mahasiswa atau pelajar sehingga terjadi pertukaran pengetahuan antara pengelola dan pihak akademis.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Seftira selaku penanggung jawab kebun, beliau menjelaskan bahwa pihak Moafarm bekerjasama dengan Unseod untuk meneliti kandungan nutrisi yang ada di buah lemon. Adapun yang dilakukan sebanyak 36 pohon, dengan mengaplikasikan pupuk yang sudah di terapkan.

Keterlibatan akademisi terbukti bahwa penelitian ini dapat meningkatkan produktivitas kebun, peternakan, dan pertanian untuk melakukan teknik dalam perawatan. Namun, kerja sama ini masih bersifat sementara, hanya terjadi saat ada magang atau penelitian, belum menjadi program pendampingan jangka panjang.

3. Pelaku usaha

Dalam pendekatan *pentahelix*, pelaku usaha berperan sebagai mengelola operasional, berinvestasi, pemasaran, menciptakan inovasi produk dan memberi nilai tambah ekonomi bagi destinasi wisata.

PT Moafarm *field & food* dikelola langsung oleh manajemen internal dengan fokus pada pengembangan produk baru dan fasilitas wisata. Selain kebun lemon sebagai daya tarik utama, PT Moafarm mengembangkan wahana ATV (*offroad*), resto (*café*), mengembangkan peternakan kambing dan memproduksi susu cair maupun bubuk (*Goat milk* dan *Nubian milk*), menjual produk buah lemon maupun Sari lemon (*Pure lemon*).

Berbagai olahan yang di kelola oleh PT Moafarm *field & food* seperti makanan dan minuman. Ia menjelaskan bahwa harapan dari PT Moafarm *field & food* adalah orang yang datang kesini agar memiliki sensasi

pemandangan, dengan adanya resto diciptakan untuk orang yang datang kesini dapat beristirahat, makan, dll. Pengembangannya, tadinya perkebunan lemon dan beberapa gubuk akhirnya ada perternakan kambing, ternak ayam ternak ikan dan segala macam, bertahap-tahap dalam pengembangan yang ada di PT Moafarm. Dalam pengembangan tidak langsung melainkan dari awal konsep bertahap. Agar untuk kedepannya tidak membosankan dan diharapkan PT Moafarm sebagai sentral buah.

Strategi bisnis ini mampu meningkatkan daya tarik wisata sekaligus sumber pendapatan. Dalam pengembangan produk baru juga membantu mengantisipasi ketidakstabilan jumlah pengunjung di musim tertentu. Namun, pemasaran produk olahan masih terbatas pada penjualan area destinasi dan mitra lokal. Sehingga belum menjangkau pasar yang lebih luas seperti *e-commerce* atau jaringan pasar nasional maupun internasional.

4. Komunitas/ Masyarakat

Masyarakat lokal merupakan aktor penting dalam pendekatan *pentahelix*, terutama sebagai pelaksana lapangan dan penggerak kegiatan operasional destinasi. Di PT Moafarm *field & food* sebagian besar karyawan berasal dari warga sekitar. Mereka bekerja di berbagai sektor seperti perkebunan, peternakan, kuliner, pelayanan wisata dan pertanian.

Kehadiran PT Moafarm juga mendorong pertumbuhan UMKM lokal yang menjual makanan dan minuman. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak pak Dwiki sebagai owner mengatakan bahwa dalam mengelola agrowisata sebagian besar dari warga sekitar yang bekerja di PT Moafarm *field & food*, memperkerjakan warga sekitar dapat memberikan kesejahteraan sekaligus kesempatan belajar bersama dalam pengelolaan seperti perkebunan, peternakan, resto/ *café* dan pertanian.

Keterlibatan masyarakat tidak hanya meningkatkan pendapatan rumah tangga. Partisipasi ini sejalan dengan prinsip *Community-based tourism* yang menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama dalam pengelolaan wisata.

5. Media

Dalam pendekatan *pentahelix*, media berperan penting sebagai promosi, pemasaran dan personal branding agrowisata. Media menjadikan saluran utama untuk menyebarkan informasi, meningkatkan kesadaran masyarakat, serta mendorong minat wisatawan untuk berkunjung.

PT Moafarm *field & food*, media digital menjadikan alat promosi yang paling dominan, khususnya melalui Instragram dan TikTok. Melalui platform ini, PT Moafarm rutin membagikan foto dan video kegiatan, seperti proses panen lemon, peras susu, wahana ATV (*offroad*), hingga menu makanan dan minuman di resto/ *café*. Penyajian konten yang menarik ini terbukti efektif dalam menjangkau wisatawan muda dan keluarga dari berbagai daerah.

Sebagaimana yang disampaikan oleh pak Saftira sebagai promosi PT Moafarm menjelaskan bahwa pada Langkah awal sebelum dilakukan adalah membangun *branding* agar nama Moafarm *field & food* semakin dikenal. Adapun promosi melalui media sosial yang diperkuat dengan berbagai strategi, termasuk kolaborasi dengan artis, kerja sama dengan media lain, serta partisipasi dalam berbagai *event* untuk memperluas jangkauan dan mempertegas visi serta misi PT Moafarm.

Analisis menunjukkan bahwa kekuatan promosi PT Moafarm terletak pada pengelolaan media digital yang kreatif dan konsisten. Namun, mencapai pasar yang lebih luas, diperlukan strategi terpadu yang menggabungkan berbagai kanal seperti media cetak, televisi, radio, *influncer* marketing dan kampanye *online* bersekala. Dengan strategi lintas kanal ini, PT Moafarm tidak hanya dapat meningkatkan jumlah pengunjung wisatawan, tetapi juga memperkuat citra sebagai destinasi agrowisata unggulan di Kabupaten Banyumas.

Peran media, dalam berbagai platform media sosial agar menjangkau wisatawan muda dan keluarga dari berbagai daerah untuk tertarik berkunjung ke wisata edu di Moafarm.

Tabel 4. 2 Matriks peran pendekatan *pentahelix* di PT Moafarm *field & food*

Unsur <i>Pentahelix</i>	Peran	Bukti lapangan	Analisis Teoritis
Pemerintah	Membantu infrastruktur dan regulasi	Perbaikan jalan, izin usaha, listrik PLN	Sesuai dengan teori pendekatan <i>pentahelix</i> , pemerintah sebagai fasilitator
Akademisi	Transfer pengetahuan dan ajang belajar	Pelatihan budidaya lemon, peternakan dan praktek pelajar / penelitian	Mendukung inovasi dan keberlanjutan
Bisnis	Investasi dan inovasi produk	<i>Café/</i> resto, produk pengelolaan lemon, susu kambing	Diverifikasi produk, menambah daya tarik wisata
Komunitas/ masyarakat	Operasional & tenaga kerja	Pekerjanya kebanyakan karyawan lokal	Memberdayakan ekonomi masyarakat
Media	Promosi & <i>Branding</i>	Sosial media seperti Tik tok, instagram, whatsapp dan lain-lain.	Meningkatkan jangkauan pasar dan wisata

D. Analisis SWOT dalam Pengembangan Agrowisata PT Moafarm

Dalam merencanakan suatu program diperlukan strategi yang tepat agar dapat menjadi acuan dalam pengembangan suatu destinasi pariwisata berkelanjutan. Model analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi atau menilai kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) berdasarkan faktor internal maupun eksternal dalam pengembangan agrowisata PT Moafarm dengan pendekatan *pentahelix* (Wiswasta & Agung, 2018). Pemahaman terhadap faktor internal membantu memaksimalkan kekuatan sekaligus meminimalkan kelemahan, sedangkan analisis faktor eksternal berguna untuk mengoptimalkan peluang serta

mengantisipasi ancaman. Hasil analisis SWOT ini dapat menjadikan rekomendasi bagi instansi terkait agar dituangkan rencana kegiatan pemerintah, akademisi, media, masyarakat dan pelaku usaha sehingga pengembangan obyek wisata tersebut sesuai dengan harapan.

Setelah mendapatkan data dari proses wawancara, kemudian peneliti melakukan tahapan analisis terhadap apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Adapun analisis Indikator SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) antara lain :

1. Kekuatan (*Strength*)

- a. Agrowisata PT Moafarm *field & food* merupakan salah satu wisata edukasi terkait dengan alam yang ada di Kabupaten Banyumas.

Agrowisata di Kabupaten Banyumas sebenarnya bukan hal baru karena sudah terdapat beberapa destinasi yang bergerak di bidang ini. Namun mayoritas agrowisata yang ada hanya menyediakan di bidang pertanian atau perkebunan. Berbeda konsepnya dengan agrowisata PT Moafarm *field & food* menyediakan berbagai wisata edufarm serta fasilitas pendukung seperti resto, ATV, *live music* dan lain-lain. Dengan adanya PT Moafarm diharapkan mampu menghadirkan nuansa baru dalam pengembangan sektor pariwisata.

- b. Terdapat berbagai macam perkebunan, pertanian, dan peternakan yang dapat diedukasikan ke pengunjung.

Agrowisata Moafarm merupakan wisata yang memiliki konsep edukasi terkait penanaman, perawatan, memanfaatkan limbah dan melestarikan alam. Edukasi ini dapat dilakukan bagi para pelajar maupun instansi pendidikan yang penasaran tentang bagaimana cara bertanam yang baik dan memanfaatkan limbah organik.

- c. Terdapat sarana, prasarana dan infrastruktur seperti resto, ATV, Mushola, *live music*, joglo, toilet, parkir dan lain-lain.

Sebagai destinasi wisata, ketersediaan fasilitas menjadi aspek penting untuk memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Agrowisata menyediakan fasilitas pendukung agar pengunjung tidak hanya

pengalaman edukasi melainkan dapat bermain ATV, bersantai di resto maupun di area sekitar PT Moafarm.

2. Kelemahan (*Weakness*)

- a. Belum memaksimalkan kerjasama dengan pihak pemerintah, masyarakat, dan media dalam pengembangan agrowisata.

Kerjasama menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan, karena melalui sinergi yang baik dapat lahir gagasan baru yang mendukung pengembangan agrowisata. Kerjasama dengan pihak pemerintah, masyarakat, dan media dalam pengembangan agrowisata.

