

Strategi Peningkatan Pendapatan Melalui Optimalisasi Tata Kelola Perusahaan Pada Wahana Agro Wisata Pelangi

Dwi Mardini¹, Auliya Zulfatillah^{2*}

¹Fakultas Ekonomi, Program Studi Akuntansi, Universitas Terbuka, Tangerang, Indonesia

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Akuntansi, Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan, Indonesia

Email: ¹044419547@ecampus.ut.ac.id, ^{2*}auliya.zulfatillah@trunojoyo.ac.id

(* : coresponding author)

Abstrak – Penelitian ini mengkaji penerapan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan dalam pengelolaan fasilitas wahana bermain di Agro Wisata Pelangi, dengan fokus pada dampaknya terhadap kinerja operasional dan kepuasan pengunjung. Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan analisis dokumen. Temuan menunjukkan bahwa penerapan prinsip tata kelola utama akuntabilitas, transparansi, tanggung jawab, dan kewajaran telah berkontribusi pada pengelolaan organisasi yang terstruktur, prosedur operasional yang jelas, serta pelaporan keuangan yang rutin. Namun, terdapat tantangan dalam mempertahankan transparansi, terutama dalam penyampaian informasi terkait biaya tambahan dan aspek keselamatan kepada pengunjung. Manajemen strategis yang mengintegrasikan pengembangan agrowisata dengan pelibatan masyarakat lokal terbukti mampu mengoptimalkan pendapatan dan meningkatkan keterlibatan pengunjung. Korelasi positif antara tata kelola yang efektif dengan peningkatan jumlah pengunjung dan hasil keuangan menegaskan pentingnya tata kelola perusahaan yang baik dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Kata Kunci: Peningkatan Pendapatan; Tata Kelola Perusahaan

Abstract – This study examines the implementation of corporate governance principles in the management of recreational facilities at Agro Wisata Pelangi, with a focus on their impact on operational performance and visitor satisfaction. Using a qualitative descriptive approach, data were collected through participatory observation, in-depth interviews, and document analysis. The findings indicate that the application of key governance principles—accountability, transparency, responsibility, and fairness—has contributed to structured organizational management, clear operational procedures, and regular financial reporting. However, challenges remain in maintaining transparency, particularly in communicating information related to additional fees and safety measures to visitors. Strategic management that integrates agrotourism development with local community involvement has proven effective in optimizing revenue and enhancing visitor engagement. A positive correlation between effective governance and the increase in visitor numbers and financial outcomes underscores the importance of good corporate governance in the development of sustainable tourism.

Keywords: Increasing Income ; Corporate Governance

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi daerah yang mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat dan daerah (Yoeti, 2008). Dalam konteks ekonomi makro, sektor pariwisata sering dianggap sebagai salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi karena mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan penerimaan devisa, serta menggerakkan sektor-sektor ekonomi lainnya seperti transportasi, perhotelan, perdagangan, dan industri kreatif (Inskeep, 1991).

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kualitas hidup dan kebutuhan rekreasi yang lebih sehat, munculnya destinasi berbasis agro wisata menjadi fenomena yang semakin diperhatikan. Agro wisata sendiri merupakan bentuk diversifikasi pariwisata yang menggabungkan kegiatan pertanian dengan pariwisata, memberikan pengalaman langsung kepada wisatawan untuk terlibat dalam aktivitas pertanian sembari menikmati keindahan alam (Gunawan, 2012). Konsep ini tidak hanya memberikan nilai tambah bagi sektor pertanian, tetapi juga membuka peluang pendapatan baru bagi masyarakat pedesaan.

Agro Wisata Pelangi merupakan salah satu destinasi wisata berbasis pertanian yang berada di kawasan dengan potensi alam yang tinggi. Tempat ini memadukan unsur edukasi dan hiburan



melalui penyediaan wahana bermain serta aktivitas pertanian yang interaktif. Wahana bermain yang ada menjadi daya tarik tersendiri, khususnya bagi wisatawan keluarga yang mencari tempat rekreasi yang aman, ramah anak, dan mendidik. Keberadaan berbagai fasilitas permainan, kebun edukatif, serta restoran dengan menu berbasis hasil pertanian lokal menjadi nilai jual utama dari Agro Wisata Pelangi. Namun demikian, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri pariwisata, Agro Wisata Pelangi dihadapkan pada tantangan untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan.

Salah satu faktor kunci dalam menjawab tantangan tersebut adalah penerapan tata kelola perusahaan yang baik. Tata kelola perusahaan (corporate governance) merupakan seperangkat sistem, prinsip, dan proses yang digunakan untuk mengarahkan dan mengelola perusahaan agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien (Cadbury, 1992). Menurut OECD (2015), tata kelola yang baik dalam sektor pariwisata mencakup aspek integritas, akuntabilitas, dan transparansi dalam manajemen destinasi. World Tourism Organization (UNWTO, 2020) menambahkan bahwa keberlanjutan dan keterlibatan komunitas lokal juga merupakan prinsip penting dalam tata kelola destinasi wisata yang efektif. Dalam konteks Indonesia, pengaturan terkait kepariwisataan diatur dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, yang menekankan pentingnya pemberdayaan masyarakat lokal serta pengelolaan yang berkelanjutan.

