

MANAJEMEN MUTU UNTUK PENGEMBANGAN AGROWISATA BERBASIS MASYARAKAT

Karen Alfa Pontoan¹, Meilany Rosita Lengkong², Ambrosius Markus Loho³

^{1,2,3} Universitas Katolik De La Salle Manado, Kombos< Kairagi 1, Manado, Indonesia

Email: kpontoan@unikadelasalle.ac.id

Article History

Received: 27-06-2025

Revision: 03-07-2025

Accepted: 18-07-2025

Published: 18-07-2025

Abstract. *Quality is an inherent characteristic of a product. In addition, quality is also a benchmark for a product to compete in the market. In the context of this research, the author aims to outline the main scope of quality within the big frame that oversees it, namely management. Therefore, quality management always needs to be seen in unity because the quality of a product needs to be organized and adjusted in order to compete in the market. Within the framework of this research, the author describes the application of quality management in the development of community-based agritourism. The quality of an agritourism as an agricultural-based tourist destination, must continue to be promoted and formed on an ongoing basis in order to compete in the global arena. Finally, the implementation of quality management must be closely related to the development of community-based agritourism. Because agritourism is a tourism service business that diversifies local agribusiness products, which also fosters employment opportunities and business opportunities for local communities.*

Keywords: *quality, quality management, agritourism, local community*

Abstrak Mutu adalah sifat yang melekat pada sebuah produk. Selain itu, mutu adalah juga patokan sebuah produk bisa bersaing di pasar. Dalam konteks penelitian ini, penulis bertujuan menguraikan lingkup utama mutu yang berada dalam bingkai besar yang memayunginya, yakni manajemen. Maka dari itu, manajemen mutu selalu perlu dilihat dalam satu kesatuan karena mutu atau kualitas sebuah produk yang perlu diatur dan disesuaikan agar bisa bersaing di pasar. Dalam kerangka penelitian ini juga, aplikasi manajemen mutu, penulis uraian dalam pengembangan agrowisata berbasis masyarakat. Mutu sebuah agrowisata sebagai destinasi wisata berbasis pertanian, harus terus digalakan dan dibentuk secara berkelanjutan agar bisa bersaing di kancah global. Akhirnya implementasi manajemen mutu harus terkait erat dengan pengembangan agrowisata yang berbasis masyarakat. Karena agrowisata adalah usaha jasa pariwisata yang menjadi diversifikasi produk agribisnis produk lokal, yang turut menumbuhkan peluang kerja dan peluang usaha masyarakat lokal.

Keywords: Mutu, manajemen mutu, agrowisata, masyarakat lokal

How to Cite: Pontoan, K.A., Lengkong, R.M., Loho, A.M. (2025). Manajemen Mutu Untuk Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 5 (3), 6071-6079. [10.54373/ifijeb.v5i3.3622](https://doi.org/10.54373/ifijeb.v5i3.3622)

PENDAHULUAN

Setiap produk selalu akan mengandalkan mutu dan atau kualitas. Hal itu disebabkan karena mutu atau kualitas adalah hal yang sangat menentukan bertahannya sebuah produk ditengah persaingan hadirnya berbagai produk industry. Tak bisa dibayangkan ketika sebuah produk tidak memperhatikan mutu, alhasil tidak akan menjadi pilihan pengguna atau *costumer*. Hal itu tentu menjadi sebuah kegagalan ketika sebuah produk yang telah diupayakan selama bertahun-tahun, kemudian tidak bisa bersaing secara global. Sebagai pembanding, kita bisa melihat berbagai upaya yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, institusi pendidikan ataupun destinasi wisata tertentu. Mereka berlomba-lomba untuk terus meningkatkan mutu, agar bisa bersaing di dunia global yang terus berkembang.

