

**FORMULASI STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN AGROWISATA
GUNUNG MAS YANG BERKELANJUTAN DENGAN MENGGUNAKAN
PEMETAAN RANTAI NILAI**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH PASCASARJANA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
2011**

© Hak Cipta Milik IPB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencatunkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

SURAT PERNYATAAN

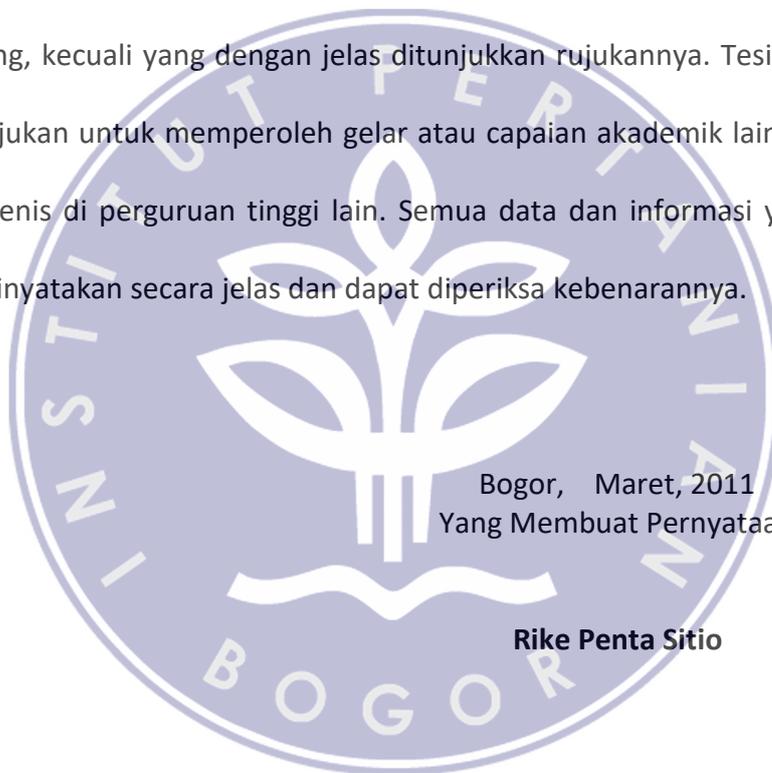
Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tesis saya yang berjudul :

FORMULASI STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN AGROWISATA GUNUNG MAS YANG BERKELANJUTAN DENGAN MENGGUNAKAN PEMETAAN RANTAI NILAI

merupakan gagasan atau hasil penelitian tesis saya sendiri, dengan arahan Komisi Pembimbing, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan rujukannya. Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar atau capaian akademik lainnya pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Bogor, Maret, 2011
Yang Membuat Pernyataan

Rike Penta Sitio



© Hak Cipta Milik IPB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB, tahun 2011

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

**FORMULASI STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN AGROWISATA
GUNUNG MAS YANG BERKELANJUTAN DENGAN MENGGUNAKAN
PEMETAAN RANTAI NILAI**

**Oleh :
Rike Penta Sitio**

Tesis

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen
pada Program Studi Manajemen dan Bisnis**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH PASCASARJANA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
2011**

© Hak Cipta Milik IPB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencatunkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



Penguji Luar Komisi Pada Ujian Tesis: Dr. Kirbrandoko, MSM



© Hak Cipta Milik IPB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencatatkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB

J u d u l : Formulasi Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas yang Berkelanjutan dengan Menggunakan Pemetaan Rantai Nilai
N a m a : Rike Penta Sitio
N I M : P056081221.41

Menyetujui
Komisi Pembimbing

Prof. Dr. Ir. E. Gumbira Sa'id, MA.Dev
Ketua

Dr. Ir. Agus Maulana, MSM
Anggota

Diketahui

Ketua Program Studi
Manajemen dan Bisnis

Dr. Ir. Arief Daryanto, M.Ec

Dekan Sekolah Pascasarjana



Dr. Ir. Dahrul Syah, MSc

Tanggal Ujian : 1 Maret 2011

Tanggal Lulus : 22 MAR 2011

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 5 September 1982 di DKI Jakarta sebagai anak pertama dari A. Sitio dan E. Lumban Raja. Masa kecil penulis dari SD hingga SMU dihabiskan di Depok. Pada tahun 1995 penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SD Tugu II Depok kemudian melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP 7 Depok dan lulus pada tahun 1998. Penulis melanjutkan pendidikan menengah atas di SMUN 99 Jakarta dan lulus pada tahun 2001.

Pada tahun 2001 penulis diterima pada program sarjana (S1) Institut Pertanian Bogor (IPB) melalui jalur Ujian Masuk Perguruan Tinggi Negeri (UMPTN) dan terdaftar sebagai mahasiswa Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Penulis lulus dari pendidikan S1 pada bulan September 2005 dengan menyelesaikan skripsi yang berjudul *Pengaruh Mutu Pelayanan Rawat Inap terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Karya Bhakti Bogor*.

Penulis bekerja di PT. Matahari Graha Fantasi sebagai operasional supervisor dari 2005 sampai dengan Februari 2006. Pada Februari 2006 sampai dengan Oktober 2008 penulis bekerja sebagai staff *billing and collection* pada PT. Indonesia Comnet Plus (ICON+). Penulis menikah pada tanggal 1 Desember 2007 dengan Saur Costanius Simamora di Jakarta.

Bulan Oktober 2008 penulis mengikuti tes masuk program pascasarjana Manajemen dan Bisnis (MB-IPB). Pada bulan yang sama penulis diterima sebagai mahasiswa reguler angkatan ke-41. Dalam menempuh studi di MB-IPB, penulis mengambil mata kuliah pendalaman dan minat *sustainable business*

development. Sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Manajemen dan Bisnis Institut Pertanian Bogor (MB-IPB), penulis menyusun tesis dengan judul **"Formulasi Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas yang Berkelanjutan dengan Menggunakan Pemetaan Rantai Nilai"** dengan dosen pembimbing Prof.Dr.Ir E.Gumbira Sa'id. MA.Dev dan Dr. Ir. Agus Maulana, MSM.



© Hak Cipta Milik IPB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencatunkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak mengikis kepentingan IPB. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Bapa, yang telah melimpahkan kasih dan hikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul **“Formulasi Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas yang Berkelanjutan dengan Menggunakan Pemetaan Rantai Nilai”**. Penyusunan tesis ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Manajemen dan Bisnis Sekolah Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor (IPB).

Tesis ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai masukan dan pertimbangan bagi Unit Bisnis Agrowisata Gunung Mas dalam rangka mengelola potensi sumber daya pariwisata yang ada guna meningkatkan potensi masyarakat dalam perekonomian daerah sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya. Dalam penyusunan tesis ini, penulis memperoleh banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para personalia di bawah ini:

1. Bapak Prof.Dr.Ir.E. Gumbira Sa'id, MA.Dev selaku dosen pembimbing I dan Dr.Ir. Agus Maulana, MSM selaku dosen pembimbing II, atas bimbingan dan pengarahannya kepada penulis dalam penelitian dan penulisan tesis;
2. Dr. Ir. Kirbrandoko, MSM selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan saran yang bermanfaat bagi tesis ini;
3. Manajer Unit Bisnis Agrowisata beserta Unit Bisnis Agrowisata Gunung Mas yang telah memantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

4. Kepala Desa Tugu Selatan beserta aparatnya yang telah memfasilitasi penulis dalam melakukan penelitian di Desa Tugu Selatan.
5. Keluarga Simamora dan Sitio atas cinta kasih dan doa yang senantiasa diberikan kepada penulis.
6. Saur Costanius Simamora atas cinta kasih, kesabaran, dorongan semangat, dan doa yang tiada henti kepada penulis (Filipi 1:3 dan 9).
7. Seluruh staf pengajar dan karyawan di lingkungan Manajemen dan Bisnis Institut Pertanian Bogor (MB-IPB) untuk ilmu dan bantuan yang diberikan kepada penulis selama menuntut ilmu
8. Sahabat-sahabat terkasih Ayu Lemita, Kanya Lalitya, Sally Patimukay, Andrew Krensnoputro, Fery Polariawan, Achmad Kurniawan, M. Anas Samad, Tomando Joharman, Zwesty Ratrianti, Dhita Karnelya, Fajar Paramitha, John Henricus dan Jico Maradona atas motivasi dan semangat yang selalu menemani penulis
9. Rekan-rekan Reguler 41 MB-IPB untuk kerjasama dan pertemennya selama ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini kemungkinan masih memiliki kekurangan dan kelemahan, baik dari segi penulisan maupun pemaparannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan sehingga tesis ini memberikan manfaat bagi masyarakat Desa Tugu Selatan. Terima kasih.

©  Bogor, Maret 2011
 Sekolah Bisnis - Institut Pertanian Bogor

Penulis

ABSTRACT

Formulation Strategy for Sustainable Development of Gunung Mas Agrotourism by using Value Chain Mapping

Rike Penta Sitio

The development of Gunung Mas Agrotourism is part of the linkage of other businesses along the Gunung Mas Tourism value chain. Tourism value chain approach in favor for ordinary people was a way of thinking to give a significant impact activities to the community. Research on the impact of agro-tourism development in Gunung Mas from the economic, social and cultural view was conducted based on public perception that determined the impact of agro-tourism towards income and prosperity of the community. The results of this public perception will be used as part of development strategies in Gunung Mas area toward the development of sustainable agro-tourism.

The results of this study showed that there are five sector that allowed the local people to contribute in Gunung Mas tourism value chain.: transportation, accommodation, food and entertainment, shopping events, and supporting tourists attraction. A maximum empowerment of those five segments will help the local community to improve their income. The highest positive impact for the local people who involved in tourism was the increase of local tax revenue. It was shown from a high score of 199. For those who do not take any advantage of the economic impact of the tourism, the score was 203 for the increasing number of public facilities in Tugu Selatan. The most high socio cultural impact for the people who actively involved in tourism was the awareness to improve education with a score of 171. While for people who did not involve in tourism, the most negative impact was the rampant of the prostitutions at their region . The highest score for the positive impact of the environment was the Gunung Mas agrotourism helps to preserve the environment with a score of 199 and the negative impact was the traffic congestion for both groups of society.

The value of IFE matrix was 2.898 and the value of EFE matrix was 3.582. From the TOWS matrix, an alternative strategy to enhance the value chain was SO strategies: the development and maintenance of tourism potential. WO strategies: Improved coordination with all the relevant parties (stakeholders) in having the benefit of the natural resources (NR) with existing human resources and also to increase promotion and tourism marketing program. Strategy and role of ST is to improve the quality of human resources in Tugu Selatan region, the development of transportation facilities and support facilities, and promoting environmental educations. ST strategy is to apply a pattern of sustainable local business partnership with PTPN VIII who controlled by local government and the other cooperation with related authorities to solve environmental problems. The choice of formulation SWOT strategy was to implement the Weakness – Opportunity strategy.

Keywords: local communities, sustainable, tourism, welfare, value chain, SWOT, Gunung Mas Agrotourism Area

RINGKASAN EKSEKUTIF

RIKE PENTA SITIO, 2011. Formulasi Strategi Pengembangan Agrowisata Gunung Mas yang Berkelanjutan dengan Menggunakan Pemetaan Rantai Nilai. Dibawah bimbingan **E. GUMBIRA SA'ID** dan **AGUS MAULANA**.

Pengembangan agrowisata sesuai dengan kapabilitas, tipologi, dan fungsi ekologis lahan akan berpengaruh langsung terhadap kelestarian sumber daya lahan dan pendapatan petani serta masyarakat sekitarnya. Kegiatan tersebut secara tidak langsung akan meningkatkan persepsi positif petani serta masyarakat sekitarnya akan arti pentingnya pelestarian sumber daya lahan pertanian. Pengembangan agrowisata pada gilirannya akan menciptakan lapangan pekerjaan, karena usaha tersebut dapat menyerap tenaga kerja dari masyarakat pedesaan, sehingga dapat menahan atau mengurangi arus urbanisasi yang semakin meningkat saat ini. Pemain kunci dalam agrowisata adalah petani, pengunjung, dan pemerintah. Peran bersama dengan interaksi mereka adalah penting untuk menuju keberhasilan dalam perkembangan agrowisata.

Agrowisata Gunung Mas adalah suatu Unit Bisnis dari PTP Nusantara VIII. PT. Selain sebagai kebun budidaya dengan tujuan penambahan sumber penerimaan perusahaan, hamparan kebun teh yang luas disertai kesejukan hawa pegunungan merupakan salah satu daya tarik Kawasan Agrowisata Gunung Mas.

Dalam pengembangannya Agrowisata Gunung Mas memiliki peran dalam meningkatkan ekonomi daerah, terutama peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal sebagai bagian dari prinsip agrowisata dengan meminimalkan dampak kerusakan terhadap lingkungan. Pengembangan Agrowisata Gunung Mas tidak terlepas dari keterkaitan dari usaha-usaha lain yang terkait di sepanjang rantai nilai agrowisata Gunung Mas. Pendekatan rantai nilai pariwisata yang berpihak kepada rakyat kecil merupakan cara berpikir yang mencoba menggeser pola pikir dari hanya suatu proyek yang sekedar mengekang pasar menjadi pola pikir yang memberikan dampak yang berarti pada pasar. Rantai nilai yang dimaksudkan adalah berbagai kegiatan yang dibutuhkan untuk membawa wisatawan ke tempat tujuan wisata dengan menyediakan semua layanan jasa yang dibutuhkan (akomodasi, catering, dan biro perjalanan). Pendekatan ini memungkinkan masyarakat kecil untuk ikut berpartisipasi di berbagai titik kunci rantai nilai sehingga menambah penghasilan masyarakat itu sendiri.

Dengan demikian, perlu dilakukan penelitian mengenai dampak adanya pengembangan agrowisata Gunung Mas, baik dari aspek ekonomi, sosial dan budaya berdasarkan persepsi masyarakat dan mengetahui dampak pengembangan agrowisata dikaji dari tingkat pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Hasil tersebut akan digunakan sebagai bagian dari alternatif strategi pengembangan kawasan agrowisata Gunung Mas yang berkelanjutan.

Penelitian ini menggunakan data yang terdiri dari data primer dan data sekunder, dimana pengumpulan data primer dilakukan dengan cara observasi

dan wawancara dengan menggunakan kuesioner. Data sekunder didapatkan dari dinas dan instansi terkait dengan penelitian ini diantaranya adalah BPS, Dinas Pariwisata, dan Kelurahan Tugu Selatan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemetaan rantai nilai dimulai dari perencanaan wisata yang dilakukan oleh wisatawan, transportasi yang digunakan ke tujuan wisata, akomodasi yang ditempati, restoran dan sarana hiburan yang dikunjungi, hingga pengalaman berwisata di tujuan wisata. Bentuk pola pengendalian rantai global yang terjadi pada rantai nilai Agrowisata Gunung Mas dapat tergolong dalam jenis hubungan rantai nilai global *relational* yang hubungannya seimbang antara pemasok dan pembeli. Dampak pengembangan agrowisata di aspek ekonomi, dampak yang paling penting yang dirasakan oleh masyarakat yang memanfaatkan pariwisata adalah penerimaan pajak daerah. Hal ini ditunjukkan dari skor yang tinggi yaitu, 199 dengan 66 persen masyarakat menyatakan kesetujuannya mengenai dampak ekonomi positif dari penerimaan pajak daerah yang bertambah, sedangkan untuk masyarakat yang tidak memanfaatkan pariwisata dampak ekonomi yang paling penting adalah sarana public yang makin banyak dengan adanya pengembangan pariwisata, dengan skor 203. Dampak sosial budaya yang paling tinggi nilainya pada masyarakat yang aktif memanfaatkan pariwisata adalah dampak positif yang menyatakan bahwa dengan adanya pengembangan pariwisata adalah kesadaran masyarakat untuk meningkatkan pendidikan dengan skor 171. Masyarakat yang tidak memanfaatkan pariwisata menilai maraknya prostitusi dan adanya kesadaran masyarakat meningkatkan pendidikan dengan skor 161 merupakan dampak penting bagi masyarakat.

Dampak lingkungan yang dirasakan oleh masyarakat yang memanfaatkan potensi pariwisata maupun yang tidak memanfaatkan potensi pariwisata relatif sama. Skor tertinggi untuk dampak positif lingkungan adalah kawasan wisata agro Gunung Mas ikut membantu melestarikan lingkungan dengan skor 199 untuk masyarakat yang ikut memanfaatkan potensi pariwisata dan 198 untuk yang tidak memanfaatkan potensi pariwisata. Dampak negatif yang dirasakan oleh masyarakat adalah kemacetan lalu lintas dengan skor masyarakat yang memanfaatkan potensi pariwisata sebesar 199 dan yang tidak memanfaatkan potensi pariwisata dengan skor 196.

Tingkat kesejahteraan yang mempunyai berpengaruh signifikan antara masyarakat yang tidak memanfaatkan pariwisata dan yang memanfaatkan pariwisata adalah pengeluaran rumah tangga dengan nilai X^2 sebesar 19,766 dan pendidikan dengan nilai X^2 sebesar 20,657. Nilai matriks IFE adalah 2,898 dan nilai matriks EFE adalah 3,582 yang menandakan bahwa kinerja unit bisnis agrowisata Gunung Mas berada di posisi sedang dan mampu menangkap peluang yang ada dan secara kuat memanfaatkan peluang tersebut. Di sisi lain, unit bisnis Agrowisata Gunung Mas mampu mengatasi pengaruh dari ancaman lingkungan eksternal.

Dari hasil matriks TOWS, alternatif strategi peningkatan rantai nilai adalah strategi S-O: pengembangan dan pemeliharaan potensi wisata. strategi W-O: Peningkatan koordinasi dengan semua pihak terkait (*stakeholder*) dalam

memanfaatkan sumber daya alam (SDA) dan SDM yang ada dan promosi serta pemasaran wisata; strategi S-T Peningkatan kualitas dan peranan SDM di wilayah Tugu Selatan, Pengembangan sarana transportasi dan fasilitas pendukung, dan Mengedepankan pendidikan lingkungan serta strategi W-T dengan penerapan pola kemitraan usaha lokal yang berkesinambungan dengan PTPN VIII yang dikontrol pemerintah daerah dan Bekerjasama dengan pihak-pihak yang berwenang untuk mengatasi masalah lingkungan. Formulasi strategi yang dipilih untuk diusulkan dalam implementasi perusahaan adalah Strategi W-O.

Berdasarkan hasil penelitian maka disarankan kepada unit bisnis agrowisata Gunung Mas, untuk meningkatkan pengembangan kawasan wisata yang berkelanjutan adalah dengan memperbaiki kinerja melalui *product upgrading*, *functional upgrading*, dan *channel upgrading*. Selain itu juga diharapkan untuk senantiasa melibatkan masyarakat sebagai mitra kerja perusahaan. Dengan demikian, keberlanjutan dari unit bisnis agrowisata dapat terjaga.

