

STRATEGI PENGELOLAAN PROMOSI DESA AGROWISATA BATUAH, KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA, KALIMANTAN TIMUR

Rizhal Ramadhan¹, Darmaesti², Sugiman³

rizalramadhanrr21@gmail.com¹, darmaesti@gmail.com²,
sugimangm@gmail.com

Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta^{1,2,3}

Abstract (English): The purpose of this research is to identify the tourism attractions of Batuah Village and to analyze the promotion management strategies that can be implemented to enhance its image and increase tourist visits. Batuah Village, located in Kutai Kartanegara Regency, East Kalimantan, has vast natural and agricultural potential, making it highly suitable to be developed as an agrotourism destination. Through this study, the author aims to formulate relevant and sustainable promotional strategies that can position Batuah Village as one of the leading tourist destinations in East Kalimantan. The research method employed is qualitative with a descriptive approach. Data were obtained through in-depth interviews, direct observations, literature studies, and documentation. The data were analyzed by categorizing field findings, aligning them with the promotion mix theory, and reviewing both internal and external factors influencing promotion management. The results of the study indicate that Batuah Village has two main destinations, namely Benua Elai Tourism Village (Dewi Belai) and Tabuan Agro Techno Park. Both possess advantages in terms of education, agriculture, and recreation. However, the existing promotion strategies remain limited to conventional methods and have not been optimally managed through digital media. Therefore, the promotion of Batuah Village needs to focus on marketing its flagship products, strengthening branding through social media, collaborating with travel agents, and building the image of an educational agrotourism destination. The conclusion of this study affirms that well-directed promotion management, supported by active community participation and the utilization of digital technology, can significantly enhance the competitiveness of Batuah Village. The establishment of a formal tourism awareness group (Pokdarwis) and the implementation of Sapta Pesona training are crucial to realizing professional, sustainable tourism management that brings positive impacts on the welfare of the local community.

Keywords: Strategy Promotion, Tourism Village, Agrotourism, Batuah Village

PENDAHULUAN

Indonesia kaya akan budaya dan pariwisata, dengan banyak tempat wisata di hampir semua provinsi. Karena potensi ini, berbagai pihak berusaha mengembangkan pariwisata lewat pameran seni, pertunjukan budaya, dan membuka usaha perjalanan wisata untuk mempromosikan destinasi. Promosi pariwisata sangat penting karena membantu membuka lapangan kerja, menyebarkan kesempatan usaha, mendorong pembangunan daerah, dan menambah pendapatan negara dari wisatawan luar negeri. Pariwisata juga membantu mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Seiring meningkatnya minat wisata pada desa wisata, pengelola desa harus memperbaiki cara pemasaran agar desanya lebih dikenal dan ramai dikunjungi, terutama di era digital dan ekonomi berbagi. Pariwisata berarti perjalanan sementara dari satu tempat ke tempat lain bukan untuk bekerja, tapi untuk liburan dan memenuhi kebutuhan lain. Wisatawan membutuhkan berbagai produk dan jasa selama perjalanan ini.

Kalimantan Timur memiliki tiga kota besar dan tujuh kabupaten, termasuk Desa Batuah di jalur Samarinda-Balikpapan yang punya banyak objek wisata alam dan buatan yang menarik pengunjung (Rasyid, 2019). Desa Batuah awalnya sebuah dusun dan berkembang menjadi desa. Mayoritas penduduknya adalah perantau dari Sulawesi sejak tahun 1960- 1970an. Desa ini memiliki 10 dusun, 49 RT, dan berbagai kelompok dasawisma. Di sini ada kebun buah naga luas dan hutan dengan berbagai jenis pohon. Desa juga punya objek wisata buatan dan produk olahan makanan khas serta souvenir unik. Fasilitas di desa lengkap, seperti

puskesmas, masjid, pom bensin, mini market, dan lain-lain.

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata

Pariwisata adalah perjalanan sementara dari tempat tinggal ke suatu tempat bukan untuk tinggal atau bekerja, tapi untuk memenuhi rasa ingin tahu, bersantai, atau tujuan lain. Pariwisata terjadi karena berbagai alasan seperti ekonomi, sosial, budaya, agama, kesehatan, dan lainnya. E. Guyer Freuler menyebut pariwisata modern sebagai kegiatan yang muncul karena kebutuhan untuk kesehatan dan perubahan suasana, serta karena interaksi antar bangsa dan kelompok masyarakat (Dosenpendidikan, 2021). Singkatnya, pariwisata adalah perjalanan sementara yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan tujuan seperti beribadah, menjaga kesehatan, rekreasi, bisnis, atau penelitian.

Agrowisata juga termasuk dalam bagian pariwisata yang memanfaatkan usaha pertanian sebagai objek wisata yang memiliki tujuan untuk menambah pengetahuan dan wawasan, dan hubungan usaha di bidang pertanian. Agrowisata ialah kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai objek wisata, baik dari sisi pemandangan alamnya, keanekaragaman aktivitas produksi, teknologi maupun budaya masyarakat petani. Tujuannya agar memberikan pengalaman rekreasi, memperluas wawasan dan pengetahuan dalam ilmu pertanian serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pendapatan dan pelestarian komoditas pertanian. Menurut Sari (2021) agrowisata adalah jenis usaha pertanian yang memanfaatkan lahan pertanian dan ditata secara menarik menjadi sebuah wisata yang

juga melakukan penjualan jasa kepada para wisatawan. Berdasarkan pengertian di atas, agrowisata adalah termasuk dalam bagian dari pariwisata yang memanfaatkan lahan pertanian (agro) sebagai objek wisata yang bertujuan untuk menambah wawasan, berliburan, dan hubungan usaha di bidang pertanian.