Sebagaimana telah kita kenal, mutu adalah sifat yang melekat pada sebuah produk. Maksudnya adalah bahwa mutu itu, adalah sebuah sifat yang melekat, sehingga karena mutunya, produk tertentu bisa bertahan di tengah persaingan global. Sejalan dengan itu, hal tersebut juga sering dikenal dengan manajemen mutu atau *total quality management*. (Annizar, 2021).

Di sisi yang sama, hal penting terkait dengan manajemen mutu tersebut adalah penerapan standar mutu dalam sebuah produk. Standar mutu ini dibentuk tentu saja berdasarkan kebutuhan *costumer*/pengguna atau pelanggan, karena setiap kebutuhan tentu juga akan berkembang bahkan berubah. Maka dari itu, dalam sebuah standar mutu, dibentuklah prosedur serta standar yang fleksibel.

Dalam konteks manajemen mutu yang dibahas dalam penelitian ini, termasuk kontekstualisasinya dalam agrowisata yang bermutu, yang berbasis masyarakat, manajemen akan sangat menentukan produk yang dilirik oleh *costumer* atau pelanggan. Hal itu diperkuat oleh fakta bahwa sektor pariwisata memang sarat dengan peluang yang menjanjikan bahkan berkelanjutan, sektor ini merupakan salah satu yang berdampak pada ekonomi dengan basis pariwisata. Demikian juga, sektor ini diharapkan bisa membuka peluang untuk semua sektor lainnya, antara lain: Perkebunan, pertanian, perdagangan, perindustrian, dll.

Terkait agrowisata dan kaitannya dengan sektor pertanian yang akan menjadi *locus* penelitian ini, sejauh pengamatan penulis, hingga saat ini, merupakan unsur yang belum tergarap secara maksimal dan optimal. Padahal agrowisata adalah rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai objek wisata, baik berupa pemandangan alam, kawasan pertanian, maupun keanekaragaman aktivitas produksi, serta teknologi pertanian dan budaya masyarakatnya. (Irene Gratia Palit, 201724).

Dari bingkai pemikiran ini, jelaslah bahwa budaya mutu sangat penting bukan karena hal itu menekankan kualitasnya tetapi terlebih hal itu merupakan lini vital dalam sebuah perusahaan atau sebuah komunitas kelompok lembaga tertentu. Dan dalam konteks peningkatan hasil produksi agrowisata, manajemen mutu adalah sesuatu yang akan sangat menentukan kemajuan, keberhasilan bahkan kesuksesan sebuah destinasi agrowisata tersebut.

Dalam praksis kita bisa menemui bahwa akan terjadi kelambatan dalam proses persaingan global terkait produk agrowisata di destinasi wisata tertentu, karena dipengaruhi oleh fakta keterbatasan sumber daya manusia dengan ketrampilan yang memadai. Oleh karena itu, hal inilah yang menjadi catatan penting penulis dalam upaya untuk menerapkan budaya mutu dalam sebuah organisasi, utamanya pengembangan agrowisata berbasis masyarakat ini.

METODE

Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah kajian pustaka. Dengan metode kajian pustakan ini, penulis menggunakan sumber pustaka seperti buku, artikel, dan jurnal yang sesuai dengan topik pembahasan. Dari sumber pustaka yang penulis peroleh, penulis juga memperluas cakupan dengan metode observasi lapangan. Dari metode-metode ini, penulis kemudian melanjutkan dengan metode hermeneutika, yakni menafsirkan artikel, buku dan pengamatan /observasi lapangan.

Artikel dan buku yang menjadi kajian, penulis ambil secara khusus yang membahas tentang implementasi budaya mutu yang sangat terkait dengan manajemen, bagi pengembangan agrowisata. Demikian juga, penulis menggunakan analisis isi untuk bisa menemukan inti pokok dari pembahasan artikel ini. Dengan analisis isi ini, penulis mencoba menguraikan terlebih dahulu manajemen mutu, kemudian uraian tentang agrowisata berbasis masyarakat, dan selanjutnya menguraikan tentang implementasi peningkatan mutu produk agrowisata itu, yang berbasis masyarakat.