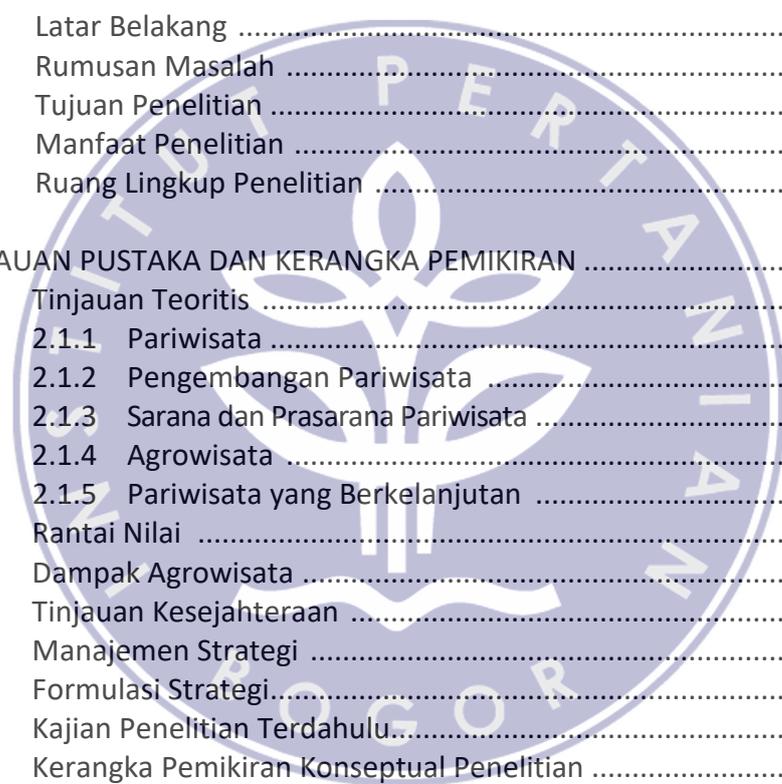
Oleh karena keberlanjutan unit bisnis agrowisata akan mempengaruhi berbagai aktor yang terlibat dalam rantai nilai, sebaiknya Unit bisnis Agrowisata PTPN VIII perlu melakukan kerja sama yang sinergis sehingga setiap pelaku bisnis dapat berperan lebih optimal dalam menjaga keberlanjutan dari rantai nilai agrowisata Gunung Mas yang pada akhirnya di masa mendatang tetap dapat dinikmati dan menghidupi masyarakat lokal.

Kata Kunci: masyarakat lokal, keberlanjutan, pariwisata, kesejahteraan, rantai nilai, SWOT, Kawasan Agrowisata Gunung Mas



DAFTAR ISI

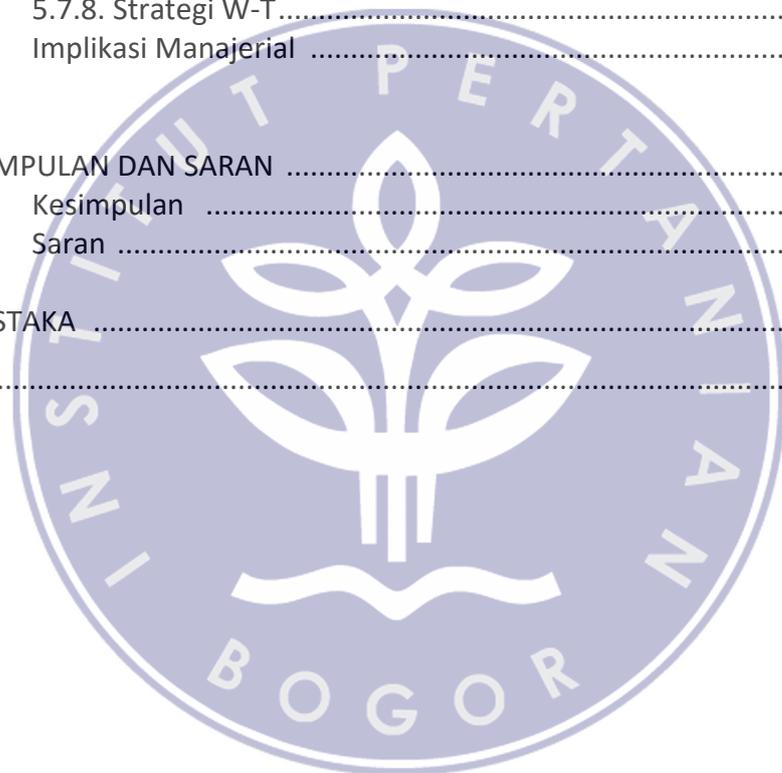
	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1. Tinjauan Teoritis	11
2.1.1 Pariwisata	11
2.1.2 Pengembangan Pariwisata	14
2.1.3 Sarana dan Prasarana Pariwisata	17
2.1.4 Agrowisata	18
2.1.5 Pariwisata yang Berkelanjutan	21
2.2. Rantai Nilai	22
2.3. Dampak Agrowisata	26
2.4. Tinjauan Kesejahteraan	28
2.5. Manajemen Strategi	29
2.6. Formulasi Strategi	30
2.7. Kajian Penelitian Terdahulu	31
2.8. Kerangka Pemikiran Konseptual Penelitian	39
III. METODE PENELITIAN	44
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	44
3.2. Hipotesis	44
3.3. Definisi Operasional	45
3.4. Tata Laksana Penelitian	47
3.5. Teknik Pengambilan Data	48
3.6. Teknik Pengambilan Sampel	50
3.7. Metode Analisis Data	51
3.7.1. Identifikasi Rantai Nilai Agrowisata Gunung Mas	51
3.7.2. Analisis Persepsi Masyarakat mengenai dampak Pariwisata	51
3.7.3. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi	



© Hak Cipta Milik IPB
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencatunkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

	Pendapatan Masyarakat.....	52
	3.7.4. Analisis Tingkat Kesejahteraan Masyarakat	53
	3.7.5. Analisis Strategi Pengelolaan Kawasan Pariwisata Berkelanjutan	54
IV.	GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	56
4.1	Kelurahan Tugu Selatan	56
4.1.1	Letak Geografis	56
4.1.2	Topografi	56
4.1.3	Kondisi Ekonomi dan Sosial Budaya Masyarakat	56
4.2	Profil Kawasan Agrowisata Gunung Mas	61
4.2.1.	Sejarah Singkat Wisata Agro	62
4.2.2.	Keadaan Fisik dan Geografis	63
4.2.3.	Tanah dan Sumber Air.....	63
4.2.4.	Integrasi Kegiatan Agribisnis-Agroindustri-Agrowisata.....	65
4.2.5.	Kondisi Infrastruktur	66
4.2.6.	Sarana dan Prasarana Kawasan Agrowisata Gunung Mas.....	67
4.2.7.	Visi dan Misi Kawasan Agrowisata Gunung Mas	69
4.2.8.	Rantai Nilai Agrowisata Gunung Mas.....	70
V.	HASIL DAN PEMBAHASAN	92
5.1	Karakteristik Rumah Tangga Responden	92
5.2	Analisis Deskriptif Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Agrowisata	99
5.2.1	Persepsi Masyarakat terhadap Aspek Ekonomi dari Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas	95
5.2.2	Persepsi Masyarakat mengenai dampak sosial dan Budaya yang diterima dengan pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas	108
5.2.3	Persepsi Masyarakat Menilai Dampak Lingkungan Dari Kegiatan Wisata Agro Gunung Mas Cisarua	117
5.3	Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan Wisata Agro Gunung Mas Cisarua	120
5.3.1.	Bentuk Partisipasi	120
5.3.2.	Keinginan Masyarakat untuk Berpartisipasi	121
5.4.	Keinginan Masyarakat terhadap Pengembangan Agrowisata di Kawasan Wisata Agro Gunung Mas.....	123
5.5.	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Masyarakat	125
5.6.	Indikator Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga di Wilayah Tugu Selatan.....	122
5.6.1.	Tingkat Pendapatan Rumah Tangga	127
5.6.2.	Tingkat Pengeluaran Rumah Tangga	129

5.6.3. Tingkat Pendidikan	131
5.6.4. Fasilitas Perumahan	132
5.6.5. Kondisi Tempat Tinggal	135
5.6.6. Tingkat Kesehatan	137
5.7. Analisis SWOT	138
5.7.1. Analisis Internal	140
5.7.2. Analisis Eksternal	142
5.7.3. Hasil Evaluasi Faktor Internal	143
5.7.4. Hasil Evaluasi Faktor Eksternal	145
5.7.5. Strategi S-O	149
5.7.6. Strategi W-O	149
5.7.7. Strategi S-T	150
5.7.8. Strategi W-T	151
5.8. Implikasi Manajerial	153
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	156
6.1. Kesimpulan	156
6.2. Saran	157
DAFTAR PUSTAKA	158
LAMPIRAN	154



DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Jumlah Kedatangan Wisatawan ke Kawasan Asia Tenggara	1
2. Kawasan Wisata Agro di Jawa Barat Tahun 2005	4
3. Data Kunjungan Wisatawan Domestik tahun 2004-2009	6
4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	49
5. Skala Rentang Kriteria Penilaian	52
6. Indikator Kesejahteraan Masyarakat	54
7. Strategi yang dihasilkan dari perpaduan antara faktor internal Dan eksternal	55
8. Jumlah penduduk Kelurahan Tugu Selatan Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Tahun 2009 (jiwa)	57
9. Penduduk Berumur 18 tahun ke Atas Menurut Kegiatan Utama Kelurahan Tugu Selatan, 2009	58
10. Jumlah penduduk menurut pendidikan tahun 2009 (jiwa)	60
11. Nilai rata-rata Peubah Karakteristik antara Masyarakat yang Aktif Memanfaatkan dengan Masyarakat yang Tidak Aktif Memanfaatkan Potensi Wisata	92
12. Distribusi Kelompok Umur Responden	94
13. Distribusi Kelompok Pendidikan Responden	94
14. Jumlah Anggota Keluarga Responden Yang Aktif Memanfaatkan – Tidak Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata	96
15. Distribusi Pendapatan Kelompok Responden	97
16. Persepsi Masyarakat yang memanfaatkan pariwisata terhadap Dampak Positif Ekonomi Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas	100
17. Persepsi Masyarakat yang tidak memanfaatkan pariwisata Dampak Positif Ekonomi Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas	100

18. Persepsi Masyarakat yang memanfaatkan pariwisata Terhadap Dampak Negatif Ekonomi Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas	105
19. Persepsi Masyarakat yang tidak memanfaatkan pariwisata terhadap Dampak Negatif Ekonomi Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas	105
20. Persepsi Masyarakat Menilai dampak ekonomi secara keseluruhan yang diterima lebih banyak positif daripada negatif	108
21. Persepsi Masyarakat yang memanfaatkan pariwisata terhadap Dampak Positif Sosial Budaya Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas	109
22. Persepsi Masyarakat yang tidak memanfaatkan pariwisata terhadap Dampak Positif Sosial Budaya Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas	109
23. Persepsi Masyarakat yang memanfaatkan pariwisata terhadap Dampak Negatif Sosial Budaya Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas	113
24. Persepsi Masyarakat yang tidak memanfaatkan pariwisata terhadap Dampak Negatif Sosial Budaya Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung M.....	113
25. Persepsi Masyarakat Menilai dampak sosial secara keseluruhan positif	117
26. Persepsi Masyarakat yang memanfaatkan pariwisata terhadap Dampak Lingkungan Kawasan Agrowisata Gunung Mas	117
27. Persepsi Masyarakat yang tidak memanfaatkan pariwisata terhadap Dampak Lingkungan Kawasan Agrowisata Gunung Mas	118
28. Persepsi Masyarakat Menilai dampak lingkungan secara keseluruhan positif	120



29. Alasan Masyarakat Tidak Berpartisipasi dalam Kegiatan Wisata Agro di Gunung Mas	122
30. Keinginan Masyarakat Rumah Tangga yang Memanfaatkan Potensi Pariwisata dan yang Tidak Memanfaatkan Potensi Pariwisata terhadap pengembangan Kawasan Agrowisata Agro	123
31. Hasil Analisis Data Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Pendapatan Masyarakat di Sekitar Kawasan Wisata	125
32. Distribusi Tingkat Pendapatan Perkapita Perbulan Rumah Tangga yang Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata dengan Rumah Tangga yang Tidak Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata	128
33. Distribusi Tingkat Pengeluaran Perkapita Perbulan Rumah Tangga yang Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata dengan Rumah Tangga yang Tidak Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata	130
34. Distribusi Tingkat Pendidikan Rumah Tangga yang Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata dengan Rumah Tangga yang Tidak Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata	131
35. Distribusi Fasilitas Perumahan Rumah Tangga yang Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata dengan Rumah Tangga yang Tidak Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata	134
36. Distribusi Kondisi Perumahan Rumah Tangga yang Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata dengan Rumah Tangga yang Tidak Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata	136
37. Distribusi Tingkat Kesehatan Rumah Tangga yang Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata dengan Rumah Tangga yang Tidak Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata	138
38. Evaluasi Faktor Internal (IFE) Unit Bisnis Agrowisata Gunung Mas PTPN VIII	144
37. Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) Unit Bisnis Agrowisata Gunung Mas PTPN VIII	146



DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
1.	Adaptasi Rantai Nilai Global	26
2.	Kerangka Pemikiran Konseptual Penelitian	42
3.	Peta Lokasi Kawasan Agrowisata Gunung Mas	71
4.	Rantai Nilai Agrowisata Gunung Mas	69
5.	Partisipasi Masyarakat dalam Pemanfaatan Wisata Agro Gunung Mas	121



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Kuesioner Masyarakat	164
2. Data Pengeluaran Responden	170
3. Data Pendapatan Responden	176
4. Data Tingkat Pendidikan, Kesehatan, Kondisi Perumahan, dan Fasilitas Perumahan Masyarakat Desa Tugu Selatan	180
5. Data Persepsi Masyarakat terhadap Dampak Ekonomi, Sosial Dan Budaya dari Pengembangan Kawasan Wisata	183
6. Indikator Penentu Tingkat Pendapatan/kapita dan pengeluaran/ kapita berdasarkan Kriteria Tata Guna Tanah dan Sajogyo	188
7. Hasil Regresi, Uji T dan Khi Kuadrat.....	189
8. Kuesioner Penelitian SWOT	194



I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam perkembangan industri pariwisata dunia, wisata yang berbasis alam atau wisata alam (*natural tourism*) mengalami kemajuan yang pesat. Menurut *World Tourism Organization* (2009), selama enam dekade terakhir pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang mengalami pertumbuhan tercepat dan terbesar di dunia. Persentase kedatangan wisatawan di negara-negara berkembang telah meningkat pesat dari 31% pada tahun 1990 menjadi 45% pada tahun 2008. Total ekspor wisatawan pada tahun 2008, termasuk di dalamnya transportasi penumpang, mencapai US\$ 1,1 triliun, atau sekitar US\$ 3 miliar per hari. Di kawasan Asia, industri wisata alam merupakan pendapatan terbesar kedua setelah minyak, yaitu sebesar US\$ 3,12 miliar. Asia Tenggara merupakan salah satu kawasan yang disukai oleh wisatawan. Hal ini terlihat dari jumlah kunjungan wisatawan yang terus meningkat, seperti yang diperlihatkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Kedatangan Wisatawan ke Kawasan Asia Tenggara

No.	Tahun	Jumlah Wisatawan (dalam juta jiwa)
1.	1990	21,2
2.	1995	28,4
3.	2000	36,1
4.	2005	48,5
5.	2006	53,1
6.	2007	59,7
7.	2008	61,7

Sumber: WTO (2009)

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan Indonesia dan menyumbangkan devisa komoditas non migas yang signifikan. Menurut data BPS tahun 2008 wisatawan mancanegara yang mengunjungi Indonesia tahun 2007

mencapai 5,51 juta, meningkat sebanyak 13,02 persen dibandingkan tahun 2006 yang hanya mencapai 4,87 juta wisatawan manca negara. Total pengeluaran wisatawan mancanegara di Indonesia untuk tahun 2007 mencapai US\$ 5,3 miliar atau naik 20,45 persen dibandingkan pemasukan devisa tahun 2006 sebesar US\$ 4,4 miliar (Detikfinance, 2008). Satria (2008) menyebutkan bahwa daya tarik terbesar dalam persaingan wisata Indonesia dengan negara lain adalah kategori budaya, sumberdaya alam dan sumberdaya manusia. Daya tarik utama wisatawan mancanegara ke Indonesia adalah keindahan alam dan kekayaan seni budayanya, membuat potensi tersebut mulai banyak berkembang di tanah air.

Indonesia yang merupakan negara agraris, memiliki wilayah yang luas untuk usaha pertanian. Komoditas pertanian yang mencakup tanaman pangan, perkebunan, kehutanan, hortikultura, perikanan dan peternakan dengan keragaman serta keunikannya yang bernilai tinggi dan diperkuat oleh kekayaan kultural yang sangat beragam merupakan daya tarik kuat agrowisata. Keseluruhan sumberdaya tersebut sangat berpeluang besar menjadi andalan dalam perekonomian Indonesia (Departemen Pertanian, 2009).

Agrowisata merupakan kegiatan yang berupaya mengembangkan sumberdaya alam suatu daerah yang memiliki potensi di bidang pertanian untuk dijadikan kawasan wisata. Sentra penghasil sayuran, daerah perkebunan, serta wilayah pedesaan merupakan potensi besar menjadi obyek agrowisata. Potensi tersebut harus dikaji dari segi lingkungan alam, letak geografis, jenis produk, atau komoditas pertanian yang dihasilkan, serta sarana dan prasarannya. Agrowisata pada dasarnya memberikan pengertian bahwa ada keinginan untuk mengaitkan antara sektor pertanian dan sektor pariwisata. Harapannya adalah agar sektor

pertanian dapat semakin berkembang dan petani mendapatkan peningkatan pendapatan dari kegiatan pariwisata yang memanfaatkan sektor pertanian tersebut. Kegiatan agrowisata dapat disebutkan sebagai kegiatan yang memihak pada rakyat miskin (Goodwin *dalam* Febianty, 2010).

Menurut Gumbira-Sa'id (2008) masalah yang muncul dalam perbaikan dan pengembangan agribisnis dan agroindustri serta agrowisata di Indonesia saat ini cukup kompleks, mengingat meskipun ketiganya berpengaruh nyata pada hampir semua kebutuhan mendasar masyarakat, tetapi komitmen bersama untuk memberdayakan masih belum sepadan. Dalam arti masih lemah dan belum menjadi komitmen politis yang kuat. Di lain pihak, tidak dapat dipungkiri lagi bahwa Indonesia memperoleh banyak keuntungan dari kinerja agribisnis – agroindustri – agrowisata. Dalam beberapa tahun terakhir, kegiatan *on-farm* rata-rata mampu memberikan kontribusi sebesar 16,3% dari total Produk Domestik Bruto atau meningkat sebesar 0,9% per tahun. Pada saat yang sama, sektor industri yang memberikan kontribusi terbesar juga berasal dari hasil-hasil pertanian, baik dari subsektor tanaman pangan dan hortikultura, perikanan, peternakan, perkebunan, maupun kehutanan, serta agrowisata.