Wisata

Wisata adalah kegiatan pergi bersama orang lain dengan tujuan untuk belajar, bersenang-senang, atau hal lain. Menurut KBBI, wisata berarti melakukan perjalanan untuk mencari pengetahuan atau hiburan. Menurut WTO atau *World Tourism Organization*, wisata berarti kegiatan seorang yang melakukan sebuah perjalanan dan tinggal selama beberapa saat di tempat yang bukan tempat tinggalnya. Disini, tidak disebutkan secara spesifik tujuan dari perjalanan tersebut. Akan tetapi secara garis besar, makna wisata lebih kepada tujuan untuk bersenang-senang (Hayatun, 2021).

Kata wisata dalam bahasa Inggris disebut *tour*, yang asalnya dari bahasa Ibrani *torah* artinya belajar, bahasa Latin *tornus* yang berarti alat pembuat lingkaran, dan bahasa Perancis kuno *tour* yang berarti berkeliling. Walaupun sering diartikan sebagai rekreasi, tidak semua perjalanan bisa disebut wisata.

Desa Wisata

Desa wisata ialah merupakan desa yang memiliki potensi yang unik dan memiliki daya tarik baru, baik dalam lingkungan desa maupun kehidupan sosial bermasyarakat yang di awasi dan dikemas secara menarik. Dengan kemajuan pengembangan fasilitas destinasi wisatanya, dalam lingkungan alam yang

menyenangkan dan administrasi yang sangat tertata sehingga dapat menarik dan memindahkan wisatawan ke desa dan memiliki pilihan untuk mendorong kesejahteraan masyarakatnya dari desa wisata tersebut (Peranginangin, 2025).

Menurut Hadiwijoyo dalam (Zwenli 2019 : 6) mendefinisikan desa wisata adalah Kawasan desa yang mencerminkan keaslian desa yang baik dari tingkat ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, kehidupan sehari-hari serta mempunyai tata ruang yang khas sehingga memiliki potensi untuk dikembangkan kepariwisataannya.

Desa merupakan konsep pariwisata alternatif yang menekankan pada partisipasi aktif masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata. (Jafar et al., 2020; Ryu et al., 2020). Dalam konsep ini, masyarakat lokal menjadi bagian integral dalam perencanaan, pengembangan dan pengelolaan destinasi wisata. Dengan melibatkan masyarakat, desa wisata bertujuan untuk menciptakan dampak positif yang bertahan lama seperti meningkatkan pendapatan masyarakat, melestarikan budaya dan tradisi serta menjaga lingkungan (Pribadi et al., 2021; Dianasari, 2021; Sugianto 2016).

Strategi

Strategi dapat diartikan sebagai *a plan, method, or service, of activities designed to achieve a particular educational goal*. Dengan kata lain strategi pembelajaran dapat diartikan sebagai perencanaan yang berisi tentang rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Selain itu strategi mempengaruhi perkembangan jangka panjang usaha atau bisnis untuk lima tahun

kedepan dan karenanya berorientasi ke masa yang akan datang. Strategi memiliki konsekuensi multifungsional atau multivisional serta perlu mempertimbangkan baik faktor eksternal maupun internal yang dihadapi suatu bisnis atau usaha (Peranginangin, 2015).

Menurut Solihin dalam Ahmad (2020:1), kata strategi berasal dari bahasa Yunani "*strategos*" yang berasal dari "*stratos*" yang berarti militer dan "*ag*" yang berarti memimpin. Sementara Nanang Fatah dalam Ahmad (2020:2) berpendapat bahwa strategi adalah langkah-langkah yang sistematis dalam melakukan rencana secara menyeluruh (makro) dan berjangka panjang dalam mencapai tujuan. Menurut Ahmad (2020:2) strategi dapat diartikan sebagai suatu garis-garis besar Haluan untuk bertindak dalam rangka-rangka mencapai sasaran yang telah ditentukan.

Menurut Fatimah & Tyas (2020), strategi adalah alat untuk mencapai suatu keunggulan bersaing. Strategi adalah sarana Bersama dengan tujuan jangka Panjang yang ingin dicapai. Menurut Graetz dalam Noor Juliansyah (2020:17) strategi adalah alat untuk mencapai tujuan.

Strategi dasar setiap usaha meliputi empat masalah masing-masing yaitu sebagai berikut :

1. Pengidentifikasian dan penetapan spesifikasi dan kualifikasi hasil yang harus dicapai dan menjadi sasaran usaha tersebut dengan mempertimbangkan aspirasi masyarakat yang memerlukannya.
2. Pertimbangan dan pemilihan pendekatan utama yang ampuh untuk mencapai sasaran.
3. Pertimbangan dan pemilihan pendekatan utama yang ampuh untuk mencapai sasaran.
4. Pertimbangan dan penetapan tolak ukur dan ukuran baku yang akan digunakan untuk memilih keberhasilan usaha yang dilakukan.

Ada dua pendekatan untuk mengidentifikasi strategi, yaitu dengan pendekatan tradisional dan pendekatan baru. Dalam pendekatan tradisional strategi difahami sebagai suatu rencana kedepan, bersifat antisipatif (*forward looking*), sedangkan dalam pendekatan baru, strategi lebih difahami sebagai suatu pola dan bersifat reflektif (*backward-looking*).

Dari pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi adalah proses perencanaan yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau suatu organisasi yang mempertimbangkan faktor internal dan external untuk mencapai tujuan yang diinginkan agar dapat berbeda dari pesaing yang ada.

Promosi

Promosi berarti meningkatkan atau mengembangkan, dan dalam penjualan, ini adalah cara untuk menaikkan penjualan produk atau jasa. Dari sudut pandang produsen, promosi digunakan untuk memberi informasi dan meyakinkan konsumen agar membeli serta tidak melupakan produk. Dari sisi konsumen, promosi adalah komunikasi antara produsen dan pembeli. Intinya, promosi membantu perusahaan menjual lebih banyak produknya (Setiawan, 2021).