PEMBAHASAN

Memahami Manajemen Mutu sebagai Fondasi Pemikiran

Manajemen adalah konsep yang sarat dengan perencanaan. Maka karena terkait dengan perencanaan, manajemen akan terkait erat dengan bidang organisasi, event atau pula destinasi wisata tertentu. Inti pokoknya adalah bahwa manajemen merupakan kunci utama keberhasilan sebuah perusahaan, lembaga pendidikan, komunitas tertentu, atau pula destinasi wisata tertentu. Di dalam manajemen, sangat pasti dibutuhkan cara-cara terstruktur agar bisa mencapai tujuan dengan mudah dan terukur. Dari sinilah maka manajemen sangat dibutuhkan dalam berbagai macam hal, terkait pengembangan atau peningkatan kualitas sebuah perusahaan, lembaga atau pula destinasi wisata tertentu.

Sejalan dengan itu, manajemen yang baik adalah kunci seberapa baik organisasi tertentu, seperti contoh organisasi di atas. Demikian juga, manajemen akan sangat memerlukan model pengembangan dan pembinaan bagi mencapai cita-cita sebuah organisasi seperti perusahaan, lembaga pendidikan atau komunitas bahkan destinasi wisata tertentu. Pendek kata, maju mundurnya tergantung dari penanganan terhadap manajemennya. Oleh karena itu, penting untuk memahami manajemen untuk mencapai tujuan sehingga manajemen dibutuhkan dan diperlukan oleh semua bentuk organisasi. (Susanto, 2022).

Salah satu contoh yang bisa menjadi acuan dalam meningkatkan mutu sebuah organisasi adalah kepemimpinan. Dalam hal ini, seorang pemimpin organisasi, dengan kapasitasnya sebagai kepala tertinggi, perlu menetapkan sebuah konsep keutuhan yang mampu menjadi acuan organisasi yang dipimpnannya, demikian juga konsep ini harus dijadikannya sebagai arah untuk bisa menciptakan sebuah situasi yang bisa membantu sumber daya manusia di dalam organisasi itu, bisa terikat penuh dalam rangka mencapai tujuan yakni mutu dari organisasi tersebut.

Melampaui itu, mutu atau kualitas bisa meningkat, bergantung pada bgaimana manajemennya. Maka hal ini akan terkait erat dengan manajemen mutu. Manajemen mutu merupakan sebuah pandangan yang menekankan bagaimana upaya menciptakan sebuah produk yang bermutu, di sebuah organisasi atau kelompok sebagaimana uraian jenis organisasi

di atas. Dalam menjalankan manajemen mutu ini, hal yang penting adalah perlunya sosok atau figur pemimpin yang mampu memotivasi dan menggerakkan anggotanya, agar bisa berkontribusi secara maksimal bagi organisasi. Demikianlah bahwa hal ini harus menjadi kesadaran seorang figur yang memimpin, untuk menunjukkan kepada anggotanya bahwa mutu suatu produk atau jasa adalah menjadi tanggung jawab bersama. Maka jika ini jadi sebuah pandangan baku organisasi, produk bisa bersaing di pasar global. (Yanthi, 2021).

Manajemen mutu pada akhirnya mencakup pengaturan dimana didalamnya ada tindakan yang menetapkan dan melaksanakan kebijakan mutu. Sejalan dengan itu, mutu yang dicapai, dan yang diinginkan tentu memerlukan kesepakatan dan keterlibatan seluruh anggota organisasi. Akhirnya untuk melaksanakan manajemen mutu dengan baik dan berhasil, diperlukan prinsip-prinsip dasar yang kuat.