Fadli dan Ramadhani (2021) menunjukkan bahwa pengelolaan objek wisata berbasis komunitas memiliki peran besar dalam meningkatkan pendapatan daerah. Model ini menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap aspek pengelolaan destinasi, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip tata kelola yang inklusif dan partisipatif, serta mampu menciptakan rasa memiliki di kalangan masyarakat setempat. Dalam praktiknya, banyak destinasi wisata skala kecil hingga menengah seperti Agro Wisata Pelangi yang masih menghadapi kendala dalam penerapan prinsip-prinsip tata kelola yang ideal. Beberapa di antaranya adalah keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten, kurangnya pelatihan manajerial, minimnya pemanfaatan teknologi informasi, serta rendahnya partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan. Hal ini berdampak pada kurang optimalnya operasionalisasi wahana bermain, yang seharusnya menjadi sumber utama pendapatan dari Agro Wisata Pelangi.

Ghozali (2018) menekankan bahwa dalam kerangka manajemen strategis, keberhasilan suatu organisasi sangat dipengaruhi oleh kualitas perencanaan, implementasi, dan evaluasi strategi secara menyeluruh. Hal ini relevan dalam konteks pengelolaan wahana bermain di destinasi agro wisata, di mana strategi yang baik harus disusun berdasarkan data, melibatkan semua pemangku kepentingan, dan diarahkan pada pencapaian tujuan jangka panjang. Kurniawan (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara tata kelola perusahaan dengan kinerja keuangan dalam sektor pariwisata. Implementasi prinsip good corporate governance terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional dan menciptakan stabilitas keuangan. Dalam konteks wahana bermain, tata kelola yang baik sangat menentukan kelangsungan usaha dan kualitas pengalaman yang diterima oleh pengunjung.

Suryani (2020) menambahkan bahwa tata kelola destinasi wisata yang baik juga berimplikasi langsung terhadap tingkat kepuasan pengunjung. Hal ini menunjukkan adanya korelasi antara kualitas pengelolaan internal dengan persepsi positif dari konsumen. Oleh karena itu, penting bagi pengelola Agro Wisata Pelangi untuk menekankan aspek kualitas dalam tata kelola, termasuk pelayanan, keamanan, kenyamanan, dan inovasi wahana. Penelitian ini dirancang dengan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam penerapan sistem tata kelola perusahaan pada pengelolaan wahana bermain di Agro Wisata Pelangi. Sesuai dengan panduan metodologis dari Moleong (2019) dan Sugiyono (2021), pendekatan ini memungkinkan pengumpulan data yang bersifat eksploratif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, sehingga dapat menggambarkan realitas yang lebih kontekstual dan mendalam.

Wibowo (2022) menyoroti pentingnya manajemen wahana bermain dalam meningkatkan kunjungan wisata. Ia menyebutkan bahwa aspek perawatan fasilitas, pengelolaan staf, dan inovasi atraksi menjadi determinan utama dalam menarik dan mempertahankan pengunjung. Hal ini menegaskan pentingnya tata kelola yang adaptif dan responsif dalam lingkungan bisnis wisata yang dinamis. Berdasarkan latar belakang tersebut, penting untuk menganalisis bagaimana sistem tata



kelola perusahaan yang diterapkan pada wahana bermain di Agro Wisata Pelangi dan sejauh mana penerapan sistem tersebut dapat berkontribusi terhadap optimalisasi pendapatan. Analisis ini mencakup evaluasi terhadap struktur organisasi, prosedur operasional standar (SOP), sistem pengawasan internal, pelatihan dan pengembangan SDM, serta mekanisme pelaporan dan evaluasi kinerja.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana peran tata kelola dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan wahana bermain, serta bagaimana strategi pengelolaan yang diterapkan dapat dikembangkan untuk mencapai hasil yang lebih optimal. Dengan pendekatan ini, diharapkan hasil penelitian tidak hanya memberikan kontribusi akademik, tetapi juga menawarkan rekomendasi praktis yang aplikatif bagi manajemen Agro Wisata Pelangi dan destinasi sejenis yang ingin meningkatkan daya saing dan pendapatan mereka secara berkelanjutan. Lebih lanjut, kajian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan dan program yang mendukung peningkatan tata kelola destinasi wisata berbasis komunitas dan pertanian. Dalam jangka panjang, penguatan tata kelola di sektor pariwisata diharapkan dapat menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami penerapan tata kelola perusahaan pada wahana bermain di Agro Wisata Pelangi. Metode ini dipilih karena mampu menggali informasi secara mendalam, kontekstual, dan holistik terkait aspek sosial dan manajerial. Penelitian dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi, dengan subjek meliputi pengelola, staf, pengunjung, serta pihak terkait lainnya. Analisis data mengikuti model Miles dan Huberman melalui proses reduksi, penyajian, dan verifikasi data. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber, metode, dan waktu. Pendekatan ini dinilai tepat untuk mengeksplorasi penerapan prinsip tata kelola dan dampaknya terhadap optimalisasi pendapatan.

Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer, yakni data-data yang diperoleh secara langsung dan belum pernah dipublikasikan sebelumnya. Terdapat beberapa orang yang menjadi narasumber pada penelitian ini. Pertama adalah Bapak Tono (bukan nama sebenarnya) sebagai pemilik sekaligus pengelola Wahana Agro Wisata Pelangi. Kedua adalah Bu Tini (bukan nama sebenarnya) merupakan manajer operasional Wahana Agro Wisata Pelangi. Ketiga Pak Anton (bukan nama sebenarnya) merupakan manajer pemasaran. Keempat Pak Andre (bukan nama sebenarnya) sebagai staf Wahana Agro Wisata Pelangi, beberapa pengunjung, dan perwakilan pemerintah setempat. Pertanyaan yang diajukan adalah wawancara terbuka sehingga memungkinkan narasumber untuk menjawab pertanyaan secara mendalam. Proses triangulasi data dilakukan dengan mengkonfirmasi pertanyaan yang sama antar nara sumber.

Hasil wawancara kemudian disusun dan disajikan dalam bentuk transkrip, untuk kemudian dilakukan analisis secara deskriptif dengan membandingkan informasi dan data-data yang diperoleh selama wawancara dengan referensi-referensi penelitian yang bersumber dari buku teks, artikel jurnal ilmiah, buku referensi, dan peraturan-peraturan yang berlaku.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1. Implementasi Tata Kelola Perusahaan pada Wahana Bermain

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa Agro Wisata Pelangi telah menerapkan prinsip-prinsip dasar tata kelola perusahaan seperti akuntabilitas, transparansi, responsibilitas, dan kewajaran (Cadbury, 1992; OECD, 2015). Pengelolaan wahana bermain mencerminkan adanya struktur organisasi yang cukup jelas, SOP yang mendukung kelancaran operasional, serta pelaporan keuangan yang dilakukan secara berkala.



“Kami punya SOP untuk semua kegiatan di wahana, dari operasional harian sampai pelaporan bulanan. Jadi semua jelas dan bisa dipertanggungjawabkan,” (Wawancara dengan Manajer Operasional, 5 Mei 2025)

Namun, masih terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaan prinsip transparansi, terutama dalam keterbukaan informasi kepada pengunjung terkait biaya tambahan dan keamanan wahana. Hal ini selaras dengan temuan Wibowo (2022), yang menunjukkan bahwa manajemen wahana sering kali mengalami tantangan dalam menjaga standar pelayanan secara konsisten.

“Waktu saya datang, baru tahu kalau beberapa wahana kena biaya tambahan. Tidak ada informasi sebelumnya, jadi agak kecewa,” (Wawancara dengan Pengunjung, 8 Mei 2025)

Implementasi tata kelola perusahaan pada wahana bermain di Agro Wisata Pelangi menunjukkan penerapan prinsip-prinsip dasar tata kelola yang cukup baik, meskipun belum sepenuhnya optimal. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara mendalam, terlihat bahwa prinsip akuntabilitas telah dijalankan melalui pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas dalam struktur organisasi. Setiap unit kerja memiliki fungsi spesifik yang tertuang dalam Standar Operasional Prosedur (SOP), yang berfungsi sebagai pedoman teknis dalam menjalankan aktivitas harian. Dengan adanya SOP ini, operasional wahana berlangsung lebih teratur dan dapat dievaluasi secara periodik.

“Setiap staf tahu tugasnya masing-masing, jadi kalau ada kendala bisa langsung diketahui siapa yang harus bertanggung jawab,” (Wawancara dengan Staf Wahana, 6 Mei 2025)

Aspek responsibilitas juga tampak dalam upaya pengelola untuk menjaga keselamatan dan kenyamanan pengunjung, seperti perawatan rutin wahana dan penyediaan personel keamanan. Hal ini mencerminkan kesadaran akan tanggung jawab sosial dan profesional dalam menjalankan bisnis wisata.

“Kami rutin cek kondisi wahana, terutama yang banyak digunakan anak-anak. Itu penting untuk keselamatan,” (Wawancara dengan Teknisi Wahana, 7 Mei 2025)

Sementara itu, prinsip kewajaran tercermin dalam praktik pelayanan yang tidak membedakan latar belakang pengunjung, baik dari segi harga tiket maupun akses terhadap fasilitas. Pengunjung mendapatkan perlakuan yang setara tanpa adanya indikasi diskriminatif.

“Tidak ada beda perlakuan antara rombongan sekolah dan keluarga biasa. Semua dapat layanan yang sama,” (Wawancara dengan Petugas Tiket, 5 Mei 2025)

Namun, dalam pelaksanaan prinsip transparansi, masih terdapat celah yang perlu diperbaiki. Salah satu masalah utama adalah kurangnya kejelasan informasi mengenai biaya tambahan yang dikenakan pada beberapa wahana tertentu. Pengunjung sering kali tidak diberi penjelasan sejak awal, sehingga menimbulkan kebingungan dan ketidakpuasan. Selain itu, informasi terkait prosedur keselamatan dan risiko penggunaan wahana belum sepenuhnya tersedia secara terbuka, baik melalui papan informasi maupun media digital.