Menurut Satriadi dkk (2021:93), promosi adalah proses untuk memberitahu, membujuk, dan memengaruhi konsumen agar membeli produk atau jasa. Tujuannya supaya produk dikenal dan laku.

Melati (2021:129) menyebut promosi sebagai cara menyampaikan informasi

untuk mendorong orang melakukan pertukaran barang atau jasa.

Satriadi dkk (dalam Rambat Lupuyoadi, 2021:94) juga mengatakan promosi penting agar perusahaan bisa berkomunikasi dan mempengaruhi konsumen membeli produk sesuai kebutuhan mereka.

Menurut Tjiptono (2020), promosi adalah bagian dari bauran pemasaran yang berfokus pada upaya untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan pelanggan tentang barang dan merek perusahaan. Menurut Laksana (2019), promosi adalah percakapan antara penjual dan pembeli yang didasarkan pada informasi yang benar dan bertujuan untuk mengubah sikap dan perilaku konsumen serta menyakinkan mereka yang belum mengetahuinya untuk percaya dan menjadi pelanggan, dengan tujuan utama meningkatkan penjualan dan mendapatkan penerimaan konsumen terhadap nilai suatu produk (Sugiman dkk. 2020)

Bauran Promosi

Bauran promosi adalah gabungan beberapa cara untuk membantu perusahaan memperkenalkan produk dan mempengaruhi konsumen. Menurut Satriadi dkk. (2021) perusahaan menggunakan beberapa cara dalam promosi, yaitu:

1. Periklanan: penyampaian informasi produk secara tidak langsung melalui media yang dibayar.
2. Promosi penjualan: insentif jangka pendek untuk menarik pembeli.
3. Hubungan masyarakat dan publisitas: menjaga dan membangun citra perusahaan atau produk.
4. Penjualan personal: komunikasi langsung antara penjual dan pembeli.

5. Pemasaran langsung: komunikasi langsung melalui surat, telepon, email, atau internet untuk mendapatkan respon cepat dari konsumen.

Menurut Sodexo (2020) salah satu cara promosi modern adalah marketing kreatif yang memanfaatkan teknologi digital. Berikut ini lima langkah marketing kreatif:

1. Membuat website agar produk dapat dipasarkan ke banyak orang tanpa harus memiliki toko fisik.
2. Memakai media sosial untuk membantu menyebarkan informasi produk secara cepat dan mudah.
3. Membuat blog atau video-video di platform, seperti Youtube untuk membantu menjelaskan produk secara menarik.
4. Menggunakan iklan gratis di internet sehingga hemat biaya.
5. Iklan yang dipasang pada mobil yang berkeliling di tempat ramai dapat menjangkau lebih banyak calon pembeli.

Tujuan dan Fungsi Promosi

Tujuan promosi adalah untuk mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk. Promosi tidak hanya menyampaikan informasi, tapi juga menciptakan minat agar konsumen memilih produk tersebut. Menurut Satriadi dkk (2021:95) promosi bertujuan memberi informasi, menarik perhatian, dan meningkatkan penjualan. Penjelasan sebagai berikut:

- a) Memberi Informasi Promosi membantu konsumen mengenal produk, harga, dan hal penting lainnya supaya mereka tidak bingung atau ragu.
- b) Membujuk Promosi juga berfungsi untuk meyakinkan calon pembeli bahwa produk tersebut lebih baik dibanding yang lain.

- c) Membangun Citra Promosi menciptakan kesan bagus pada produk menggunakan elemen seperti warna, gambar, dan desain yang menarik.
- d) Mencapai Tujuan Promosi adalah cara untuk mencapai tujuan perusahaan dengan komunikasi yang membuat pertukaran produk dan kebutuhan konsumen berjalan lancar (Setiawan, 2021).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara sistematis untuk mengumpulkan data yang valid agar bisa menemukan, mengembangkan, atau membuktikan pengetahuan. Tujuannya adalah untuk memahami dan menyelesaikan masalah di berbagai bidang. Metode ini dibagi berdasarkan bidang, tujuan, cara, tingkat penjelasan, dan waktu (Sembiring, Peranginanangin, dan Kartika, 2024) . Misalnya, berdasarkan bidang ada penelitian akademis dan profesional, berdasarkan tujuan ada penelitian dasar dan terapan, dan berdasarkan waktu ada penelitian cross- sectional dan longitudinal (Winando, 2021).

Dalam studi ini, metode kualitatif digunakan karena fokusnya pada masalah yang berhubungan dengan manusia dan pengamatan. Menurut (Zulkarmain 2021), penelitian kualitatif bertujuan memahami secara mendalam pengalaman, perilaku, dan motivasi subjek lewat deskripsi yang memperhatikan kondisi alami dengan berbagai cara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil penelitian, Desa Batuah memiliki 2 destinasi utama yang di kembangkan sebagai daya tarik agrowisata, yaitu Desa Wisata Benua Elai (Dewi Belai)

dan Tabuan *Agro Techno Park*. Keduanya menunjukkan potensi yang besar, baik dari segi pertanian, edukasi, maupun rekreasi, sehingga menjadi aset strategis dalam pengembangan pariwisata berbasis agro. Namun, agar potensi ini bisa di kenal luas, dibutuhkan strategi promosi yang tepat sesuai dengan konsep bauran promosi (*Promotion Mix*) yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan pemasaran langsung.

1. Pemasaran Produk

Promosi produk wisata di Desa Batuah masih terbatas pada skala lokal. Produk unggulan seperti buah lai, beras di tabuan, serta hasil pertanian lainnya belum di posisikan secara maksimal sebagai ikon agrowisata. Dalam teori promosi, pemasarna produk harus menonjolkan keunikan. Hal ini sejalan dengan temuan lapangan, dimana pengelola dewi belai berupaya menjadikan buah lai sebagai ikon desa wisata, sementara tabuan *agro techno park* menekankan pada inovasi teknologi pertanian di lahan bekas tambang. Upaya ini sesuai dengan strategi pemasaran destinasi menurut Koler & Keller (2016), bahwa sebuah destinasi perlu menekankan difrensiasi agar mampu bersaing dengan destinasi lain di sekitarnya, seperti Samarinda dan Balikpapan.