Sebagai hal yang penting dalam konteks mutu dan manajemen mutu ini, kita perlu memahami bahwa mutu bisa diukur dengan dimensi-dimensi berikut ini. Pertama, *performance* berkaitan dengan fakta bahwa sebuah produk harus tampil sebagaimana adanya. Aspek ini akan mempengaruhi pilihan penggunaannya atau pelanggan. Kedua, *features*. Hal ini menunjuk kepada fakta yang menunjang fungsi dasar pertama di atas, yang akan mempengaruhi pilihan pelanggan atau penggunaannya. Ketiga, kehandalan (*reliability*). Hal ini berkaitan dengan kemungkinan sebuah produk tertentu berfungsi dan berhasil pada periode waktu tertentu, dalam kondisi tertentu juga. Keempat, konformansi (*conformance*), bagian ini terkait dengan tingkat kesesuaian produk dengan spesifikasi yang telah ditetapkan berdasarkan keinginan pelanggan atau penggunaannya. Kelima, daya tahan (*durability*). Sebuah produk menganut apa yang dinamakan ketahanan atau daya tahan ini. Hal itu menjadi ukuran bagi masa pakai suatu produk. Karakteristik ini berkaitan dengan daya tahan dari produk itu. Keenam, kemampuan pelayanan. Hal ini terkait dengan karakteristik kecepatan/kesopanan, kompetensi, kemudahan serta akurasi dalam perbaikan. Dan ketujuh, kualitas yang dipersepsikan. Hal ini berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam mengonsumsi produk, seperti meningkatkan harga diri.

Selayang Pandang Agrowisata

Agrowisata adalah model wisata yang memanfaatkan usaha pertanian (agro) sebagai objek wisata. Atau dengan kata lain, agrowisata adalah kegiatan kepariwisataan yang fokus perjalanannya adalah untuk kunjungan wisata pada beberapa daerah tujuan wisata agro atau berbasis pertanian, perkebunan dan lain-lain. (Pamulardi, 2006). Agrowisata bertujuan untuk memberi wawasan yang luas terkait pengetahuan, pengalaman, dan korelasi-korelasinya dibidang pertanian. Agrowisata juga secara singkat dapat dipahami sebagai upaya untuk mempopulerkan produk wisata berbasis pertanian di mana didalamnya memanfaatkan lahan pertanian. Cara ini tentu saja bermuara kepada peningkatan pendapatan petani, sambil terus melestarikan sumber daya lahan, di samping memelihara budaya maupun teknologi lokal.

Sebagaimana uraian diatas, agrowisata tergolong sebagai industri pariwisata berbasis pertanian, diidentikan dengan beberapa karakter berikut: Pertama, agrowisata yang mencakup tanaman, baik tanaman pangan maupun tanaman hortikultura. Agrowisata jenis ini menunjuk pada fakta bahwa obyek agrowisata yang menampilkan kegiatan usaha tani dalam hal tanaman pangan dan tanaman sayur-mayur, buah-buahan, dll. Karakteristik berikutnya adalah agrowisata yang mencakup perikanan. Agrowisata jenis ini menunjuk pada suatu obyek agrowisata, yang menampilkan kegiatan budidaya penangkapan, rekreasi memancing, dan atau

pengolahan pengolahan komoditas perikanan. Keempat, agrowisata peternakan adalah suatu obyek agrowisata yang menampilkan kegiatan usaha tani lokal yang unik yang meliputi ternak besar dan ternak kecil. Sementara, manfaat dari agrowisata adalah meningkatkan konservasi lingkungan, meningkatkan nilai estetika dan keindahan alam, memberikan nilai rekreasi, meningkatkan kegiatan ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan, serta memberikan keuntungan ekonomi.