“Saya sempat bertanya soal aturan keamanan wahana, tapi petugasnya juga kurang tahu. Informasinya terbatas sekali,” (Wawancara dengan Pengunjung, 8 Mei 2025)

Kendala ini menunjukkan bahwa transparansi eksternal belum dilaksanakan secara konsisten, meskipun laporan keuangan internal telah disusun dan dilaporkan secara berkala. Temuan ini menguatkan hasil penelitian Wibowo (2022), yang mengungkapkan bahwa manajemen wahana di berbagai destinasi wisata kerap mengalami kesulitan dalam menjaga konsistensi standar pelayanan, terutama terkait komunikasi informasi kepada pengunjung. Ketidakkonsistenan dalam penyampaian informasi dapat menimbulkan persepsi negatif, yang pada akhirnya merusak citra tata kelola yang sebenarnya sudah menunjukkan kinerja baik dalam aspek akuntabilitas dan tanggung jawab. Hal ini menandakan bahwa walaupun aspek teknis dan struktural tata kelola telah diterapkan dengan baik, aspek komunikasi publik dan transparansi informasi masih menjadi titik lemah yang harus segera diatasi.

Di Agro Wisata Pelangi, penerapan tata kelola perusahaan dalam pengelolaan wahana bermain secara umum menunjukkan hasil yang memuaskan, dengan struktur organisasi dan pelaporan yang teratur serta akuntabilitas yang terjaga. Namun, masih ada kebutuhan mendesak untuk meningkatkan transparansi kepada publik, khususnya dalam hal penyampaian informasi yang jelas dan akurat mengenai operasional wahana, biaya tambahan, dan aspek keselamatan.

“Kalau infonya jelas dari awal, pengunjung nggak akan merasa dikejutkan atau kecewa. Harusnya ini jadi perhatian manajemen,” (Wawancara dengan Tokoh Masyarakat, 9 Mei 2025)

Keterbukaan informasi ini sangat penting untuk membangun kepercayaan pengunjung, yang merupakan modal utama dalam pengelolaan wisata yang berkelanjutan dan profesional. Perbaikan dalam komunikasi dan transparansi memiliki peran yang sangat strategis dan fundamental dalam pengelolaan wahana bermain di Agro Wisata Pelangi. Lebih dari sekadar memenuhi persyaratan administratif, transparansi yang efektif menjadi sarana utama untuk membangun dan memperkuat kepercayaan antara pengelola dan pengunjung.

“Kalau infonya jelas, pengunjung jadi merasa dihargai. Itu bikin mereka mau datang lagi,” (Wawancara dengan Supervisor Wahana, 6 Mei 2025)

Ketika pengunjung mendapatkan informasi yang jelas, lengkap, dan jujur mengenai segala aspek operasional—termasuk biaya, prosedur keselamatan, dan kebijakan layanan—mereka akan merasa dihargai sebagai konsumen yang penting. Rasa dihargai ini kemudian membangun rasa percaya yang lebih kuat terhadap pengelola, yang pada gilirannya meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas pengunjung. Loyalitas pengunjung adalah aset berharga bagi pengelola wahana karena pengunjung yang puas cenderung melakukan kunjungan ulang dan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain, yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan reputasi jangka panjang. Transparansi juga membantu mengurangi risiko konflik atau ketidakpuasan yang timbul akibat miskomunikasi atau kurangnya informasi, sehingga operasional wahana dapat berjalan lebih lancar dan minim gangguan.

Lebih jauh, perbaikan komunikasi yang berkelanjutan akan memposisikan Agro Wisata Pelangi sebagai destinasi yang profesional dan dapat diandalkan, yang sangat penting dalam menghadapi persaingan di industri pariwisata.

“Kami ingin Agro Wisata ini dikenal luas. Tapi itu butuh transparansi dan pelayanan yang bisa dipercaya,” (Wawancara dengan Perwakilan Pemerintah Daerah, 10 Mei 2025)

Reputasi yang baik juga membuka peluang untuk kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti pemerintah daerah, investor, dan komunitas lokal, yang dapat mendukung pengembangan wahana secara berkelanjutan. Dengan demikian, pembenahan komunikasi dan transparansi tidak hanya berfungsi sebagai alat administratif, melainkan sebagai strategi pengelolaan yang mampu menjamin keberlanjutan operasional dan pertumbuhan destinasi. Hal ini menjadikan aspek ini sebagai fondasi penting yang harus terus dikembangkan untuk memastikan bahwa wahana bermain tidak hanya menarik secara fisik, tetapi juga dipercaya dan dihargai oleh pengunjung dalam jangka panjang.

3.2. Strategi Pengelolaan dan Optimalisasi Pendapatan

Pendekatan strategis yang digunakan mencerminkan model manajemen strategis berbasis tujuan jangka panjang (Ghozali, 2018). Pengelola berupaya mengintegrasikan pengembangan wahana bermain dengan konsep agrowisata secara keseluruhan, mengikuti panduan pengembangan pariwisata berkelanjutan (Inskeep, 1991; UNWTO, 2020). Hal ini terlihat dari inovasi konten wahana dan program edukatif yang ditujukan untuk keluarga dan sekolah.

“Kami ingin pengunjung bukan hanya bermain, tapi juga belajar dari lingkungan. Jadi ada taman edukasi, kebun sayur organik, dan simulasi bertani untuk anak-anak,” (Wawancara dengan Koordinator Eduwisata, 5 Mei 2025)

Strategi pengelolaan ini juga sejalan dengan pendekatan berbasis komunitas sebagaimana dijelaskan oleh Fadli dan Ramadhani (2021), yaitu melibatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama dalam pengembangan wahana dan penyedia jasa.