- b. Terkendala finansial yang menghambat dalam proses pengembangan agrowisata

Permasalahan finansial menjadi kendala utama dalam pengembangan agrowisata. PT Moafarm merupakan tempat wisata yang bersifat mandiri atau independent, jadi dalam pembangunan pemerintah tidak ikut campur dan semua kebutuhan pembangunan itu ditanggung sendiri. Pembangunan agrowisata sendiri terbilang cukup lambat, karena untuk pembangunannya sendiri memerlukan biaya yang cukup banyak.

- c. Kurangnya petunjuk jalan menuju lokasi wisata

Petunjuk arah menjadi faktor penting dalam pengembangan agrowisata, karena petunjuk arah itu menjadi patokan bagi para pengunjung untuk menuju lokasi wisata sementara lokasi wisata tersebut berada di pedesaan dapat membuat susah dijangkau. Kurangnya petunjuk arah membuat pengunjung masih bergantung pada Google Maps untuk mencapai lokasi.

- d. Aksesibilitas menuju PT Moafarm masih menjadi salah satu kelemahan dalam agrowisata.

Kondisi jalan yang sempit dan rusak sebagian menuju lokasi membuat pengunjung merasa tidak nyaman selama berkunjung. Hal ini dapat mengakibatkan penurunan minat pengunjung, terutama bagi mereka yang berpergian dengan mobil atau rombongan. Oleh karena

itu, peningkatan infrastruktur jalan dan penataan akses masuk merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan agar mobilitas pengunjung lebih lancar.

3. Peluang (*Opportunity*)

- a. Berpeluang sebagai wisata edukasi yang diminati di Kabupaten Banyumas

Agrowisata PT Moafarm *field & food* merupakan yang terbesar di Kabupaten Banyumas dan menawarkan beragam wisata edukasi. Hal ini membuat Agrowisata PT Moafarm memiliki potensi yang sangat besar, jika dikembangkan secara maksimal dan menjadikan salah satu wisata edukasi yang paling diminati di Kabupaten Banyumas.

- b. Membuka peluang lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar

Agrowisata PT Moafarm memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar, salah satunya melalui membuka lapangan kerja. Selain itu, inovasi dalam bentuk atraksi wisata, pengembangan fasilitas, serta promosi berbasis digital dapat menarik lebih banyak pengunjung. Semakin tinggi minat wisatawan untuk berkunjung ke PT Moafarm, semakin besar pula peluang masyarakat sekitar memperoleh tambahan penghasilan. Apabila pengembangannya dilakukan secara maksimal mampu meningkatkan minat pengunjung untuk berkunjung di Moafarm.

- c. Agrowisata memiliki peluang besar berkembang sebagai destinasi edukasi bagi wisatawan domestik maupun mancanegara

Di era digital, pemanfaatan media sosial untuk menyebarkan informasi menjadi strategi penting dalam pengembangannya. Hal ini dapat dijadikan terobosan baru di dunia pariwisata yang membuat agrowisata berpeluang sebagai wisata edukasi terkait suasana alam.

- d. Berpotensi menjadi sentral pertanian, peternakan, perkebunan lemon dan produk olahan turunan

Peluang ini dapat menjanjikan dengan diolah menjadi berbagai produk bernilai tambah seperti minuman sari (*Pure*) lemon, teh herbal,

sabun, dan permen herbal. Produk ini bukan hanya memperluas pasar, tetapi juga memperkuat identitas Moafarm sebagai pusat pengolahan buah bernilai ekonomi tinggi. Hal ini dapat dijadikan trobosan baru yang membuat agrowisata berpeluang sebagai wisata edukasi dan produk olahan.

4. Ancaman (*Threats*)

a. Belum tersedianya transportasi umum menuju tempat wisata

Akses jalan menuju Agrowisata PT Moafarm sangat mudah namun mayoritas pengunjung menggunakan kendaraan pribadi. Untuk rombongan, biasanya mereka tetap menggunakan kendaraan pribadi masing-masing. Saat ini, pihak agrowisata masih merencanakan kerja sama dengan biro perjalanan guna mempermudah akses bagi pengunjung.

b. Kurangnya promosi dan informasi lengkap terkait wisata edukasi

Agrowisata PT Moafarm mempromosikan usahanya melalui penyebaran brosur dan majalah ke berbagai instansi pendidikan di Banyumas serta memanfaatkan media sosial seperti TikTok dan Instagram. Namun, hingga kini belum terjalin kerja sama dengan pemerintah maupun pelaku ekonomi, padahal kolaborasi tersebut penting untuk memperluas pasar dan mempercepat penyebaran informasi.

c. Terdapat persaingan antara pariwisata yang sejenis

Keberagaman destinasi wisata dengan ciri khas masing-masing menimbulkan persaingan ketat. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan berkelanjutan serta inovasi yang unik agar mampu menarik minat wisatawan dari berbagai daerah.

d. Terkendala terhadap kondisi cuaca atau iklim dalam kegiatan kunjungan atau produksi di sektor pertanian, peternakan dan perkebunan

Pergeseran dinamika cuaca yang tak terduga berpotensi berdampak negatif terhadap hasil panen, dan tingkat kepuasan wisatawan, dan

kelangsungan usaha agrowisata. Oleh karena itu, perencanaan dan inovasi sangat penting, sekaligus menunjukkan kemampuan untuk beradaptasi secara efektif.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di PT Moafarm disimpulkan bahwa telah berkembang, sebagai agrowisata berbasis perkebunan lemon dengan konsep edukasi dan rekreasi. Dengan lahan kurang lebih 4 hektar dimanfaatkan secara bertahap untuk wisata edufarm seperti perkebunan, pertanian, peternakan, kuliner dan aktivitas wisata, yang mampu menarik minat wisatawan serta memberikan nilai tambah ekonomi bagi masyarakat sekitar. Konsep ini memberi pengalaman langsung kepada pengunjung sekaligus menarik minat wisatawan, serta meningkatkan perekonomian masyarakat melalui lapangan kerja, pemasaran produk lokal, dan pemberdayaan UMKM.
2. Analisis pengembangan agrowisata PT Moafarm yaitu dalam penerapan pendekatan *pentahelix* mencerminkan adanya kolaborasi antar stakeholder. Pemerintah mendukung melalui perbaikan infrastruktur dan dukungan perizinan pengembangan, meskipun belum optimal dalam dukungan anggaran. Akademisi memberikan kontribusi melalui penelitian dan pelatihan, namun masih perlu keberlanjutan program. Pelaku usaha mengembangkan inovasi produk dan fasilitas, pengelolaan layanan serta kerjasama, agar dapat bersaing di pemasaran. Komunitas/ masyarakat terlibat dalam perawatan dan menyediakan kuliner khas di Moa resto. Sementara media melakukan promosi melalui platform digital meski cukup terbatas.
3. Keunggulan PT Moafarm terletak pada siklus hidup, yang bermuara pada Moa Resto, juga berfungsi sebagai pusat hilirisasi produk. Membangun siklus produksi yang berkelanjutan, efisien, dan ramah lingkungan. Konsep ini selaras dengan prinsip pertanian berkelanjutan karena tidak hanya meningkatkan produktivitas dan nilai ekonomi, tetapi juga menjaga kelestarian lingkungan dengan meminimalkan limbah resto. Kekhasan

produk lemon, pemandangan alam, dan partisipasi masyarakat, namun pengembangannya masih terhambat oleh minimnya promosi berskala nasional, ketidakstabilan produksi akibat cuaca, serta keterbatasan transportasi umum.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan peneliti memberikan beberapa saran dengan maksud dapat memberikan manfaat dan menjadi acuan perbaikan tulisan ini, berikut saran-saran yang diberikan penulis:

1. Bagi pemilik agrowisata PT Moafarm *field & food* memperluas promosi digital melalui kerjasama dengan investor dan platform wisata nasional. Memperkuat manajemen kualitas buah lemon, sistem produk olahan lemon sendiri dan susu kambing agar memiliki daya saing di pasar lebih luas.
2. Kolaborasi pendekatan *pentahelix* telah memberikan dampak positif terhadap jumlah kunjungan, pemberdayaan ekonomi lokal, dan pelestarian lingkungan, namun keberlanjutan jangka panjang memerlukan peningkatan koordinasi, diversifikasi produk wisata, dan strategi promosi yang lebih intensif. Oleh karena itu, diperlukan penguatan promosi digital, pengembangan paket wisata terpadu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, perluasan publikasi media, dan dukungan infrastruktur anggaran dari pemerintah.
3. Untuk penelitian selanjutnya, dapat mengkaji pengembangan agrowisata PT Moafarm *field & food* dari perspektif keberlanjutan lingkungan, dampak ekonomi makro dan perbandingan model pendekatan *pentahelix* di destinasi lain. Menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif (campuran) untuk mengukur dampak langsung dari pengembangan terhadap pendapatan masyarakat maupun pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- A, N. H., B, A. H., C, U. W., & D, E. S. (2024). *Pentahelix Based Enterpreneurship Management AT PKBM ASHOLAHIYAH Article history : Keywords : 1–15.*
- Adolph, R. (2020). *pariwisata dan ketahanan nasional.*
- Andrini, A., Martasari, C., Budiyati, E., & Zamzami, L. (2021). Klasifikasi dan Sebaran Jeruk Nusantara. In *Teknologi Inovatif Jeruk Sehat Nusantara* (Nomor September). <https://www.researchgate.net/publication/354329301>
- Arianti, Y. S., & Harinta, Y. W. (2020). Agrowisata Jambu Dan Pengembangan Ekonomi Lokal Di Kecamatan Ngargoyoso Kabupaten Karanganyar. *AGRISAINTIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 4(2), 176. <https://doi.org/10.32585/ags.v4i2.992>
- Arsyieta, R., Soedarto, T., & Atasa, D. (2024). *Mangrove Gunung Anyar Dengan Pendekatan Pentahelix Development of Ecotourism Area of Gunung Anyar Mangrove Botanical Garden with Pentahelix Approach.* 12(4), 477–489.
- Bestari, S. E., Yuniarti, E., & Hernovianty, F. R. (2023). Strategi Pengembangan Taman Agrowisata Rekadena Desa Jeruju Besar Kecamatan Sungai Kakap. *JeLAST : Jurnal Teknik Kelautan , PWK , Sipil, dan Tambang*, 10(3), 1–8.
- BPS Kabupaten Banyumas. (2023). Halaman Sampul Warna. *Kecamatan Patikraja Dalam Angka 2023*, 132.
- chaerunissa. (2020). Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonopolo Kota Semarang. *Journal Of Public Policy And Management Review*, 9(4), 159–175.
- Clarence, V., Abdillah, R., Khairiyyah, S. N., & Dariyo, A. (2025). Mengoptimalkan Potensi Pariwisata di Pantai Pasir Putih Manokwari: Sebuah Analisis SWOT untuk Perencanaan Pengembangan. *Journal of Innovative and Creativity (Joecy)*, 5(2), 11193–11205. <https://doi.org/10.31004/joecy.v5i2.1858>
- Creswell, J. W. (2016). *RESEARCH DESIGN Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran.* PUSTAKA PELAJAR.
- Dani Rahu, P., & Suprayitno. (2021). Kolaborasi Model Pentahelix Dalam Pengembangan Desa Wisata Sei Gohong Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya. *Journal Ilmu Sosial, Politik dan Pemerintahan*, 10(1), 13–24. <https://doi.org/10.37304/jispar.v10i1.2286>
- Darsana, I. M., Yanti, A. S., & Mariani, N. W. R. (2025). Tourism Area Life Cycle (TALC) sebagai Strategi Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan di Kabupaten Badung-Bali. *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 4(4), 365–378. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK/article/view/2663>