Dari gambaran ini maka jelaslah bahwa agrowisata adalah sebuah peluang besar yang memberi dampak yang sangat besar untuk perekonomian. Dalam konteks tersebut perlu juga dipahami beberapa hal berikut, yang atas cara tertentu harus menjadi sebuah upaya yang konsisten demi mempraktekkan sebuah agrowisata yang bermutu. Maka dari itu, arah pengembangan dasar kebijakan ekowisata yang dapat diterapkan dalam kebijakan agrowisata, yakni mencakup: Lingkungan alam dan sosial budaya harus menjadi dasar pengembangan pariwisata dengan tidak membahayakan kelestariannya. Hal ini menjadi penting karena menjadi pokok utama sebuah agrowisata. Bukan hanya itu saja, pada prinsipnya agrowisata bergantung kepada kualitas lingkungan alam dan sosial budaya yang baik. Demikian, keduanya menjadi fondasi untuk meningkatkan ekonomi lokal dan kualitas kehidupan masyarakat yang timbul dari industri pariwisata.

Di sisi yang sama, arah pengembangan kebijakan ekowisata juga mencakup keberadaan organisasi atau perusahaan atau sejenisnya, yang mengelola, untuk tetap menjaga kelestariannya. Hal yang termasuk didalamnya adalah pengelolaan yang baik dari dan untuk wisatawan, termasuk penginformasian tentang pengelolaan kepada masyarakat lokal sesuai dengan potensi. Dalam konteks ini perlu juga dipertegas bahwa di kawasan agrowisata, wisatawan menikmati seluruh fasilitas yang tersedia. Aktivitas mereka pun sudah seharusnya bisa memberikan edukasi dan pengetahuan baru. Demikian juga, para wisatawan di lingkungan agrowisata itu, secara pasti lebih cenderung mengharapkan kualitas pelayanan yang baik, sesuai dengan biaya yang dikeluarkan.

Namun demikian kita perlu memperhatikan bahwa keinginan wisatawan cenderung bermacam-macam. Maka dari itu, dalam kerangka manajemen mutu, perlu diperkuat soal perencanaan yang harus lebih cepat dilakukan dan disempurnakan terus-menerus seiring dengan perkembangan industri pariwisata dan hal lain yang vital adalah adanya penginventarisasian komponen-komponen yang ada di sekitar agrowisata, yang berpengaruh pada kebutuhan wisatawan. (Kementan, 2012).

Implementasi Manajemen Mutu dalam Meningkatkan Agrowisata

Budaya mutu, sebagaimana telah diuraikan di atas, pada akhirnya menjadi titik vital sebuah produk. Namun bukan itu saja, manajemen mutu juga menjadi hal penting demi mengembangkan bisnis di semua lini atau bidang. Dalam uraian di atas juga, diuraikan bahwa agrowisata tidak semata-mata bicara tentang pertanian, atau murni berkisar pada wisata namun dalam bingkai yang kolaboratif, adalah sebuah produk yang butuh sentuhan manajemen mutu. Maka dari itu, terdapat beberapa langkah konkret untuk bisa meningkatkan mutu sebuah agrowisata.

Langkah pertama, fokus pada pengembangan dengan dasar pemikiran bahwa upaya peningkatan kualitas. Ini berarti bahwa semua yang tergabung dalam sebuah organisasi, harus memiliki kesadaran bahwa hanya dengan peningkatan mutu berkelanjutanlah, sebuah produk

atau perusahaan, dan juga destinasi agrowisata tertentu, mampu bersaing di pasar produk, yang mana hal tersebut bisa meningkatkan karier dan kesejahteraan.

Langkah kedua, baik pimpinan atau anggota organisasi, dalam hal ini pekerja di sektor agrowisata, wajib memiliki kemampuan untuk membaca dan melihat peluang peningkatan mutu. Di sisi yang sama, pimpinan harus menentukan sebuah tujuan atau *goals* peningkatan mutu. Hal ini dimaksudkan bahwa setelah peluang peningkatan mutu didapatkan, harus ditentukan tujuan peningkatan mutu dengan jelas dan dapat diukur. Selanjutnya, dalam peningkatan mutu, pimpinan harus menyusun prosedur berupa tahapan-tahapan yang nyata dalam kerangka peningkatan kualitas, agar tujuan dapat tercapai.