“Warga sekitar kami libatkan sebagai pemandu lokal dan pengelola stan makanan. Mereka punya produk unggulan, dan kami bantu promosikan di sini,” (Wawancara dengan Manajer Pemasaran, 6 Mei 2025)

Strategi pengelolaan dan optimalisasi pendapatan yang diterapkan oleh pengelola Agro Wisata Pelangi menunjukkan adanya arah kebijakan yang terencana dan berorientasi jangka panjang. Pendekatan strategis ini tidak hanya berfokus pada keuntungan ekonomi jangka pendek, tetapi juga mempertimbangkan keberlanjutan usaha serta kontribusi terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Hal ini sesuai dengan kerangka berpikir strategis yang menekankan pentingnya visi, misi, serta penetapan tujuan yang terukur dan realistis (Ghozali, 2018).

Dalam praktiknya, pengelola Agro Wisata Pelangi berusaha mengintegrasikan wahana bermain ke dalam kerangka besar agrowisata yang menekankan edukasi, konservasi, dan rekreasi. Strategi ini mengikuti panduan pengembangan pariwisata berkelanjutan (Inskeep, 1991; UNWTO, 2020), yang mendorong destinasi wisata untuk memadukan elemen lingkungan, sosial, dan ekonomi secara harmonis. Inovasi pada konten wahana, seperti taman edukasi, simulasi pertanian, dan aktivitas interaktif yang dirancang untuk pelajar dan keluarga, menjadi indikator nyata bahwa pengelola tidak hanya menjual hiburan, tetapi juga pengalaman belajar yang bermakna.

“Kami bekerja sama dengan sekolah-sekolah. Banyak yang datang untuk program kunjungan lapangan. Anak-anak bisa belajar langsung tentang pertanian dan lingkungan,” (Wawancara dengan Staf Edukasi, 7 Mei 2025)

Optimalisasi pendapatan dilakukan tidak hanya melalui peningkatan jumlah pengunjung, tetapi juga melalui diversifikasi produk dan layanan. Misalnya, penawaran paket wisata tematik, kegiatan musiman seperti panen bersama, hingga kolaborasi dengan institusi pendidikan untuk program kunjungan lapangan. Hal ini memperluas segmentasi pasar dan menciptakan nilai tambah dari segi pengalaman pengunjung.

“Kami buat program musiman seperti panen jeruk bareng petani. Jadi selain seru, pengunjung juga merasa terlibat langsung,” (Wawancara dengan Kepala Divisi Program, 6 Mei 2025)

Pendekatan ini juga meminimalisasi ketergantungan pada kunjungan harian biasa, sehingga pendapatan menjadi lebih stabil dan berkelanjutan. Menariknya, strategi pengelolaan di Agro Wisata Pelangi juga menunjukkan keterkaitan erat dengan pendekatan berbasis komunitas. Sebagaimana dijelaskan oleh Fadli dan Ramadhani (2021), pengembangan wisata yang melibatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama tidak hanya meningkatkan partisipasi publik, tetapi juga memperkuat legitimasi sosial dan rasa kepemilikan terhadap destinasi wisata. Di Agro Wisata Pelangi, masyarakat dilibatkan dalam berbagai peran, mulai dari penyedia makanan dan cenderamata, operator wahana tradisional, hingga pemandu lokal.

“Kami merasa dilibatkan, bukan cuma disuruh jualan. Bahkan ide-ide dari warga kadang dipakai juga untuk kegiatan wisata,” (Wawancara dengan Pelaku UMKM Lokal, 8 Mei 2025)

Model kolaboratif ini memungkinkan terjadinya distribusi manfaat ekonomi secara lebih merata dan memperkuat jaringan sosial antara pengelola dan komunitas. Penggabungan strategi manajemen berbasis tujuan jangka panjang dengan pendekatan partisipatif mencerminkan sebuah model pengelolaan yang holistik dan berkelanjutan. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan ekonomi secara instan, melainkan juga menempatkan perhatian pada dampak sosial dan lingkungan yang menyertai pengembangan destinasi wisata. Dengan menetapkan tujuan jangka panjang, pengelola mampu merancang kebijakan dan program yang terencana dengan matang, yang tidak hanya mendukung pertumbuhan finansial tetapi juga menjaga keberlanjutan sumber daya alam dan budaya setempat.

“Kita tidak bisa asal bangun wahana. Harus sesuai dengan nilai lokal dan tetap ramah lingkungan,” (Wawancara dengan Tim Perencanaan Wahana, 5 Mei 2025)

Pendekatan partisipatif yang melibatkan masyarakat lokal sebagai pelaku aktif dalam pengelolaan wahana memberikan nilai tambah yang signifikan. Masyarakat tidak sekadar menjadi



objek wisata, melainkan menjadi mitra strategis yang berkontribusi dalam penyediaan jasa, pengembangan produk wisata, dan pelestarian lingkungan. Keterlibatan ini memperkuat rasa kepemilikan dan tanggung jawab bersama, yang pada akhirnya mendukung kelangsungan destinasi serta memperkuat hubungan sosial dalam komunitas. Pendekatan ini juga menciptakan sebuah ekosistem wisata yang berkelanjutan, di mana nilai ekonomi dan sosial berjalan seiring. Keberhasilan strategi ini menandai sebuah perubahan paradigma dalam optimalisasi pendapatan sektor pariwisata. Alih-alih mengandalkan ekspansi fisik yang besar atau kampanye promosi masif, Agro Wisata Pelangi memaksimalkan potensi melalui inovasi konten wahana yang edukatif dan interaktif, serta memperkuat sinergi dengan komunitas lokal.