- Dian K., Duadji Noverman, & Meutia Intan Fitri. (2021). Kolaborasi Model Pentahelix Dalam Kebijakan Pengembangan Industri Pariwisata Di Kabupaten Pesawaran. *Prosiding IICIS*. chrome-extension://bocbaocobfecmglmeaepmbideimao/pdf/viewer.html?file=http%3A%2F%2Frepository.lppm.unila.ac.id%2F34746%2F1%2Ffull%2520paper%2520artikel%2520IICIS%25202021..pdf
- Elidar, Y., & Purwati, P. (2021). Budidaya Jeruk Lemon (*Citrus medica*) di Polibag dan Manfaatnya untuk Kesehatan. *Jurnal Abdimas Mahakam*, 5(2), 162–166. <https://doi.org/10.24903/jam.v5i2.1488>
- Fatonah, S., & Royanti, S. (2023). Growth of leaf cutting of orange lemon (*Citrus limon* L. Osbeck) with red onion extract treatment. *Jurnal Pertanian*, 14(1), 45–52. <https://doi.org/10.30997/jp.v14i1.7922>
- Fauziah, S. N., & Warlina, L. (2022). Identifikasi Potensi Pengembangan Agrowisata di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*, 18(1), 45–53. <https://doi.org/10.14710/pwk.v18i1.35473>
- Harahap, I. S., Halimatussakdiah, H., & Amna, U. (2021). Skrining Fitokimia Ekstrak Daun Jeruk Lemon (*Citrus limon* L.) dari Kota Langsa, Aceh. *QUIMICA: Jurnal Kimia Sains dan Terapan*, 3(1), 19–23. <https://doi.org/10.33059/jq.v3i1.3492>
- Harofah, C., & Mutaqin, E. Z. (2023). Strategi Pengembangan Wisata Budaya Yang Berkelanjutan Di Destinasi Wisata Djagongan Koena Kejawa Banyumas. *Jurnal Industri Pariwisata*, 6(1), 14–26. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v6i1.1150>
- Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*.
- Helita, W., & Fitriyah, H. (2024). *Tourism Village Development Strategy Digital Based and Local Potential with The Pentahelix Approach In Realizing Sustainable Tourism [Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Digital dan Potensi Lokal dengan Pendekatan Pentahelix dalam Mewujudkan Pariw.*
- Heryadi, D. Y., Noor, T. I., Deliana, Y., & Hamdani, J. S. (2022). Model Implementatif Agribisnis Padi Organik Berkelanjutan Melalui Pendekatan Pentahelix. *Jurnal Agribest*, 6(1), 1–10.
- Indriatno, D. A., Nurcahyanto, H., Marom, A., Publik, D. A., Ilmu, F., & Politik, I. (2023). *Analisis pengembangan agrowisata jollong di desa sitiluhur, kecamatan gembong, kabupaten pati.*
- Johannes, J., Rosita, S., Yacub, S., & Indrawijaya, S. (2021). Strategi Pengembangan Ekowisata dan agrowisata Tanaman Jeruk di Desa Pasar Kerman / Lolo Gedang, Kecamatan Bukit Kerman, Kabupaten Kerinci. *Karya Abdi*, 5, 302–309. <https://online-journal.unja.ac.id/JKAM/article/view/16192>

- Journal, I., Business, I., & Volume, E. (2020). Pengembangan Ekonomi Islam Lokal Sektor Pertanian Melalui Agrowisata “Botania Garden (Bogar)” Desa Karangcengis Kecamatan Bukateja Kabupaten Purbalingga. *Indonesian Journal of Islamic Business and Economics*, 02(01), 37–48. <https://doi.org/10.32424/1.ijibe.2020.2.1.3005>
- Juhara, L. N., & Marsoyo, A. (2023). Siklus Hidup Destinasi Wisata di Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Kawistara*, 13(2), 278. <https://doi.org/10.22146/kawistara.81026>
- Kader, A., & Soleman, S. (2020). Pemanfaatan kekayaan alam dan hasil pertanian sebagai modal pengembangan agrowisata daerah. *Journal of Ethnic Diversity and Local Wisdom*, 2(1), 17–27. <http://www.jurnal.umm.ac.id/index.php/jedilwisdom><http://www.jurnal.umm.ac.id/index.php/jedilwisdom>
- Kartikaningrum, W., Deoranto, P., Wijana, S., Waluyo, B., Ramanda, P., Yuanita, E. A., & Atikah, H. (2022). Pengembangan Agrowisata Mandiri Melalui Budidaya Tanaman Jeruk Berbasis Pertanian Berkelanjutan Di Desa Wisata E kang, Kabupaten Bintan. *Prosiding 6th Seminar Nasional Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat 2022*, 452–456. <https://jurnal.poliupg.ac.id/index.php/snp2m/article/view/4069/3481>
- Kurniawati, R. (2020). Analisis SWOT Sebagai Dasar Perencanaan Strategi Pemasaran Pada Agrowisata Belimbing Karang Sari Kota Blitar. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 6(2), 191–203.
- Kusumastuti D., & Purwoko O. E. (2023). Storytelling Workshops Based on Babad Banyumas Stories for Local Tourism Community to Support Storynomics Tourism Development in Banyumas Regency. *GANDRUNG: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 856–866. <https://doi.org/10.36526/gandrung.v4i1.2328>
- Lestari, F., Kagungan, D., & Fitri Meutia, I. (2022). Sinergitas Aktor Pentahelix dalam Pembangunan Inklusif Pada Sektor Pariwisata Berbasis Agrowisata Kampoeng Kopi. *Administrativa: Jurnal Birokrasi, Kebijakan dan Pelayanan Publik*, 4(1), 9–18. <https://administrativa.fisip.unila.ac.id/index.php/1/article/view/111/74>
- M, R. F., Sety, L. O. M., & Hartoyo, A. M. (2024). Jurnal administrasi dan kebijakan kesehatan. *Jurnal Administrasi Dan Kebijakan Kesehatan (Jakk-Uho)*, 5(2), 238–247. <http://jakk.fisip.unand.ac.id/index.php/jakk/article/view/139>
- Mainurin, M., Unteawati, B., & Handayani, S. (2018). Pengelolaan panen dan pascapanen buah jeruk lemon (Citrus limon) di UD X-Yogyakarta. *Karya Ilmiah Mahasiswa (Agribisnis)*, 1–5.
- Maulida, I., & Raharja, M. C. (2022). Sinergi Triple Helix sebagai Optimalisasi

- Potensi Wisata Pulau Momongan di Kabupaten Cilacap. *Kampelmas*, 31–39. <https://proceedings.uinsaizu.ac.id/index.php/kampelmas/article/view/44%0A>
<https://proceedings.uinsaizu.ac.id/index.php/kampelmas/article/download/44/40>
- Mayasari, U., & Laoli, M. T. (2018). KARAKTERISASI SIMPLISIA DAN SKRINING FITOKIMIA DAUN JERUK LEMON (*Citrus limon* (L.) Burm.f.). *KLOROFIL: Jurnal Ilmu Biologi dan Terapan*, 2(1), 7. <https://doi.org/10.30821/kfl:jibt.v2i1.1802>
- Metode, D., & Swot, A. (2020). *Analisis adaptif*.
- Nadhira, D. A., & Kurnia, G. (2020). Characteristics of Successful Farmers ' Entrepreneurs (Biographical Study in Educational Agrotourism Eptilu). *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 4, 561–575. <https://scholar.archive.org/work/wp3hpyrwdrhgrbw7cr2tvdznlly/access/wayback/https://jepa.ub.ac.id/index.php/jepa/article/download/451/245>
- Nashir. (2023). Kolaborasi Pentahelix Untuk Mendorong Pemberdayaan UMKM Di Desa Pabean Udik. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 61–71.
- Ningsih, E., Norhidayati, F., & Kholisa Nazmi, N. (2025). Analisis Swot Kepemimpinan Otokratis. *Paraduta : Jurnal Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(1), 29–34. <https://doi.org/10.56630/paraduta.v3i1.851>
- Okpatrioka Okpatrioka. (2023). Research And Development (R&D) Penelitian Yang Inovatif Dalam Pendidikan. *Dharma Acariya Nusantara: Jurnal Pendidikan, Bahasa dan Budaya*, 1(1), 86–100. <https://doi.org/10.47861/jdan.v1i1.154>
- Pokhrel, S. (2024). Strategi Pengembangan Wisata Alami Dalam Era Digitalisasi. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Prasmatiwi, F. E., Ismono, R. H., Lestari, D. A. H., & Saleh, Y. (2020). Pengembangan Agrowisata Berbasis Potensi Desa Paguyuban Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Pengabdian Dharma Wacana*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.37295/jpdw.v1i1.20>
- Priani, Z. A. Z. (2025). Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Desa Sukamukti: Pendekatan Analisis SWOT dan Analisis PEST. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 9(1), 56–70.
- Pugra, I. W., Oka, I. M. D., & Suparta, I. K. (2021). Kolaborasi Pentahelix Untuk Pengembangan Desa Timpag Menuju Desa Wisata Berbasis Green Tourism. *Bhakti Persada*, 7(2), 111–120. <https://doi.org/10.31940/bp.v7i2.111-120>
- Pumomowati R, Ir. MP. Athiyah D, Spms. (n.d.). *Potret Keberhasilan Sistem Pelayanan Pengunjung Pada Wisata Agro Edukatif Ibugray Oteh*.
- Pusparani, & Rianto. (2022). Implementasi Konsep Pentahelix Dalam

