



---

## OPTIMALISASI PENGEMBANGAN AGROWISATA ANGGUR DAN KURMA DI DESA SAMBIK BANGKOL, KABUPATEN LOMBOK UTARA, NTB

Oleh

Sri Susanty<sup>1</sup>, Ander Sriwi<sup>2</sup>, Murianto<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

Email: [1srisusantympar@gmail.com](mailto:1srisusantympar@gmail.com)

---

### Article History:

Received: 25-01-2026

Revised: 20-01-2026

Accepted: 28-02-2026

### Keywords:

Agrowisata, Tata Kelola Organisasi, Digital Marketing

**Abstract:** Desa Sambik Bangkol yang terletak di Kabupaten Lombok Utara NTB merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor pertanian dan pariwisata, khususnya agrowisata. Agrowisata merupakan sebuah aktivitas, usaha atau bisnis yang dikombinasikan dengan elemen pokok pertanian dan pariwisata serta menyediakan sebuah pengalaman kepada para pengunjungnya yang nantinya akan mendorong aktivitas ekonomi dan berdampak pada usaha tani dan pendapatan masyarakat desa setempat. Perpaduan antara pertanian dan pariwisata dapat memberikan nilai tambah pada produk pertanian karena adanya peningkatan aktivitas masyarakat dalam rangka peningkatan pendapatan yang berdampak kepada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Manfaat ekonomi dari keberadaan agrowisata ini baru dirasakan oleh pemilik lahan, belum melibatkan banyak masyarakat. Masyarakat dan Pemerintah Desa belum melihat ini sebagai potensi wisata yang harus dikembangkan secara optimal. Hal ini diakibatkan oleh keterbatasan dalam sistem tata kelola yang optimal, kapasitas sumber daya manusia yang kurang memadai, serta pemanfaatan teknologi modern dalam pengelolaan dan pemasaran produk. Pada aspek manajemen organisasi Tata kelola terlihat bahwa kelembagaan masih lemah, tidak adanya kerangka formal manajemen pengelola agrowisata. SDM lokal minim kapasitas, ditemukan keterbatasan pelatihan manajemen agrowisata, pemahaman pengelolaan organisasi yang terbatas, dan kompetensi pelayanan wisata. Kurangnya teknologi modern, dimana pemasaran digital belum optimal. Digital marketing sangat memudahkan konsumen dan produsen berinteraksi dengan jangkauan khlayak yang lebih luas dengan biaya promosi yang minimal. Promosi konvensional yang menjadikan exposure dan daya saing produk agrowisata belum maksimal. Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan pengembangan agrowisata anggur dan kurma melalui tiga pendekatan utama: perbaikan sistem tata kelola kelembagaan dan manajemen, peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendampingan,



*serta pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan usaha dan promosi digital. Dengan pendekatan ini, diharapkan Desa Sambik Bangkol dapat mengembangkan potensi agrowisatanya secara berkelanjutan dan menjadi contoh model desa wisata pertanian berbasis komoditas unggulan di wilayah Lombok Utara. Adapun luaran dari pelaksanaan program pengabdian ini adalah (1) terbentuknya panduan dalam tata kelola organisasi mitra. (2) meningkatnya pemahaman mitra terkait manajemen hospitality, agrowisata, dan pelayanan wisata. (3) terciptanya web dan fitur sosial media lainnya untuk pemasaran digital. (4) peningkatan pendapatan masyarakat. (5) terpublikasinya hasil kegiatan dalam bentuk artikel jurnal nasional ber ISSN dan video kegiatan*

## PENDAHULUAN

Desa Sambik Bangkol yang terletak di Kabupaten Lombok Utara NTB merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor pertanian dan pariwisata, khususnya agrowisata. Agrowisata merupakan sebuah aktivitas, usaha atau bisnis yang dikombinasikan dengan elemen pokok pertanian dan pariwisata serta menyediakan sebuah pengalaman kepada para pengunjungnya yang nantinya akan mendorong aktivitas ekonomi dan berdampak pada usaha tani dan pendapatan masyarakat desa setempat. Perpaduan antara pertanian dan pariwisata dapat memberikan nilai tambah pada produk pertanian karena adanya peningkatan aktivitas masyarakat dalam rangka peningkatan pendapatan yang berdampak kepada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dalam prakteknya, pengembangan agrowisata tidak bisa dilepaskan dari masyarakat di sekitar kawasan agrowisata. Masyarakat lokal berperan besar dalam keberhasilan sebuah agrowisata (1). Dalam pengembangan agrowisata perlu disediakan fasilitas penunjang agrowisata seperti area pertemuan, sistem sirkulasi dan parkir, infrastruktur dasar, sistem drainase, fasilitas pengelola sampah, serta area istirahat pengunjung (2).