2. Promosi Digital dan Media Digital Hasil penelitian menunjukan bahwa promosi Desa Batuah masih mendominasi menggunakan cara konvensional seperti pamflet, Spanduk, dan informasi dari mulut ke mulut. Pengguna sosial media sudah ada (Facebook, Instagram, TikTok), tetapi belum dikelola secara profesional. Padahal, media sosial merupakan kanal yang efektif untuk memperluas jangkauan promosi,

meningkatkan engagement, serta menciptakan citra positif destinasi.

Oleh karena itu, strategi promosi ke depan perlu di fokuskan pada :

- a) Pembuatan konten kreatif (video pendek, vlog, dan foto atraktif).
- b) Optimalisasi website resmi desa wisata.
- c) Kolaborasi dengan influencer dan *travel blogger*.

3. *Positioning* dan *Branding*

Desa Batuah belum memiliki citra destinasi (*Destination Branding*) yang kuat. Potensi wisata yang ada masih dipromosikan secara parsial, tanpa narasi tunggal yang mewakili identitas desa.

Dari hasil penelitian, *positioning* Desa Batuah dapat diarahkan pada:

- a) "Agrowisata Edukatif di Kalimantan Timur" melalui tabuan *agro techno park*.
- b) "Desa Wisata Buah Lai" melalui Dewi Belai.

Dengan *positioning* yang jelas, Desa Batuah dapat lebih mudah dipasarkan sebagai destinasi unggulan yang berbeda dari daerah sekitar.

4. Lokasi dan Daya Tarik Wisata

Lokasi Desa Batuah yang strategis di jalur Samarinda-Balikpapan merupakan peluang besar. Aksesibilitas merupakan faktor penting dalam menarik wisatawan. Dengan dukungan infrastruktur jalan utama dan kedekatan dengan IKN Nusantara, Desa Batuah memiliki nilai tambah kompetitif. Namun, hasil penelitian menunjukkan masih adanya hambatan, seperti lahan yang di tumpang tindih dengan aktifitas tambang, kurangnya fasilitas wisata (Penginapan, pusat oleh-oleh), serta keterampilan SDM dalam *hospitality*. Kendala ini perlu segera diatasi agar pengalaman wisatawan tetap optimal.

5. Partisipasi Masyarakat

Hasil wawancara menunjukkan bahwa Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) belum terbentuk dan pemahaman masyarakat mengenai sapta pesona masih rendah. Padahal, keberhasilan desa wisata sangat bergantung pada keterlibatan masyarakat. Keterlibatan aktif masyarakat tidak hanya memperkuat promosi melalui mulut ke mulut, tetapi juga meningkatkan rasa kesadaran terhadap destinasi yang ada. Oleh karena itu, pelatihan, pendampingan dan pembentukan kelembagaan formal seperti pokdarwis menjadi kebutuhan mendesak.

Pembahasan

Desa Batuah terletak di Loa Janan, Kabupaten Kutai Kartanegara, Kalimantan Timur, dengan pusat di Kecamatan Tenggarong. Kabupaten ini luasnya sekitar 27.263 km², termasuk 4.097 km² wilayah air, terbagi atas 18 kecamatan dan 225 desa. Penduduknya bertambah dari sekitar 626 ribu pada 2010 menjadi hampir 697 ribu pada 2019. Beberapa wilayah Kabupaten Kutai Kartanegara, seperti Samboja dan Sepaku Semoi, akan menjadi bagian dari ibu kota baru Indonesia. Kabupaten ini merupakan hasil pemekaran dari Kabupaten Kutai pada tahun 1999.

Sebelumnya, wilayah ini, termasuk Balikpapan, Bontang, dan Samarinda, berada di bawah Kesultanan Kutai Kartanegara ing Martadipura. Pada 1974, kesultanan ini bergabung dengan empat kesultanan lain dalam Federasi Kalimantan Timur. Setelah penghapusan status Daerah Swapraja Kutai berdasarkan undang-undang tahun 1959, wilayahnya dibagi menjadi tiga daerah tingkat II yaitu:

1. Kotamadya Balikpapan dengan ibu kota Balikpapan.

2. Kotamadya Samarinda dengan ibu kota Samarinda.
3. Kabupaten Kutai dengan ibu kota Tenggarong.

Saat Daerah Istimewa Kutai resmi berakhir, kekuasaan Sultan Kutai Kartanegara ing Martadipura juga turut berakhir. Pada tanggal 21 Januari 1960, dalam sidang khusus DPRD, Sultan A.M. Parikesit menyerahkan kekuasaannya kepada Aji Raden Padmo sebagai Bupati Kutai, Kapten Soedjono sebagai Wali Kota Samarinda, dan A.R.S Muhammad sebagai Wali Kota Balikpapan.

Pada tahun 1999, wilayah Kabupaten Kutai di mekarkan menjadi 4 daerah otonom berdasarkan UU No. 47 Tahun 1999, yakni :

1. Kabupaten Kutai dengan ibu kota Tenggarong
2. Kabupaten Kutai Barat dengan ibu kota Sendawar
3. Kabupaten Kutai Timur dengan ibu kota Sangatta
4. Kota Bontang dengan ibu kota Bontang

Nama Kabupaten Kutai diganti menjadi Kutai Kartanegara lewat Peraturan Pemerintah RI No. 8 Tahun 2002 supaya membedakan daerah hasil pemekaran. Gagasan nama ini datang dari Presiden Abdurrahman Wahid saat acara Munas APKASI di Tenggarong pada tahun 2000.(Wikipedia, 2021).