- Pengembangan Desa Wisata Cibuntu. *Bogor Hospitality Journal*, 5(1), 24–31. <https://doi.org/10.55882/bhj.v5i1.18>
- Putranto, K., Haerudjaman, R., & Gunawan, A. (2024). Pengaruh Kosentrasi Ethephon Pada Proses Degreening Buah Jeruk Lemon (*Citrus limon L.*) California. *AGRITEKH (Jurnal Agribisnis dan Teknologi Pangan)*, 4(2), 109–115. <https://doi.org/10.32627/agritekh.v4i2.891>
- Ramadhani, Z. A., Ghassani, S. A., & Priscilia, K. (2024). Strategi Pemasaran Destinasi Berdasarkan Tourism Area Life Cycle (TALC) di Desa Wisata Kembang Kuning, Lombok Timur. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 15(1), 1–9. <https://doi.org/10.31294/khi.v15i1.17101>
- Rianto, M. R. (2025). *Dan Implikasi Penelitian Metode SWOT*.
- Rizky Fadilla, A., & Ayu Wulandari, P. (2023). Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(No 3), 34–46.
- Rochaeni, A., Yamardi, & Noer Apptika Fujilestari. (2022). Model Pentahelix dalam Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Rongga Kabupaten Bandung Barat. *NeoRespublica: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 4(1), 124–134. <https://doi.org/10.52423/neores.v4i1.38>
- Rosardi, R. G. (2020). Model Pentahelix Dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Di Kabupaten Batang Jawa Tengah. *Ristek: Jurnal Riset, Inovasi dan Teknologi Kabupaten Batang*, 4(2), 7–17.
- S., T. T. (2024). Analisis SWOT Untuk Pengembangan Pariwisata Kabupaten Dairi. *Researchgate.Net*, 2(1), 24–34. https://www.researchgate.net/profile/Romindo-Pasaribu/publication/372856405_Hedonic_Shopping_Value_Ayu_dan_Mind_o/links/64caff9291fb036ba6bfbf16/Hedonic-Shopping-Value-Ayu-dan-Mindo.pdf
- Saad, A. A. R., Indrajati, S. B., Mariyanto, J., Waty, D. E., Saragih, E., Susetyanto, N., Yasin, M., & Sinambela, R. (2012). Pedoman Umum Agrowisata. *Repository.Pertanian.Go.Id*, 1–67.
- Saehudin. (2023). Potensi Pengembangan Virgint Coconat Oil (VCO) Sebagai Penunjang Pariwisata di Desa Sokong Kabupaten Lombok Utara. *JRT journal Of Responsible Tourism*, Vol.3, 161–170. <https://stp-mataram.e-journal.id/JRT>
- Saeroji, A. (2020). Journal of Tourism Destination and Attraction. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 12(1), 147–154. <https://doi.org/10.35814/tourism.v12i2.7739>
- Saputri, M., Abigail, H. K. C., & Livana, M. (2024). Penerapan Teori Stakeholder Pada Praktik Corporate Social Responsibility (Csr). *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 1(4), 461–475. <https://www.jstor.org/stable/27800897>

- Sari, A. F., Widiyanto, A., Mukmin, M., Khairunnisa, K., Sahril, S., Fajri, N. I., Elsifera, E., & Ramayanti, D. (2022). Pengembangan Agrowisata Dalam Meningkatkan Sosial Ekonomi Masyarakat Desa Toapaya Kabupaten Bintan. *JPPM Kepri: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Kepulauan Riau*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.35961/jppmkepri.v2i1.382>
- Semnasti, M. Z. A., Semnasti, R. I., Semnasti, I. L., Semnasti, I. D. U., Semnasti, F. A., & Semnasti, T. N. (2023). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata dengan Menggunakan Metode Analisis SWOT dan QSPM (Studi kasus: Wisata Adventure Land Romokalisari Surabaya). *Waluyo Jatmiko Proceeding*, 16(1), 21–30. <https://doi.org/10.33005/wj.v16i1.26>
- Soelistyari, H. T., Alfian, R., & Budiyo, D. (2020). Strategi Pengembangan Swot Agrowisata Di Desa Pandansari Lor, Kabupaten Malang. *Buana Sains*, 20(2), 149–160.
- Suhartawan, I. G. (2022). Pengembangan Tanaman Organik Sebagai Destinasi Agrowisata Dalam Mendorong Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pariwisata PaRAMA : Panorama, Recreation, Accomodation, Merchandise, Accessibility*, 3(2), 113–121. <https://doi.org/10.36417/jpp.v3i2.536>
- Suhartawan, I. G. (2023). Perbedaan Agrowisata Negara Maju Dan Negara Berkembang : Sebuah Kajian Literatur. *Jurnal Pariwisata PaRAMA : Panorama, Recreation, Accomodation, Merchandise, Accessibility*, 4(1), 26–32. <https://doi.org/10.36417/jpp.v4i1.611>
- Suma, N. N. (2022). Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat Islam Jember. *Proceedings of Annual Conference on ...*, 317–330. <https://doi.org/10.15642/acce.v3i>
- Tegar, A., Lestari, S. A., Adiartanti, Y., Sholiha, Y. M., & Raharja, M. C. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Agribisnis Kebun Strawberi di Desa Serang Kabupaten Purbalingga. *Kubis*, 2(2), 96–106. <https://doi.org/10.56013/kub.v2i02.1801>
- Tinggi, S., & Ambarrukmo, P. (2025). *Peran Wisata Pusaka Dalam Mendorong Ekonomi Lokal Perkotaan ENDE Nusa Tenggara Timur*. 7(3), 24–33.
- Vani, R. V., Priscilia, S. O., & Adianto, A. (2020). Model Pentahelix Dalam Mengembangkan Potensi Wisata di Kota Pekanbaru. *Publikauma : Jurnal Administrasi Publik Universitas Medan Area*, 8(1), 63–70. <https://doi.org/10.31289/publika.v8i1.3361>
- Vera, Y. (2019). Pengembangan Pariwisata Berbasis Agrowisata Melalui Penguatan Peran Kelompok Wanita Tani (Studi Di Desa Sungai Langka Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten PESAWARAN). *Jurnal ilmiah Administrasi Publik dan Pembangunan*, 11(1), 252–271.
- Wiswasta, I. G. N. A., & Agung, I. M. et al. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)*.

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Wawancara

Pedoman Wawancara dan hasil wawancara

1. Daftar pertanyaan wawancara dengan pemilik agrowisata PT Moafarm *field & food*
 - a. Sejarah berdirinya Moafarm dari awal mulai sampai sekarang ?
 - b. Kenapa dinamakan Moafarm *field & food* ?
 - c. Visi misi yang diterapkan di Moafarm ?
 - d. Berapa total luas agrowisata ini ?
 - e. Apa saja fasilitas yang ada di Moafarm ?
 - f. Apakah terdapat struktur yang mengelola di Moafarm ?
 - g. Produk apa saja yang sudah dipasarkan oleh pihak PT Moafarm *field & food* ?
2. Daftar pertanyaan kepada penanggung jawab yang ada di PT Moafarm *field & food*
 - a. Pemerintah
 - 1) Apakah dari pemerintah ikut membantu dalam meningkatkan PT Moafarm *field & food*?
 - 2) Apakah ada pemerintah setempat atau dinas membantu membangun agrowisata PT Moafarm *field & food*?
 - 3) Bagaimana sinergi antara pemerintah, pengelola PT Moafarm dan Masyarakat?
 - b. Akademisi
 - 1) Siapa yang merancang atau inovasi pengembangan agrowisata di PT moafarm *field & food* ?
 - 2) Apakah sudah ada kerjasama atau peelitian yang di lakukan di PT Moafarm *field & food* ?
 - 3) Bagaimana kontribusi dari sipeneliti dalam mengembangkan PT Moafarm *field & food*?

- 4) Apakah kerjasama atau pernah ada pelatihan (PPL/ magang) dari sekolah lain datang ke agrowisata PT Moafarm *field & food* ?
- c. Pelaku usaha
 - 1) Apakah ada kerjasama dengan pihak lain ?
 - 2) Apa saja produk unggulan dan wisata yang ditawarkan di PT Moafarm *field & food* ?
 - 3) Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan ?
 - 4) Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan di PT Moafarm *field & food*?
- d. Komunitas/ Masyarakat
 - 1) Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap keberadaan PT Moafarm *field & food*?
 - 2) Apakah ada keterlibatan masyarakat sekitar dalam mengelola agrowisata?
 - 3) Bagaimana dampak ekonomi bagi masyarakat?
- e. Media
 - 1) Apa saja platform yang digunakan untuk media promosi?
 - 2) Bagaimana cara mempromosikan PT Moafarm *field & food*?
 - 3) Bagaimana respon masyarakat ketika ada agrowisata di PT Moafarm *field & food*?
 - 4) Apakah ada kerjasama dengan pihak luar dan bagaimana respon dari masyarakat?
3. Daftar pertanyaan kepada karyawan yang ada di PT Moafarm
 - a. Sudah berapa lama bekerja di PT Moafarm?
 - b. Apa saja tugas harian yang dikerjakan di PT Moafarm?
 - c. Bagaimana perkembangan di PT Moafarm?
 - d. Tantangan apa saja yang dihadapi dalam pengelolaan di PT Moafarm?
 - e. Harapan sebagai karyawan terhadap pengembangan PT Moafarm?
4. Daftar pertanyaan kepada pengunjung yang ada di PT Moafarm
 - a. Darimana anda mengetahui informasi tentang PT Moafarm *field & food*?
 - b. Apa alasan untuk berkunjung ke PT Moafarm?