Pengembangan agrowisata sesuai dengan kapabilitas, tipologi, dan fungsi ekologis lahan akan berpengaruh langsung terhadap kelestarian sumber daya lahan, pendapatan petani serta masyarakat sekitarnya. Kegiatan tersebut secara tidak langsung akan meningkatkan persepsi positif petani serta masyarakat sekitarnya akan arti penting pelestarian sumber daya lahan pertanian. Pengembangan agrowisata pada gilirannya akan menciptakan lapangan pekerjaan, karena usaha ini dapat menyerap tenaga kerja dari masyarakat pedesaan, sehingga

dapat menahan atau mengurangi arus urbanisasi yang semakin meningkat saat ini. Pemain kunci dalam agrowisata adalah petani, pengunjung, dan pemerintah atau institusi. Peran mereka bersama dengan interaksi mereka adalah penting untuk menuju keberhasilan dalam perkembangan agrowisata.

Propinsi Jawa barat khususnya Kabupaten Bogor memiliki tempat wisata yang beragam. Pengembangan pariwisata di Jawa Barat terbagi dalam berbagai sektor seperti pertanian, suaka alam, dan pertamanan. Setiap sektor wisata tersebut memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri. Obyek-obyek wisata tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Kawasan Wisata Agro di Jawa Barat Tahun 2005

No.	Obyek Wisata Agro	Lokasi
1.	Taman Wisata Mekarsari	Cileungsi
2.	Kebun Wisata Pasir Mukti	Citeureup
3.	Kebun Raya Bogor	Bogor
4.	Taman Bunga Nusantara	Cipanas
5.	Balai Penelitian Tanaman Hias Cipanas	Cipanas
6.	Batulawang-Afdeling Cisaga	Ciamis
7.	Kebun Percobaan Pasir Sarongge	Cianjur
8.	Peternakan Ayam Pelung	Cianjur
9.	<i>Horticulture Research Institute</i> Lembang	Lembang
10.	Kebun Anggrek dan Tanaman Hias	Lembang
11.	Balai Inseminasi Buatan Lembang	Lembang
12.	Perkebunan Gunung Mas PTP XII (PTPN VIII)	Cisarua
13.	Perkebunan Gambung	Bandung
14.	Perkebunan Rancabali PTP XII (PTPN VIII)	Bandung
15.	Perkebunan Kelapa Sawit	Garut
16.	Seni Ketangkasan Domba	Garut
17.	Perkebunan Ciater (PTP XII)	Subang
18.	Perkebunan Teh Tambaksari	Subang
19.	BBT Hortikultura	Sumedang

Sumber: www.database.deptan.go.id (2005)

Dalam pengembangan wisata selama ini, wilayah di Kabupaten Bogor yang sudah cukup dikenal adalah obyek dan daya tarik wisata di daerah Puncak. Salah satu daya tarik wisata di daerah Puncak adalah Agrowisata Gunung Mas.

Agrowisata Gunung Mas ini adalah suatu Unit Bisnis dari PTP Nusantara VIII. Selain sebagai kebun budidaya dengan tujuan penambahan sumber penerimaan perusahaan, hamparan kebun teh yang luas disertai kesejukan hawa pegunungan merupakan salah satu daya tarik Kawasan Agrowisata Gunung Mas.

Dalam pengembangannya Agrowisata Gunung Mas memiliki peran dalam meningkatkan ekonomi daerah terutama peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal sebagai bagian dari prinsip agrowisata dengan meminimalkan dampak kerusakan terhadap lingkungan.

1.2. Perumusan Masalah

PTPN VIII merupakan perusahaan badan umum milik negara (BUMN) yang berkantor pusat di Bandung dan bergerak dalam bidang perkebunan dengan budidaya yang dikembangkan adalah teh, karet, kina, kakao, cengkeh, dan kelapa sebagai komoditas utama. PTPN VIII memiliki unit bisnis agrowisata yang berada di Rancabali, Malabar, Sukawana, Pasir Badak dan Gunung Mas. PTPN VIII yang merupakan salah satu aktor kunci dalam rantai nilai agrowisata mempunyai peran dan menjaga keberlangsungan wisata sehingga dapat dinikmati oleh generasi mendatang.

Kawasan Agrowisata Gunung Mas mulai berkembang dikarenakan adanya peningkatan populasi penduduk serta jarak yang relatif dekat dengan ibukota sehingga mudah dijangkau (Herlita, 2008). Namun jumlah pengunjung yang mengalami peningkatan pada tahun-tahun pertama kawasan agrowisata tersebut dibuka, dimana peningkatan jumlah kunjungan wisatawan domestik mencapai 34 persen dari tahun 1996 sampai 2000, pada akhirnya terus mengalami penurunan.

Data mengenai jumlah kunjungan wisatawan dapat domestik dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Data Kunjungan Wisatawan Domestik tahun 2004 – 2009

No.	Tahun	Jumlah Pengunjung (orang)
1.	2004	322.380
2.	2005	371.134
3.	2006	332.244
4.	2007	318.448
5.	2008	267.139
6.	2009	272.550

Sumber: Unit Bisnis Agrowista Gunung Mas, 2010

Hertati (2008) menyatakan bahwa kecenderungan penurunan kunjungan di Kawasan Agrowisata Gunung Mas disebabkan beralihnya pengunjung ke obyek wisata lain karena kurangnya fasilitas wisata yang ditawarkan oleh Kawasan Agrowisata Gunung Mas serta semakin maraknya alternatif obyek wisata lain di daerah Cisarua. Menurut Hertati (2008), penurunan jumlah pengunjung tidak berkaitan dengan tingkat kepuasan pengunjung, tetapi dikarenakan ada faktor lain. Hal ini juga diakui oleh pihak Manajemen Unit Bisnis Agrowisata Gunung Mas bahwa penurunan jumlah pengunjung selama beberapa tahun terakhir dikarenakan kurang maksimalnya penyediaan fasilitas wisata dikarenakan minimnya inovasi yang dilakukan oleh Unit Bisnis Kawasan Agrowisata Gunung Mas berkaitan dengan jasa wisata yang ditawarkan. Menurunnya pengunjung yang terus menerus merupakan salah satu ancaman terhadap keberlangsungan dari agrowisata itu sendiri.

Namun permasalahan yang ada saat ini adalah walaupun keterlibatan masyarakat setempat sudah ada, namun pengembangan agrowisata yang melibatkan masyarakat belum optimal dalam implementasinya, masyarakat masih

sebagai obyek dalam kegiatan wisata dan pelibatan dalam pengembangan wisata masih kurang. Padahal masyarakat di daerah sekitar kawasan wisata adalah pihak yang dipegaruhi secara langsung oleh adanya pengembangan pariwisata (Haywood dalam Curto, 2006). Untuk itu penelitian mengenai persepsi masyarakat terhadap pariwisata sangat penting untuk menampilkan perspektif masyarakat mengenai permasalahan-permasalahan yang secara langsung mempengaruhi masyarakat di sekitar kawasan agrowisata.

Berdasarkan potensi agrowisata dan permasalahan yang dihadapi perlu dilakukan pengembangan agrowisata yang berkelanjutan ke depannya. Sehingga perlu diketahui baik potensi objek dan daya tarik wisata serta kesadaran akan keberadaan masyarakat sekitar obyek wisata sebagai salah satu *stakeholder*. Dalam meningkatkan daya saing daerah operasional Kawasan Agrowisata Gunung Mas yang berkelanjutan dapat dilakukan identifikasi dan penataan *value chain* dari bisnis agrowisata. Pendekatan rantai nilai pariwisata yang berpihak kepada rakyat kecil merupakan cara berpikir yang mencoba menggeser pola pikir dari hanya suatu proyek yang mengekang pasar menjadi pola pikir yang memberikan dampak yang berarti pada pasar. Rantai nilai yang dimaksudkan adalah berbagai kegiatan yang dibutuhkan untuk membawa wisatawan ke tempat tujuan wisata dengan menyediakan semua layanan jasa yang dibutuhkan (akomodasi, catering, dan biro perjalanan), dimana layanan jasa sepanjang rantai nilai merupakan sarana masyarakat untuk berpartisipasi dalam pariwisata. Pendekatan rantai nilai tersebut memungkinkan masyarakat kecil untuk ikut berpartisipasi di berbagai titik kunci rantai nilai sehingga menambah penghasilan masyarakat itu sendiri. *Value chain* memandang perusahaan sebagai salah satu

bagian dari rantai nilai produk (www.odi.org.uk). Melalui kerjasama horizontal maupun vertikal dengan UKM atau organisasi masyarakat setempat, Agrowisata Gunung Mas dapat ikut melibatkan masyarakat dalam pengembangan bisnis yang berkelanjutan.

Berdasarkan hal tersebut, maka perumusan masalah yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran rantai nilai pada Kawasan Agrowisata Gunung Mas?
2. Bagaimana persepsi masyarakat mengenai dampak Kawasan Agrowisata Gunung Mas terhadap kondisi sosial, ekonomi, serta lingkungan bagi masyarakat lokal?
3. Bagaimana dampak pengembangan Kawasan agrowisata Gunung Mas sebagai kawasan wisata terhadap tingkat pendapatan dan kesejahteraan masyarakat?
4. Bagaimana strategi pengembangan yang berkelanjutan yang dapat dilakukan oleh Kawasan Agrowisata Gunung Mas?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kondisi Kawasan Agrowisata Gunung Mas dalam rantai nilai sehingga diketahui permasalahan dalam pengembangan agrowisata yang berkelanjutan.
2. Mengkaji dampak pengembangan pariwisata di sekitar Kawasan Agrowisata Gunung Mas terhadap kondisi sosial, ekonomi, dan lingkungan masyarakat lokal.

3. Mengkaji sejauh mana dampak pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas sebagai kawasan wisata terhadap tingkat pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.
4. Merumuskan formulasi strategi pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas yang mengembangkan potensi masyarakat dan berkelanjutan.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bagi perusahaan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan daya saingnya yang berbasis masyarakat, sehingga selain mendapatkan peningkatan keuntungan juga dapat menghasilkan bisnis agrowisata yang berkelanjutan. Bagi peneliti, hasil penelitian diharapkan mampu memperkuat disiplin ilmu yang selama ini telah dipelajari diaplikasikan ke dalam dunia bisnis nyata.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup studi pada penelitian ini dibatasi pada ruang lingkup materi, waktu, dan lokasi, yaitu sebagai berikut:

1. Rantai nilai Kawasan Agrowisata Gunung Mas yang dimaksud adalah keseluruhan aktor yang terlibat dalam pariwisata di Desa Tugu Selatan yang diakibatkan adanya pengembangan kawasan wisata di daerah tersebut.
2. Dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan adalah dampak yang timbul dari hasil kegiatan pengembangan pariwisata di Desa Tugu Selatan, dalam hal ini pengembangan kawasan agrowisata Gunung Mas, terhadap kehidupan masyarakat di daerah tersebut.

3. Persepsi masyarakat adalah persepsi masyarakat yang terlibat dalam kegiatan pariwisata di sepanjang rantai nilai Agrowisata Gunung Mas dan yang tidak terlibat sama sekali dalam kegiatan pariwisata di sepanjang rantai nilai Agrowisata Gunung Mas.
4. Responden adalah responden rumah tangga yang merupakan penduduk Desa Tugu Selatan.
5. Lokasi penelitian adalah lokasi penyelenggaraan kegiatan wisata Agrowisata Gunung Mas, yaitu Desa Tugu Selatan.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teoritis

2.1.1. Pariwisata

Freuler dalam Pendit (2002) mengemukakan bahwa pariwisata merupakan fenomena zaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuh terhadap keindahan alam, kesenangan dan kenikmatan alam semesta, dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas dalam masyarakat sebagai hasil perkembangan perniagaan, industri dan perdagangan serta penyempurnaan alatan-alat pengangkutan.

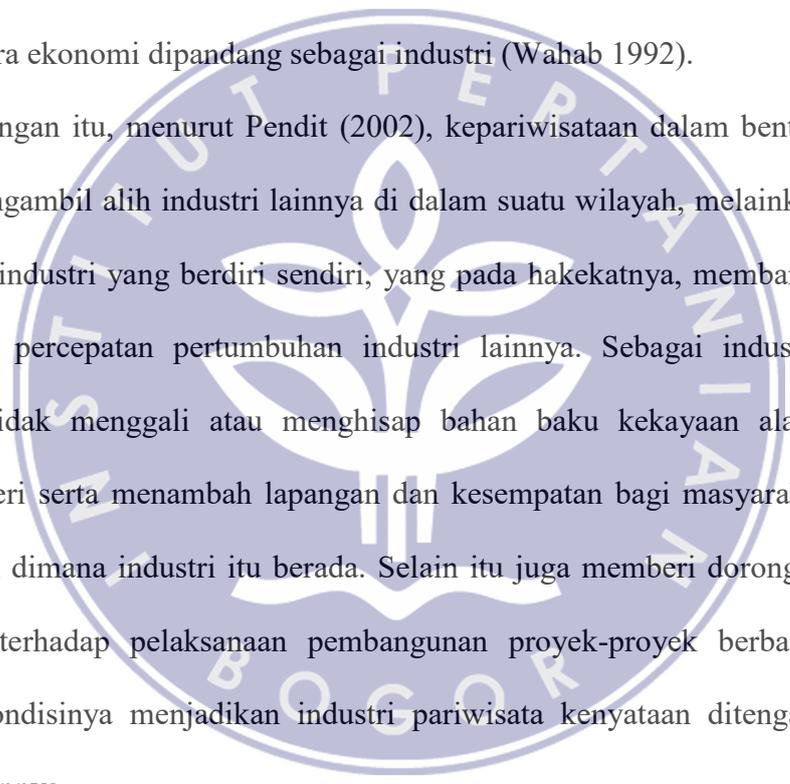
Pariwisata sebagai suatu kegiatan melibatkan banyak orang, dengan masing-masing melakukan pekerjaan atau kegiatan tertentu. Semua kegiatan tersebut mempunyai keterkaitan satu dengan yang lain dan merupakan suatu sistem sosial yang terkait. Pariwisata telah menjadi sarana yang paling penting saat ini dalam menjalin hubungan dengan dunia internasional. Kegiatan pariwisata memungkinkan adanya kontak antara orang-orang dari berbagai bahasa, ras, kepercayaan, paham politik dan tingkat perekonomian. Pariwisata mempertemukan mereka dan memberi kemungkinan baginya untuk berdialog. Ini menimbulkan hubungan antar pribadi, membawa kontak pribadi dimana orang dapat memahami sikap dan kepercayaan yang tidak dapat dipahami karena saling berjauhan. Dengan cara demikian pariwisata membantu menjembatani jarak dan menghilangkan perbedaan-perbedaan. Karena pusat perhatiannya ialah manusia dan bukan ekonomi, pariwisata dapat menjadi salah satu sarana yang paling

penting khususnya di negara berkembang, saling mempertemukan bangsa-bangsa dan untuk memelihara hubungan internasional yang baik, (Hunziker dalam Soekadijo, 2000).

Sebagai suatu industri gaya baru, pariwisata mampu mempercepat pertumbuhan sektor ekonomi, penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasikan sektor-sektor produktif lainnya seperti penginapan, perjalanan, makanan dan minuman, cinderamata, dan jasa lainnya yang secara ekonomi dipandang sebagai industri (Wahab 1992).

Sejalan dengan itu, menurut Pendit (2002), kepariwisataan dalam bentuk industri tidak mengambil alih industri lainnya di dalam suatu wilayah, melainkan merupakan suatu industri yang berdiri sendiri, yang pada hakekatnya, membantu serta melengkapi percepatan pertumbuhan industri lainnya. Sebagai industri, kepariwisataan tidak menggali atau menghisap bahan baku kekayaan alam, melainkan memberi serta menambah lapangan dan kesempatan bagi masyarakat dalam lingkungan dimana industri itu berada. Selain itu juga memberi dorongan dan sumbangan terhadap pelaksanaan pembangunan proyek-proyek berbagai sektor dimana kondisinya menjadikan industri pariwisata kenyataan ditengah-tengah industri lainnya.

Berbagai konsep dan definisi mengenai pariwisata dikemukakan oleh para ahli. Menurut Yoeti (1996) Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan untuk berusaha (business) atau mencari nafkah di tempat lain yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan guna rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.



© Hak Cipta Milik IPB
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.
Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

Wisata menurut Gunn (1994) adalah suatu pergerakan temporal manusia menuju suatu tempat selain dari tempat biasa mereka tinggal dan bekerja, selama mereka tinggal di tujuan tersebut, mereka melakukan kegiatan dan diciptakan fasilitas untuk mengakomodasi kebutuhan mereka. Menurut Yoeti (1983) wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain dengan suatu maksud dan dilakukan dalam jangka waktu tertentu.

Suatu kawasan dikembangkan untuk tujuan wisata menurut Gunn (1994) karena terdapat atraksi yang merupakan komponen penawaran. Atraksi merupakan alasan terkuat untuk perjalanan wisata, bentuknya dapat berupa ekosistem, tanaman langka, *landmark*, atau satwa. Kawasan wisata tergantung pada sumberdaya alam dan budaya, dimana distribusi dan mutu dari sumberdaya ini dengan kuat mendorong pengembangan wisata.

Wahab (1992) menyatakan bahwa pariwisata merupakan anatomi dari gejala-gejala yang terjadi dari tiga unsur berikut: (i) manusia (*man*) yaitu orang yang melakukan perjalanan wisata; (ii) ruang (*space*) yaitu daerah atau ruang lingkup tempat melakukan perjalanan wisata; (iii) waktu (*time*) yaitu waktu yang digunakan selama perjalanan dan tinggal di daerah tujuan wisata. Pariwisata pada hakekatnya merupakan adanya keinginan manusia untuk semata-mata melakukan perjalanan yang didasarkan pada keinginan yang bermacam-macam, sehingga untuk memenuhi keinginan tersebut mereka melakukan perjalanan tersebut.

Selama ini pembangunan sektor pariwisata lebih banyak dilakukan oleh pemerintah sebagai penyelenggara pembangunan tanpa melibatkan masyarakat sehingga tidak tercipta kemandirian. Keberhasilan pembangunan pariwisata yang dilaksanakan sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya bukan semata

ditentukan oleh pemerintah saja, tetapi harus didukung sepenuhnya oleh masyarakat melalui pemberdayaannya. Dengan demikian diperlukan perubahan mendasar dari pelaku pariwisata, baik swasta, masyarakat dan pemerintah itu sendiri.

Perkembangan dan pertumbuhan pariwisata menurut Yoeti (1996) telah banyak mencapai kemajuan pesat yang cukup menggembirakan. Dalam pengembangan dan pertumbuhan pariwisata ada dua faktor yang sangat diperhatikan sebagai berikut:

1. Faktor pendukung kepariwisataan yang dimiliki berupa potensi kekayaan alam, budaya, kondisi sosial-politik suatu wilayah, fasilitas yang ada, sikap masyarakat setempat, SDM, kebijakan pemerintah yang mendukung, sumber informasi dan promosi, kemudahan yang diberikan, serta kondisi perekonomian yang membaik secara global.
2. Faktor penghambat yaitu hal-hal yang dapat menghambat pengembangan pariwisata di suatu wilayah/negara berupa situasi sosial politik yang kurang mendukung, minimnya fasilitas yang tersedia seperti transportasi yang menuju lokasi wisata, tempat tinggal, komunikasi, sikap dan pola pikir masyarakat yang kurang mendukung dan memandang pariwisata dari aspek negatif, penularan penyakit berbahaya hingga pada buruknya pelayanan di obyek wisata.