Nama Desa Batuah berasal dari Betuah, yang awalnya dihuni oleh orang dari Batu-batu, Sulawesi Selatan. Orang Kutai yang pertama kali mendirikan gereja di desa ini memberi nama "Betuah," yang dalam bahasa Bugis berarti orang tua atau yang dihormati. Karena pengucapannya yang berbeda, nama itu berubah menjadi

"Batuah." Awalnya, Batuah adalah sebuah dusun yang kemudian terbagi menjadi dua desa, yaitu Batuah dan Tani Harapan. Kepala Desa saat ini, ABD Rasyid, fokus mengembangkan ekonomi desa melalui sektor pariwisata, terutama agrowisata dengan memanfaatkan lahan pertanian yang luas dan tanaman seperti buah naga serta lai. Desa Batuah memiliki luas sekitar 8.470 hektar, membentang dari kilo 15 sampai kilo 50 di Warung Panjang Bukit Soeharto, dan berbatasan dengan beberapa desa seperti Purwajaya, Tani Bakti, Bukit Merdeka, Tani Harapan, dan Teluk Dalam.

Fasilitas wisata mencakup segala yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengunjung selama berada di lokasi. Selain itu, fasilitas juga meliputi sumber daya alam dan buatan yang menunjang pengalaman wisatawan. Berdasarkan data dan pengamatan, berikut ini fasilitas yang tersedia di Desa Batuah:

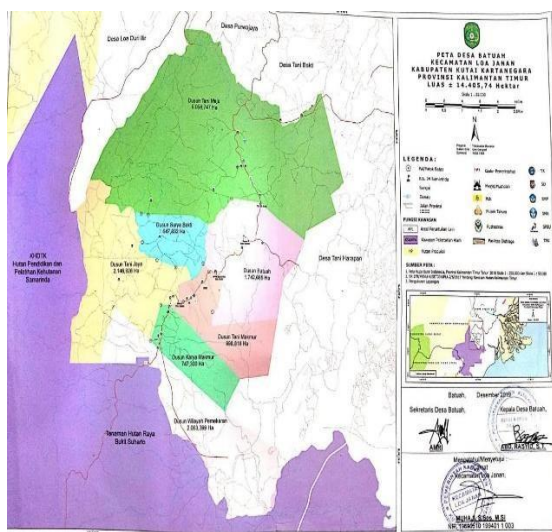
1. *Workshop*
2. Toilet
3. Tempat Sampah
4. Rest Area
5. Kolam Pemancingan
6. Spot Foto
7. Masjid
8. Musholla
9. Puskesmas
10. Posyandu
11. Tempat Pengisian Bahan Bakar Kendaraan Bermotor
12. Mini Market
13. *Laundry*
14. Atm
15. Lapangan Bermain Sepak Bola
16. Lapangan Bermain Basket
17. Lapangan Bermain Volly
18. Lapangan Bermain Bulu Tangkis
19. Lapangan Tennis Meja
20. Kantor Pos Pembantu

Desa Batuah masih memiliki beberapa fasilitas yang belum bisa digunakan dan sedang tahap dibangun, seperti :

1. Kantor Informasi untuk Wisata di Desa Batuah
2. Sekretariat Pokdarwis
3. Peta Wilayah
4. Penginapan
5. Pusat berbelanja Oleh-oleh khas
6. Papan dengan nama lokasi wisata

Di Desa Batuah, wisatawan bisa menikmati banyak fasilitas dan memenuhi kebutuhan mereka. Fasilitas yang sudah tersedia dan yang masih dalam tahap pembangunan, seperti Penginapan, Pusat oleh-oleh, dan sebagainya, masih dapat dipenuhi.

Di Desa Batuah terdapat banyak potensi wisata yang menarik dan bisa dikunjungi, meskipun belum semuanya terbuka karena pembangunan masih berlangsung. Desa ini mengoptimalkan agrowisata dengan memanfaatkan tanah subur dan lahan sawah yang luas untuk meningkatkan hasil pertanian, yang menjadi sumber penghasilan utama warga.



Gambar 1. Peta Desa Batuah
Sumber: Peneliti, 2025

Tabel 1. Data Kependudukan

Data Kependudukan		
A. Gender		
1.	Laki – Laki	6.318
2.	Perempuan	5.520
	Total	11.838
B. Kepala Keluarga		3.935

Sumber: Peneliti, 2025

Tabel 2. Data Tingkat Pendidikan

Data Kependudukan Menurut Tingkat Pendidikan		
1.	Taman Kanak-Kanak	168
2.	Sekolah Dasar	1.169
3.	SMP/SLTP	372
4.	SMA/SLTA	545
5.	Akademi / D1-D3	13
6.	Sarjana (S1-S3)	185

Sumber: Peneliti, 2025

1.) Desa Wisata Benua Elai (Dewi Belai)

Dewi Belai, Desa Wisata Benua Lai, menawarkan keindahan kebun luas berisi berbagai tanaman seperti buah naga dan lai, serta memiliki kolam besar untuk memancing. Terletak di antara Dusun Mario dan Dusun Karya Makmur, saat ini area seluas 8 hektar sedang dikembangkan, dengan rencana perluasan meski terhambat aktifnya tambang batu bara sekitar. Di sana terdapat dua pohon induk lai berusia sekitar 30 tahun yang sudah mendapat izin resmi, namun lahan di sekitar pohon tersebut kini dibebaskan untuk tambang, sehingga pengelola sedang bernegosiasi untuk kompensasi termasuk replika pohon. Dewi Belai juga memiliki tiga kolam seluas 3.000 meter persegi dan lahan 1 hektar untuk buah naga serta 4 hektar untuk tanaman lain dengan sekitar 300 pohon. Pada 2014,

festival EIFAF membawa tamu dari 11 negara yang menanam bibit lai di sini, meski kini tanah sekitar induk pohon sebagian sudah dijual ke perusahaan tambang.