- c. Menurut anda, apakah fasilitas dan layanan di Moafarm sudah memadai ?
- d. Bagaimana kesan anda terhadap fasilitas yang ada di Moafarm ?
- e. Sudah berapa kali berkunjung di wisata yang ada di PT Moafarm ?
- f. Apa harapannya anda untuk pengembangan Moafarm ke depannya ?
- g. Apakah wisata Moafarm rekomend untuk orang lain berkunjung?



Lampiran 2 Hasil Wawancara Dengan Pemilik PT Moafarm

Transkrip hasil wawancara pengelolaan agrowisata di PT Moafarm *Field & Food*

Nama : Pak Dwiki Harissasongko

Jabatan : Direktur PT Moafarm *Field & Food*

Tanggal : 04 September 2025

Waktu penelitian :

1. Sejarah berdirinya PT Moafarm dari awal mulai sampai sekarang

Jawaban : Pada tahun 2020 masih belum berbadan hukum dalam penanaman lemon, jadi penanaman lemon pada tahun 2023 kita buat badannya. Tujuannya Moafarm sendiri sebenarnya lebih ke agrowisata kenapa ada tempat FNB ini, sebelumnya ada market karena dulunya ada gubuk kecil diatas notabennya orang datang untuk menikmati pemandangan, karena mungkin daya tarik wisata yang banyak mengira ini daerah di baturaden. Awalnya saya mengenalkan lemon ini, sejalannya waktu menambahkan bidang peternakan yang bersifat ke kambing perah dan saat ini mengembangkan di tanaman herbal dan holiculturenya juga seperti cabai dan padi. *Reasech* ke pertanian yang duperlukan karena posisi di pertanian banyak macamnya seperti punya lahan tapi tidak bisa asal tanam, dulunya lahan-lahan yang ada di moafarm tidak produktif. Di daerah sini sendiri untuk pertaniannya sudah berkurang ini sebagai tantangan lahan-lahan tidur ini bisa di reatment menghasilkan sesuatu yang bisa dijual. Kalau saat ini berfokus sebagai ketahanan pangan dan mengedukasi pengunjung sekitar, mohon maaf ada yang ingin belajar bertani dan berternak, harapannya kedepan PT Moafarm sendiri sebagai tempat untuk mengadakan pelatihan.

2. Kenapa dinamakan Moafarm ?

Jawaban : Sebagai perkebunan karena orang lebih paham Moafarm sendiri brandnya perkebunan dan peternakan. Awal sendiri nama Moafarm dari Mora yaitu mas Seftira sebagai yang merancang atau konsep agrowisata yang ada disini.

3. Visi Misi yang diterapkan PT Moafarm ?

Jawaban : Bagaimana kita memakmurkan masyarakat daerah area kita yang tanam, bukan cuman memakai tanahnya. Sebagai sarana edukasi yang lebih

mengutamakan alam, karena di Moafarm sendiri bukan wisata buatan kasarannya kita tidak membangun sesuatu yang dibuat kita mengedepankan yang sudah ada dan kita tambahkan perencanaan/ lebih menguatkan ketahanan pangan.

4. Bagaimana strategi pengembangan yang sudah dilakukan di PT Moafarm?

Jawaban : Untuk saat ini masih dalam perancangan, kedepan masih banyak lagi karena untuk Moafarm sendiri satu usaha yang saya buat kawasan. Untuk yang sudah berjalan perkebunan dengan Pak Seftira, saling melengkapi, karena kedepan ada *green house*, kaya semacam *holding*/ melengkapi satu sama lain. Untuk strategi kedepan lebih ke produk turunan dari yang sudah tanam contoh seperti olahan sari lemon di PT Moafarm karena kawasannya di Moafarm kita dapat pemasukan dari perkebunan lemon terdapat kontribusi dan retribusi. Di lemon pun sama ada penjualan di area Moafarm terdapat pendapatan juga tapi saling melengkapinya pengunjung yang ke sini tidak terbatas di peternakan saja. Misalkan mau ke pengolahan nanti juga ada *farm tour*, belajar budidaya lemon, *green house*, dan kerjasama dengan komunitas-komunitas yang lebih pertanian dan peternakan.

5. Produk apa saja yang sudah dipasarkan dan rancangan ke depan oleh pihak PT Moafarm?

Jawaban : Untuk sekarang susu kambing bubuk, susu kambing cair, lemon, sari lemon dan untuk saat ini mengelola kebun cabai. Untuk plening kedepan ingin nanam kebun coklat kerjasama dengan *silver queen*.

6. Daftar pertanyaan kepada direktur PT Moafarm *field & food*

a. Pemerintah

- 1) Apakah dari pemerintah ikut membantu dalam meningkatkan PT Moafarm?

Jawaban : Baru dari dinas peternakan mampir kesinidia bilang buakan peternakan tetapi kawasan *water service* kedepannya, dari dinas perizinan, dinas pariwisata. Memang ini bukan jalur wisata secara kabupaten banyumas, tapi paling engga mendekatinya kota lama banyumas sebagai alternatif. Orang yang datang kesini tidak

memberikan ekspektasi yang lebih, karena datang kesini dengan kesederhanaan seperti adanya lebih ke alamnya kita tonjolkan. Kalau untuk desa sudah mengizinkan dan untuk bupati masih dalam proses.

- 2) Apakah dari pihak pemerintah membantu pembangunan agrowisata PT Moafarm?

Jawaban : pertama kan kita berada di dua desa Moafarm sendiri berada di Desa Klahar Kulon dan Pekaja, yang dihadapi tempat ini yaitu jalan. Jalan masuk ke Moafarm sendiri yaitu jalan pertanian, sebenarnya sudah kerjasama dengan kades Pekaja kita siap membantu bersama-sama. Akses lancar masuk sebenarnya menambah nilai jual wilayah, orang yang berdatangan untuk mengetahui di Purwokerto ada desa agrowisata.

- 3) Bagaimana sinergi antara pemerintah, pengelola PT Moafarm dan Masyarakat?

Jawaban : Pihak pemerintah dan masyarakat turut ikut membantu mengembangkan Moafarm.

b. Akademisi

- 1) Siapa yang merancang atau inovasi pengembangan agrowisata di PT Moafarm?

Jawaban : sebenarnya saya terinspirasi dari film *The Biggest Little Farm*, melihat dari film itu kita bisa terintegrasi harapan saling melengkapi. Saya ada tempat makan menghasilkan limbah, limbah diolah untuk makan magot, magot diolah untuk makan ikan dan hewan, dikembalikan ke VNB. Kita mempertahankan *cash voldio*, karena usaha engga bisa langsung naik atas engga, harus berproses terlebih dulu. Kenapa Moafarm produksinya engga banyak karena misi kedepan *plasma* (memanfaatkan sumber daya lingkungan yang ada). Contoh di peternakan dengan populasi 60 ekor harapan kedepan sebagai stakeholder dalam arti masyarakat merasakan dampaknya, untuk penjualan kita yang mengurus dan operasionalnya kita kerjasama/ lebih ke pemberdayaan masyarakat. Ketika kita membuat

suatu kawasan dengan nota brand agrowisata berimpek ke warga lebih baik.

- 2) Apakah sudah ada kerjasama atau penelitian yang dilakukan di PT Moafarm?

Jawaban : Dulu ada, dengan pak Seftira jeruk lemon sempet ada dosen unseod penelitian ke sini. Pak dosen meneliti karena untuk mengetahui tanah ini luar biasa susahnya air, penanaman di bukitan memerlukan kerja keras.

- 3) Apakah pernah ada pelatihan atau kerjasama (PKL/ Magang) dari sekolah lain datang ke agrowisata PT Moafarm *field & food*?

Jawaban : Ada beberapa kali dari universitas UNSEOD, UNU, SMA / SMK, untuk studi dalam pengelolaan bahkan ada beberapa kali untuk PKL hampir setiap tahunnya, ada

c. Pelaku Usaha

- 1) Apakah ada kerjasama dengan pihak lain?

Jawaban : Baru tahun ini karena ini sebagian dari usaha owner saling mengisi. *Segment* Mora sendiri kan untuk saat ini untuk kalang keluarga, anak-anak, kerjasama keluar lebih kepada mengolah produk turunan susu tersebut *packing venetrasi* ke pasar salah satunya ke Cofeedia, kerjasama ke Rita tiap bulannya, Hanamart, Mixue untuk sari lemon.

- 2) Apa saja produk unggulan/ turunan dan wisata yang ditawarkan di PT Moafarm?

Jawaban : Lemon, Susu kambing bubuk berstandar BPOM, susu kambing siap minum.

- 3) Bagaimana strategi pemasaranyang digunakan ?

Jawaban : Kita cari kualitas di peternakan (membudidayakan jenis kambing) dan perkebunan. Beberapa kali mempromosikan lewat media sosial dan sudah ada yang menanyakan.

d. Komunitas/ Masyarakat

- 1) Bagaimana Tanggapan masyarakat dengan adanya PT Moafarm?

Jawaban : Ketika buka banyak respon positif, karena lokasi disini jarang yang datang. Akhirnya banyak dari beberapa kota mampir kesini walaupun jalannya masih seperti itu, di sosial media banyak yang menanyakan daerah disitu. Impek secara tempat, dampak kedepannya bagaimana caranya bisa ikut berdampak di masyarakat.

- 2) Apakah ada keterlibatan masyarakat untuk mengelola?

Jawaban : Ada mas, rata-rata pegawai yang ada disini saya ambil dari warga sekitar.

- 3) Bagaimana dampak ekonomi bagi masyarakat?

Jawaban : Lebih membaik sebelumnya ada dan sesudah Moafarm, serta saling mendukung.

e. Media

- 1) Apa saja platform yang digunakan untuk media promosi ?

Jawaban : Untuk saat ini lebih ke Tik tok, Instagram, ingin arah kedepan *You tube channel*, dan *website*.

- 2) Bagaimana cara mempromosikan PT Moafarm *field & food*?

Jawaban : Lebih gampang itu, menanyakan kenapa adanya resto sebenarnya market. Jadi tidak adanya resto, akan susah apa itu Moafarm. Pengunjung yang datang, menanyakan review mereka dan dari mereka (lebih mulut ke mulut). Wacana kedepan lebih ke instansi edu wisata.