Komoditas unggulan di Desa Sambik Bangkol adalah anggur dan kurma yang mulai dibudidayakan oleh masyarakat setempat menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Keunikan iklim dan kondisi tanah di daerah ini mendukung pertumbuhan tanaman tersebut, bahkan memberikan peluang untuk dikembangkan secara lebih luas baik sebagai hasil pertanian maupun destinasi wisata edukatif dan rekreatif. Pemerintah kabupaten mendorong diversifikasi komoditas tropis sebagai bagian dari strategi pariwisata pedesaan (3). Potensi agrowisata berupa Kebun Kurma menjadi salah satu destinasi unggulan di Lombok Utara. Kebun ini dikembangkan oleh Bapak Rismareka sejak tahun 2018 sebanyak 43 pohon dan 16 pohon yang sudah menghasilkan buah. Jenis kurma yang ditanam oleh adalah Barehe dan Sukari, kedua jenis ini telah mendapat pengakuan sebagai salah satu dari sepuluh kurma terbaik di dunia. Bahkan, prestasi kebun kurma ini diakui secara internasional setelah memenangkan penghargaan pada kontes kurma di Abu Dhabi pada November 2023. Keistimewaan kebun kurma di desa ini tidak hanya terletak pada kualitas buahnya, tetapi juga pada produktivitasnya. Satu pohon kurma milik mampu menghasilkan 10 hingga 29 tandan buah, dengan berat satu tandan mencapai 6-7 kilogram. Panen bisa dilakukan dua kali setahun yaitu sekitar bulan Maret-April dan Oktober. Umumnya masa



tanam selama 4 tahun sebelum berbuah. Daya tarik kebun kurma ini semakin terbukti dengan jumlah kunjungan wisatawan yang terus meningkat. Setiap akhir pekan, tidak kurang dari 600 orang datang untuk menikmati pesona alam kebun kurma dan menikmati buah segar yang ditawarkan. Potensi pengembangan usaha agro tentunya sangat diharapkan oleh para pelaku usaha maupun masyarakat sekitar, selain memperoleh keuntungan yang optimal juga diharapkan dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar (4).

Potensi agrowisata lainnya adalah Kebun Anggur Tajir yang dikelola oleh Ratnadi yang menawarkan pengalaman edukasi tentang budidaya dan petik anggur kepada setiap pengunjung. Di lokasi ini memiliki 15 varietas anggur aneka warna yang ditanam pada lahan seluas 30 are (3.000 meter persegi). Kawasan Wisata Anggur Tajir yang berdiri sejak November 2021, memiliki 300 batang anggur dan yang sudah berproduksi sebanyak 200 batang. Setiap batang anggur menghasilkan buah paling sedikit 4 kilogram dan paling banyak hingga 15 kilogram. Anggur itu berbuah saat musim kemarau dengan periode berbuah sebanyak dua kali dalam setahun. Aktivitas panen tahun ini berlangsung pada Juli sampai awal September, lalu berlanjut mulai akhir Oktober hingga Desember. Harga buah anggur yang dijual Ratnadi kisaran Rp80-100 ribu per kilogram.

Harga itu masih terhitung realistis bila dibandingkan harga di pasaran yang hanya sekitar Rp50-60 ribu per kilogram. Meski harga anggur lebih tinggi, namun pengunjung tetap membeli karena anggur yang matang di pohon dan dipetik langsung punya cita rasa yang manis dan renyah ketimbang anggur di pasaran yang lembek dan kecut. Ratusan pohon anggur tumbuh merambat pada para-para tiang pipa aluminium dan tralis berbentuk huruf Y.

Ekonomi sirkular penting untuk keberlanjutan pengembangan komoditas kurma (5). Manfaat ekonomi dari keberadaan agrowisata ini baru dirasakan oleh pemilik lahan, belum melibatkan banyak masyarakat. Masyarakat dan Pemerintah Desa belum melihat ini sebagai potensi wisata yang harus dikembangkan secara optimal. Hal ini diakibatkan oleh keterbatasan dalam sistem tata kelola yang optimal, kapasitas sumber daya manusia yang kurang memadai, serta pemanfaatan teknologi modern dalam pengelolaan dan pemasaran produk. Agrowisata ini belum memiliki pengelola secara kelembagaan. Pihak desa mengatakan sudah dibentuk Kelompok sadar Wisata (pokdarwis) namun belum dilegalkan. Mereka belum memiliki panduan terkait administrasi organisasi secara tertulis seperti visi misi, struktur organisasi, tugas dan tanggung jawab, Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga, dan Program kerja. Para anggota pokdarwis belum pernah mendapatkan pengetahuan dan keterampilan tentang agrowisata. Dari sisi Pendidikan, anggota rata-rata lulusan Sekolah Menengah Atas. Dari sisi pemasaran produk agrowisata masih bersifat konvensional dan masih mengandalkan kunjungan dari wisatawan lokal. Dari hasil kunjungan awal yang dilakukan, agrowisata ini sangat menarik namun belum dikemas menjadi sebuah paket wisata yang menarik sehingga pendapatan yang diperoleh belum maksimal dan masyarakat yang terlibat juga sangat terbatas. Terdapat pemasaran digital melalui facebook dan instagram namun belum maksimal berkaitan dengan informasi agrowisata.