Petani di Desa Batuah menanam buah lai, dan Menteri Pertanian telah mengesahkan tiga varietas unggulan yaitu Lai Batuah (2016), Lai Kutai (2007), dan Lai Mahakam (2009), yang terakhir sudah dikenal hingga luar negeri. Buah lai yang khas dari Kutai Kartanegara ini menjadi ikon wisata Desa Dewi Belai dan memiliki nilai jual sebagai daya tarik desa wisata. Pengelola Dewi Belai menjalankan program peningkatan kualitas dengan metode *top working*, yaitu mengganti pohon lai lokal yang kurang baik dengan varietas unggul baru untuk meningkatkan nilai jual sekaligus menjadi wisata edukasi, serta menanam lai baru di lahan kosong yang tersedia.

Buah lai dianggap ikon desa wisata karena Lai adalah buah khas Kutai Kartanegara dengan beberapa varietas unggul yang banyak ditemukan di Desa Batuah, termasuk lai-durian. Buah ini disukai oleh berbagai usia dan bisa dibudidayakan dalam skala kecil hingga besar dengan teknologi pertanian yang mudah. Desa Batuah memiliki lahan dan tenaga kerja cukup, serta menjadi produsen benih lai terbesar di Kalimantan Timur. Minat wisata di desa ini meningkat dan didukung pemerintah. Letaknya strategis dekat pusat ekonomi seperti Balikpapan, IKN Baru, dan Samarinda dengan akses transportasi yang cepat, sehingga meningkatkan nilai lahan dan produk lai. Desa wisata di Batuah juga melibatkan seluruh masyarakat untuk menggerakkan potensi ekonomi desa.

Hasil dari wawancara Bersama Pak Agus, sebagai konseptor tempat tersebut mengatakan bahwa,

“Dewi Belai mengutamakan teknologi, agar dapat menjadi nilai jual. Di tempat lain, sepanjang tahun pohon tidak dapat berbuah, akan tetapi di Dewi Belai bisa membuat pohonnya berbuah di luar musimnya, orang-orang bisa mempelajarinya. Tempat ini juga terbuka mahasiswa untuk belajar ataupun untuk kajian dan penelitian. Pengelola Dewi Belai sedang mengerjakan perbaikan kolam. Mereka juga akan membangun jalur untuk olahraga berlari santai atau berjalan santai dan bersepeda mengelilingi Dewi Belai. Mereka juga akan membangun jalur untuk motor trail dan menembus sampai ke tabuan, serta area umum untuk wisatawan bersantai dan berkemah”.

Desa Wisata “Dewi Belai” kelompok-kelompok yang dirancang terdiri dari tanaman lai, dengan berbagai fasilitas berikut:

1. Cluster Edukasi: Pusat di Dusun Batuah kilo meter 23 dan sekitarnya berfungsi sebagai pusat wisata untuk belajar tentang tanaman lai dari budidaya, pembenihan, pengolahan, dan pemasaran.
2. Cluster Kebun (*On-Farm*): Cluster ini dapat terletak di berbagai tempat, seperti Dusun Karya Makmur kilo meter 30 dan wilayah sekitarnya. Desa Tani Jaya dan daerah sekitarnya Cluster (*on-farm*) adalah istilah untuk wisata petik buah dan pertualangan.
3. Cluster Belanja Buah: Kios buah kilo meter 28 Dusun Tani Jaya saat ini menjadi lokasi untuk berbelanja dan perkulakan produk lai yang sudah populer.
4. Cluster Sarana Produksi dan Pengolahan Limbah: Ada lokasi di Dusun Batuah

kilo meter 23 dan Dusun Tani Makmur di kilo meter 26-27 yang memungkinkan produksi benih dan pengolahan limbah, serta pupuk, pestisida, dan media tanam. Selanjutnya, budidaya cacing dan larva maggot dikembangkan untuk pakan, obat, dan kompos.

Dasawisma Asoka yang berada di Dewi Belai memiliki luas sekitar 600 meter persegi dan akan segera diperluas menjadi sekitar 2500 meter persegi. Area ini akan dihiasi berbagai jenis tanaman untuk membuatnya lebih menarik. Tanaman utama yang menjadi fokus di Dasawisma Asoka adalah bunga telang, yang dikenal sebagai obat herbal dan bahan minuman. Keunikan bunga telang terletak pada warnanya yang berubah menjadi biru saat dibuat minuman, lalu berubah menjadi ungu saat ditambahkan air lemon karena perubahan pH.

2.) Tabuan Agro Techno park

Tabuan *Agro Techno Park* adalah salah satu Kawasan wisata yang ada di Desa Batuah. Tabuan *Agro Techno Park* terletak di Dusun Tani Jaya. Tujuan membuat kawasan wisata adalah untuk wisata edukasi untuk wisatawan yang berkunjung ke Tabuan *Agro Techno Park*. Tabuan memiliki lahan sawah seluas 2,2 hektar yang sudah tersedia dan sudah di tanami padi. Rencana lahan sawah yang di pakai sekitar 7,5 hektar. Sumber air untuk sawah yang ada di tabuan adalah dari kolam buatan yang ada di belakang hutan dan juga dibuatkan kolam untuk pengendapan air disebelah sawah yang ada di tabuan. Selain itu juga di sebelah sawah yang ada di tabuan dibuatkan parit untuk menyaring kotoran agar air bersih dapat dialirkan ke sawah. Lahan sawah yang ada di tabuan berasal dari hasil CSR (*Corporate Social*

Responsibility) tambang batu bara yang ada di tabuan. Selain itu juga alat untuk bertani seperti traktor, alat untuk memisahkan padi atau alat perontok padi juga berasal dari CSR tambang batu bara yang ada di tabuan. Padi yang ada di tabuan pemanenan sejak awal bulan April 2020 dan untuk bibit padinya di kirim langsung dari Surabaya. Hasil pemanenan padi yang ada di Batuah di jadikan beras khas dari tabuan dan belum di jual di luar Batuah dan padi yang sudah menjadi beras sudah dilakukan pengecekan lab kelayakan beras untuk pangan. Selain padi Tabuan juga mempunyai tanaman ladadari.