- 3) Bagaimana respon masyarakat ketika ada agrowisata di PT Moafarm *field & food*?

Jawaban : Sangat bagus sekali, beberapa kita posting atau templen kembali keladang bagaimana mencoba untuk caranya teman yang masih muda atau ke anak-anak kecil mau bergerak di ladang (berkebun).

Lampiran 3 Hasil wawancara dengan Kaja Perkebunan Lemon

Nama : pak seftira Hanggara

Jabatan : Sebagai Penanggung jawab (Kaja)

Waktu penelitian : 04 Agustus 2025

1. Sejarah berdirinya moafarm dari awal mulai sampai sekarang ?

Jawaban : dulunya lahan tandus sebelum berdirinya Moafarm. Lokasi lahan Moafarm berada di bukitan yang hanya ada beberapa kebun milik warga di sekitarnya, dan lahan tersebut sebagian besar ditumbuhi pohon jati. Ibaratnya lahan mati. Dengan berproses perlahan-lahan perkembangan mulai ada inovasi Moafarm berdiri tahun 2020 dengan visi misi untuk mengubah lahan tandus seluas 4 hektar menjadi area yang bermanfaat dan menarik bagi masyarakat. Hampir perjalanan selama 2 tahun ada inovasi gimana buat pariwisata, tetapi bertahap dalam pengembangan.

2. Visi misi yang diterapkan di PT Moafarm?

Jawaban : Bagaimana kita memakmurkan masyarakat daerah area kita yang tanam, bukan cuman memakai tanahnya, tenagapun kita pakai juga. Bagaimana membuat produk yang bagus, yang keluaranya produk yang unggul.

3. Berapa luas agrowisata di PT Moafarm *field & food*?

Jawaban : 4 Hektar

4. Berapa jumlah pekerja yang ada di PT Moafarm *field & food*?

Jawaban : 23 Orang

5. Apa saja fasilitas yang ada di PT Moafarm

Jawaban : Loket tiket, *cafe* dan resto, peternakan, perkebunan, *mini zoo*, area parkir luas, spot foto, kantin kuliner khas, mushola, kamar mandi/WC, ATV kolam ikan, serta hiburan *live music* menjadi paket daya tarik yang saling melengkapi

6. Apakah terdapat struktur yang mengelola di moafarm

Jawaban : Struktur Moafarm sebetulnya sudah menjadi PT. Kebetulan tujuannya untuk apa? Tujuannya untuk fokus dan juga terkait dengan perijinan BPOMN dan perijinan lainnya. Kalau di PT kan kendalanya di perijinan karena kita sudah memiliki produk turunan.

7. Produk apa saja yang sudah dipasarkan oleh pihak PT Moafarm *field & food*?

Jawaban : produk yang di pasarkan seperti lemon, juga ada produk selain lemon prodak turunan yaitu sari lemon *Pure* lemon, susu kambing yang bubuk dan cair. *Grade* lemon, *Pure* lemon, makanan dan minuman yang ada di resto.

8. Bagaimana pengembangan di PT Moafarm *field & food*?

Jawaban : utamanya dalam pengembangan ini adalah kebun, ketika pengembangan seperti peternakan dan segala macam, itu adalah sebagai fasilitas. Jadi kita tidak buat resto terus pemandangannya kebun tapi kebun yang difasilitasi resto. Berkebun atau berternak, capai, ingin istirahat, segala macam tinggal ke resto, iya seperti *sustaineble tourism*.

9. Apakah ada kendala terkait pengembangan agrowisata PT Moafarm *field & food*?

Jawaban : kendala banyak. Yang utama faktor cuaca dan air kadang disini hujan dikota tidak. Perbandingan hujan dikota 3 : 1, struktur tanah naik turun untuk distribusi pupuk agak sulit, Akses jalan jauh dari kota dan jalannya kecil untuk papasan mobil tidak bisa dan hanya bisa dilewati 1 mobil.

10. Daftar pertanyaan kepada penanggung jawab yang ada di moafarm

a. Pemerintah

1) Apakah dari pemerintah ikut membantu dalam meningkatkan PT Moafarm *field & food*?

Jawaban : Tidak ada, pemerintah tidak ikut dalam pengembangan

2) Apakah ada pemerintah setempat atau dinas membantu membangun agrowisata PT Moafarm *field & food*?

Jawabannya : ada beberapa wacana tetapi belum terlaksana. Wacana ada dari pihak dari dinas pernah ke Moafarm sampai sekarang belum ada.

3) Bagaimana sinergi antara pemerintah, pengelola PT Moafarm dan Masyarakat?

Jawaban : Belum berjalan sepenuhnya, hanya saja dari pihak pemerintah masih wacan dan dari pihak masyarakat turut ikut membantu mengembangkan Moafarm.

b. Akademisi

- 1) Siapa yang merancang atau inovasi pengembangan agrowisata di PT Moafarm *field & food*?

Jawaban : Saya sendiri Pak Seftira Hanggara, sebelumnya kan sebenarnya punya kebun lemon harapan saya adalah orang yang datang kesini itu bisa menikmati lemon sambil melihat pemandangan dan juga ada investor. Pak Seftira serahkan kepada investor dan mau akhirnya dijadikan semi wisata dan disini juga tidak ada objek wisata. Orang yang datang kesini, dari resto diciptakan orang yang datang kesini istirahat makan dll. Pelan-pelan jalan ketemu alurnya, pengembangannya, tadinya perkebunan lemon dan beberapa gubuk akhirnya ada kambing, ternak ayam ternak ikan dan segala macam itu pun sambil bertahap-tahap dalam pengembangannya. Tidak langsung dari awal konsepnya seperti ini. Untuk kedepan pengin sebagai sentral buah kedepannya.

- 2) Apakah sudah ada kerjasama atau penelitian yang di lakukan di PT Moafarm *field & food* ?

Jawaban : Ada kita kerjasama dengan Unseud, Pak Sahidin Dekan langsung yang turun. Disini lagi meneliti kandungan nutrisi yang ada di lemon. Kita ada 36 pohon yang diteliti sama pak dekan, dia sendiri yang mengaplikasikan pupuknya dibantu dengan mahasiswa-wahasiswa kesini. Saya juga butuh hasil labnya juga, kandungan yang ada di lemon apa saja.

- 3) Bagaimana kontribusi dari sipeneliti dalam mengembangkan perkebunan lemon PT Moafarm *field & food*?

Jawaban : kontribusi berupa hasil labnya juga, kandungan yang ada di lemon apa saja. Pak dekan menerapkan pupuknya, untuk pupuknya dari dia langsung. Apakah pupuk ini menambah atau mengurangi kandungan nutrisi. Baru berjalan 2 minggu dari total 2-3 bulan.

- 4) Apakah kerjasama atau pernah ada pelatihan (PPL/ magang) dari sekolah lain datang ke agrowisata PT Moafarm *field & food* ?

Jawaban : ada. Beberapa kali dari universitas, SMA / SMK, untuk studi dalam pengelolaan bahkan ada beberapa kali untuk PKL hampir setiap tahunnya, ada.

- 5) Bagaimana pengapliasian dalam merawat perkebunan lemon ?

Jawaban : Untuk pupuknya. Semi organik untuk pupuk dasarnya organik. Sekarang menggunakan kotoran kambing untuk organiknya. Selain pupuk organik ada olia (pupuk semprot) seperti top 1, NKP itu sebagai stimulan biar keluar bunga. Untuk pengendalian hama kita juga semi organik tapi lebih besar ke anorganik karena ada hama yang tidak bisa diberhentikan dengan organik.

c. Pelaku usaha

- 1) Apakah ada kerjasama dengan pihak lain ?

Jawaban : Tidak ada kerjasama dengan pihak lain, cuman kita : *riseller* (partner dengan mereka), seperti Rita, Mixue, Teh Desa dan lainnya.

- 2) Apa saja produk unggulan dan wisata yang ditawarkan di PT Moafarm *field & food* ?

Jawaban : untuk fasilitas yang ada seperti resto, perternakan atau *mini zoo*, dan perkebunan, ATV. Disamping itu juga produk unggulannya seperti lemon juga ada produk selain lemon prodak turunan yaitu sari lemon, mps lemon, susu kambing yang bubuk dan cair. *Grade* lemon, *Pure* lemon.

- 3) Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan di PT Moafarm *field & food*?

Jawaban : sebenarnya yang saya lakukan adalah brand branding dulu, bagaimana produk PT Moafarm *field & food*, orang bisa familiar.

d. Komunitas/ Masyarakat

- 1) Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap keberadaan PT Moafarm *field & food*?

Jawaban : positif banget, saling support, karena lampu dan jalan itu kan pengadaan moafarm sampai desa pekaja. Jan juga ada feedback masyarakat kerja disini dan Moafarm memberikan fasilitas infrastruktur

dan harga tanah naiknya luarbiasa dari sebelum dan sesudah ada Moafarm.

- 2) Apakah ada keterlibatan masyarakat sekitar dalam mengelola agrowisata?

Jawaban : Ada, untuk merekrut karyawan orang sekitar dari awal kita dasar dari Moafarm memberikan kesejahteraan untuk belajar bersama dalam pengelolaan perkebunan, peternakan resto/ *café*.

- 3) Bagaimana dampak ekonomi bagi masyarakat?

Jawaban : Semakin baik dan sama-sama mendukung, dulunya alas sekarang sudah ada perbaikan dan saluran listrik disini. Juga dari pihak PT Moafarm pekerjaanya kebanyakan dari masyarakat sekitar sini. Juga harga tanah disini meningkat 10x lipat sebelum adanya Moafarm.

e. Media

- 1) Apa saja platfom yang digunakan untuk media promosi ?

Jawaban : yang saya gunakan di media sosial seperti TikTok, Instagram, Facebook, dan Whatsapp

- 2) Sekarang ini kan ada media sosial, itu siapa yang mengelola?

Jawaban : Pak Seftira, kedepan butuh orang untuk mengelola media sosial biar fokus kepada aktivitas kebon dan digital marketing.

- 3) Bagaimana cara mempromosikan PT Moafarm *field & food*?