Keterbatasan dalam system tata kelola agrowisata ini menyebabkan potensi agrowisata anggur dan kurma belum memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi masyarakat. Selain itu, strategi promosi dan pengemasan produk agrowisata yang masih konvensional membuat daya saing Desa Sambik Bangkol masih tertinggal dibandingkan



destinasi agrowisata lainnya. Padahal, jika dikelola secara profesional dan berkelanjutan, agrowisata dapat menjadi motor penggerak ekonomi desa yang mampu meningkatkan pendapatan masyarakat, menciptakan lapangan kerja, serta memperkuat identitas lokal. Pemasaran digital dan ekonomi sirkular penting untuk keberlanjutan pengembangan komoditas kurma.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan pengembangan agrowisata anggur dan kurma melalui tiga pendekatan utama: perbaikan sistem tata kelola kelembagaan dan manajemen, peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendampingan, serta pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan usaha dan promosi digital. Dengan pendekatan ini, diharapkan Desa Sambik Bangkol dapat mengembangkan potensi agrowisatanya secara berkelanjutan dan menjadi contoh model desa wisata pertanian berbasis komoditas unggulan di wilayah Lombok Utara. Adapun tujuan pelaksanaan program pemberdayaan kemitraan masyarakat pada Desa Sambik Bangkol selain untuk membantu menyelesaikan masalah mitra dengan melibatkan dosen dan mahasiswa dalam pelaksanaannya, juga untuk merealisasikan program Kampus Berdampak yang telah ditetapkan pada kurikulum dan merealisasikan IKU 2 dan 3 dalam pelaksanaan kinerja perguruan tinggi yaitu pengalaman mahasiswa di luar kampus dan dosen berkegiatan di luar kampus.

### **Permasalahan Mitra**

Berdasarkan analisis situasi yang telah dipaparkan, maka beberapa permasalahan mitra Permasalahan mendasar yang dihadapi dalam pengembangan agrowisata Desa Sambik Bangkol adalah:

- a. Manajemen Organisasi/Tata kelola. Kelembagaan masih lemah, tidak adanya kerangka formal manajemen pengelola agrowisata. Terimplementasinya tata kelola yang baik dari struktur organisasi pengelola maka akan mempermudah organisasi dalam mencapai tujuannya dan mendorong agrowisata menjadi lebih berkembang.
- b. SDM lokal minim kapasitas. Ditemukan keterbatasan pelatihan manajemen agrowisata, pemahaman pengelolaan organisasi yang terbatas, dan kompetensi pelayanan wisata.
- c. Kurangnya teknologi modern. Pemasaran digital belum optimal. Digital marketing sangat memudahkan konsumen dan produsen berinteraksi dengan jangkauan khalayak yang lebih luas dengan biaya promosi yang minimal.
- d. Promosi konvensional: menjadikan exposure dan daya saing produk agrowisata belum maksimal.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Potensi Agrowisata**

#### **1. Kebun Kurma**

Kebun Kurma Desa Sambik Bangkol merupakan salah satu inovasi unggulan dalam pengembangan agrowisata di Lombok Utara. Dikembangkan oleh Bapak Rismareka sejak tahun 2018, kebun ini awalnya ditanami sebanyak 43 pohon kurma, dengan 16 pohon yang sudah berproduksi. Jenis kurma yang ditanam adalah Barehe dan Sukari, yang telah diakui secara internasional sebagai salah satu dari sepuluh kurma terbaik dunia. Keunggulan varietas ini tidak hanya bersifat agronomis, melainkan juga berimplikasi pada aspek ekonomi, sosial, dan pariwisata. Secara agronomi, keberhasilan penanaman kurma di Desa



Sambik Bangkol menunjukkan kemampuan adaptasi tanaman terhadap kondisi iklim tropis Lombok Utara. Tanah vulkanik dengan drainase baik dan paparan sinar matahari yang cukup mendukung pertumbuhan optimal, sehingga tiap pohon mampu menghasilkan 10–29 tandan buah, dengan berat rata-rata 6–7 kilogram per tandan. Panen dilakukan dua kali setahun, pada bulan Maret–April dan Oktober, yang memungkinkan adanya aliran pendapatan berkala bagi pemilik kebun. Masa tanam hingga berbuah selama 4 tahun menunjukkan perlunya perencanaan jangka panjang dan investasi yang berkelanjutan dalam pengembangan agrowisata berbasis kurma.

Dari sisi pariwisata, kebun kurma telah menarik sekitar 600 pengunjung setiap akhir pekan, sebuah angka signifikan yang menunjukkan minat masyarakat dan wisatawan terhadap konsep wisata pertanian yang edukatif dan rekreatif. Aktivitas wisatawan di kebun meliputi edukasi tentang budidaya kurma, pengalaman panen, hingga menikmati buah segar secara langsung. Dengan demikian, kebun kurma tidak hanya menjadi sumber pendapatan, tetapi juga media promosi pengetahuan pertanian dan pelestarian komoditas unggulan lokal. Prestasi internasional yang diraih kebun kurma, yaitu memenangkan kontes kurma di Abu Dhabi pada November 2023, menegaskan kualitas global dari produk lokal. Hal ini membuka peluang pengembangan usaha berbasis kurma, termasuk diversifikasi produk olahan, ekspor, dan souvenir agrowisata. Selain itu, pengakuan internasional meningkatkan legitimasi sosial di tingkat lokal, sehingga masyarakat desa lebih terdorong untuk berpartisipasi dalam pengelolaan dan pengembangan agrowisata.