Selain padi dan lada tabuan juga memiliki kebun seperti pisang, durian, jambu, dan kelapa. Petani yang menanam dan merawat berbagai macam tanaman yang ada di Tabuan adalah warga setempat. Alasan Tabuan banyak menanam berbagai macam buah-buahan dikarenakan Tabuan ingin menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Tabuan *Agro Techno Park*. Jika hanya mengandalkan tanaman padi tidak bisa menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Tabuan.

Abd Rasyid sebagai kepala desa dan juga pengelola destinasi wisata mengatakan bahwa

“Meskipun lahan yang ada di Tabuan adalah lahan bekas tambang namun masih tetap bisa di tumbuh oleh tanaman dan sawah. Tabuan *Agro Techno Park* ingin mengubah isu negatif yang beredar jika lahan bekas tambang tanaman yang di tanam tidak beracun dan bisa di dimanfaatkan dengan baik. Maka dari itu konsep pembangunan Tabuan *Agro Techno Park* mengedepankan teknologi dan penelitian yang segala sesuatunya harus dari data, bahwa apa yang dikembangkan dan di peroleh aman untuk di konsumsi. Pihak pengelola Tabuan juga membuka luas

untuk akademisi yang ingin melakukan penelitian di Tabuan yang hasilnya bisa benar-benar meyakinkan masyarakat bahwa produk dari apa yang di kembangkan dari lahan bekas tambang adalah aman dan ramah lingkungan serta bisa dimanfaatkan dengan baik dan berguna bagi masyarakat. Untuk melakukan penanaman bibit terdapat berbagai macam treatment, pertama pembersihan rumput terlebih dahulu, lalu di semprotkan dengan bakteri decomposer untuk mengurai. Untuk tanah dan air di Tabuan sudah dilakukan uji lab dari akademisi dan hasil uji lab tanah dan air muncul hasil untuk pengapuran sekitar 0,5 ton sampai dengan 3,5 ton per hektarnya. Dan untuk awal pengapurannya memakai sekitar 5 ton setelah itu dilakukan uji lab Kembali dan hasil lab tersebut muncul angka sekitar 500 kg saja per 1 hektar dan kemudian untuk kompos organik 0,5 ton sampai dengan 3,9 ton per hektar. Kemudian hasil penelitian ini harus menggunakan pupuk yang berunsur N atau urea sekitar 166,2 kg per 1 hektar, jika SOP Pertanian sudah lebih dari ini karena tabuan menggunakan urea sekitar 200 kg per 1 hektar kemudian untuk unsur urea SP36-KCL nya di Tabuan tidak menggunakan pupuk yang tunggal melainkan menggunakan pupuk yang majemuk dan langsung menggunakan unsur NPK (Nitrogen, Fosfor, dan Kalium) sekitar 300kg. Sesungguhnya pengkapuran tanah dalam kondisi bekas tambang harus mengkondisikannya dengan sebaik mungkin karena tanpa sentuhan teknologi maka akan sangat susah untuk mendapatkan hasil yang baik. Tahap pertama harus merehabilitasi tanah, memunculkan unsur hara dengan bahan dan sistem organik. Jangka waktu pemanenan padi setiap 3 bulan 15 hari atau 115 hari dan untuk pemanenan pertama memperoleh 900 kg”.

Selain padi di Tabuan juga terdapat konservasi hutan seluas 1,8 hektar dan hutan tersebut dijadikan tempat untuk penelitian. Di konservasi hutan terdapat berbagai macam jenis pohon pohon seperti pohon jati, pohon kayu arang, pohon meranti putih, pohon sengkuang, meranti merah, pohon kebak, pohon rengas, pohon kayu bulan, pohon halaban dan juga di konservasi hutan terdapat kurang lebih 300 jenis tanaman. Selain itu juga Tabuan mempunyai seperti Kawasan perkebunan sekitar 8,5 hektar, perikanan sekitar 2,2 hektar, peternakan sekitar 5,0 hektar dan masih dalam pengembangan. Tabuan juga masih mencari lokasi yang strategis untuk memperluas lahan dan mengembangkan untuk dijadikan tempat wisata. Tabuan Agro Techno Park mempunyai target untuk kedepannya di tahun ke 3 sudah harus ada dan sudah bisa di kunjungi oleh wisatawan dan Tabuan baru berjalan sekitar 1,5 tahun.

Z

Di Desa Batuah, promosi dilakukan terutama melalui iklan karena mudah dan dapat menjangkau konsumen lokal maupun internasional. Iklan dipasang di media cetak seperti majalah pariwisata dan surat kabar, ditempatkan di agen perjalanan, serta disebarluaskan lewat internet. Selain itu, Desa Batuah juga memasarkan makanan dan minuman hasil olahan sendiri ke kota-kota terdekat seperti Balikpapan, Samarinda, dan Tenggarong.

Orang-orang untuk saat ini menggunakan internet sebagai alat untuk mendapatkan informasi, jadi Desa Batuah dapat memasarkannya melalui media internet, seperti sosial media Facebook, Instagram, Tiktok, dan Twitter, serta melalui blog dan *website*. Di era sekarang, visual sudah menjadi lebih menarik perhatian orang banyak. Oleh karenanya,

untuk memasarkan Desa Batuah, Anda dapat memanfaatkan video blog sebagai media visual audio. Video blog ini bisa anda teruskan melalui sosial media dan youtube, serta menggunakan platform lain, seperti Facebook dan Twitter.