2.1.2. Pengembangan Pariwisata

Pertumbuhan pariwisata telah mampu memberikan keuntungan sosial, ekonomi dan lingkungan pada berbagai wilayah. Kecenderungan wisatawan untuk menikmati wisata di wilayah wisata agro telah mendorong pertumbuhan di

wilayah tersebut, mengakibatkan semakin banyaknya masyarakat terlibat dalam kegiatan pariwisata seperti peningkatan fasilitas dan aksesibilitas. Untuk mewujudkan manfaat yang telah dikonsepsikan dalam kebijakan pembangunan kepariwisataan, perlu diikuti dengan kebijakan lainnya yang baik secara langsung maupun tidak langsung memberikan dampak terhadap pengembangan pariwisata (Suwantoro 1997).

Pengembangan pariwisata sesuai dengan Intruksi Presiden nomor 9 tahun 1969 pasal 2 bertujuan sebagai berikut:

1. Meningkatkan pendapatan devisa khususnya dan pendapatan negara serta masyarakat pada umumnya, perluasan kesempatan serta lapangan kerja dan mendorong kegiatan-kegiatan industri-industri penunjang dan industri-industri lainnya.
2. Memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia.
3. Meningkatkan persaudaraan/persahabatan nasional dan internasional.

World Tourist Organization dalam Soekadijo (2000) menjelaskan bahwa pengembangan pariwisata dapat dipandang sebagai salah satu jalur yang memungkinkan terjadi kontak sosial antara para wisatawan dengan masyarakat.

Kontak sosial yang terjadi mengandung makna rangkap sebagai berikut:

1. Memberikan kesempatan kepada kedua belah pihak untuk saling mengenal kebudayaan masing-masing dalam batas-batas tertentu.
2. Memberikan kesempatan kepada kedua belah pihak untuk mengenal sikap dasar yang dimiliki mereka dalam pergaulan.

Manfaat dari pengembangan pariwisata lebih lanjut oleh Suwantoro (1997) adalah sebagai berikut:

1. Bidang ekonomi

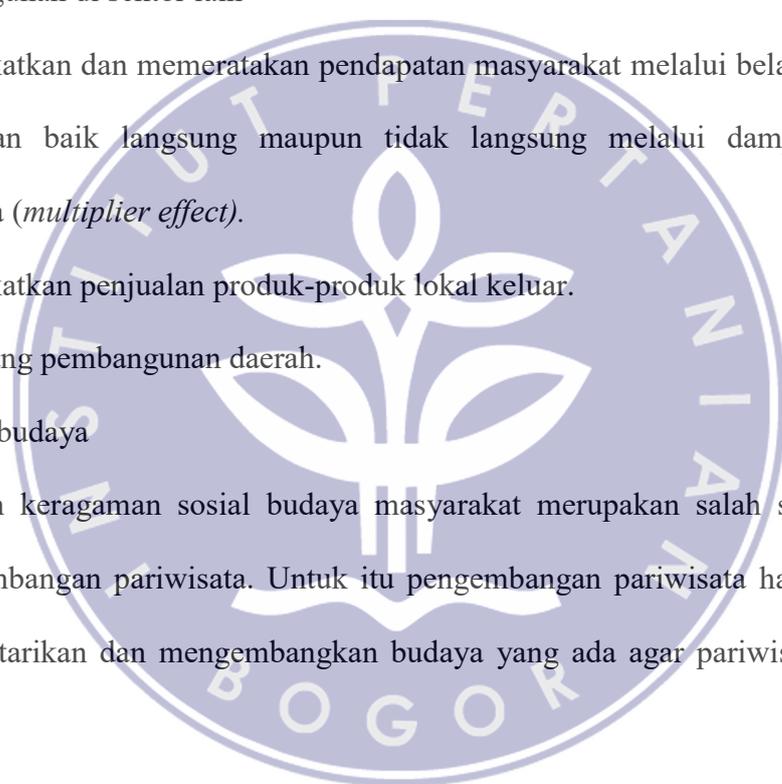
- a. Meningkatkan kesempatan kerja dan berusaha baik secara langsung maupun tidak langsung.
- b. Sebagai penghasil devisa, pariwisata dapat mendukung kelanjutan pembangunan di sektor lain
- c. Meningkatkan dan pemeratakan pendapatan masyarakat melalui belanja wisatawan baik langsung maupun tidak langsung melalui dampak berganda (*multiplier effect*).
- d. Meningkatkan penjualan produk-produk lokal keluar.
- e. Menunjang pembangunan daerah.

2. Bidang sosial budaya

Kekayaan dan keragaman sosial budaya masyarakat merupakan salah satu modal pengembangan pariwisata. Untuk itu pengembangan pariwisata harus mampu melestarikan dan mengembangkan budaya yang ada agar pariwisata lebih lengkap.

3. Bidang Lingkungan hidup

Pada dasarnya pengembangan pariwisata adalah memanfaatkan lingkungan yang menarik. Dengan demikian pengembangan wisata alam senantiasa dalam keadaan baik dan menghindari kerusakan alam. Perencanaan pariwisata yang baik, teratur dan terarah, secara tidak langsung lingkungan akan terjaga dengan baik.



Berkembangnya pariwisata akan berakibat ganda terhadap sektor lainnya seperti pertanian, peternakan, industri, perdagangan, hotel dan restoran. Industri pariwisata merupakan mata rantai kegiatan yang sangat panjang mulai dari kegiatan biro perjalanan, kerajinan rakyat, kesenian daerah, pengangkutan, perhotelan, restoran, kegiatan pemanduan, pemeliharaan dan pengembangan objek wisata (Soeharto dalam Spillane, 1991).

2.1.3. Sarana dan Prasarana Pariwisata

Berhasil tidaknya pengembangan daerah tujuan wisata sangat bergantung pada tiga faktor utama, yaitu: atraksi, aksesibilitas dan amenitas (Samsuridjal dan Kaelany, 1997). Terpenuhinya ketiga faktor ini tidak terlepas dari ketersediaan sarana dan prasarana seperti jalan raya, hotel, restoran, pusat pembelanjaan, bank, kantor pos, telekomunikasi dan tempat hiburan seperti bioskop, *night club*, dan lain-lainnya.

Sarana kepariwisataan meliputi semua bentuk perusahaan yang dapat memberikan pelayanan pada wisatawan. Menurut Yoeti (1990), terdapat tiga kelompok sarana kepariwisataan, meliputi hal-hal berikut ini:

1. Sarana pokok yang menyediakan fasilitas pokok kepariwisataan seperti hotel, tour operator, perusahaan angkutan.
2. Sarana pelengkap yang berupa dari sarana pokok agar wisatawan tinggal lebih lama (*long stay times*) seperti kolam renang, lapangan tenis, fasilitas kuda sebagai sarana *tracking*, dan sebagainya.
3. Sarana penunjang sarana pokok dan sarana pelengkap yang fungsinya agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan uang di tempat yang dikunjungi, seperti tempat ibadah, toilet, atraksi-atraksi wisata.

Prasarana kepariwisataan meliputi semua fasilitas yang memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar dan memudahkan wisatawan atau orang-orang yang terlibat di dalamnya untuk memenuhi kebutuhan. Prasarana kepariwisataan terdiri dari dua hal, yaitu:

1. Prasarana umum wisatawan menyangkut kebutuhan umum untuk kelancaran perekonomian seperti air bersih, pelabuhan udara, terminal dan telekomunikasi.
2. Prasarana umum masyarakat seperti kantor pos, bank, dan sebagainya.

2.1.4. Agrowisata

Agrowisata adalah wisata yang memanfaatkan obyek-obyek pertanian. Bahtiar dalam Pasaribu (2003) mendefinisikan agrowisata sebagai rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan sektor pertanian antara lain perkebunan, ladang pembibitan, laboratorium, dan sebagainya. Pengembangan agrowisata merupakan upaya terhadap pemanfaatan potensi atraksi wisata pertanian. Berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi (Menparpostel) dan Menteri Pertanian No.KM.47/PW.DOW/MTPT-89 dan No.204/KPTS/HK/0504/1989, agrowisata sebagai bagian dari obyek wisata diartikan sebagai suatu bentuk kegiatan yang memanfaatkan usaha agro sebagai obyek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi, dan hubungan usaha di bidang pertanian.



© SB-IPB

Ruang lingkup dan potensi agrowisata dapat dikembangkan sebagai berikut (Tirtawinata & Fachruddin, 1996):

1. Perkebunan

Kegiatan usaha perkebunan meliputi perkebunan tanaman keras dan tanaman lainnya yang dilakukan oleh perkebunan besar swasta nasional maupun asing, BUMN, dan perkebunan rakyat. Berbagai kegiatan obyek wisata perkebunan dapat berupa praproduksi (pembibitan), produksi, dan pascaproduksi (pengelolaan dan pemasaran). Daya tarik perkebunan sebagai sumber daya agrowisata sebagai berikut:

- a. Daya tarik historis dari perkebunan yang sudah diusahakan sejak lama.
- b. Lokasi beberapa wilayah perkebunan yang terletak di pegunungan yang memberikan pemandangan indah serta berhawa segar.
- c. Cara-cara tradisional dalam pola tanam, pemeliharaan, pengelolaan, dan prosesnya.
- d. Perkembangan teknik pengelolaan sumberdaya wisata.

2. Perikanan

Ruang lingkup kegiatan agrowisata perikanan dapat berupa kegiatan budi daya perikanan sampai proses pascapanen. Daya tarik perikanan sebagai sumber daya wisata diantaranya pola tradisional dalam perikanan serta kegiatan lain, misalnya memancing ikan.

3. Kebun Raya

Obyek wisata berupa kebun raya memiliki kekayaan berupa tanaman yang berasal dari berbagai spesies. Daya tarik yang dapat ditawarkan kepada

wisatawan mencakup kekayaan flora yang ada, keindahan pemandangan di dalamnya, dan kesegaran udara yang memberikan rasa nyaman.

4. Peternakan

Daya tarik peternakan sebagai sumber daya agrowisata antara lain pola beternak, cara tradisional dalam peternakan, serta budi daya hewan ternak.

5. Tanaman Pangan dan Hortikultura

Lingkup kegiatan wisata tanaman pangan yang meliputi tanaman padi dan palawija serta hortikultura yaitu bunga, sayur, dan jamu-jamuan. Berbagai proses kegiatan mulai dari pra panen, pasca panen berupa pengelolaan hasil, sampai kegiatan pemasarannya dapat dijadikan obyek agrowisata.

Tujuan pengembangan agrowisata adalah untuk membina keselarasan hubungan antara kehidupan manusia dan lingkungannya melalui upaya pemanfaatan potensi alam untuk tujuan wisata, dengan mempertimbangkan aspek kelestarian alam lingkungannya, kondisi sosial ekonomi budaya masyarakatnya dan keinginan pengunjung, serta dapat meningkatkan kegiatan ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan. Pengembangan agrowisata yang baik akan memungkinkan untuk menjadi suatu bentuk wisata baru yang menonjolkan usaha pertanian sebagai ciri yang kuat dan sekaligus dapat mendukung fungsinya sebagai tempat wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, rekreasi dan hubungan usaha di bidang agro (pasal 1 ayat 5, Surat Keputusan Bersama Menteri Pertanian dan Menteri Pariwisata,, Pos dan Telekomunikasi No. 204/Kpts/Hk.050/4/1989 dan No. KM.47/PW-004/MPPT-89).

Pelaksanaan pengembangan agrowisata perlu dilaksanakan secara lintas sektoral dan multi aktifitas, dimana atraksi agrowisata dalam kegiatan pariwisata merupakan salah satu mata rantai paket wisata. Oleh karena itu, dalam menata dan mengembangkan agrowisata tidak terlepas dari unsur produk wisata lainnya yaitu hotel, rumah makan, souvenir, transportasi, dan lainnya.

2.1.5. Pariwisata yang Berkelanjutan (*Sustainable Tourism*)

Sustainable (berkelanjutan) adalah suatu keseimbangan dan keabadian antar berbagai aspek alam, budaya, norma, kekuatan, dan teknologi yang bertujuan untuk menciptakan budaya dan tempat yang utuh untuk dipertahankan bagi generasi berikutnya (Van der Ryn 1996). Lebih lanjut *sustainable tourism* (wisata yang berkelanjutan) didefinisikan sebagai suatu industri wisata yang mempertimbangkan aspek-aspek penting dalam pengelolaan seluruh sumberdaya yang ada, guna mendukung wisata tersebut baik secara ekonomi, sosial, dan estetika yang dibutuhkan dalam memelihara kebutuhan budaya, proses penting ekologis, keragaman biologi dan dukungan dalam sistem kehidupan (Inskeep,1991).

Tujuan *sustainable tourism* (Inskeep 1991) adalah sebagai berikut:

1. Untuk pengembangan yang lebih besar dari pengetahuan dan pemahaman tentang kontribusi yang signifikan dari wisata yang dapat mengubah lingkungan dan ekonomi.
2. Untuk kemajuan sewajarnya dalam pengembangan suatu industri wisata.
3. Untuk memperbaiki kualitas kehidupan dari komunitas kawasan.
4. Untuk memberikan suatu kualitas yang tinggi dari pengalaman pengunjung.
5. Untuk memelihara kualitas lingkungan sebagai obyek yang dapat diandalkan.

Pengembangan *sustainable tourism* adalah perubahan yang positif dari sosial ekonomi yang tidak merusak sistem ekologi dan sosial dimana masyarakat serta kehidupan sosialnya berada. Suatu keberhasilan implementasi membutuhkan integrasi antara proses kebijakan, perencanaan dan sosial, kelangsungan hidup politik bergantung pada dukungan penuh masyarakat yang dipengaruhi oleh pemerintah, institusi sosial dan aktivitas pribadi mereka (Gunn,1994).

2.2. Rantai Nilai

Gereffi (2003) menyatakan bahwa *value chain* merupakan rangkaian kegiatan bisnis terkait (fungsi) dari penyediaan input tertentu untuk produk tertentu untuk produksi primer, transformasi, pemasaran, dan sampai ke konsumen akhir. Kumpulan perusahaan (operator) melakukan fungsi-fungsi ini yaitu produsen, prosesor, pedagang dan distributor dari produk tertentu. Perusahaan dihubungkan oleh serangkaian bisnis transaksi di mana produk primer diturunkan dari produsen ke konsumen akhir. Menurut urutan fungsi dan operator, rantai nilai terdiri dari serangkaian rantai *link* (atau tahap).

Hubungan antara kegiatan industri dalam suatu rantai dapat digambarkan sepanjang sebuah tambahan kontinu dari pasar, yang ditandai dengan hubungan "arm's-length", untuk rantai nilai hirarkis yang diilustrasikan melalui kepemilikan langsung proses produksi. Antara dua ekstrem terdapat tiga modus jaringan gaya pemerintahan: *modular*, *relational*, dan *captive*. Jaringan gaya pemerintahan mewakili sebuah situasi di mana perusahaan yang memimpin menggunakan kekuasaan melalui koordinasi produksi dengan pemasok (untuk berbagai derajat), langsung tanpa kepemilikan perusahaan.

Pariwisata merupakan bisnis jasa dan jasa tidak dapat disimpan. Oleh karena itu, produksi dan konsumsi dari jasa pariwisata biasanya bersifat simultan dan bertempat pada satu wilayah geografis yang spesifik- yaitu daerah tujuan wisata dari turis itu sendiri. Analisis dan pengembangan rantai nilai pariwisata menelaah secara spesifik kepada peningkatan manfaat dari wisatawan kepada masyarakat kecil. Hal ini hanya mungkin terjadi apabila daerah tujuan wisata dikelola dengan baik dengan berprinsip pada tiga dasar dari pengembangan yang berkelanjutan – ekonomi, sosial, dan lingkungan, dan menarik banyak wisatawan untuk mengunjunginya. Analisis dan pengembangan rantai nilai bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang bagaimana rantai nilai pariwisata beroperasi, dan bagaimana pendapatan dari pariwisata dapat mencapai kelompok-kelompok orang yang berbeda, khususnya masyarakat miskin. Analisis dan pengembangan rantai nilai juga menyediakan untuk mengidentifikasi dan menerapkan intervensi untuk meningkatkan partisipasi dan pendapatan bagi masyarakat miskin dalam industri pariwisata. Rantai nilai pariwisata biasanya terdiri dari empat rantai segmen dimana masyarakat kecil dapat berpartisipasi di dalamnya. Keempat segmen tersebut adalah akomodasi, bisnis makanan dan minuman, pemandu wisata dan kegiatan wisata, dan belanja (www.snvworld.org, 2009). Analisis *value chain* bertujuan untuk memetakan ekonomi pariwisata, aliran pendapatan dari pariwisata, dan penerima dari manfaat pariwisata tersebut. *Value* di setiap bidang fungsional ini kemudian dinilai untuk memperkirakan proporsi peranan aktor yang berbeda dan hambatan-hambatan lain yang timbul saat masyarakat berpartisipasi dalam rantai nilai. Kebijakan institusi sektor pariwisata, dan

kebijaksanaan yang berkaitan dengan lingkungan merupakan fitur penting dalam analisis rantai nilai (Ashley & Mitchell,2007).

Herr and Muzira (2009) menyatakan bahwa pemetaan rantai nilai berarti membuat representasi visual dalam hubungan antara bisnis dalam rantai nilai serta pelaku pasar lainnya. Lebih lanjut dikatakan bahwa pemetaan rantai nilai adalah suatu alat yang berguna untuk (1) menggambarkan dan memahami suatu proses; (2) mengidentifikasi dan mengkategorikan pelaku kunci di pasar; (3) memahami dan mendapat gambaran organisasi lainnya (4) menunjukkan *channel* pasar yang berbeda, dan (5) membantu perusahaan untuk mengarahkan investasi mereka di pasar yang berkembang. Oleh karena itu, Herr dan Muzira (2009) menyarankan pemetaan dan memahami rantai nilai sebagai berikut:

1. Pemetaan rantai nilai melalui sebuah alur yang sederhana:

Langkah 1: dimulai dengan produk akhir/ jasa dan mengidentifikasi langkah-langkah untuk mengarah ke tujuan dan menanyakan pertanyaan :
“Apa yang terjadi dengan jasa/produk ini sebelum sampai kemari? “
dengan mengulangi setiap pertanyaan di setiap input sampai dengan produk akhir.

Langkah 2: Menciptakan inventarisasi pelaku pasar untuk mengidentifikasi bisnis apa yang terlibat dalam transaksi yang terjadi di rantai nilai.

Langkah 3: Menggunakan diagram alur untuk menggambarkan kendala dan peluang yang ada.

Langkah 4: Menggunakan diagram alur untuk mengilustrasikan informasi yang relevan, jika ada informasi yang relevan dalam informasi kuantitatif, dapat ditambahkan dalam tahap ini.

2. Memetakan rantai nilai dalam *grid chart*: aliran vertical dalam sebuah diagram alur sederhana dibentangkan secara horizontal.