Langkah ketiga, untuk meningkatkan mutu baik produk agrowisata maupun sumber daya manusia, perlu diadakan workshop peningkatan sumber daya manusia. Oleh karenanya maka, sistem dan program pelatihan yang relevan harus disusun dan dilaksanakan terlebih dahulu.

Langkah keempat, dengan penuh kesadaran perlu juga memberi perhatian penting pada fakta bahwa mutu yang di capai harus dipertahankan, dalam artian terus meningkat dan tidak malah menurun. Kekurangan di masa lalu terus di perbaiki. Demikian juga, hal itu adalah dalam kerangka bahwa peningkatan mutu harus dengan cara meningkatkan dan membudayakan mutu itu secara riil dan terukur.

Selain itu, agar manajemen mutu itu bisa berjalan sebagaimana mestinya, perlu adanya prinsip-prinsip berikut demi memperkuat produk tertentu agar bisa bersaing. Prinsip-prinsip tersebut yakni: **Pertama**, peningkatan kualitas yang mencakup proses dan sistem yang direparasi secara berkesinambungan sesuai kebutuhan. **Kedua**, dalam kerangka itu, juga perlu ditingkatkan kualitas para karyawan, dalam hal mereka diberikan kesempatan yang luas dalam hal pengembangan kreativitas, *skill*, dan inovasi. **Ketiga**, memberi tempat yang utama pada hal kerja sama dalam tim kerja, terutama ketika menangani masalah, misalnya dengan cara *problem solving*.

Penerapan Sistem Manajemen Mutu Agrowisata

Sistem manajemen adalah kesatuan dari kebijakan, prosedur, struktur organisasi dan aturan-aturan yang mengatur aktivitas terkait dengan mutu produk agrowisata yang ditawarkan kepada pelanggan, pengguna atau pengunjung. Sementara itu, sistem manajemen mutu menunjuk kepada bagaimana menyusun dan melaksanakan aturan, proses dan sumber daya yang diperlukan, untuk bisa menghasilkan produk serta pelayanan yang bermutu.

Selanjutnya, penerapan sistem manajemen mutu membutuhkan komitmen, kemauan dari pihak manajemen. Komitmen adalah syarat utama dalam penerapan sistem manajemen mutu, karena penerapannya menyangkut 'banyak pengaturan' dan pengaturan tidak akan efektif bila pihak manajemen sendiri tidak menghendakinya. (Kementan, 2012).

Agrowisata adalah alat yang ampuh untuk mempromosikan keberlanjutan dan membina keterlibatan masyarakat, menciptakan keseimbangan yang harmonis antara pembangunan ekonomi dan pengelolaan lingkungan. Dengan memanfaatkan lahan pertanian untuk pariwisata, agrowisata mendorong penggunaan lahan yang berkelanjutan, memastikan bahwa lahan pertanian tetap produktif sambil mendiversifikasi kegunaannya. Pendekatan dengan tujuan ganda ini memungkinkan para petani untuk melestarikan lahan mereka untuk pertanian sambil menghasilkan pendapatan tambahan melalui kegiatan pariwisata. (Kuo Wen Ta, 2025).

Sifat dinamis agrowisata membutuhkan inovasi berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan modern yang terus berkembang, menopang ekonomi pedesaan, dan memastikan

pelestarian lingkungan. Bagian ini mengeksplorasi jalur-jalur utama yang dapat merevolusi agrowisata dengan mengintegrasikan kegiatan pertanian tradisional dengan kesehatan, pendidikan, dan wisata petualangan, memanfaatkan teknologi canggih, mendorong keterlibatan masyarakat, dan mengadopsi kebijakan yang mendukung. Pendekatan-pendekatan ini dirancang untuk menciptakan model agrowisata yang inklusif, berkelanjutan, dan beragam.