“Kami tidak hanya jual tiket masuk. Pengalaman dan cerita yang dibawa pengunjung itu lebih penting, karena mereka akan kembali atau merekomendasikan ke orang lain,” (Wawancara dengan Kepala Unit Bisnis, 6 Mei 2025)

Inovasi tersebut tidak hanya menarik lebih banyak pengunjung tetapi juga memberikan pengalaman wisata yang bermakna dan bernilai tambah, yang semakin dicari oleh pasar wisatawan modern yang sadar akan isu lingkungan dan sosial. Dengan demikian, pengelolaan yang terintegrasi ini tidak hanya meningkatkan daya saing Agro Wisata Pelangi sebagai destinasi wisata alternatif, tetapi juga membuktikan bahwa pendekatan berbasis nilai, kolaborasi, dan keberlanjutan mampu menciptakan dampak ekonomi dan sosial yang positif secara simultan.

3.3. Kontribusi Tata Kelola terhadap Kinerja dan Daya Tarik Wisata

Kontribusi tata kelola perusahaan terhadap kinerja dan daya tarik wisata di Agro Wisata Pelangi terlihat jelas melalui berbagai indikator yang menunjukkan peningkatan efektivitas operasional dan tingkat kepuasan pengunjung. Penerapan prinsip-prinsip tata kelola yang baik—akuntabilitas, transparansi, responsibilitas, dan kewajaran—tidak hanya menjadi dasar etika manajemen, tetapi juga berfungsi sebagai kerangka strategis dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan operasional sehari-hari. Pendekatan ini menciptakan sistem yang lebih tertib, dapat diprediksi, dan dipercaya oleh pemangku kepentingan, terutama pengunjung sebagai konsumen utama.

“Kami berusaha terbuka soal informasi harga, jadwal kegiatan, bahkan aturan keselamatan. Semua itu diumumkan jelas lewat pamflet dan media sosial. Jadi pengunjung merasa lebih aman dan tahu apa yang diharapkan,” (Wawancara dengan Kepala Operasional, 6 Mei 2025)

Data dokumentasi internal menunjukkan adanya peningkatan rata-rata kunjungan sebesar 15–20% dalam dua tahun terakhir. Informasi ini diperkuat oleh wawancara dengan pihak manajemen yang menyatakan bahwa peningkatan ini bukan hanya hasil dari promosi atau faktor musiman, melainkan lebih banyak disebabkan oleh persepsi positif pengunjung terhadap manajemen wahana yang semakin profesional dan terorganisir.

“Banyak pengunjung datang lagi karena mereka merasa puas, terutama soal kebersihan, keamanan, dan penanganan keluhan yang cepat. Kami punya SOP yang cukup ketat dan itu kami jalankan konsisten,” (Wawancara dengan Manajer Pelayanan Publik, 7 Mei 2025)

Pengunjung merasakan manfaat langsung dari sistem operasional yang lebih teratur, informasi yang lebih jelas, dan peningkatan standar keamanan wahana. Hal ini memperkuat argumen Kurniawan (2020) yang menegaskan bahwa tata kelola perusahaan berperan penting dalam meningkatkan kinerja finansial di sektor pariwisata, karena kepercayaan konsumen menjadi modal utama dalam membangun pertumbuhan jangka panjang. Lebih jauh lagi, implementasi tata kelola yang efektif juga menciptakan pengalaman berwisata yang lebih memuaskan. Pengunjung merasa dihargai ketika informasi disampaikan secara terbuka, prosedur keselamatan dijalankan dengan ketat, dan keluhan atau masukan mereka direspons dengan baik.

“Kami punya kotak saran dan staf frontliner yang siap menanggapi langsung. Banyak pengunjung mengapresiasi karena merasa didengarkan,” (Wawancara dengan Supervisor Layanan, 5 Mei 2025)

Responsibilitas dalam konteks ini tidak hanya berlaku pada aspek internal perusahaan, tetapi juga terhadap publik yang dilayani. Hal ini sejalan dengan temuan Suryani (2020), yang menyatakan bahwa tata kelola destinasi wisata yang baik memiliki implikasi langsung terhadap peningkatan kepuasan pengunjung, yang pada gilirannya berkontribusi terhadap pembentukan loyalitas. Kepuasan dan kepercayaan publik merupakan elemen krusial dalam membangun dan mempertahankan daya tarik wisata yang berkelanjutan. Di Agro Wisata Pelangi, penerapan tata kelola perusahaan berfungsi jauh lebih dari sekadar pengelolaan administratif; tata kelola menjadi alat strategis untuk membentuk citra positif dan posisi kompetitif destinasi di tengah persaingan yang ketat.