Jawaban : sebenarnya yang saya lakukan adalah brand branding dulu, bagaimana Moafarm *field & food* orang familiar, Moafarm ini adalah bermeset bahwa pusat agricultur. Utamanya campion kita, Moafarm itu ngapain aja sebenarnya untuk visi dan misi. Tujuannya untuk biar tau PT Moafarm *field & food* dan juga ada promo-promo dan juga ada kolaborasi-kolaborasi.

- 4) Bagaimana respon masyarakat ketika ada agrowisata di PT Moafarm *field & food*?

Jawaban : Sangat bagus sekali, apapun yang kita posting atau templen kembali keladang bagaimana mencoba untuk caranya teman teman yang masih muda mau bergerak di ladang (berkebun) walaupun Moafarm

sendiri belum hortikultural pangan tapi minimal buat si anak anak muda bergerak dulu menanam apa saja seperti buah-buahan, sayur-sayuran dan segala macam.

- 5) Apakah ada kerjasama dengan pihak luar dan bagaimana respon dari masyarakat?

Jawaban : Ada beberapa kolaborasi-kolaborasi dengan artis, media lain, dan juga ada beberapa *evant* kita sering ikut tujuannya adalah branding. Sempat kemaren pakai *adsense* juga berbayar, iklan berbayar dan *join activity*.



Lampiran 4 Hasil Wawancara Dengan Leader Resto PT Moafarm

Transkrip hasil wawancara dengan karyawan yang ada di PT Moafarm *field & food*

Nama : Ibnu

Jabatan : sebagai *leader* di resto

Bekerja : 1 tahun

Tanggal : 03 September 2025

1. Berapa jumlah karyawan di resto (*café*)

Jawaban : 15 Orang

2. Jam berapa resto buka ?

Jawaban : untuk buka jam 09:00 sampai jam 19:00 hari biasa, untuk hari weekand tutup jam 21:00

3. Kapan berdirinya Resto di PT Moafarm?

Jawaban : Pada tahun 2024 bulan juli.

4. Apa saja tugas hariannya ?

Jawaban : Opening, pembersihan area, *prepare*, penyiapan makanan.

5. Berapa penghasilan untuk jumlah pengunjung rata-rata tiap minggu/ bulanan?

Jawaban : Untuk rame biasanya pada saat reserfasi, kalau hari-hari biasa tidak terlalu paling sekitar Rp.1.000.000 pendapatannya setiap harinya.

6. Apa saja produk yang dijual dan apakah menjual produk sendiri dari PT Moafarm?

Jawaban : Untuk minuman yang paling *best seller* lemon karena kita produk sendiri, ngambil diperkebunan, sari lemon. Karena resto dibuat untuk mengelola apa saja yang ada di Moafarm sendiri seperti peternakan lele, padi, susu kambing terdapat 2 varian botol diharga Rp. 15.000 sekitar 600 ml dan bubuk diharga Rp. 75.000 sekitar 250 gram.

7. Apa saja tantangan yang dihadapi membuka *café*/ resto di PT Moafarm ?

Jawaban : Sabar dengan proses, namanya jualan tidak menentu pasang surut. Kami usahakan *customer* itu mendapatkan reward dan kesan tersendiri ketika datang ke Moafarm, biar bisa mengajak keluarga, teman, dan orang lain untuk datang ke Moafarm

8. Apa saja yang ada di resto di PT Moafarm ?

Menu makanan dan minuman, panggung, *live* musik dan karaoke pada hari sabtu-minggu, dll.

9. Apakah ada kerjasama dengan pihak lain atau pihak luar untuk meramaikan wisata di PT Moafarm ?

Jawaban : Tidak ada, kita yang mengundang dari pihak luar seperti band dan dangdut radeva.

Lampiran 5 Hasil Wawancara Dengan Karyawan Peternakan di PT Moafarm

Nama : Pak Wanto

Alamat : Kali Salak, Kebasen

Tanggal : 03 September 2025

1. Sudah berapa lama bekerja di PT Moafarm?

Jawaban : Sekitar 9 Bulan

2. Apa saja tugas harian yang dikerjakan di PT Moafarm?

Jawaban : Merawat kambing dan intinya khusus peternakan kambing.

3. Bagaimana perkembangan agrowisata di PT Moafarm ?

Jawaban : Sudah mulai membaik ini kan termasuknya terukah jadi sudah berjalan 1 Tahun. Peternakan kambing dibidang sudah berkembang.

4. Bagaimana pengunjung datang ke Moafarm ?

Jawaban : kadang rame, kadang sepi engga setiap hari. Hari-hari libur atau reservasi.

5. Apakah terdapat anak sekolah atau pernah ada PKL dari sekolah lain datang ke PT Moafarm ?

Jawaban : kemaren dari UNU Purwokerto, UNSEOD

6. Apa saja kendala yang dihadapi karyawan?

Jawaban : masalahnya ketika di peternakan, kambing kurang sehat seperti diare itu paling lama hampir 1 minggu dalam penyembuhannya rutin dalam

pengobatan. Kalau gudik lebih cepat penyembuhannya dengan pencukuran dikasih obat.

7. Bagaimana fasilitas yang ada di PT Moafarm ?

Jawaban : Bisa dibilang membaik, saya pribadi motor rusak dipinjam motor untuk aktivitas bekerja.

8. Apakah kambing di jual beli ?

Jawaban : untuk sementara anak-anak kambing yang laki-laki di jual belikan, untuk yang betina diproduksi sendiri nantinya sebagai susu perah. Ini kan jenis kambing Anglo Nubian.

Nama : Pak Anto

Alamat : Wiradadi, Sokaraja

Karyawan : sebagai Security

Wawancara : 02 September 2025

1. Sudah berapa lama bekerja di PT Moafarm?

Jawaban : Sekitar 1 Tahun 1 Bulan

2. Apa saja tugas harian yang dikerjakan di PT Moafarm?

Jawaban : Sebagai security seperti menjaga keamanan dan pemberian pakan ternak

3. Bagaimana perkembangan agrowisata di PT Moafarm ?

Jawaban : Alhamdulillah disini kan tempat wisata yang baru dari perkebunan, resto, peternakan dan perikanan ini kan digabung, untuk perkembangannya lumayan bagus.

4. Bagaimana pengunjung datang ke Moafarm ?

Jawaban : kadang rame, kadang sepi engga setiap hari. Hari-hari libur atau reservasi.

5. Apa saja kendala yang dihadapi karyawan?

Jawaban : Daya beli masyarakatnya sekarang lagi berkurang untuk pembelian jeruk, berkunjung kesini disebabkan ekonominya lagi sulit

6. Bagaimana tanggapan bapak mengenai keterlibatan masyarakat sekitar dalam perkembangan moafarm ?

Jawaban : Antusiasnya lumayan bagus contohnya adanya warung untuk tambahan penghasilan

7. Bagaimana fasilitas dan layanan yang ada di PT Moafarm ?

Jawaban : lumayan lengkap, misalnya makan, minum, toilet, wifi

8. Bagaimana pengunjung yang datang kesini (ramai atau sepi) ?

Jawaban : Kalau hari biasa sepi. Biasanya dihari hari weekand dan hari-hari libur.

9. Harapan sebagai karyawan terhadap pengembangan PT Moafarm?

Jawaban : Semoga tempatnya ramai dan masyarakat yang datang kesini senang.

Nama : Mas Agus

Alamat : Desa Pekaja Rt 08 Rw 02

Tanggal : 02 September 2025

Pekerjaan : sebagai Loker ATV

1. Sudah berapa lama bekerja di PT Moafarm?

Jawaban : Sekitar 1 Tahun

2. Apa saja tugas harian yang dikerjakan di PT Moafarm?

Jawaban : Pekerjaannya di ATV disitu ada beberapa tugas karena ATV sendiri di sewakan, Memandu dan mengajari ATV. Pemeliharaan sirkuit dan control setiap hari

3. Bagaimana perkembangan agrowisata di PT Moafarm ?

Jawaban : ini kan termasuknya awal butuh perjuangan atau proses, semoga kedepan semakin berkembang dan dikenal banyak orang.

4. Sebagai tugas di ATV apa saja kendalanya?

Jawaban : kepada yang menyewa

5. Bagaimana pengunjung datang ke Moafarm ?

Jawaban : Hari-hari libur atau reservasi rame

6. Bagaimana tanggapan bapak mengenai keterlibatan masyarakat sekitar dalam perkembangan Moafarm ?

Jawaban : menyambut dengan baik, untuk saran saran kan dibangun kolam renang, terutama jalan dari kota ke lokasi PT Moafarm

7. Bagaimana fasilitas dan layanan yang ada di PT Moafarm ?

Jawaban : semua sudah diusahakan, yang ada digunakan dengan baik dan yang belum ada di ajukan.

8. Bagaiman pengunjung yang datang kesini (ramai atau sepi)?

Jawaban : Kalau hari biasa sepi. Biasanya dihari hari weekend dan hari-hari libur.

9. Harapan sebagai karyawan terhadap pengembangan PT Moafarm?

Jawaban : Berharap dapat dikenal banyak orang, tetapi kan butuh proses untuk sesuatu referensi dari tempat lain

Lampiran 6 Hasil Wawancara Dengan Sekretaris PT Moafarm

Nama : mba diyas

Pekerjaan : sebagai Administrasi di PT Moafarm

Tanggal : 03 September 2025

1. Sudah berapa lama bekerja di PT Moafarm?

Jawaban : Sekitar 1 Tahun

2. Apa saja tugas harian yang dikerjakan di PT Moafarm?

Jawaban :

3. Bagaimana perkembangan agrowisata di PT Moafarm ?

Jawaban : Untuk fasilitasnya terdapat edufarm, untuk jalur ATV lebih panjang dari sebelumnya, untuk zoo yang semakin banyak spesiesnya, terdapat kebun sayur.

4. Bagaiman pengunjung datang ke Moafarm ?

Jawaban : Hari-hari libur

5. Bagaimana tanggapan bapak mengenai keterlibatan masyarakat sekitar dalam perkembangan moafarm ?

Jawaban : menyambut dengan baik, untuk saran-saran dibangun kolam renang, terutama jalan dari kota ke lokasi PT Moafarm

6. Bagaimana fasilitas dan layanan yang ada di PT Moafarm ?

Jawaban : semua sudah diusahakan, yang ada digunakan dengan baik

7. Bagaimana pengunjung yang datang kesini (ramai atau sepi)?

Jawaban : Biasanya dihari-hari weekand dan hari libur.