Terkait hal ini, hemat penulis, Hal ini menjadi kunci pengembangan agrowisata, sekaligus mutu dari agrowisata tertentu. Sebagaimana kita ketahui, agrowisata merupakan bentuk obyek dan daya tarik wisata yang tidak hanya bisa diusahakan dalam skala besar tetapi juga skala kecil, sehingga memungkinkan untuk dikembangkan hampir di setiap wilayah Indonesia sesuai dengan spesifikasi dan keunikan produk pertanian setempat. Agrowisata merupakan usaha jasa pariwisata sekaligus media promosi, ajang pendidikan, diversifikasi produk agribisnis dan pasar berbagai produk lokal sehingga bisa menumbuhkan peluang kerja dan peluang usaha bagi masyarakat lokal. Masyarakat menduduki posisi sebagai bagian integral yang ikut berperan baik sebagai subyek maupun obyek. Masyarakat merupakan pelaku langsung kegiatan agrowisata yang memiliki pengalaman turun temurun dalam hal pengelolaan sumber daya alam dan budaya sehingga memiliki komitmen yang kuat untuk mengelola sumber daya alam secara berkelanjutan karena menyangkut kepentingan hidup mereka.

Masyarakat merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari atraksi agrowisata sehingga pengembangan agrowisata tidak bisa dilakukan tanpa melibatkan masyarakat. Pariwisata berbasis masyarakat memiliki berbagai kelebihan baik dari aspek pengembangan masyarakat maupun industri pariwisata. Sejalan dengan itu, pengembangan agrowisata berbasis masyarakat tidak tanpa tantangan atau kesulitan. Sekurang-kurangnya dapat disebutkan tantangannya yakni mencakup: sumber daya yang terbatas dalam hal pengetahuan teknis dan ketrampilan menjalankan tugas dan fungsi. Sementara dari sisi finansial, pengembangan agrowisata yang mengalami kendala karena hal vital seperti tingginya biaya awal dan sarat resiko pengembalian investasi yang lama atau memakan waktu. Dua poin tantangan ini pada dasarnya merupakan sesuatu yang perlu dipikirkan dan perlu menjadi pemahaman awal ketika mendirikan sebuah kawasan wisata agrowisata.

Namun keberhasilan penerapan agrowisata berbasis masyarakat pada akhirnya harus bergantung pada karakteristik dan kondisi masyarakat/komunitas di destinasi wisata sehingga model pelaksanaan agrowisata berbasis masyarakat di wilayah satu dengan lainnya pasti berbeda. (Nurhidayati, 2012).

KESIMPULAN

Akar dari budaya mutu yaitu budaya organisasi, karena budaya mutu merupakan subset dari budaya organisasi. Budaya organisasi merupakan sistem makna bersama terhadap nilai-nilai primer yang dianut bersama dan dihargai organisasi, yang berfungsi menciptakan perbedaan yang jelas antara satu organisasi dengan organisasi lainnya, menciptakan rasa identitas bagi para anggota organisasi, mempermudah timbulnya komitmen kolektif terhadap organisasi, meningkatkan kemantapan sistem sosial, serta menciptakan mekanisme pembuat makna dan kendali yang memandu membentuk sikap dan perilaku para anggota organisasi.

Namun demikian, kita tidak bisa memungkiri bahwa mutu atau kualitas produk pada umumnya diukur dengan tingkat kepuasan konsumen atau pelanggan. Seberapa besar kepuasan

yang diperoleh pelanggan tergantung dari tingkat kecocokan penggunaan masing-masing pelanggan. Konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain atau rancangan dan kualitas kesesuaian atau kecocokan. Kualitas rancangan merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kecocokan adalah seberapa baik produk itu sesuai dengan spesifikasi dan kelonggaran yang disyaratkan oleh rancangan itu. Disisi yang sama, dalam konteks agrowisata, kita meyakini bahwa agrowisata merupakan usaha jasa pariwisata sekaligus media promosi, ajang pendidikan, diversifikasi produk agribisnis dan pasar berbagai produk lokal sehingga bisa menumbuhkan peluang kerja dan peluang usaha bagi masyarakat lokal.