“Buat kami, pengunjung bukan sekadar target penjualan, tapi mitra dalam menjaga reputasi. Mereka akan jadi promotor kalau puas, dan sebaliknya bisa cepat viral kalau kecewa,” (Wawancara dengan Kepala Pemasaran, 7 Mei 2025)

Pengunjung tidak hanya tertarik pada keunikan wahana atau keindahan alam yang ditawarkan, tetapi juga menilai kualitas keseluruhan pengalaman mereka, termasuk bagaimana wahana dikelola, layanan yang diberikan, serta rasa aman dan nyaman yang dirasakan selama berkunjung. Dalam hal ini, tata kelola berperan ganda. Pertama, secara internal, tata kelola membantu meningkatkan efisiensi operasional melalui struktur organisasi yang jelas, standar prosedur yang konsisten, dan mekanisme pengawasan yang efektif. Hal ini memastikan bahwa seluruh proses pengelolaan wahana berjalan lancar, meminimalkan risiko kegagalan layanan, dan menjaga kualitas secara berkelanjutan.

“Kami melakukan briefing rutin setiap pagi, dan ada audit internal bulanan untuk mengevaluasi semua aspek pelayanan,” (Wawancara dengan Manajer SDM dan Operasi, 6 Mei 2025)

Kedua, secara eksternal, tata kelola yang baik memperkuat kepercayaan pasar dan menciptakan hubungan yang harmonis dengan pengunjung, komunitas lokal, serta pemangku kepentingan lainnya. Kepercayaan ini menjadi modal sosial penting yang mendorong loyalitas pengunjung dan merekomendasikan destinasi kepada calon wisatawan lain, sehingga menciptakan efek berkelanjutan dalam peningkatan kunjungan. Dengan menempatkan tata kelola sebagai fondasi utama, Agro Wisata Pelangi mampu membangun destinasi wisata yang tidak hanya kompetitif dalam jangka pendek, tetapi juga berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang. Strategi ini memastikan bahwa destinasi tidak hanya bertahan dalam menghadapi dinamika pasar, tetapi juga berkembang dengan tetap mempertahankan kualitas dan kepercayaan publik. Penerapan tata kelola yang baik terbukti berkontribusi positif terhadap peningkatan jumlah kunjungan dan pendapatan operasional. Berdasarkan wawancara dengan manajemen dan data dokumentasi, terjadi peningkatan rata-rata kunjungan sebesar 15–20% dalam dua tahun terakhir, yang sebagian besar disebabkan oleh kepercayaan pengunjung terhadap keamanan dan kualitas wahana.

“Kami tidak hanya fokus pada jumlah kunjungan, tapi bagaimana kualitas interaksi pengunjung dengan tempat ini. Kalau mereka merasa aman dan nyaman, mereka akan balik lagi,” (Wawancara dengan Direktur Pengelola, 6 Mei 2025)

Hasil ini mendukung temuan Kurniawan (2020) yang menunjukkan bahwa tata kelola perusahaan memiliki hubungan positif dengan kinerja keuangan pada sektor pariwisata. Selain itu, peran tata kelola juga meningkatkan kepuasan pengunjung sebagaimana dijelaskan oleh Suryani (2020), yang menjadi faktor penting dalam menciptakan loyalitas pengunjung.

3.4. Tantangan

Dalam pelaksanaan tata kelola perusahaan pada wahana bermain di Agro Wisata Pelangi, terdapat beberapa tantangan utama yang secara signifikan memengaruhi efektivitas pengelolaan. Tantangan-tantangan ini tidak hanya bersifat teknis dan struktural, tetapi juga berkaitan erat dengan aspek sumber daya manusia dan budaya organisasi.

1. Keterbatasan Kapasitas SDM dalam Memahami Tata Kelola

Salah satu tantangan krusial adalah keterbatasan kapasitas sumber daya manusia (SDM) dalam memahami dan menerapkan prinsip-prinsip tata kelola secara menyeluruh. Sebagaimana dijelaskan oleh Gunawan (2012), banyak pelaku di sektor agrowisata berasal dari latar belakang non-manajerial, sehingga kurang familiar dengan konsep-konsep seperti akuntabilitas, transparansi, atau manajemen risiko. Hal ini berdampak pada implementasi prinsip tata kelola yang cenderung administratif dan belum menyentuh aspek strategis

2. Keterbatasan Anggaran untuk Pemeliharaan dan Pengembangan

Kendala anggaran juga menjadi tantangan signifikan, terutama terkait pemeliharaan fasilitas dan pengembangan wahana baru. Minimnya alokasi dana menyebabkan sebagian fasilitas tidak dapat dirawat secara berkala, meningkatkan risiko terhadap keselamatan dan kenyamanan pengunjung.

4. Minimnya Pelatihan Formal dalam Manajemen Risiko dan Keselamatan

Tantangan lain yang cukup mendasar adalah tidak tersedianya pelatihan terstruktur terkait manajemen risiko dan keselamatan kerja. Sebagian besar staf lapangan mengandalkan pengalaman dan intuisi tanpa panduan operasional yang sistematis.

3.5. Rekomendasi

Berdasarkan tantangan-tantangan yang teridentifikasi, berikut adalah beberapa rekomendasi strategis yang disarankan guna meningkatkan efektivitas pengelolaan dan daya saing destinasi secara berkelanjutan:

1. Pelatihan Manajerial dan Keselamatan secara Terstruktur

Penyelenggaraan pelatihan rutin bagi seluruh jajaran pengelola—baik manajemen maupun staf lapangan—perlu dijadikan prioritas. Materi pelatihan tidak hanya mencakup aspek teknis, tetapi juga prinsip tata kelola perusahaan, manajemen risiko, dan keselamatan kerja. Program ini harus bersifat sistemik dan berkelanjutan, bukan sekadar pelatihan satu kali.