Secara ekonomi, kebun kurma berpotensi mendukung ekonomi sirkular. Buah yang dihasilkan dapat dijual langsung, diolah menjadi produk tambahan, atau menjadi daya tarik wisata, yang pada gilirannya menambah pendapatan masyarakat lokal. Namun, keterbatasan dalam tata kelola kelembagaan dan kapasitas sumber daya manusia masih menjadi hambatan. Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) yang dibentuk belum sepenuhnya aktif dan belum memiliki panduan formal seperti visi, misi, struktur organisasi, serta anggaran dasar/anggaran rumah tangga. Hal ini berdampak pada rendahnya partisipasi masyarakat dalam proses pengelolaan agrowisata, yang dapat membatasi potensi ekonomi dan sosial kebun.

Dari perspektif pengembangan agrowisata berkelanjutan, Kebun Kurma Desa Sambik Bangkol menunjukkan integrasi tiga aspek penting:

1. Aspek Agronomi: Penanaman varietas unggulan yang adaptif terhadap iklim tropis dan memiliki produktivitas tinggi.
2. Aspek Ekonomi: Menjadi sumber pendapatan melalui penjualan buah, pengalaman edukatif, dan potensi ekspor.
3. Aspek Sosial dan Pariwisata: Menjadi media edukasi pertanian, meningkatkan interaksi sosial, dan memperkuat identitas lokal sebagai desa wisata berbasis komoditas unggulan.

Untuk meningkatkan keberlanjutan dan daya saing, diperlukan strategi penguatan kelembagaan Pokdarwis, pelatihan SDM lokal, serta pemanfaatan digital marketing untuk promosi. Dengan pendekatan ini, kebun kurma berpotensi menjadi model agrowisata berkelanjutan yang mampu menggerakkan ekonomi desa sekaligus meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya inovasi pertanian.



Gambar Kebun Kurma di Sambik Bangkol

## 2. Kebun Anggur Tajir

Kebun Anggur Tajir merupakan contoh agrowisata berbasis edukasi yang dikembangkan oleh Bapak Ratnadi sejak November 2021. Terletak di lahan seluas 30 are, kebun ini menanam 15 varietas anggur dengan total 300 batang, di mana 200 batang telah berproduksi. Berbeda dengan kebun konvensional, kebun anggur ini menawarkan pengalaman edukatif bagi pengunjung, seperti budidaya tanaman, perawatan, dan pemetikan buah langsung, sehingga wisatawan dapat memahami proses produksi dari hulu ke hilir. Produktivitas tanaman anggur cukup tinggi, dengan tiap batang menghasilkan 4–15 kilogram buah per musim panen. Musim panen dilakukan dua kali setahun, yaitu Juli–September dan Oktober–Desember, sesuai siklus kematangan buah. Strategi ini memastikan kualitas dan kesegaran buah tetap optimal, sehingga meningkatkan nilai jual dan kepuasan pengunjung. Harga jual yang dipatok Rp80–100 ribu per kilogram, lebih tinggi dibandingkan harga pasaran lokal sekitar Rp50–60 ribu per kilogram, menunjukkan strategi diferensiasi berbasis kualitas dan pengalaman unik. Anggur yang dipetik langsung dari kebun memiliki rasa manis dan tekstur renyah, berbeda dengan produk pasar yang cenderung lembek dan kurang segar, sehingga menambah nilai premium bagi agrowisata ini.

Selain aspek ekonomi, kebun anggur ini memiliki peran penting dalam pendidikan dan pemberdayaan masyarakat. Aktivitas edukatif meningkatkan kesadaran pengunjung tentang pertanian modern, teknik budidaya tanaman buah, dan praktik pertanian berkelanjutan. Dalam konteks pemberdayaan lokal, pengelolaan kebun juga memberikan peluang kerja bagi masyarakat sekitar, mulai dari pemeliharaan tanaman, pendampingan wisatawan, hingga penjualan buah. Hal ini memperkuat hubungan simbiosis antara pengelola dan komunitas lokal, yang menjadi fondasi penting bagi pengembangan agrowisata yang inklusif.

Dari perspektif manajemen agrowisata, Kebun Anggur Tajir menunjukkan perlunya integrasi antara:

1. Produksi Agronomi: Pemilihan varietas unggulan dan pemeliharaan tanaman sesuai dengan kondisi iklim lokal.
2. Pengalaman Wisata Edukatif: Memberikan nilai tambah melalui aktivitas interaktif bagi pengunjung.
3. Strategi Pemasaran Diferensiasi: Penjualan langsung dengan pengalaman unik meningkatkan harga jual dan loyalitas pengunjung.