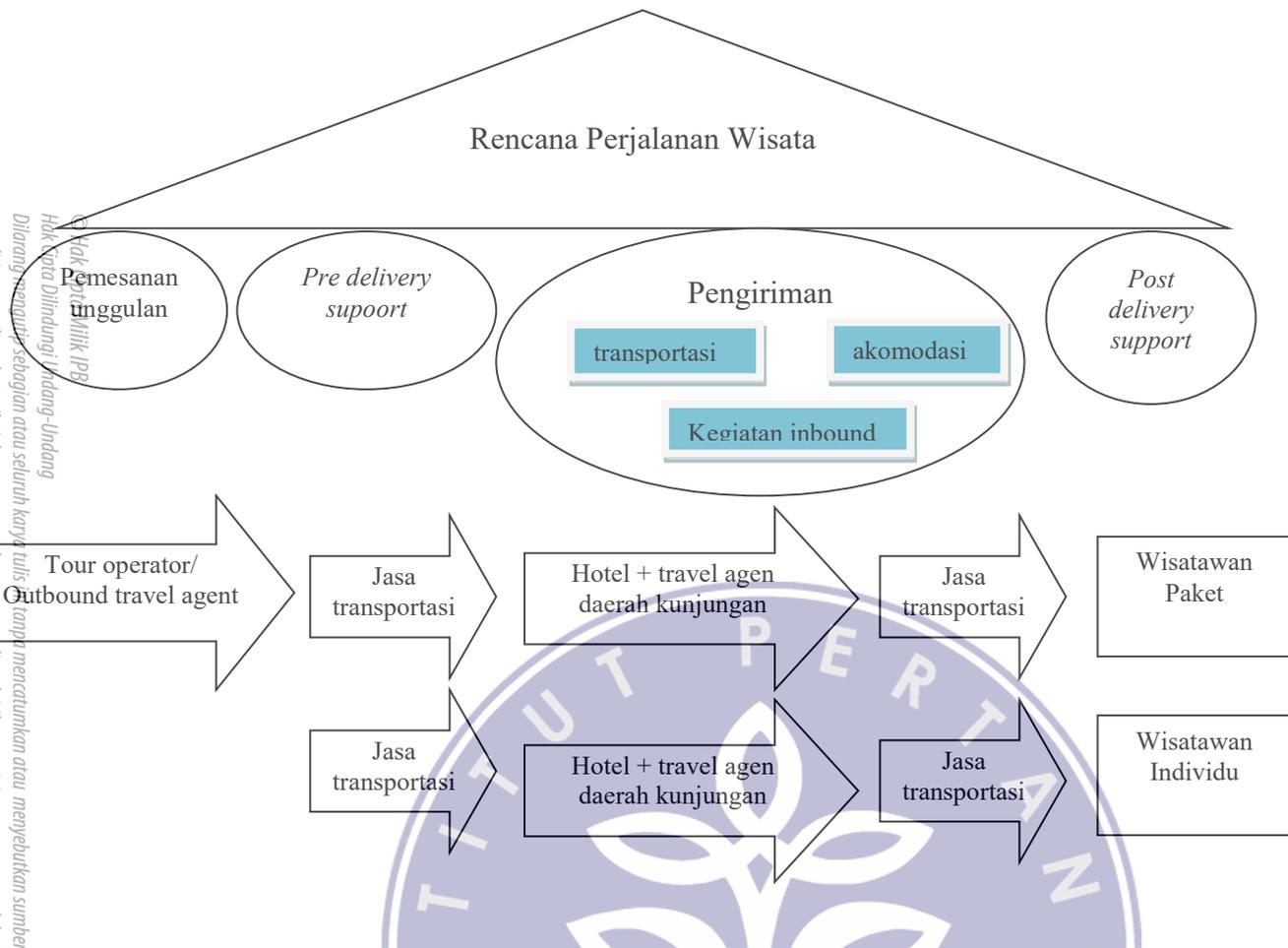
Langkah 1: Mengidentifikasi pasar yang berbeda untuk layanan

Langkah 2: Mengidentifikasi cara dimana jangkauan produk di pasar akhir.

Langkah 3: Menambahakan informasi ke *grid chart*.

Rantai nilai pariwisata dimulai dari pesanan konsumen. Konsumen dalam hal ini wisatawan memiliki berbagai alternatif pilihan produk pariwisata. Wisatawan menyusun rencana perjalanan dengan bantuan operator perjalanan wisata. Dalam hal ini, agen wisata memberikan penjelasan tentang paket wisata kepada calon wisatawan, maka disebut *package tourists*. Apabila calon wisatawan tidak menggunakan agen perjalanan disebut sebagai *individual tourists* dimana mereka bebas melakukan perjalanannya sendiri tanpa bantuan agen perjalanan. Agen wisata dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan dengan mengantarkan ke pelabuhan udara, pelabuhan lauh, stasiun kereta, dan sebagainya. Selain itu agen wisata juga meyediakan tempat penginapan selama perjalanan dan kegiatan lainnya sampai ke tujuan. Transportasi antara tempat asal wisatawan sampai ke tujuan wisata memegang peranan penting dalam rantai nilai pariwisata (Damanik dan Weber, 2006).

Hak cipta dimiliki IPB
Hak cipta dilindungi Undang-Undang
Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.
Di larang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



Gambar 1. Rantai Nilai Pariwisata (Yilmaz dan Bititci, 2006)

2.3. Dampak Agrowisata

Pariwisata (agrowisata) dianggap sebagai salah satu sektor ekonomi penting tetap apabila tidak dilakukan dengan tepat, maka pariwisata berpotensi menimbulkan masalah atau dampak negatif terhadap kehidupan sosial, ekonomi dan lingkungan (Suwantoro, 1997). Yoeti (2008) menuliskan bahwa pariwisata, dalam hal ini juga termasuk agrowisata, merupakan katalisator dalam pembangunan. Hal ini dikarenakan dampak yang diberikan agrowisata terhadap kehidupan perekonomian di negara yang dikunjungi wisatawan. Lebih lanjut Clement dalam Yoeti (2008) mengatakan bahwa bila aparat pemerintahan tidak mengerti dan tidak mendukung pengembangan pariwisata, maka keseluruhan

perekonomian menderita karena sarana perekonomian akan terbengkalai. Dampak pariwisata (agrowisata), idealnya dilihat melalui pendekatan komprehensif. Ada keterkaitan hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi antara dampak lingkungan, ekonomi dan sosial. Ketimpangan pada salah satu aspek akan membawa pengaruh terhadap aspek yang lain. Oleh karenanya tantangan pembangunan agrowisata terletak pada kemampuan untuk memfasilitasi semua kepentingan lingkungan, ekonomi dan sosial dalam proporsi yang berimbang dan saling menunjang.

Kontribusi pariwisata pada sektor ekonomi berbeda antara satu daerah dengan daerah lainnya. Faktor-faktor yang mempengaruhinya antara lain seperti potensi wisata serta strategi dan manajemen pengembangan wisata di suatu daerah. Menurut Sunarminto (1999) bahwa sekalipun relatif kecil, namun kegiatan ekowisata bahari Pulau Menjangan Taman Nasional Bali Barat telah memberikan pendapatan langsung kepada masyarakat lokal sebesar 15% dari perkiraan nilai ekonomi ekowisata tahun 1996 yaitu sebesar 0,77 miliar.

Pengembangan agrowisata juga memberikan dampak terhadap sosial budaya masyarakat. Adanya pertemuan atau kontak antara penduduk dengan wisatawan memberikan peluang terjadinya transfer budaya baik dalam bentuk sikap, perbuatan atau tingkah laku. Hilyana dalam Barika (2009) menemukan bahwa telah terjadi pergeseran norma-norma yang selama ini berlaku dalam kehidupan bermasyarakat di Desa Batu Layar, Lombok Barat terutama pada masyarakat yang berprofesi sebagai pemandu wisata pada kegiatan wisata bahari di Lombok Barat, NTB. Dengan demikian jelas bahwa pariwisata (agrowisata) dapat memberikan dampak positif maupun negatif baik ekonomi maupun sosial budaya masyarakat.

2.4. Tinjauan Kesejahteraan

Pengukuran tingkat kesejahteraan secara ekonomi adalah penting karena tujuan dan analisis ekonomi yaitu untuk menilai dampak tentang kebijakan tertentu sebagai perwujudan dari kebijaksanaan pembangunan terhadap peningkatan atau penurunan tingkat kesejahteraan masyarakat. Tingkat kesejahteraan tercermin dari makin banyak tersedianya kebutuhan fisik diikuti dengan perbaikan mutu kehidupan yang meliputi mutu lingkungan fisik, pola konsumsi, rasa aman, tersedianya alternatif jenis pekerjaan yang dapat dimasuki. Dengan demikian upaya peningkatan kesejahteraan warga masyarakat lokal akan dapat tercapai dan semakin terbukanya kesempatan bagi warga desa untuk melakukan pengembangan diri.

Kesejahteraan tidak terlepas dari konsep kemiskinan, karena dengan demikian dapat ditentukan taraf hidup. Kemiskinan dapat didefinisikan sebagai suatu situasi serba kekurangan dari penduduk dan disebabkan oleh terbatasnya modal yang dimiliki, rendahnya pengetahuan dan keterampilan, rendahnya pendapatan, lemahnya nilai tukar hasil produksi orang miskin dan terbatasnya kesempatan untuk berperan dalam pembangunan.

Klasifikasi kemiskinan menurut Karakteristik penduduk miskin menurut batasan tersebut mencakup tiga unsur di bawah ini (Asdy, 2006) :

1. Rendahnya aset dan tingkat pendidikan dan keterampilan
2. Kurangnya aset produksi dengan kekuatan sendiri dan pemilikan faktor produksi.
3. Penghasilan dan daya beli rendah.

Masyarakat sejahtera mengandung arti bahwa setiap anggota masyarakat dapat memperoleh kebahagiaan, tetapi kesejahteraan salah satu individu belum menjamin adanya kesejahteraan seluruh masyarakat. Usaha mensejahterakan berarti usaha untuk menjadikan semua anggota masyarakat dapat hidup bagian (Su'ud dalam Asdy, 2006).

Biro Pusat Statistik (1998) dalam menganalisis kesejahteraan masyarakat didasarkan kepada komponen-komponen kebutuhan hidup antara lain pendapatan, pemilikan barang tahan lama berikut fasilitasnya, tingkat kesehatan, kondisi lingkungan dan tempat tinggal, gizi, pendidikan, pangan, dan pakaian dan kebutuhan dasar manusia lainnya.

2.5. Manajemen Strategi

Manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai seni dan ilmu untuk menformulasikan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan suatu organisasi untuk mencapai sasarannya (David, 2007). Menurut Wheelen dan Hunger (2000), manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Setiap organisasi harus menggunakan konsep dan teknik manajemen strategis dalam lingkungan industri yang dijalankannya, dengan pendekatan proaktif dalam menghadapi berbagai peristiwa.

Proses manajemen strategik meliputi tiga tahapan yaitu: formulai strategik, implementasi strategik dan evaluasi strategik (David, 2007). Formulasi strategik meliputi pengembangan misi bisnis, identifikasi peluang dan ancaman,

menentukan kekuatan dan kelemahan, menetapkan sasaran jangka panjang, menyusun alternatif strategi dan memilih strategi tertentu. Menyusun implementasi strategik merupakan tahapan tindakan dalam strategik manajemen antara lain menetapkan sasaran tahunan dan kebijakan, memotivasi karyawan, serta mengalokasikan sumber daya secara efektif. Evaluasi strategik merupakan tahap akhir dalam manajemen strategik, meliputi tiga kegiatan utama yaitu: mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang didasarkan pada strategik saat ini, mengukur kinerja formulasi, implementasi dan evaluasi strategik tersebut dilakukan pada tiga tingkatan hierarki dalam suatu organisasi, yaitu pada tingkat perusahaan, divisi atau *strategik business unit* (SBU) dan fungsional.

2.6. Formulasi Strategi

David (2007) berpendapat bahwa untuk memformulasikan bisnis suatu SBU dapat dilakukan melalui tiga tahap, yaitu (1) tahap pengumpulan data (*the input stage*), tahap ini berfungsi untuk meringkas informasi dasar yang diperlukan untuk merumuskan strategi, matriks yang digunakan pada tahap ini adalah Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*EFE Matrix*), Matriks Evaluasi Faktor Internal (*IFE Matrix*), dan Matriks Profil Kompetitif (*CPM*). (2) Tahap Pencocokan, tahap ini berfungsi untuk membangkitkan strategi-strategi alternatif yang dapat dilaksanakan melalui penggabungan faktor eksternal dan internal yang utama, matriks yang digunakan dalam tahap ini adalah Matriks Faktor Internal-Eksternal (*IE Matrix*), Matriks Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman (*TOWS Matrix*).

2.7. Kajian Penelitian Terdahulu

Pasaribu (2003) melakukan penelitian mengenai Analisis IFE-EFE dan Matriks TOWS dalam Penetapan Strategi Bisnis Agrowisata pada Perkebunan Dusun Kunjani, Parung, Bogor. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dalam bentuk studi kasus. Data yang dibutuhkan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui pengamatan langsung, wawancara pengisian kuesioner dan studi kepustakaan. Analisis data yang digunakan pada penelitian tersebut adalah Matriks IFE-EFE dan analisis SWOT. Relevansi dengan penelitian ini adalah penelitian tersebut menggunakan analisis yang sama yaitu Matriks IFE-EFE dan analisis SWOT.

Berdasarkan analisis lingkungan eksternal menunjukkan bahwa pengembangan agrowisata di luar sektor itu sendiri seperti tingkat kestabilan keamanan dan politik. Kebijakan pemerintah sangat berperan dalam menumbuhkembangkan industri pariwisata pada umumnya dan agrowisata pada khususnya. Hasil analisis lingkungan makro menunjukkan bahwa tingkat persaingan industri berada pada posisi cukup tinggi, hal ini berkaitan dengan intensitas faktor yang mempengaruhi tingkat persaingan industri rata-rata berada pada posisi tinggi. Di sisi lain, dengan kecilnya rintangan dalam memasuki industri agrowisata, menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat, di mana pemain-pemain baru dapat dengan mudah masuk dalam industri ini.

Hasil analisis lingkungan internal menunjukkan bahwa Perkebunan Dusun Kunjani memiliki tingkat kompetensi sedang untuk menjalankan usahanya. Produk yang unik serta fasilitas yang lengkap merupakan kekuatan utama yang dimiliki perusahaan. Di sisi lain kendala utama yang menjadi penghambata

kemajuan perusahaan adalah kurangnya kegiatan promosi dan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Aktivitas jangka panjang yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah kegiatan yang difokuskan pada kegiatan budidaya, dan menghasilkan produk agribisnis berkualitas yang memiliki nilai tinggi.

Jackson (2007) meneliti mengenai *Resident's Perception of The Impact of Special Event Tourism*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi persepsi tujuan wisata even-even khusus. Secara spesifik penelitian ini menguji persepsi masyarakat mengenai dampak tujuan wisata even-even khusus terhadap sosial, ekonomi, maupun lingkungan sekitar. Penelitian ini juga menguji dimensi dari kehidupan komunitas setempat yang dipengaruhi atau dibatasi oleh wisata even-even khusus. Data pada penelitian tersebut didapat melalui survei telephone. Survei tersebut menyangkut persepsi masyarakat mengenai dampak sosial, ekonomi, maupun lingkungan dari wisata even-even khusus. Penelitian ini bersifat *exploratory* dan merupakan penelitian deskriptif.

Hasil penelitian yang didapat adalah masyarakat menyukai adanya wisata even-even khusus asalkan berkontribusi terhadap sosial dan perekonomian masyarakat setempat. Masyarakat juga tidak menentang adanya dampak negatif dari wisata jenis tersebut terhadap kehidupan masyarakat sekitar. Masyarakat cenderung berusaha membatasi diri dari pengaruh negatif dari wisata tersebut, dan bukannya menentangnya, selama manfaat yang diterima masyarakat dari wisata ini masih melampaui dari dampak negatif yang diperolehnya.

Ristiyanti (2008) meneliti mengenai Strategi Pengembangan Wisata Alam Berbasis Masyarakat, Studi Kasus di Zona Pemanfaatan Taman Nasional Gunung Merapi Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian tersebut bertujuan untuk

menyusun strategi pengembangan wisata alam berbasis masyarakat di zona pemanfaatan Taman Nasional Gunung Merapi Daerah Istimewa Yogyakarta (TNGM DIY) dengan tujuan khusus meliputi identifikasi kegiatan wisata alam di zona pemanfaatan TNGM DIY, identifikasi karakteristik sekitar kawasan, persepsi masyarakat mengenai wisata alam yang lestari/ berkelanjutan, partisipasi masyarakat dalam kegiatan wisata alam di TNGM DIY dan keinginan masyarakat terhadap pengembangan wisata alam di TNGM DIY.

Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif, sedangkan untuk menentukan strategi pengembangan wisata alam berbasis masyarakat di zona pemanfaatan TNGM DIY digunakan analisis SWOT, dan sebagai unit analisis adalah masyarakat.

Masyarakat memiliki persepsi yang positif terhadap konservasi dan wisata alam yang lestari (berkelanjutan). Persepsi masyarakat mengenai obyek yang harus dilestarikan di kawasan TNGM adalah Keanekaragaman tumbuhan (27,78%), keanekaragaman satwa (26,39%) dan keindahan alam (25,69%). Masyarakat pada umumnya mendukung pengembangan wisata alam di TNGM sebanyak 78,57% dari kelompok yang telah berpartisipasi dan 86,96% untuk kelompok yang belum berpartisipasi.

Penelitian lain yang berhubungan dengan penelitian ini adalah Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Kerapu dengan Teknik Keramba Jaring Apung (KJA) di Kabupaten Bintan oleh Rita Yuniati (2008). Penelitian tersebut menggunakan matriks SWOT sebagai alat analisis untuk mendapatkan strategi alternatif yang dapat diusulkan, yaitu meningkatkan kapasitas produksi ikan kerapu melalui penumbuhan dan pengembangan usaha-usaha budidaya ikan

kerapu dengan teknik keramba jaring apung (KJA) berskala kecil dan menengah dengan pola kemitraan di kawasan-kawasan potensial, meningkatkan kemampuan penguasaan teknologi dan manajemen budidaya untuk para petani dan nelayan sebagai pelaku usaha budidaya ikan kerapu melalui pelatihan oleh Dinas Perikanan dan Kelautan serta Dinas/Instansi terkait lainnya, melakukan sosialisasi Peraturan Daerah Nomor 14 Tahun 2007 tentang RT/RW Kabupaten Bintan dan meningkatkan koordinasi dengan semua lembaga terkait termasuk lembaga permodalan dalam membuat kebijakan dan regulasi yang menyangkut penumbuhan dan pengembangan usaha budidaya ikan kerapu dengan teknik keramba apung (KJA) berskala kecil dan menengah. Prioritas yang diusulkan untuk dilaksanakan adalah meningkatkan kemampuan penguasaan teknologi dan manajemen budidaya untuk para petani dan nelayan sebagai pelaku usaha budidaya ikan kerapu melalui pelatihan oleh Dinas Perikanan dan Kelautan serta Dinas/Instansi terkait lainnya.