2. Penguatan Perencanaan Strategis yang Inklusif dan Partisipatif

Pengelolaan destinasi harus mulai melibatkan masyarakat lokal secara aktif dalam perencanaan dan pengawasan. Hal ini tidak hanya meningkatkan rasa kepemilikan, tetapi juga memperkaya perspektif pengelolaan dengan nilai-nilai lokal yang berkelanjutan.

3. Pengembangan Sistem Pelaporan Berbasis Digital

Untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, sangat disarankan penerapan sistem pelaporan digital yang mencakup pelaporan keuangan, operasional, dan masukan dari pengunjung. Sistem ini akan memudahkan pemantauan kinerja secara real-time dan menjadi basis pengambilan keputusan yang berbasis data.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menggambarkan bahwa penerapan prinsip tata kelola perusahaan pada wahana bermain di Agro Wisata Pelangi sudah berada pada jalur yang baik, khususnya dalam aspek akuntabilitas, struktur organisasi, dan pelaporan keuangan yang teratur. Hal ini menunjukkan komitmen pengelola dalam menjalankan pengelolaan yang transparan dan bertanggung jawab sesuai dengan prinsip-prinsip good corporate governance. Meskipun demikian, masih ada ruang untuk perbaikan, terutama pada aspek transparansi informasi kepada publik dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia agar lebih memahami dan mengimplementasikan prinsip-prinsip tata kelola secara optimal. Kondisi ini mencerminkan tantangan yang sering dijumpai dalam pengelolaan destinasi wisata, di mana aspek manusia dan komunikasi menjadi faktor krusial untuk memperkuat tata kelola.

Lebih jauh, penelitian ini menegaskan bahwa tata kelola yang baik tidak hanya berdampak pada aspek administratif atau manajerial semata, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan pengembangan wisata secara keseluruhan. Peningkatan jumlah kunjungan dan



pendapatan yang terjadi merupakan bukti nyata bahwa pengelolaan yang profesional dan terstruktur mampu membangun kepercayaan pengunjung serta menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan. Selain itu, integrasi antara tata kelola perusahaan dengan strategi pengembangan agrowisata yang berorientasi keberlanjutan dan pelibatan aktif masyarakat lokal memperkuat fondasi pengelolaan wahana bermain. Pendekatan berbasis komunitas ini menjadi salah satu faktor kunci yang mendukung kesinambungan dan daya tarik destinasi dalam jangka panjang.

Kesimpulannya, tata kelola perusahaan yang efektif berperan penting tidak hanya dalam menjaga efisiensi operasional, tetapi juga dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata di tengah persaingan yang semakin ketat. Untuk mengoptimalkan manfaat tersebut, perlu adanya upaya berkelanjutan dalam meningkatkan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendidikan, serta pemanfaatan teknologi informasi guna mendukung sistem pengelolaan yang lebih transparan dan responsif. Di samping itu, kolaborasi antara berbagai pihak mulai dari pengelola, pemerintah, masyarakat, hingga sektor swasta harus terus diperkuat agar tujuan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dapat tercapai secara komprehensif dan berdampak positif bagi seluruh stakeholder.

REFERENCES

- Ardika, I. W. (2003). *Kepariwisata budaya: Suatu pendekatan praktis*. Denpasar: Universitas Udayana Press.
- ASEAN Secretariat. (2016). *ASEAN tourism strategic plan 2016–2025*. Jakarta: ASEAN.
- Briedenhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas. *Tourism Management*, 25(1), 55–68. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00063-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00063-3)
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and practice* (4th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Damanik, J., & Weber, H. F. (2006). *Perencanaan ekowisata: Dari teori ke aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Fennell, D. A. (2003). *Ecotourism: An introduction* (2nd ed.). London: Routledge.
- Gössling, S., Hall, C. M., & Weaver, D. (2009). *Sustainable tourism futures: Perspectives on systems, restructuring and innovations*. London: Routledge.
- Gunawan, H. (2012). *Manajemen pariwisata berbasis komunitas*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Inskip, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2015). *Guidelines for multinational enterprises*. Paris: OECD.
- Middleton, V. T. C., & Clarke, J. (2001). *Marketing in travel and tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Mill, R. C., & Morrison, A. M. (2006). *The tourism system* (5th ed.). Dubuque: Kendall Hunt.
- Mowforth, M., & Munt, I. (2009). *Tourism and sustainability: Development, globalisation and new tourism in the third world* (3rd ed.). London: Routledge.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*. Wallingford: CABI Publishing.
- Sharpley, R. (2000). Tourism and sustainable development: Exploring the theoretical divide. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(1), 1–19.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D* (3rd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Timothy, D. J., & Tosun, C. (2003). *Tourism and community development*. London: Routledge.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- World Tourism Organization. (2018). *Tourism for development – Volume II: Good practices*. Madrid: UNWTO.
- Yoeti, O. A. (2008). *Pengantar ilmu pariwisata*. Bandung: Angkasa.