Keberhasilan kebun anggur ini dapat diperluas melalui pemanfaatan teknologi digital, seperti pemasaran melalui web, media sosial, dan platform booking online, sehingga



jangkauan pasar tidak terbatas hanya pada wisatawan lokal. Dengan demikian, kebun anggur berpotensi menjadi model agrowisata komersial dan edukatif yang menggabungkan aspek agronomi, ekonomi, pendidikan, dan sosial, sekaligus mendukung pertumbuhan pariwisata berbasis komunitas.



Gambar. Kebun anggur Tajir

### Tantangan Pengembangan Agrowisata

Pengembangan agrowisata di Desa Sambik Bangkol menghadapi sejumlah tantangan yang bersifat struktural, sumber daya manusia, pemasaran, dan strategi promosi. Identifikasi tantangan ini penting untuk merumuskan intervensi pengembangan yang tepat dan berkelanjutan.

#### 1. Manajemen Kelembagaan Lemah

Salah satu hambatan utama dalam pengembangan agrowisata adalah lemahnya manajemen kelembagaan, khususnya pada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang seharusnya menjadi ujung tombak pengelolaan destinasi. Kondisi saat ini menunjukkan:

- Tidak adanya struktur formal: Pokdarwis belum memiliki struktur organisasi yang jelas, sehingga pembagian tugas, tanggung jawab, dan koordinasi internal belum optimal. Hal ini berpotensi menimbulkan kebingungan dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan program.
- Panduan operasional terbatas: Belum ada dokumen resmi berupa visi, misi, Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga, dan program kerja yang bisa menjadi pedoman kerja anggota.
- Dampak kelemahan kelembagaan: Akibatnya, pengelolaan operasional kebun kurma dan anggur cenderung dilakukan secara individual, sehingga skala usaha belum maksimal dan pengaruh terhadap ekonomi masyarakat terbatas.

Dalam literatur manajemen pariwisata, kelembagaan yang kuat menjadi kunci untuk pariwisata berkelanjutan, karena organisasi yang solid dapat mengelola sumber daya, mengatur jadwal operasional, dan memfasilitasi partisipasi masyarakat secara efektif (Dahlan, 2021; UNWTO, 2020).

#### 2. Keterbatasan Sumber Daya Manusia

Tantangan kedua adalah kapasitas SDM lokal yang terbatas, baik dari sisi pengetahuan pertanian modern maupun manajemen agrowisata. Faktor-faktor yang memengaruhi antara lain:

- Pengetahuan manajemen agrowisata rendah: Anggota Pokdarwis belum pernah mengikuti pelatihan formal tentang pengelolaan destinasi wisata berbasis pertanian. Hal ini mencakup perencanaan produksi, pelayanan wisata, pengelolaan keuangan, dan sistem pemantauan kualitas.



- Kompetensi pelayanan wisata terbatas: SDM lokal belum terbiasa melayani pengunjung dengan standar hospitality yang sesuai dengan ekspektasi wisatawan domestik maupun mancanegara. Keterampilan seperti komunikasi multibahasa, teknik guiding, dan pengelolaan pengalaman wisata masih perlu ditingkatkan.
- Dampak keterbatasan SDM: Kurangnya kompetensi SDM menurunkan kualitas layanan, mengurangi kepuasan pengunjung, dan berdampak pada reputasi agrowisata.

Studi oleh Suryani et al. (2022) menekankan bahwa penguatan kapasitas SDM melalui pelatihan berkelanjutan merupakan strategi utama dalam meningkatkan efektivitas dan keberlanjutan agrowisata.

### 3. Pemasaran Digital Minim

Di era globalisasi, digital marketing menjadi alat utama untuk menjangkau pasar luas dengan biaya relatif rendah. Namun, di Desa Sambik Bangkol:

- Pengelolaan media sosial baru terbatas pada Facebook dan Instagram, dan belum dioptimalkan dari sisi konten, interaksi, maupun kampanye promosi.
- Jangkauan pasar masih terbatas pada wisatawan lokal dan sedikit wisatawan dari kota besar.
- Belum ada strategi pemasaran berbasis website, TikTok, marketplace, atau platform booking online, yang membatasi visibilitas dan potensi penjualan.

Padahal penelitian oleh Wulandari et al. (2021) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang strategis dapat meningkatkan kunjungan wisata hingga 30–50% dan menambah pendapatan pengelola agrowisata. Dengan pemanfaatan digital marketing secara optimal, desa dapat menjangkau wisatawan nasional maupun internasional, meningkatkan eksposur produk, dan menciptakan peluang kolaborasi dengan pihak ketiga.

### 4. Promosi Konvensional dan Produk Belum Dikemas

Tantangan terakhir berkaitan dengan strategi promosi dan pengemasan produk:

- Produk agrowisata, baik kurma maupun anggur, masih dipasarkan secara konvensional, yaitu penjualan langsung di kebun tanpa paket wisata yang menarik atau tambahan nilai edukatif.
- Wisatawan tidak memperoleh pengalaman wisata lengkap, misalnya paket edukasi, workshop panen, atau tur tematik.
- Branding dan diferensiasi produk masih kurang, sehingga pengunjung yang datang tidak memiliki alasan kuat untuk kembali atau merekomendasikan kepada wisatawan lain.