Mulyaningrum (2004) meneliti mengenai Strategi Pengembangan Wisata Alam Berkelanjutan dalam Perspektif Ekonomi (Studi Kasus di Kawasan Wisata Baturaden Purwokerto-Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah). Penelitian ini mengidentifikasi pengembangan wisata alam yang menghadapi masalah berkaitan dengan keberlanjutan pemanfaatan dan pengelolaan sumberdaya alam dan lingkungan, seperti tingkat pencemaran, daya dukung wilayah wisata, tingkat pemanfaatan wilayah wisata, dampak terhadap pendapatan daerah, dan strategi pemasaran produk dan pengelolaan kawasan wisata. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan wisata alam

berkelanjutan dalam perspektif ekonomi, berdasarkan kasus di Kawasan Wisata Baturaden (KWB) Purwokerto Provinsi Jawa Tengah.

Metode analisis data yang digunakan adalah untuk mengukur tingkat pendapatan dan tingkat pemanfaatan fasilitas wisata optimal digunakan teknik analisis riset operasi dengan model matematika yaitu program linier. Analisis SWOT digunakan untuk strategi pemasaran produk wisata alam dan strategi pengelolaan dan pengembangan wisata alam berkelanjutan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pencemaran akibat kegiatan wisata di Kawasan Wisata Baturaden Purwokerto masih di bawah ambang batas baku mutu, karena jumlah wisatawan masih belum optimal. Untuk meningkatkan daya dukung wilayah wisata, maka dibutuhkan ruang untuk taman, sarana akomodasi dan fasilitas pelayanan pada masa sekarang seluas 258,06 ha, dan tahun 2010 seluas 483,45 ha. Pemanfaatan fasilitas wisata masih berada di bawah kapasitas, dan terpusat di Lokawisata. Kecenderungan terpusatnya kegiatan wisata di Lokawisata (SKP I) diduga berpengaruh terhadap ketidakseimbangan dampak lingkungan di SKP II dan SKP III.

Andi Febianty (2010) meneliti mengenai Strategi Pengembangan Agrowisata di Danau Sidenreng, Kabupaten Sidenreng Rappang Provinsi Sulawesi Selatan. Dalam penelitiannya, sektor pariwisata Kabupaten Sidenreng Rappang belum mampu menjadi sektor andalan yang dapat meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi masyarakat dan menjadi sumber pendapatan asli daerah, sedangkan obyek dan daya tarik yang dimiliki mempunyai beragam jenis dan karakteristik yang spesifik. Analisis menggunakan *Analytical Hierarchy Process* dalam kelompok faktor kekuatan yang dimiliki, faktor prioritas yang

menjadi kekuatan utama dalam pengembangan agrowisata di Danau Sidenreng Kabupaten Sidenreng Rappang Provinsi Sulawesi Selatan adalah potensi perikanan dan budaya masyarakat sekitar Danau Sidenreng.

Penelitian yang dilakukan oleh M. Prihatna dan Wiwit Suswanti (2007) dengan judul “ Tingkat Kesejahteraan Nelayan Bagan Motor Teluk Banten, Kabupaten Serang, Provinsi Banten.” Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tingkat kesejahteraan nelayan bagan motor di Kabupaten Serang, Provinsi Banten. Metode analisis data yang dilakukan di penelitian tersebut meliputi deskripsi unit penangkapan bagan motor dan pengukuran tingkat kesejahteraan. Adapun indikator kesejahteraan yang digunakan adalah tingkat pendapatan rumah tangga, indikator tingkat pengeluaran konsumsi rumah tangga, indikator tempat tinggal, indikator fasilitas tempat tinggal, indikator kesehatan anggota rumah tangga, indikator kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan, indikator kemudahan memasukkan anak ke jenjang pendidikan, indikator kemudahan mendapatkan fasilitas transportasi, indikator kemudahan beragama, dan indikator kemudahan melakukan olahraga. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa tingkat kesejahteraan nelayan bagan motor di Kabupaten Serang termasuk dalam kategori kesejahteraan tinggi sebanyak 93,33% dan tingkat kesejahteraan sedang sebanyak 6,67%.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Agus Nugroho, Budi Sugiarto W, dan Soemarno. Penelitian tersebut berjudul “Studi Pengembangan Ekowisata Pulau Sempu Kabupaten Malang.” Penelitian tersebut bertujuan: 1) mengidentifikasi karakteristik fisik lingkungan Pulau Sempu, 2) mengidentifikasi karakteristik dan

persepsi wisatawan Pulau Sempu, 3) Mengidentifikasi karakteristik masyarakat Pulau Sempu, dan 4) menyusun arahan pengembangan ekowisata Pulau Sempu.

Hasil penelitian tersebut mengidentifikasi bahwa Pulau Sempu memiliki potensi alam topografi, ekosistem, flora dan fauna yang bervariasi. Sebagian besar wisatawan memiliki tujuan wisata untuk kebugaran dan menjelajahi hutan di Pulau Sempu. Menurut wisatawan, item-item yang harus dijadikan prioritas utama dalam pengembangan adalah pelayanan ekowisata, keamanan, air bersih, dan pelestarian alam. Menurut para ahli, aspek kontribusi terhadap konservasi harus diperhatikan dalam upaya pengembangan. Berdasarkan hasil analisis SWOT, IFAS, EFAS, strategi pengembangan ekowisata Pulau Sempu adalah *Aggressive Maintenance Strategy*. Berdasarkan nilai lahan, zona pengembangan Pulau Sempu dibagi menjadi zona terbuka, zona tertutup, dan zona terbatas. Arahan pengembangan Pulau Sempu berupa arahan pengembangan atraksi wisata, arahan rute wisata, dan arahan alternatif program.

Geraldine Rosaura Slean (2005) melakukan penelitian mengenai *“Residents’ Perceptions of Sustainable Tourism in Tucume, Peru.”* Penelitian tersebut mengkaji perilaku masyarakat terhadap dampak ekonomi, sosial-budaya, dan lingkungan yang diakibatkan oleh adanya pariwisata di daerah mereka, selain itu juga dikaji persepsi masyarakat mengenai pengembangan pariwisata itu sendiri. Pengumpulan data menggunakan wawancara perorangan, dengan jumlah responden 337 responden.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa semua responden menerima dan mendukung adanya pengembangan pariwisata di daerah Tucume, Peru. Lebih lanjut masyarakat lokal mengharapkan industri pariwisata dapat meningkatkan

keuntungan ekonomi bagi masyarakat sekitar. Dampak lingkungan yang dirasakan oleh masyarakat yang diakibatkan adanya pengembangan pariwisata membawa dampak positif dan negatif. Dampak positif yang dirasakan adalah, dengan adanya pengembangan pariwisata membuat kesadaran pengelola untuk meningkatkan kegiatan konservasi hutan dan tanaman lokal meningkat. Di sisi lain adanya pengembangan pariwisata membuat populasi penduduk terlalu padat, kebisingan yang diakibatkan banyaknya kendaraan di daerah Tucume, Peru. Dampak ekonomi yang dirasakan oleh masyarakat bervariasi. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa dampak ekonomi seperti terbukanya lapangan pekerjaan, gaji yang memadai, dan standar hidup yang membaik belum begitu dirasakan masyarakat. Persepsi positif yang diberikan masyarakat diberikan kepada penjualan produk lokal yang meningkat, perbaikan jalan dan sarana transportasi, bertambahnya unit usaha lokal dan pelatihan pariwisata di daerah tersebut. Dampak sosial-budaya yang dirasakan lebih ke arah positif, karena pendidikan lokal membaik, pelestarian kebudayaan dan benda-benda bersejarah membaik.

Torn, Siikamaki, Tolvanen, dkk (2007) meneliti mengenai "*Local People, Nature Conservation, and Tourism in Northeastern Finland*". Penelitian ini mengkaji pendapat dan persepsi masyarakat lokal mengenai konservasi alam dan pengembangan pariwisata di timur laut Finlandia dan mengkaji ada atau tidaknya persepsi masyarakat tersebut dipengaruhi oleh faktor sosial ekonomi dan demografi masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor penting yang mempengaruhi persepsi masyarakat lokal adalah daerah tempat tinggal, umur, tingkat pendidikan, pekerjaan utama, status keaslian penduduk, frekuensi interaksi dengan wisatawan saat bekerja, dan dampak konservasi alam terhadap

perekonomian rumah tangga masyarakat. Di lain pihak, jenis kelamin, tingkat pendapatan, kepemilikan tanah, pembebasan lahan masyarakat untuk konserasi, dan pendapatan dari industri pariwisata tidak memberikan pengaruh terhadap persepsi masyarakat lokal mengenai konservasi alam dan pengembangan pariwisata. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa ketika *stakeholder* lokal mempunyai keterlibatan yang nyata dalam perencanaan pariwisata, *stakeholder* lokal mempunyai persepsi yang positif mengenai pengembangan pariwisata dan konservasi alam di daerah mereka. Sebagai hasil dari persepsi yang positif, maka dapat disimpulkan pendapat negatif dan kurangnya komitmen masyarakat terhadap pengembangan pariwisata dapat dihindarkan dan dapat ikut memajukan pengembangan daerah setempat.

2.8. Kerangka Pemikiran Konseptual Penelitian

Pengembangan agrowisata merupakan upaya terhadap pemanfaatan potensi atraksi wisata pertanian. Tujuan pengembangan agrowisata adalah untuk membina keselarasan hubungan antara kehidupan manusia dan lingkungannya melalui upaya pemanfaatan potensi alam untuk tujuan wisata, dengan mempertimbangkan aspek kelestarian alam lingkungannya, kondisi sosial ekonomi budaya masyarakatnya dan keinginan pengunjung, serta dapat meningkatkan kegiatan ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Salah satu pelaku dari agrowisata adalah PTPN VIII dengan Kawasan Wisata Agro Gunung Mas, Cisarua. Adapun visi dari PTPN VIII saat ini adalah menjadi perusahaan perkebunan yang tangguh dalam bidang agribisnis, agroindustri, dan agrowisata untuk memuaskan *stakeholder* (antara lain pelanggan, pemilik saham, karyawan dan masyarakat). Perusahaan tersebut

memiliki misi untuk turut melaksanakan dan menunjang kebijakan program pemerintah di bidang ekonomi dan nasional pada umumnya, khususnya di sub sektor perkebunan dalam arti seluas-luasnya.

Adanya program pengembangan yang dilakukan PTPN VIII di Kawasan Wisata Agro Gunung Mas melibatkan berbagai pihak yang memiliki tujuan serta kepentingan yang berbeda di sepanjang sistem rantai nilainya. Segala upaya peningkatan kualitas di sepanjang rantai akan berpengaruh terhadap tingkat keuntungan dari bisnis agrowisata itu sendiri. Identifikasi terhadap isu-isu permasalahan yang ada maka dapat dilakukan analisis terhadap kenyataan-kenyataan di lapangan sehingga dapat diketahui apakah visi dan misi telah tercapai atau belum. Kegiatan pengembangan juga memerlukan adanya penelitian untuk mengetahui apakah program pengembangan pariwisata, dalam hal ini agrowisata, dapat mendukung dan meningkatkan industri rakyat yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan di sekitar lokasi obyek wisata. Hal ini didasarkan pada prinsip agrowisata yang berkelanjutan adalah agrowisata yang mengalami perubahan positif dari sosial ekonomi yang tidak merusak sistem ekologi dan sosial dimana masyarakat dan kehidupan sosialnya berada.

Berangkat dari pemikiran tersebut, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji persepsi masyarakat yang terlibat langsung dengan kegiatan pengembangan wisata di Kawasan Wisata Agro Gunung Mas, baik yang terlibat di dalam kawasan obyek wisata maupun yang di luar kawasan wisata, bagaimana persepsi masyarakat terhadap dampak pengembangan agrowisata terhadap kondisi ekonomi, sosial, dan lingkungan masyarakat selama ini.

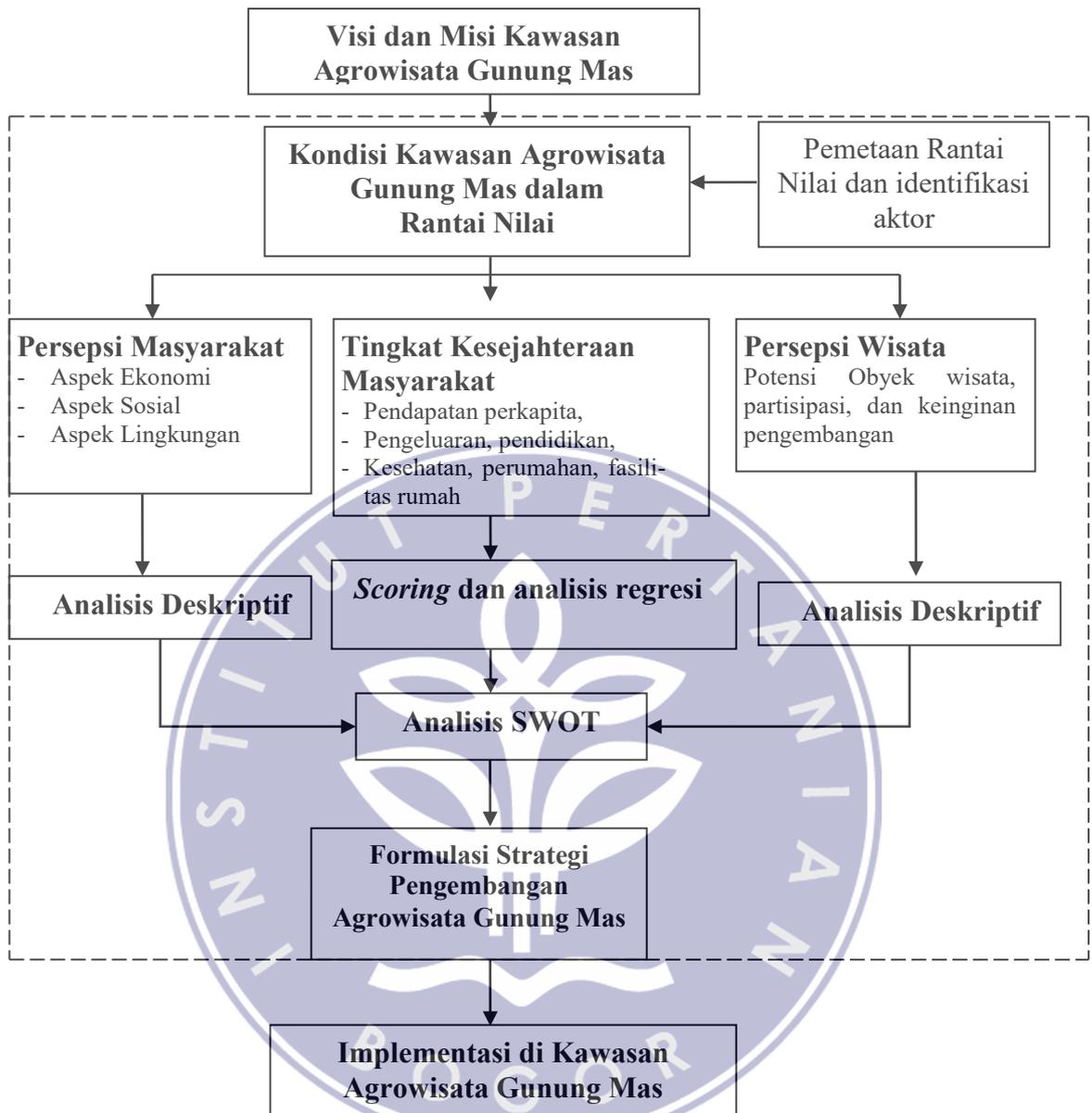
Mengacu pada kajian ini dapat dikemukakan bahwa partisipasi positif terhadap pengembangan wisata yang dilakukan PTPN VIII dapat terjadi jika masyarakat memiliki persepsi yang positif pada dampak yang diakibatkan pada pengembangan tersebut. Secara umum, dengan adanya partisipasi masyarakat, maka peluang masyarakat untuk meningkatkan pendapatan akan semakin terbuka dan selanjutnya kesejahteraan akan meningkat.

Dengan menelaah dukungan masyarakat di sepanjang rantai nilai agrowisata, maka dapat diketahui strategi yang tepat dalam mengembangkan agrowisata yang berkelanjutan. Guna menentukan strategi pengembangan agrowisata yang berkelanjutan diperlukan rantai nilai kegiatan wisata agro yang ada, karakteristik masyarakat sekitar, persepsi masyarakat terhadap dampak pariwisata, partisipasi masyarakat dalam kegiatan wisata dan keinginan masyarakat sekitar terhadap pengembangan agrowisata.

Untuk membatasi kajian penelitian, maka dilakukan studi kasus pada masyarakat wilayah Kawasan Agrowisata Gunung Mas berada, Desa Tugu Selatan. Penelitian didasari oleh visi dan misi Kawasan Agrowisata Gunung Mas. Kegiatan pertama adalah dengan memetakan rantai nilai agrowisata dan aktor-aktor yang berperan dalam rantai nilai berdasarkan hasil pengamatan di lapangan. Untuk mengetahui partisipasi masyarakat sebagai *stakeholder* dan persepsi mengenai dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan yang dirasakan menggunakan wawancara kuesioner. Berdasarkan identifikasi rantai nilai, persepsi, dan partisipasi masyarakat yang dapat digunakan sebagai faktor-faktor internal dan eksternal, maka dapat dilakukan maka dilakukan analisis SWOT, yaitu strategi pengembangan yang didasarkan pada faktor-faktor internal yang meliputi

kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) dan faktor eksternal yang terdiri dari peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) untuk menentukan alternatif strategi yang akan dipilih. Formulasi strategi ditentukan untuk menghasilkan satu pilihan strategi untuk diimplementasikan. Kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini mengikuti diagram alir sebagaimana diperlihatkan pada Gambar 2.





Gambar 2. Kerangka Pemikiran Konseptual Penelitian

III. METODE PENELITIAN

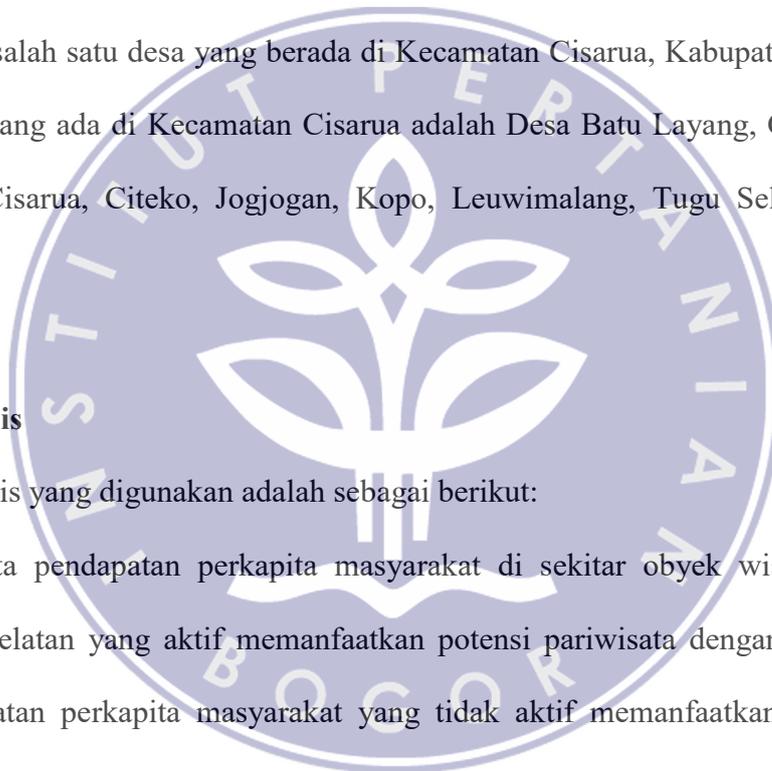
3.1 Lokasi dan Waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Tugu Selatan, yang merupakan desa lokasi Kawasan Unit Bisnis Agrowisata Gunung Mas berada. Desa tersebut merupakan Kawasan Agrowisata Gunung Mas, Cisarua- Jawa Barat. Penelitian telah dilaksanakan pada bulan April – November 2010. Desa Tugu Selatan merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor. Kelurahan yang ada di Kecamatan Cisarua adalah Desa Batu Layang, Cibereum, Cilember, Cisarua, Citeko, Jogjogan, Kopo, Leuwimalang, Tugu Selatan, dan Tugu Utara.