Promosi Desa Batuah

Ada beberapa strategi yang dapat digunakan untuk mempromosikan Desa Batuah berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancamannya:

Tabel 3. Promosi Desa

No	Kegiatan	Program
1	Pemasaran Produk	- Berkolaborasi dengan berbagai pelaku usaha wisata. - Membuat dokumentasi video profil Desa Batuah. - Menerima mahasiswa Kuliah Kerja Nyata atau Praktik Kerja Lapangan untuk mengawasi hasil produk desa dan menciptakan ide-ide baru.

2	Promosi	- Berpartisipasi dalam acara pariwisata. - Bekerja sama dengan <i>Travel Agent</i>. - Membangun akun media sosial seperti TikTok, Instagram, Facebook, Twitter, serta membuat situs web resmi Desa Wisata Batuah. - Menjalin hubungan dengan perguruan tinggi negeri dan swasta yang ada di Balikpapan dan Samarinda.
3	<i>Positioning</i>	- Menunjukan prospek untuk desa wisata. - Bekerja sama dengan grup dan destinasi wisata sekitar.

		- Membangun merek untuk mencapai target pasar yang lebih besar.
4	Lokasi	- Menciptakan area wisata yang menarik yang tidak ada di kota Samarinda atau Balikpapan. - Menciptakan tempat foto yang menarik. - Memberi wisatawan suasana desa yang tenang di mana wisatawan dapat bersantai dan menikmati pemandangan desa.

Sumber: Penelitian, 2025

Secara keseluruhan, pengembangan Desa Batuah sebagai destinasi agrowisata tidak hanya bergantung pada potensi sumber daya alam, tetapi juga pada faktor pendukung, seperti ketersediaan fasilitas, strategi promosi digital, kejelasan identitas destinasi, dan keterlibatan masyarakat. Integrasi dari berbagai aspek tersebut akan menentukan daya saing Desa Batuah dalam

menghadapi tantangan pariwisata modern dan menjadikannya destinasi unggulan di Kalimantan Timur.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan temuan dan pembahasan sebelumnya, Desa Batuah di Kecamatan Loa Janan, Kabupaten Kutai Kartanegara (Kukar) memiliki berbagai potensi wisata menarik, baik dari alam maupun hasil olahan manusia. Desa ini menawarkan dua tempat wisata utama, yaitu Dewi Belai (Desa Wisata Benua Lai) dan Tabuan *Agro Techno Park*. Dengan luasnya area pertanian dan beragam jenis tanaman, Desa Batuah mengembangkan konsep agrowisata.
2. Strategi promosi yang dapat dilakukan oleh Batuah adalah melakukan pemasaran produk dengan cara berkolaborasi dengan pelaku usaha wisata dan membuat dokumentasi profil desa Batuah. Promosi, berpartisipasi dalam acara kepariwisataan dan bekerja sama dengan *travel agent* serta membangun akun sosial media seperti tiktok, instagram, facebook, twitter dan juga membuat situs *website* resmi desa wisata. *Positioning*, menunjukan prospek untuk desa wisata dan membangun merek untuk mencapai target pasar yang lebih besar. Lokasi, Menciptakan area wisata yang menarik yang tidak ada di kota seperti Samarinda dan Balikpapan.

Saran

Hasil dari penelitian mencakup beberapa rekomendasi, yaitu:

1. Masyarakat diharapkan untuk lebih terlibat dalam pembangunan wisata,

- sehingga pembangunan dan pengembangan agrowisata dapat lebih maju
2. Segera dibentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan membuat program kerja untuk membantu pembangunan dan pengembangan Kawasan Pariwisata di Desa Batuah.
 3. Diharapkan pemerintah desa batuah dapat meningkatkan dukungan dalam bentuk kebijakan, pendanaan, serta kepelatihan kepada masyarakat untuk mengelola dan mempromosikan potensi wisata secara lebih professional, khususnya melalui pemanfaatan media digital.

Advantage Theory, and Transient Competitive Advantage, Expert Journal of Business & Management 3 (2), 140-149.

Daftar Pustaka

- Abd. Rasyid, s.t., D. (2019). *Pemetaan dan Penegasan Batas Dusun Di Wilayah Desa Batuah*.
- Hayatun. (2021). *Pengertian Wisata serta Jenis, dan tujuannya*. Hayatun Tour. <https://www.hayatuntour.com/pengertian-wisata/>
- Kharisma Nur Hawwa, Sugiman, Jasanta Peranginangin (2025). Promosi Pariwisata Melalui Instagram di Desa Wisata Pelangas Kabupaten Bangka Barat. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*. <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS/article/view/2230>
- Pak Guru. (2021). *Pengertian Kerangka Berpikir*. PENDIDIKAN.CO.ID.
- Peranginangin, Jasanta (2025), Manajemen Desa Wisata, PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa, Jakarta.
- Peranginangin, Jasanta (2015), A Conceptual Mapping Resource Advantage Theory, Competitive

Sembiring, T, Peranginangin, Jasanta, & Kartika, G, (2024) Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Saba Jaya Publisher.

Setiawan, S. (2021). *Pengertian promosi - tujuan, fungsi, komponen, bentuk, para ahli Dosen Pendidikan.*

Sari, S. (2021). Strategi Pengembangan Agrowisata Medan Istana Jambu (Studi Kasus: Medan Istana Jambu, Desa Ujung Labuhan Kecamatan Namorambe, Kabupaten Deli Serdang). *Fakultas Pertanian Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara.*

Sodexo. (2020). *5 Strategi Promosi dan Marketing Kreatif untuk Meningkatkan Penjualan.* Sodexo.Id. <https://www.sodexo.co.id/strategi-promosi-dan-marketing-kreatif-untuk-meningkatkan-penjualan/>

Wikipedia. (2021). *Kabupaten Kutai Kertanegara.* Wikipedia. https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Kutai_Kertanegara

Yoga, W. (2021). *Metode Penelitian.*