Literatur pariwisata menunjukkan bahwa pengemasan produk yang menarik dapat meningkatkan nilai tambah destinasi (Kotler & Keller, 2016). Misalnya, paket wisata “Panen Kurma & Edukasi Budidaya” atau “Petik Anggur dan Workshop Olahan” tidak hanya menambah pengalaman pengunjung, tetapi juga memperluas peluang pendapatan melalui penjualan produk turunan.

## Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

### Tahap Persiapan

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat di Desa Sambik Bangkol dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis, yang dirancang untuk menjamin efektivitas intervensi dan keberlanjutan pengembangan agrowisata. Tahap pertama adalah **tahap persiapan yang**



**mu;ai dilakukan pada Bulan Oktober**, yang menjadi fondasi penting sebelum implementasi kegiatan. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan **observasi lapangan** untuk mengidentifikasi permasalahan secara rinci, termasuk kelembagaan Pokdarwis, kapasitas sumber daya manusia (SDM), serta strategi pemasaran yang sedang diterapkan. Selain observasi juga dilakukan wawancara dengan Kepala Desa dan tokoh masyarakat. Observasi ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman kontekstual tentang kondisi aktual mitra, sekaligus memetakan kebutuhan spesifik yang harus diintervensi. Bersamaan dengan itu, tim melakukan **sosialisasi** kepada anggota Pokdarwis dan aparat desa terkait pentingnya tata kelola organisasi yang baik, peningkatan kapasitas SDM, dan pemanfaatan digital marketing sebagai sarana promosi yang efektif. Tahap persiapan juga mencakup **koordinasi kesiapan program** dan pengumpulan data awal, termasuk dokumen organisasi, jumlah anggota, kondisi lahan, dan aktivitas pemasaran yang selama ini dijalankan. Koordinasi ini memastikan bahwa seluruh pihak memahami tujuan kegiatan, peran masing-masing, serta jadwal pelaksanaan yang telah disusun.

#### **Tahap Pelaksanaan**

Tahap kedua adalah **tahap pelaksanaan**, di mana kegiatan pengabdian secara nyata dijalankan. Secara keseluruhan, pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama Bulan November yang melibatkan 25 orang yang terdiri atas anggota Pokdarwis, Karang Taruna, dan Staff kantor Desa. Selain kegiatan pelatihan, selama program pelaksanaan pengabdian ini juga dilakukan pendampingan.

Fokus utama pada tahap ini adalah **pelatihan manajemen organisasi dan peningkatan kapasitas SDM**, yang mencakup pemahaman tentang struktur organisasi Pokdarwis, pembagian tugas, pembuatan program kerja, serta standar operasional prosedur (SOP) dalam pengelolaan agrowisata. Pelatihan ini diberikan melalui metode ceramah interaktif, diskusi, simulasi, dan studi kasus, sehingga anggota Pokdarwis dapat memahami konsep secara teoritis sekaligus praktik nyata. Selain itu, tim pengabdian juga memberikan **pendampingan digital marketing**, termasuk strategi pemasaran melalui website dan media sosial, optimasi konten, serta manajemen interaksi dengan pengunjung. Dalam hal ini, peserta terlibat aktif dalam **pembuatan konten promosi**, seperti foto, video, dan materi edukatif tentang kebun kurma dan kebun anggur. Pendekatan ini tidak hanya memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa, tetapi juga menghasilkan media promosi yang dapat langsung digunakan oleh mitra untuk meningkatkan eksposur agrowisata. Melalui kombinasi pelatihan dan pendampingan, tahap pelaksanaan ini bertujuan untuk memperkuat kelembagaan, meningkatkan kemampuan SDM, serta mengoptimalkan pemasaran digital sehingga pengembangan agrowisata dapat berjalan lebih profesional dan berkelanjutan.

Dalam pengembangan agrowisata di Desa Sambik Bangkol, beberapa tantangan utama yang diidentifikasi meliputi kelembagaan yang lemah, keterbatasan sumber daya manusia (SDM), pemasaran digital yang minim, serta promosi yang masih bersifat konvensional. Tantangan pertama adalah **manajemen kelembagaan yang lemah**, di mana Pokdarwis belum memiliki legalitas formal, struktur organisasi yang jelas, maupun dokumen administrasi yang mengatur visi, misi, AD/ART, dan program kerja. Solusi yang ditawarkan untuk mengatasi masalah ini adalah melakukan **legalisasi Pokdarwis secara formal**, menyusun **struktur organisasi dan pembagian tugas-tanggung jawab**, serta menyusun dokumen visi, misi, AD/ART, dan program kerja secara resmi. Keberhasilan solusi ini dapat diukur melalui tersedianya dokumen resmi Pokdarwis yang lengkap, termasuk struktur



organisasi, AD/ART, dan program kerja, serta meningkatnya partisipasi aktif anggota dalam rapat dan kegiatan rutin. Target luaran dari intervensi ini adalah terbentuknya Pokdarwis yang memiliki kelembagaan kuat, jelas, dan mampu berfungsi secara efektif dalam pengelolaan agrowisata.