3.2. Hipotesis

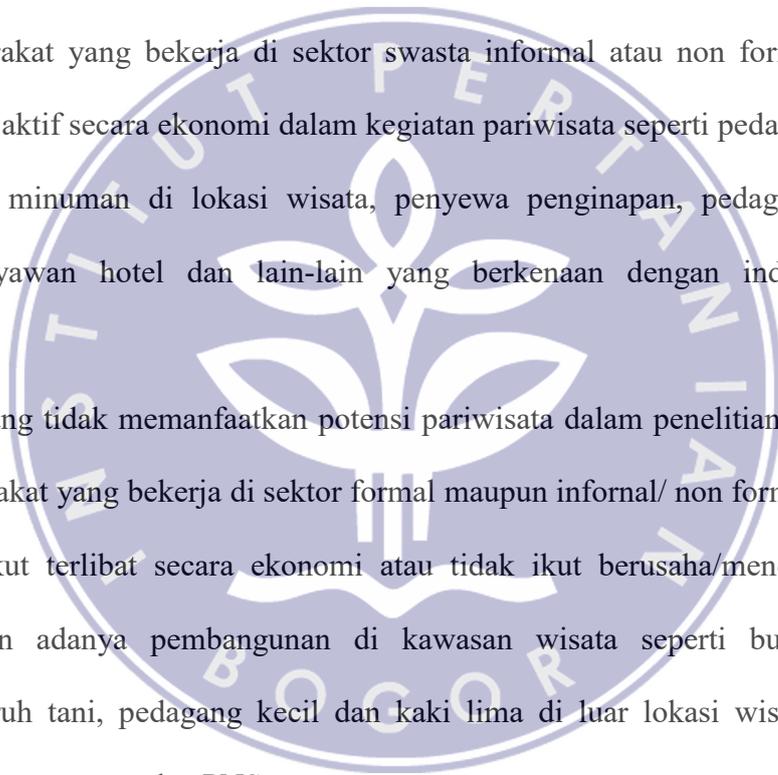
Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Rata-rata pendapatan perkapita masyarakat di sekitar obyek wisata Desa Tugu Selatan yang aktif memanfaatkan potensi pariwisata dengan rata-rata pendapatan perkapita masyarakat yang tidak aktif memanfaatkan potensi pariwisata.
2. Partisipasi masyarakat terhadap sektor pariwisata memberikan dampak positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal



3.3. Definisi Operasional

1. Daerah tujuan wisata adalah suatu daerah yang memiliki kawasan-kawasan wisata yang ditunjang dengan sarana dan prasarana serta masyarakat.
2. Masyarakat lokal adalah masyarakat yang menetap di sekitar kawasan Agrowisata Gunung Mas, yaitu Desa Tugu Selatan, baik yang memanfaatkan maupun yang tidak memanfaatkan potensi pariwisata.
3. Masyarakat lokal yang memanfaatkan potensi pariwisata dalam penelitian ini adalah masyarakat yang bekerja di sektor swasta informal atau non formal yang berperan aktif secara ekonomi dalam kegiatan pariwisata seperti pedagan makanan dan minuman di lokasi wisata, penyewa penginapan, pedagang souvenir, karyawan hotel dan lain-lain yang berkenaan dengan indstri pariwisata.
4. Masyarakat yang tidak memanfaatkan potensi pariwisata dalam penelitian ini adalah masyarakat yang bekerja di sektor formal maupun informal/ non formal, tetapi tidak ikut terlibat secara ekonomi atau tidak ikut berusaha/mencari nafkah dengan adanya pembangunan di kawasan wisata seperti buruh bangunan, buruh tani, pedagang kecil dan kaki lima di luar lokasi wisata, pekerja/karyawan swasta, dan PNS.
5. Tingkat kesejahteraan yang akan diukur adalah tingkat pendapatan perkapita, tingkat pengeluaran perkapita, pendidikan, kesehatan, fasilitas yang ada di rumah dan kondisi perumahan.
6. Pengeluaran/ konsumsi adalah seluruh pengeluaran untuk pangan maupun non pangan dalam sebulan dinyatakan dalam rupiah, pengeluaran perkapita adalah



pengeluaran sebulan dari suatu rumah tangga dibagi dengan jumlah anggota keluarga.

7. Pendidikan adalah pendidikan formal responden yang diperoleh secara resmi yang dinyatakan dalam lamanya tahun pendidikan responden. Tingkat pendidikan rumah tangga dilihat dari persentase tamat Sekolah Dasar.
8. Pendapatan adalah semua pendapatan yang diperoleh seluruh anggota keluarga dalam rumah tangga baik dari usaha memanfaatkan potensi pariwisata maupun yang tidak memanfaatkan potensi pariwisata. Pendapatan dinyatakan dalam rupiah. Pendapatan perkapita adalah pendapatan dalam keluarga yang dibagi dengan jumlah anggota keluarga.
9. Kondisi perumahan adalah kondisi rumah responden baik yang bersifat permanen maupun non permanen.
10. Kesehatan adalah kondisi kesehatan anggota keluarga selama tiga bulan terakhir yang dinyatakan dengan persentase jumlah anggota keluarga yang sering sakit.
11. Persepsi adalah pemahaman atau pandangan seseorang tentang dampak pengembangan kawasan wisata di Desa Tugu Selatan terhadap kehidupan masyarakat. Dalam hal ini persepsi dampak diukur berdasarkan tiga kriteria keberlanjutan:
 - a. Persepsi terhadap dampak ekonomi dari adanya pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas, kawasan wisata yang terdapat di Desa Tugu Selatan.

- b. Persepsi terhadap aspek sosial dari adanya pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas, kawasan wisata yang terdapat di Desa Tugu Selatan.
- c. Persepsi terhadap aspek lingkungan dari adanya pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas, kawasan wisata yang terdapat di Desa Tugu Selatan.

3.4. Tata Laksana Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus pada keberlanjutan agrowisata di Kawasan Agrowisata Gunung Mas, Cisarua. Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Identifikasi rantai nilai dilakukan untuk melihat pelaku wisata. Untuk mengkaji partisipasi masyarakat dalam rantai nilai di Kawasan Agrowisata Gunung Mas dan dampak pengembangan agrowisata khususnya perekonomian masyarakat di sekitar obyek wisata dan di luar kawasan wisata yang masih merupakan wilayah Desa Tugu Selatan. Wawancara dengan kuesioner juga dilakukan pada responden yang mempunyai kemampuan dalam memahami permasalahan, diantaranya adalah: Dinas Pariwisata Kabupaten Bogor, LSM Pemerhati Pariwisata (PETA), Akademisi, dan internal PTPN VIII untuk menetapkan faktor internal dan eksternal yang sudah dilakukan melalui pemetaan rantai nilai dan persepsi masyarakat. Hasil akhirnya adalah alternatif strategi pengembangan agrowisata yang berkelanjutan.

Pengumpulan data sekunder yang terkait dengan penelitian ini diambil dari dokumen-dokumen dari instansi terkait, yaitu: Badan Pusat Statistik Kabupaten Bogor, Dinas Pariwisata Kabupaten Bogor, Kelurahan Tugu Selatan, dan dari dinas instansi lainnya.

3.5. Teknik Pengambilan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Kusmayadi & Sugiarto (2000) menyebutkan bahwa data primer adalah data yang dikumpulkan dari sumber pertama melalui wawancara, observasi dan lain-lain, sedangkan data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari bahan pustaka atau hasil penelitian orang lain yang berhubungan.

Data primer dalam penelitian ini terdiri dari kegiatan agrowisata, karakteristik masyarakat, persepsi, partisipasi dan keinginan masyarakat terhadap pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas. Data mengenai kegiatan agrowisata, karakteristik, persepsi, partisipasi, dan keinginan masyarakat diperoleh melalui wawancara dengan metode *purposive sampling* terhadap pihak-pihak yang berkompeten terhadap pengembangan agrowisata di Kawasan Agrowisata Gunung Mas.

Data sekunder terdiri dari data sumberdaya fisik Kawasan dan data kependudukan dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Bogor dan Kelurahan Tugu Selatan. Untuk lebih lengkapnya jenis dan teknik pengumpulan data disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

No	Tujuan Penelitian	Jenis dan Sumber Data	Metode Pengambilan Contoh dan Responden	Metode dan Prosedur Analisis
1.	Pemetaan Rantai Nilai	Data Primer dan sekunder	Judgment sampling: wisatawan, masyarakat, LSM, tour operator, Dinas Pariwisata, internal perusahaan, Kelurahan Tugu Selatan. N = 10	<ol style="list-style-type: none"> 1. Indepth interview 2. Observasi lapangan 3. Analisis Deskriptif
2.	Persepsi dan partisipasi masyarakat lokal terhadap pengembangan agrowisata Gunung Mas	Data Primer dan Sekunder	<i>Non probability sampling</i> (masyarakat lokal) Jumlah total sampel = 100 - yang memanfaatkan n = 50 - yang tidak memanfaatkan n = 50	<ol style="list-style-type: none"> 1. Survey dengan kuesioner (dapat dilihat pada kuesioner) 2. In depth interview 3. Analisis Deskriptif
2.	Pengaruh pengembangan Agrowisata Gunung Mas terhadap kesejahteraan masyarakat yang memanfaatkan dan tidak memanfaatkan.	Data primer dan sekunder	Non probability sampling Jumlah total sampel = 100 - yang memanfaatkan n = 50 - yang tidak memanfaatkan n = 50	<ol style="list-style-type: none"> 1. Survei dengan kuesioner 2. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan masyarakat dengan analisis regresi berganda 3. Analisis Tingkat kesejahteraan rakyat digunakan indikator menurut SUSENAS dan Sajogyo.
3	Menganalisis strategi kebijakan pengelolaan agrowisata yang berkelanjutan	Data primer dan sekunder	Judgement sampling dan snowball sampling: - Dinas Pariwisata, - Manajer Unit Bisnis Agrowisata, - Koordinator Pemasaran Unit bisnis Agrowisata Gunung Mas, - Akademisi, - LSM Peta (n = 5)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wawancara dengan kuesioner 2. Indepth interview 3. Analisis SWOT

3.6. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam pengambilan contoh dan penentuan responden adalah teknik pengambilan contoh tanpa peluang (*non probability sampling*) yang dilakukan secara sengaja (*purposive*). Responden yang dipilih untuk menilai persepsi, partisipasi, dan keinginan masyarakat terhadap pengembangan agrowisata yang berkelanjutan adalah warga yang terdaftar namanya pada Kartu Keluarga yang terdapat di kantor-kantor RW di Kelurahan Tugu Selatan, Cisarua. Untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus dari Taro Yamane (Riduwan, 2004) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Dimana:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

d = ketelitian yang ditetapkan = 10%.

Jumlah Kepala keluarga kelurahan Tugu Selatan, Cisarua tahun 2010 menurut Kelurahan Tugu Selatan, Cisarua berjumlah 4192 kepala keluarga.

Berdasar data tersebut maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah.

$$n = \frac{4192}{4192 (0,1)^2 + 1}$$

$$n = 97,67$$

$$n = 98 \text{ orang.}$$

Untuk merumuskan strategi pengembangan agrowisata yang berkelanjutan, responden ahli yang dipilih berjumlah lima orang (dua orang dari

internal perusahaan dan tiga orang dari eksternal perusahaan) dengan pertimbangan bahwa responden memahami dan memiliki kompetensi mengenai agrowisata yang berkelanjutan dan mempunyai kompetensi dengan bidang yang dikaji. Berikut adalah nama dari responden ahli:

Manajer Unit Bisnis Agrowisata PTPN VIII : Bapak Wahyu Gumelar

Koordinator Pemasaran Unit Bisnis Agrowisata Gunung Mas : Ibu Rani Ela M.

Praktiksi Pariwisata : Bapak Oka A. Yoeti

LSM PETA : Bapak Irsan Utoyo

Staf Obyek wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Bogor: Bapak Sudrajat

3.7. Metode Analisis Data

3.7.1. Identifikasi Rantai Nilai Agrowisata Gunung Mas

Identifikasi rantai nilai digunakan untuk mengetahui aktor-aktor yang terlibat di dalamnya dan proses kunjungan wisatawan, mulai dari proses pemesanan sampai dengan mengkonsumsi jasa akhir yaitu wisata agro Gunung Mas. Setelah dilakukan pemetaan, dapat terlihat peranan masyarakat di sepanjang rantai yang dilalui oleh wisatawan.

3.7.2. Analisis Persepsi Masyarakat mengenai dampak pariwisata

Alat ukur yang dipakai adalah dengan menggunakan skala Likert, yaitu skala yang berhubungan dengan pernyataan sikap seseorang terhadap sesuatu.

Untuk setiap pernyataan respon diberi bobot sebagai berikut:

Bobot 1 : STS (Sangat Tidak Setuju)

Bobot 2 : TS (Tidak Setuju)

Bobot 3 : B (Biasa Saja)

Bobot 4 : S (Setuju)

Bobot 5 : SS (Sangat Setuju).

Penentuan interval nilai dilakukan dengan rumus

$$\text{Interval nilai} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{208 - 108}{5}$$

5

$$\text{Interval} = 20.$$

Maka, berdasarkan hasil perhitungan tersebut kemudian dapat ditentukan skala penilaian dengan melakukan penjumlahan yang dimulai dari menjumlahkan bobot terkecil dengan rentang kriteria yang dihasilkan sehingga diperoleh skala penilaian seperti pada Tabel 5.

Tabel 5. Skala Interval Nilai

No.	Interval Penilaian Responden	Kriteria Penilaian
1.	108 – 128	Sangat tidak penting
2.	129 – 157	Tidak Penting
3.	158 – 186	Cukup Penting
4.	187 - 207	Penting
5.	208 – 228	Sangat penting

3.7.3. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Masyarakat

Untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat lokal/ masyarakat setempat dapat dihitung dengan analisis regresi berganda, dengan fungsi regresi sebagai berikut (Sugiyono, 2007):

$$Y_i = \alpha + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 X_{3i} + \beta_4 X_{4i} + \beta_5 D_i + \varepsilon$$

untuk $i = 1, 2, 3, \dots, n$

Dimana :

Y_i = Pendapatan rumah tangga (Rp/kapita/bulan) responden ke-i

X_{1i} = Umur Kepala keluarga (tahun) responden ke- i

X_{2i} = Tingkat pendidikan (tahun) responden ke- i

X_{3i} = Pengeluaran rumah tangga (Rp/kapita/bulan) responden ke- i

X_{4i} = Jumlah tanggungan kepala keluarga (orang) responden ke- i

D_i = Dummy keikutsertaan responden ke- i dalam kegiatan pariwisata, 1 jika aktif dan 0 jika tidak aktif dalam kegiatan pariwisata.

$\beta_1 - \beta_5$ = Koefisien Regresi

α = Konstanta.

3.7.4. Analisis Tingkat Kesejahteraan Masyarakat

Tingkat kesejahteraan rumah tangga yang memanfaatkan dan tidak memanfaatkan potensi pariwisata dilihat berdasarkan indikator-indikator kesejahteraan dianalisis secara deskriptif dengan sistem skor dan uji statistik. Dalam hal penelitian ini dibedakan atas tiga kelompok yang tinggi, sedang dan rendah serta digunakan indikator menurut SUSENAS, Dirjen Tata Guna Tanah, Indikator Sajogyo (Suswanti dan Sobari, 2007). Indikator yang dipergunakan adalah pengeluaran per kapita rumah tangga, pendidikan keluarga, kesehatan keluarga, kondisi perumahan serta kelengkapan fasilitas perumahan. Indikator-indikator tersebut dapat dilihat pada tabel 6 berikut:



Tabel 6. Indikator Kesejahteraan Masyarakat

No	Indikator Tingkat Kesejahteraan	Skor
1.	Tingkat konsumsi/pengeluaran keluarga diukur berdasarkan kriteria kemiskinan Sajogyo	
	a. tinggi atau tidak miskin (pengeluaran/kapita/tahun > 480 kg beras)	3
	b. Sedang atau miskin (360 – 480 kg)	2
	c. Rendah atau miskin sekali (270 – 360 kg)	1
2.	d. sangat rendah atau paling miskin (< 180 kg)	0
	Pendidikan keluarga dibagi menjadi 3 kategori	
	a. >60% jumlah keluarga tamat SD (tamat SD)	3
b. 30% – 60% jumlah keluarga tamat SD (tidak tamat SD)	2	
c. < 30% jumlah keluarga tamat SD (tidak sekolah)	1	
3.	Kesehatan keluarga dibagi menjadi tiga kategori	
	a. < 25% jumlah anggota keluarga sering sakit (baik)	3
	b. 25%-50% jumlah anggota keluarga sering sakit (sedang)	2
c. > 50% jumlah anggota keluarga sering sakit (buruk)	1	
4.	Kondisi perumahan keluarga dibagi 3 kategori	
	a. Keadaan permanen (skor 15 – 19)	3
	b. Keadaan semi permanen (skor 10 – 14)	2
c. Keadaan tidak permanen (skor 5 -9)	1	
5.	Fasilitas rumah keluarga dibagi menjadi 3 kategori	
	a. lengkap (skor 21 – 27)	3
	b. semi lengkap (skor 14 – 20)	2
c. tidak lengkap (skor 7 – 13)	1	

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2007

3.7.5. Analisis Strategi Pengelolaan Kawasan Pariwisata Berkelanjutan

Alternatif strategi dalam pengembangan agrowisata berkelanjutan menggunakan pendekatan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, dan threat*) berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi. Dari hasil pemaduan analisis kedua faktor tersebut diperoleh gabungan alternatif strategi bagi pengembangan agrowisata yang berkelanjutan di Kawasan Agrowisata Gunung Mas.

Tabel 7. Matriks TOWS

IFAS EFAS	Kekuatan (S) Menentukan 5-10 faktor kekuatan internal	Kelemahan (W) Menentukan 5-10 faktor kekuatan internal
	Peluang (O) Menentukan 5-10 faktor kekuatan eksternal	Strategi (S-O) Menghasilkan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (T) Menentukan 5-10 faktor kekuatan eksternal	Strategi (S-T) Menghasilkan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi (W-T) Menghasilkan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Pemilihan faktor-faktor strategis internal dan eksternal ditentukan berdasarkan kondisi dilapangan baik penilaian obyek dan daya tarik wisata dan kesiapan masyarakat dalam pengembangan ekowisata juga data yang telah dikumpulkan baik primer dan sekunder. Selanjutnya penyusunan faktor-faktor strategis eksternal dan internal dimasukkan ke dalam matriks TOWS.