Maka dari itu, menjadi sebuah pemahaman umum bahwa agrowisata telah muncul sebagai kekuatan transformatif dalam pembangunan pedesaan, pengentasan kemiskinan, dan diversifikasi ekonomi, menawarkan manfaat yang luas sembari menjaga warisan pertanian dan mendorong pertukaran budaya. Dengan menjembatani pertanian tradisional dengan pariwisata, agrowisata pada akhirnya meningkatkan mata pencaharian di pedesaan.

Berbanding lurus dengan hal itu, mutu dan implikasinya bagi agrowisata akan menunjuk kepada sebuah proses terstruktur untuk memperbaiki *output* yang dihasilkan. Budaya mutu adalah sistem nilai organisasi yang menciptakan lingkungan yang kondusif untuk keberlangsungan perbaikan mutu yang berkesinambungan. Budaya mutu terdiri dari nilai-nilai, tradisi, prosedur dan harapan tentang promosi mutu. Selain itu budaya mutu dianggap sebagai jenis budaya organisasi tertentu, yang mencakup nilai-nilai bersama dan komitmen terhadap kualitas atau mutu itu sendiri. Hal ini mengartikan bahwa selain aspek 'keras' (misalnya manajemen mutu, strategi dan proses), aspek 'lunak' (misalnya nilai, keyakinan dan komitmen) akan turut mempengaruhi budaya mutu sebuah organisasi.

Demikianlah budaya mutu juga menyiratkan sebuah tanggung jawab kolektif yang mana hal ini harus menjadi komitmen terhadap kualitas atau mutu itu sendiri, yang pada saat yang sama, perlu sebuah keterlibatan akar rumput. Akhirnya sebagai sebuah rekomendasi untuk pengembangan selanjutnya, yakni abudaya mutu tampak jelas berkembang, maka keseimbangan yang tepat antara pendekatan *top-down* dan *bottom-up* diperlukan. Hal ini menjadi penting karena akan turut meningkatkan mutu yang serentak bisa mengkoordinasikan semua usaha dan upaya-upaya individu dalam kesatuan organisasi. (Nafi'ah, 2024).

REFERENSI

- Annizar, S. &. (2021). *Budaya Mutu Kepemimpinan Pendidikan*. Jember: IAIN Jember Press.
- Febrianta, Y. (2014). Manajemen Olahraga Abad 21. *Prosiding Seminar Nasional: Optimalisasi Peran Pendidikan* (p. 217). Jogjakarta: FKIP Universitas Ahmad Dahlan.
- Irene Gratia Palit, d. (201724). Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan. *Jurnal Agri-SosioEkonomi Unsrat*.
- Kementan, T. P. (2012). *Pedoman Umum Agrowisata*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pengolahan & Pemasaran Hasil Pertanian.
- Muhamad Rio Febrian, d. (2024). Manajemen Olahraga di Era Digital. *Journal of Education and Learning Evaluation*.
- Nafi'ah, A. Z. (2024). *Tesis Manajemen Strategi dalam Membangun Budaya Mutu Cerdas Berkarakter di SDMT Ponorogo*. Ponorogo Jawa Timur: IAIN Ponorogo.
- Nurhidayati, S. E. (2012). Penerapan Prinsip Community Based Tourism (CBT) Dalam Pengembangan Agrowisata di Kota Batu Jawa Timur. *Jurnal Jejaring Administrasi Publik*.
- Pamulardi, B. (2006). *Pengembangan Agrowisata Berwawasan Lingkungan*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Setiawan, P. &. (no). *Manajemen Olahraga: Definisi, Fungsi & Peranannya pada Induk Organisasi Olahraga*. no : no .
- Susanto, N. (2022). *Manajemen Olahraga*. Tasikmalaya: Penerbit Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia (PRCI) .
- Yanthi, D. (2021). *Modul Manajemen Mutu* . Pekanbaru : Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Hang Tuah.