Tantangan kedua terkait dengan **SDM yang terbatas**, di mana pengetahuan anggota Pokdarwis tentang manajemen agrowisata, hospitality, dan pelayanan wisata masih rendah. Untuk mengatasi hal ini, dilakukan **pelatihan manajemen agrowisata, pelatihan hospitality dan pelayanan wisata, serta workshop pengembangan kompetensi pemandu wisata dan edukasi pengunjung**. Indikator keberhasilan dari pelatihan ini mencakup minimal 80% peserta dapat memahami dan menerapkan materi yang diberikan, terjadi peningkatan kualitas pelayanan terhadap pengunjung, serta tersedianya standar operasional prosedur (SOP) layanan wisata. Dengan pelatihan ini, target luaran yang diharapkan adalah peningkatan kapasitas SDM lokal, kemampuan mengelola agrowisata, dan peningkatan kualitas pelayanan wisata secara profesional.

Tantangan ketiga adalah **pemasaran digital yang minim**, di mana promosi agrowisata hanya mengandalkan media sosial seperti Facebook dan Instagram, dengan jangkauan pasar yang terbatas. Solusi yang diterapkan meliputi **pelatihan digital marketing melalui berbagai platform media sosial**, termasuk Instagram, TikTok, dan Facebook, serta penguatan kanal promosi digital. Keberhasilan solusi ini dapat diukur melalui peningkatan aktivitas media sosial, seperti jumlah posting, engagement, dan jumlah follower, serta meningkatnya jumlah wisatawan yang menggunakan kanal digital minimal 30% dalam enam bulan. Target luaran dari upaya ini adalah tersedianya saluran pemasaran digital yang optimal dan mampu menjangkau wisatawan baik lokal maupun internasional.

Tantangan terakhir adalah **promosi konvensional**, di mana produk agrowisata belum dikemas dalam bentuk paket wisata edukatif atau rekreasi yang menarik bagi pengunjung. Untuk mengatasi hal ini, solusi yang ditawarkan adalah **pengemasan produk wisata menjadi paket edukasi dan rekreasi**, penyusunan paket panen kurma, petik anggur, dan workshop olahan, serta **branding dan diferensiasi produk** untuk meningkatkan nilai tambah. Indikator keberhasilan dari solusi ini mencakup tersedianya minimal dua paket wisata edukatif yang siap dipasarkan, meningkatnya penjualan paket wisata minimal 25% selama periode panen, serta umpan balik positif dari pengunjung terkait pengalaman wisata. Target luaran yang diharapkan adalah terciptanya produk agrowisata yang menarik, bernilai tambah, serta mampu meningkatkan kunjungan wisatawan dan pendapatan masyarakat lokal.

Untuk memastikan keberlanjutan dan optimalisasi agrowisata di kedua kebun, strategi berikut dapat diterapkan:

1. Penguatan Kelembagaan
  - Legalisasi Pokdarwis secara formal
  - Penyusunan visi, misi, struktur organisasi, dan program kerja
  - Penguatan tata kelola berbasis standar pariwisata
2. Peningkatan Kapasitas SDM
  - Pelatihan manajemen agrowisata, hospitality, dan layanan wisata
  - Pengembangan kompetensi digital marketing
  - Workshop manajemen produk dan kualitas
3. Pengembangan Produk dan Diversifikasi



- Pengolahan produk turunan kurma dan anggur
  - Paket wisata tematik (panen kurma, petik anggur, workshop edukasi)
  - Branding produk lokal sebagai produk premium
4. Digitalisasi Pemasaran
- Pembuatan website resmi kebun
  - Pemanfaatan media sosial (Instagram, TikTok, Facebook)
  - Penggunaan platform booking online dan e-commerce
5. Evaluasi dan Monitoring Berkelanjutan
- Pengumpulan data pengunjung dan penjualan secara rutin
  - Penilaian kepuasan pengunjung dan dampak ekonomi
  - Penyesuaian strategi manajemen berbasis feedback

Implementasi strategi ini diharapkan mampu meningkatkan pendapatan, daya saing, dan keberlanjutan sosial-ekonomi dari agrowisata, sekaligus memberdayakan masyarakat lokal sebagai aktor utama dalam pengelolaan desa wisata berbasis komoditas unggulan.

#### **Tahap Pelaporan**

Tahap pelaporan merupakan fase penting dalam program pengabdian masyarakat yang berfungsi untuk mengevaluasi capaian peserta pelatihan serta efektivitas kegiatan yang telah dilaksanakan. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan **evaluasi capaian peserta** melalui berbagai metode, antara lain ceramah, diskusi interaktif, latihan praktik, serta simulasi melalui bermain peran. Pendekatan ini memungkinkan peserta untuk tidak hanya memahami materi secara teoritis, tetapi juga mempraktikkan keterampilan yang diperlukan dalam pengelolaan agrowisata, pelayanan wisata, dan pemasaran digital. Untuk mengukur keberhasilan tahap pelaporan, digunakan **indikator kompetensi**, yaitu minimal 80% peserta dinyatakan memahami materi yang diberikan, yang dievaluasi melalui tes kompetensi dan pengamatan kemampuan peserta dalam simulasi praktik. Hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk perbaikan program selanjutnya serta menentukan sejauh mana intervensi pengabdian telah berhasil meningkatkan kapasitas anggota Pokdarwis.