8. Harapan sebagai karyawan terhadap pengembangan PT Moafarm?

Jawaban : banyak pengunjung datang ke moafarm, ditambahkan spesies hewan agar edufarm semakin berkembang.

Nama : Pak Ijat

Alamat : Desa Pekaja

Karyawan : Pengelola Perkebunan Lemon

Tanggal : 02 September 2025

1. Sudah berapa lama bekerja di PT Moafarm?

Jawaban : Sekitar 1 Tahun

2. Apa saja tugas harian yang dikerjakan di PT Moafarm?

Jawaban : pekerja sebagai memelihara perkebunan lemon, panen dan pemasaran.

3. Bagaimana perkembangan agrowisata di PT Moafarm ?

Jawaban : termasuknya awal butuh perjuangan atau proses, semoga kedepan semakin berkembang adanya produk sendiri, biar pemasarannya lebih meningkat.

4. Sebagai tugas di perkebunan lemon apa saja kendalanya?

Jawaban : faktor cuaca mas, kadang hujan, kemarau tidak menentu mas. Soalnya disini faktor hujannya 3:1 dengan di kota. Kadang mengalami penurunan buah lemon dan pemasarannya.

5. Bagaimana pengunjung datang ke Moafarm ?

Jawaban : Hari-hari libur rame mas, kalu hari biasa sepi.

6. Bagaimana tanggapan bapak mengenai keterlibatan masyarakat sekitar dalam perkembangan Moafarm ?

Jawaban : menyambut dengan baik, juga dapat dikenal ke depannya, dan dibangun kolam renang, terutama jalan dari kota ke lokasi PT Moafarm

7. Bagaimana fasilitas dan layanan yang ada di PT Moafarm ?

Jawaban : semua sudah diusahakan, menjadikan tempat rekreasi yang lebih baik dan yang belum ada segera dibangun.

8. Harapan sebagai karyawan terhadap pengembangan PT Moafarm?

Jawaban : Berharap dapat dikenal banyak orang yang sebagai mana wisata edukasi, dan butuh proses terhadap sesuatu referensi dari tempat lain juga mas.

Lampiran 7 Hasil Wawancara Dengan Pengunjung di PT Moafarm

Nama : Seto

Alamat : Tegal

Wawancara : 03 September 2025

1. Darimana anda mengetahui informasi tentang PT Moafarm *field & food* ?

Jawaban : Dari teman

2. Apa alasan untuk berkunjung ke Moafarm

Jawaban : Karena menarik, untuk *view* pemandangannya bagus, bisa melihat peternakan.

3. Menurut anda, apakah fasilitas dan layanan di Moafarm sudah memadai ?

Jawaban : Untuk fasilitas sudah memadai

4. Bagaimana kesan anda terhadap fasilitas yang ada di Moafarm ?

Jawaban : kesannya menyenangkan, pemandangannya bagus, untuk pemesanan makan dekat.

5. Sudah berapa kali berkunjung di wisata yang ada di PT Moafarm ?

Jawaban : sering berkunjung kesini untuk *refresing*

6. Apa harapannya anda untuk pengembangan Moafarm ke depannya ?

Jawaban : untuk fasilitas kaya semacam kolam renang, disini juga tempatnya panas.

Nama : Faizal hafid

Alamat : Purwokerto Barat

Wawancara : 04 September 2025

1. Darimana anda mengetahui informasi tentang PT Moafarm *field & food*?

Jawaban : Dari temen

2. Apa alasan untuk berkunjung ke Moafarm?

Jawaban : *Refresing*

3. Menurut anda, apakah fasilitas dan layanan di Moafarm sudah memadai ?

Jawaban : Untuk fasilitas sudah memadai karena dari hal-hal kecil sudah ada tisu, itu sangat memuaskan

4. Bagaimana kesan anda terhadap fasilitas yang ada di Moafarm ?

Jawaban : kesannya seru

5. Sudah berapa kali berkunjung di wisata yang ada di PT Moafarm ?

Jawaban : sering berkunjung kesini

6. Apa harapannya anda untuk pengembangan Moafarm ke depannya ?

Jawaban : paling ditambahkan, ini kan konsepnya pemeliharaan mungkin ditambahkan spesies hewan-hewan lain untuk diedukasikan itu lebih menarik.

7. Apakah wisata Moafarm rekomend?

Jawaban : kalau yang suka hewan dan pertanian rekomended.

Nama : Qudhori

Alamat : Blitar, Jawa Timur

Wawancara : 03 September 2025

1. Darimana anda mengetahui informasi tentang PT Moafarm *Field & food*?

Jawaban : Dari media sosial (Instagram)

2. Apa alasan untuk berkunjung ke Moafarm?

Jawaban : jalan-jalan dan belajar bertani

3. Menurut anda, apakah fasilitas dan layanan di Moafarm sudah memadai ?

Jawaban : Untuk fasilitas sudah memadai seperti mushola, toilet setiap objek, dll.

4. Bagaimana kesan anda terhadap fasilitas yang ada di Moafarm ?

Jawaban : kesannya sudah bagus

5. Bagaimana jalan menuju ke agrowisata Moafarm ?

Jawaban : untuk jalannya agak sulit dilalui dan sempit, ketika berpapasan mobil dengan mobil menunggu lama mencari tempat yang agak luas.

6. Sudah berapa kali berkunjung di wisata yang ada di PT Moafarm ?

Jawaban : sering berkunjung kesini

7. Apa harapannya anda untuk pengembangan Moafarm ke depannya ?

Jawaban : paling ditambahkan, konsepnya wisata edukasi seperti pemeliharaan, penanaman, perawatan dan tambah wisata edukasikan yang lebih menarik.

8. Apakah wisata Moafarm rekomend?

Jawaban : kalau yang suka hewan dan pertanian rekomended.

Nama : Sule

Alamat : Karang Nanas

Wawancara : 03 September 2025

1. Darimana anda mengetahui informasi tentang PT Moafarm *Field & food*?

Jawaban : Media sosial (Facebook)

2. Apa alasan untuk berkunjung ke Moafarm?

Jawaban : jalan-jalan, mencari *refresing*

3. Menurut anda, apakah fasilitas dan layanan di Moafarm sudah memadai ?

Jawaban : Untuk fasilitas sarana dan prasarana sudah memadai

4. Bagaimana kesan anda terhadap fasilitas yang ada di moafarm ?

Jawaban : kesannya sudah cukup baik

5. Bagaimana jalan menuju ke agrowisata Moafarm ?

Jawaban : untuk jalannya sulit dilalui, karena sudah rusak

6. Sudah berapa kali berkunjung di wisata yang ada di PT Moafarm ?

Jawaban : sudah 5 kali berkunjung ke Moafarm

7. Apa harapannya anda untuk pengembangan Moafarm ke depannya ?

Jawaban : Ditambahkan, rekreasi dan wisata edukasinya.

8. Apakah wisata Moafarm rekomend?

Jawaban : rekomend untuk *refresing* mas.

Lampiran 8 Dokumentasi Penelitian

Dokumentasi wawancara dengan Pemilik Agrowisata PT Moafarm *field & food*



Dokumentasi wawancara dengan pengelola agrowisata PT Moafarm *field & food*



Wawancara dengan pengunjung di agrowisata PT Moafarm *field & food*



Lampiran 9 Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 1763/Un.19/WD.I.FEBI/PP.009/6/2025

12 Juni 2025

Lampiran : -

Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Pimpinan Moafarm field & food

Di

Banyumas

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, yang berjudul Analisis pengembangan agrowisata perkebunan Lemon menggunakan pendekatan pentahelix (Studi kasus Moafarm field & food, Desa Klahar Kulon, kecamatan Patikraja, kabupaten Banyumas).

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin Riset Individual kepada mahasiswa/i kami atas nama:

Nama : Trio Rian Purnomo

NIM : 214110201185

Prodi / Semester : S-1 Ekonomi Syariah / VIII

Adapun Riset Individual tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

Objek Penelitian : Pengembangan agrowisata

Tempat Penelitian : Moafarm *field & food*

Waktu Penelitian : 13 Juni 2025 s/d 30 Juni 2025

Metode Penelitian : Kualitatif

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wa'alaikumsalam Wr. Wb.



a.n. Dekan,
Wakil Dekan I,

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.

Lampiran 10 Surat Balasan Penelitian

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dwiki Harissasongko
Jabatan : Direktur PT Moafarm *Field & food*

Dengan Ini menerangkan bahwa :

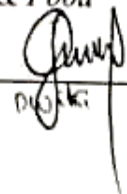
Nama : Trio Rian Purnomo
Nim : 214110201185
Prodi : Ekonomi Syariah
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Benar benar telah melakukan penelitian untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul Analisis Pengembangan Agrowisata Perkebunan Lemon Menggunakan Pendekatan Pentahelix (Studi Kasus Moafarm *Field & Food* Desa Pekaja, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas) yang dilaksanakan sejak Bulan Maret – September 2025

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekaja, September 2025

Direktur PT Moafarm
Field & Food



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Trio Rian Purnomo
2. NIM : 214110201185
3. Tempat/ Tgl. Lahir : Banyumas , 04 Desember 2002
4. Alamat Rumah : Buniayu Rt 03 Rw 03, Tambak, Banyumas
5. Nama Orang Tua :
Nama Ayah : Bapak Purnomo
Nama Ibu : Ibu Sawiyati

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK/ PAUD : -
 - b. SD/ MI, tahun lulus : SD N 1 Buniayu
 - c. SMP/ MTs, tahun lulus: MTs N Tambak
 - d. SMA/ MA, tahun lulus: SMK Giripuro Sumpiuh
 - e. S.1 Masuk : UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri
Purwokerto
2. Pendidikan Non-formal
Pondok Pesantren Al-Amin Pabuaran

C. Pengalaman Organisasi (Jika ada)

1. Pengurus FAC FEBI Tahun 2022 - 2024
2. Pengurus PPQ Al-Amin Putra Tahun 2022 - 2024
3. Pengurus KSPM Tahun 2022 - 2023

Purwokerto, 09 Oktober 2025



Trio Rian Purnomo

NIM. 214110201185