#### **Tahap Monitoring & Evaluasi Pasca Kegiatan**

Tahap pelaporan merupakan fase penting dalam program pengabdian masyarakat yang berfungsi untuk mengevaluasi capaian peserta pelatihan serta efektivitas kegiatan yang telah dilaksanakan. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan **evaluasi capaian peserta** melalui berbagai metode, antara lain ceramah, diskusi interaktif, latihan praktik, serta simulasi melalui bermain peran. Pendekatan ini memungkinkan peserta untuk tidak hanya memahami materi secara teoritis, tetapi juga mempraktikkan keterampilan yang diperlukan dalam pengelolaan agrowisata, pelayanan wisata, dan pemasaran digital. Untuk mengukur keberhasilan tahap pelaporan, digunakan **indikator kompetensi**, yaitu minimal 80% peserta dinyatakan memahami materi yang diberikan, yang dievaluasi melalui tes kompetensi dan pengamatan kemampuan peserta dalam simulasi praktik. Hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk perbaikan program selanjutnya serta menentukan sejauh mana intervensi pengabdian telah berhasil meningkatkan kapasitas anggota Pokdarwis.

#### **Implikasi dan Rekomendasi**

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Sambik Bangkol menunjukkan bahwa desa ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai **model desa wisata pertanian berbasis komoditas unggulan**, khususnya anggur dan kurma. Sebagai implikasi, pengembangan desa wisata tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga pada



penguatan kelembagaan, peningkatan kapasitas SDM, dan strategi pemasaran yang berkelanjutan. Oleh karena itu, **pendampingan tata kelola dan SDM** perlu dilakukan secara berkesinambungan agar Pokdarwis mampu mempertahankan standar operasional, mengelola paket wisata, serta meningkatkan kualitas layanan wisata secara konsisten. Selanjutnya, **diversifikasi paket wisata dan atraksi edukatif** sangat dianjurkan untuk menarik lebih banyak wisatawan, misalnya melalui paket panen kurma, petik anggur, workshop olahan produk pertanian, atau edukasi tentang budidaya tanaman unggulan.

Selain itu, **kolaborasi dengan pihak swasta dan pemerintah** menjadi kunci dalam pengembangan fasilitas pendukung, seperti infrastruktur parkir, area istirahat, sarana kebersihan, dan fasilitas edukasi, yang dapat meningkatkan kenyamanan dan pengalaman wisatawan. Dari sisi pemasaran, **pengembangan konten digital kreatif** melalui website, media sosial, dan platform digital lainnya dapat meningkatkan awareness tentang agrowisata Desa Sambik Bangkol, menjangkau audiens yang lebih luas, dan mendorong peningkatan kunjungan wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Implementasi rekomendasi ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kunjungan dan pendapatan, tetapi juga memperkuat posisi Desa Sambik Bangkol sebagai destinasi agrowisata yang profesional dan berkelanjutan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat, dapat disimpulkan bahwa program ini berhasil **meningkatkan kelembagaan Pokdarwis**, dengan tersedianya panduan resmi, struktur organisasi yang jelas, serta pembagian tugas dan tanggung jawab yang efektif. Selain itu, **kapasitas SDM lokal** dalam pengelolaan agrowisata, hospitality, dan pelayanan wisata meningkat signifikan melalui pelatihan dan pendampingan yang diberikan. Strategi **pemasaran digital** juga berhasil diterapkan, dengan peningkatan aktivitas media sosial dan penggunaan website sebagai kanal promosi yang efektif. Secara keseluruhan, agrowisata anggur dan kurma di Desa Sambik Bangkol memiliki potensi besar untuk menjadi **motor penggerak ekonomi desa**, membuka lapangan kerja bagi masyarakat lokal, meningkatkan pendapatan, serta memperkuat identitas dan citra desa sebagai destinasi wisata pertanian unggulan di wilayah Lombok Utara. Keberhasilan program ini menegaskan pentingnya pengelolaan profesional, penguatan kelembagaan, dan pemanfaatan teknologi digital untuk keberlanjutan pengembangan agrowisata berbasis komoditas lokal.

## DAFTAR REFERENSI

- [1] Nugroho, A., & Setiawan, B. (2020). *Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat Lokal*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- [2] Prasetyo, R. (2019). Infrastruktur Penunjang Pariwisata Pedesaan. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 14(2), 45–60.
- [3] Pemerintah Kabupaten Lombok Utara. (2022). *Laporan Pariwisata dan Pertanian*. Tanjung: Diskominfo.
- [4] Rismareka, B. (2023). Data Kebun Kurma Desa Sambik Bangkol. Lombok Utara: Dokumentasi Pribadi.
- [5] Putra, D. P. B. S. (2021). Ekonomi Sirkular dalam Pertanian Tropis. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 19(1), 11–25.