Matriks TOWS dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi sesuai dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Jadi, penyusunan strategi berdasarkan faktor-faktor strategis eksternal dan internal yang ada. Dari analisis TOWS dihasilkan empat strategi yaitu strategi SO, ST, WO, dan WT. Langkah selanjutnya yaitu menentukan formulasi strategi mana yang lebih diutamakan.

IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1. Kelurahan Tugu Selatan

4.1.1. Letak Geografis

Desa Tugu selatan adalah desa dimana Kawasan Agrowisata Gunung Mas terletak dan merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Kelurahan Tugu Selatan di sebelah utara berbatasan dengan Kelurahan Tugu Selatan, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Cianjur, sebelah timur berbatasan dengan Ciloto, dan di sebelah barat berbatasan dengan Cibeurem. Luas seluruh teritorial Kelurahan Tugu Selatan 1,18 km². Secara administratif Kelurahan Tugu Selatan terbagi ke dalam tujuh dusun yang semuanya merupakan daerah penelitian ini.

4.1.2. Topografi

Bentuk bentangan wilayah Kelurahan Tugu Selatan relatif berada di lereng gunung dengan luas lahan yang berada di lereng gunung adalah 70% dari total keseluruhan bentang alam, yaitu seluas 248.116 Ha dan sebagian kecil wilayah desa sekitar 0,12% atau seluas 454 Ha yang berada pada dataran tinggi.

4.1.3. Kondisi Sosial Ekonomi dan Sosial Budaya Masyarakat

a. Keadaan Kependudukan

Kependudukan sangat berperan dalam pembangunan wilayah karena penduduk merupakan pelaku sekaligus sasaran dari pembangunan yang dilaksanakan di suatu wilayah. Dengan luas wilayah 1,18 km² Kelurahan Tugu Selatan memiliki penduduk berjumlah 15.176 jiwa pada tahun 2009. Dari

jumlah tersebut, penduduk laki-laki berjumlah 7.770 jiwa dan perempuan sekitar 7.406 jiwa.

Tabel 8. Jumlah Penduduk Kelurahan Tugu Selatan Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Tahun 2009 (jiwa)

Usia	Laki-laki	Perempuan	Total
0-12 bulan	157	150	307
>1 – 4 tahun	706	684	1390
5 – 9 tahun	1172	1167	2339
10 – 14 tahun	1015	978	1993
15 – 19 tahun	1049	1082	2131
20 – 24 tahun	738	633	1371
25 – 29 tahun	596	474	938
30 – 34 tahun	289	289	578
35 – 39 tahun	300	357	838
40 – 44 tahun	315	285	600
45 – 49 tahun	436	408	844
50 – 54 tahun	341	326	667
55 – 59 tahun	214	212	426
60 – 64 tahun	126	123	249
+65 tahun	316	307	624
Total	7770	7406	15176

Sumber: Kelurahan Tugu Selatan, 2009

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa penduduk Kelurahan Tugu Selatan yang berjenis kelamin laki-laki lebih banyak daripada perempuan. Berdasarkan kelompok umur, maka kelompok umur yang paling banyak mendiami wilayah ini adalah kelompok umur 15 – 19 tahun, yaitu sebanyak 2131 orang.



b. Pekerjaan dan Mata Pencaharian

Dari populasi penduduk tahun 2009, yang termasuk dalam angkatan kerja adalah 6.664 jiwa, atau setara dengan 44%. Dari jumlah ini penduduk laki-laki yang bekerja sebanyak 3.445 jiwa atau sebanyak 52% dari total angkatan kerja dan perempuan sebanyak 3.035 jiwa yang bekerja, atau dengan kata lain proporsinya sebesar 46% dari total angkatan kerja.

Tabel 9. Penduduk Berumur 18 tahun ke Atas Menurut Kegiatan Utama Kelurahan Tugu Selatan, 2009

Kegiatan Utama	Laki-laki (jiwa)	Perempuan (jiwa)	Total (jiwa)
Angkatan Kerja 18-56 tahun	3.525	3.139	6.664
a. Bekerja	2.556	1.621	4.177
b. Pengangguran	969	1.518	2.247

Sumber: Kelurahan Tugu Selatan, 2009

Mata pencaharian dari penduduk yang bekerja sebanyak 28% (1152 jiwa) sebagai karyawan perusahaan pemerintah, sedangkan pengusaha kecil dan menengah sebanyak 1.133 jiwa (27%). Karyawan perusahaan swasta di wilayah Tugu selatan sebanyak 640 jiwa (15%). Penduduk Tugu Selatan tidak ada yang menggarap tanah pertanian sendiri, semua penduduk yang bermata pencaharian sebagai petani merupakan buruh tani yang menggarap tanah pihak lain yaitu sebanyak 465 jiwa atau sebesar 11%. Pegawai Negeri Sipil yang ada di daerah Tugu Selatan ada sebanyak 372 jiwa (8%) dan anggota POLRI sebanyak 198 orang (4,7%). Sebanyak 129 orang (3%) merupakan pedagang keliling dan sebesar 1,8% atau sebanyak 75 orang merupakan pengrajin industri rumah tangga. Peternak di wilayah ini terdapat 48 jiwa (1,1%). Sedangkan penduduk yang bergerak di bidang jasa kesehatan ada sebesar 0,07% atau sebanyak 3 orang, mereka berprofesi sebagai bidan dan perawat yang membuka praktek sendiri. Jasa montir di Desa Tugu Selatan sebanyak 12 orang atau 0,28% dan Pembantu rumah tangga terdapat 28 orang atau 0,6%. Penduduk yang merupakan pedagang keliling biasanya berjualan barang-barang atau makanan di sepanjang jalan menuju kawasan Puncak atau di daerah kawasan wisata.

c. Pendidikan dan Sosial Budaya

Pendidikan memegang peranan yang sangat penting dalam pembangunan karena tingkat pendidikan penduduk erat kaitannya dengan kemampuan sumber daya manusia dalam bersaing di era globalisasi. SDM yang berkualitas akan siap bersaing di pasar kerja dan berpeluang besar untuk mendapat pekerjaan yang lebih baik. SDM yang berkualitas pada akhirnya mempunyai jiwa kepemimpinan dan kewirausahaan yang akan membuka peluang untuk mengkreasi lapangan pekerjaan yang bisa menyerap tenaga kerja lain. Pada gilirannya penduduk dapat memperoleh penghasilan dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Tersedianya pendidikan yang berkualitas dan pendidikan yang terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat merupakan tujuan yang ingin dicapai dari program pembangunan bidang pendidikan. UUD 1945 pasal 31 menyebutkan bahwa setiap warga negara berhak mendapat pengajaran. UU Nomor 20 tahun 2003 mengenai Sistem Pendidikan Nasional (Sisdiknas) pasal 6 ayat 1 menyebutkan bahwa setiap warga negara yang berusia tujuh sampai dengan lima belas tahun wajib mengikuti pendidikan dasar (SD/ sederajat dan SMP/ sederajat). Tingkat pendidikan penduduk dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Jumlah penduduk menurut pendidikan tahun 2009 (jiwa)

Tingkatan Pendidikan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	%
Usia 3-6 tahun yang belum masuk TK	1859	2063	3922	26
Usia 3-6 tahun yang sedang TK	115	100	215	1,4
Usia 7-18 tahun yang tidak pernah sekolah	8	4	12	0,1
Usia 7-18 tahun yang sedang sekolah	2846	2794	5640	38
Usia 18-56 tahun yang tidak pernah sekolah	4	0	4	0,03
Usia 18-56 tahun pernah SD tetapi tidak tamat	1519	1710	3229	21,8
Tamat SD/ sederajat	129	150	279	3
Usia 12-56 tahun tidak tamat SLTP	103	108	211	2,2
Tamat SMP/ sederajat	562	513	1075	7,2
Tamat SMA/ sederajat	140	120	260	1,75
Tamat D-1/ sederajat	0	0	0	0
Tamat D-2/ sederajat	7	8	15	0,1
Tamat D-3/ sederajat	4	3	7	0,05
Tamat S-1/ sederajat	14	11	25	0,17

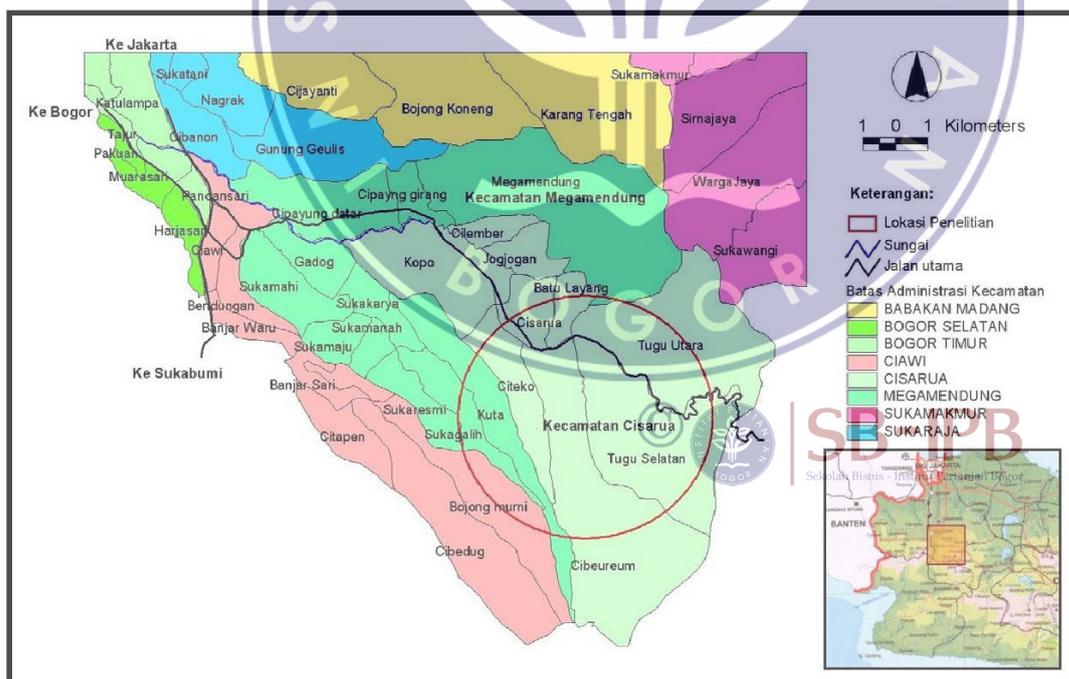
Sumber: Kelurahan Tugu Selatan, 2009

d. Sektor Perdagangan, Hotel, dan Restoran

Sektor perdagangan, hotel, dan restoran adalah sarana pendukung untuk kemajuan pariwisata. Kontribusi sektor perdagangan, hotel, dan restoran terus mengalami peningkatan. Dari jumlah akomodasi yang tersedia di Kelurahan Tugu Selatan terdapat 44 vila yang disewakan sedangkan 324 vila lainnya tidak disewakan secara komersial. Keberadaan vila-vila yang ada di Kelurahan Tugu Selatan juga merupakan sumber mata pencaharian masyarakat sekitar. Keseluruhan vila yang ada di Kelurahan Tugu Selatan mempekerjakan 726 orang penduduk Kelurahan Tugu Selatan. Akomodasi lain yang juga mendominasi wilayah Tugu Selatan adalah wisma, dari 15 wisma yang terdaftar, sembilan wisma dibuka untuk disewakan secara komersial. Sebanyak 160 orang penduduk bekerja sebagai penjaga wisma atau pembantu rumah tangga. Hotel

yang ada di Kelurahan Tugu Selatan merupakan hotel kelas melati yang mempekerjakan sebanyak 45 orang. Di sekitar kawasan Agrowisata Gunung Mas juga terdapat pondokan-pondokan yang disediakan oleh PTPN VIII kepada masyarakat Dusun Gunung Mas untuk mereka berjualan dan menyajikan jajanan baik makanan maupun souvenir untuk wisatawan. Dari pondokan tersebut, biasanya pihak manajemen memungut Rp.40.000 setiap bulan untuk biaya kebersihan. Namun, tersedianya sarana pondokan tersebut yang awalnya diperuntukkan untuk pegawai PTPN VIII sebagai usaha sampingan, mulai diperjual belikan maupun disewakan kepada pihak luar oleh pemilik sebelumnya.

4.2. Profil Kawasan Agrowisata Gunung Mas



Gambar 3. Peta Lokasi Kawasan Agrowisata Gunung Mas

4.2.1. Sejarah Singkat Wisata Agro

Wisata Agro Gunung Mas secara bertahap diawali dengan pendirian wisma Ir. H. Achmad Affandi, sekitar tahun 1983 yang terletak di sekitar areal kompleks perkantoran dan pabrik pengolahan teh. Wisma ini pada awalnya hanya digunakan oleh kalangan sendiri yaitu tamu dari Departemen Pertanian, serta dinas-dinas yang terkait atau kepentingan internal perusahaan, misalnya untuk pendidikan dan pelatihan, rapat, seminar, dan berbagai kegiatan lainnya. Menyadari potensi yang dimiliki oleh perkebunan tersebut, maka pada tahun 1992 lokasi tersebut mulai dikembangkan untuk daerah tujuan wisata.

Menunjang kegiatan pemerintah sebagai pelaksanaan surat keputusan antara Menteri Pertanian dan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi (Parpostel), di perkebunan Gunung Mas telah diusahakan bidang pariwisata yang telah menjadi salah satu Daerah Tujuan Wisata (DTW).

Tahun 1993, Direksi PTPN VIII (pada waktu itu masih PTP XII) mengeluarkan SK No:4:1:1-040/1993 tanggal 23 Februari 1993, tentang pembentukan Bagian Wisata Agro di Perkebunan Gunung Mas beserta kepala bagian. Saat itu kantor wisata agro mulai dibuka dengan ditunjukkannya beberapa petugas urusan wisata agro serta dilakukan kerjasama dengan beberapa biro perjalanan. Pengelola wisata agro semula dikelola oleh Koperasi Karyawan (Puskopar), namun sesuai dengan surat direksi E.1/SK/247/1995 pada tanggal 1 Februari 1995 pengelolaan wisata agro di Perkebunan Gunung Mas ditangani oleh seorang kepala urusan yang bertanggung jawab kepada Kepala Administrasi. Perkebunan Gunung Mas juga telah memiliki izin kepariwisataan dengan nomor 53/sk.005.Diparda/0691. Tahun 1996 dengan pertimbangan

jumlah pengunjung yang cenderung meningkat dan pengelolaan yang baik, Wisata Agro mendapat penghargaan Adhi Karya Utama Propinsi Jawa Barat.

4.2.2. Keadaan Fisik dan Geografis

Perkebunan Gunung Mas terletak pada ketinggian \pm 800-1.200 m di atas permukaan laut, terletak di dua kecamatan Cisarua dan Kecamatan Mega Mendung Kabupaten Bogor, Propinsi Jawa Barat. Perkebunan Gunung Mas terletak sekitar 80 km dari ibu kota Jakarta atau sekitar 90 km dari Bandung.

Menurut Klasifikasi Schimid dan Ferguson, iklim di Perkebunan Gunung Mas termasuk iklim sedang dengan curah hujan cukup tinggi sepanjang tahun antara 2.500 sampai 4000 mm per tahun. Kawasan ini memiliki temperatur minimum 15° - 18° . Salah satu unsur iklim adalah curah hujan. Curah hujan bulanan sebesar 50 mm lebih dari dua bulan. Pola sebaran curah hujan per tahun di Kebun Teh Gunung Mas memiliki dua puncak hujan, yaitu terjadi bulan Februari (puncak pertama) dan pada bulan November (puncak ke dua).

Perkebunan Gunung Mas mempunyai luas areal sekitar 1.703,65 Ha. Luas areal diusahakan sebagai kawasan Agro adalah \pm 300 Ha yang terdiri dari areal pertanaman teh, hutan wisata dan lapangan untuk kegiatan seperti *tea walk*, hiking, olah raga alam bebas, berkemah dan lain-lain.

4.2.3. Tanah dan Sumber Air

Tipe tanah untuk areal penanaman teh di Indonesia, khususnya di areal kebun teh milik PTPN didominasi oleh tanah jenis andosol, kemudian latosol dan regosol. Tekstur tanah untuk tanaman teh mulai dari pasir hingga liat berat, ruang pori lebih dari 40 persen dengan jumlah air tersedia pada jarak 4-20 cm untuk setiap meter kedalaman tanah. Tanah yang sesuai untuk tanaman teh adalah

subur, kandungan bahan organik tinggi (minimal 8%), kedalaman solum tanah \geq 40 cm, lapisan olah cukup tebal tidak bercadas, mudah meresap air, dan kemiringan lahan $<$ 35% (rata, landai) (Herlita, 2008).

Topografi tanah areal penanaman teh Gunung mas \pm 15%. Kualifikasi tanah kebun teh Gunung Mas adalah sebagai berikut:

1. Keasaman tanah (pH) berkisar antara 4,5-6,0
2. Kondisi tanah cukup gembur, drainase baik, tidak berkapur.
3. Jenis tanah terdiri dari: Andosol (330,87 Ha – 57%), latosol (116,31 Ha – 20%) dan regosol (132,92 ha – 23%).

Tinggi tempat seluruh areal Kebun Teh Gunung Mas berkisar antara 600-2000 meter di atas permukaan laut. Ketinggian tempat untuk penanaman teh antara 800-1400 mdpl dimana *afleding* Gunung Mas I dan II terletak pada elevasi 800-1.000 m dpl.

Sumber air bersih yang digunakan untuk keperluan wisata agro, budidaya teh, pabrik dan pemukiman karyawan berasal dari tiga sumber air terjun yang dialirkan ke bangunan dam. Jarak antara air terjun dengan bangunan dam adalah 500 m dari bangunan dan air disalurkan ke empat bangunan yang memiliki dua penyaringan yang berjarak 900m. terdapat 50 bak kontrol dengan ukuran 1mx1mx1,5m yang berada di antara penyaringan satu dan dua sebanyak 20 bak kontrol, antara bak penyaringan dua dengan penyaringan tiga sebanyak 20 bak kontrol, dan antara bak penyaringan tiga dan empat sebanyak 10 bak kontrol, yang kemudian disalurkan ke bagian wisata agro dan pabrik sedangkan untuk kebutuhan budidaya teh memanfaatkan air rembesan permukaan. Air disalurkan menggunakan pipa besi dengan diameter 50cm dan panjang 900m.

4.2.4. Integrasi Kegiatan Agribisnis-Agroindustri-Agrowisata

Bidang usaha PT Perkebunan Nusantara VIII Kebun Gunung Mas adalah membudidayakan dan mengolah hasil perkebunan berupa teh dan kina. Teh yang diproduksi oleh kebun teh Gunung Mas merupakan jenis teh hitam *CTC* (*crushing, tearing, dan curling*) yang merupakan rangkaian proses dari subsistem tanaman (kebun), subsistem pabrik (pengolahan dan teknik) dan subsistem Adsi (akuntansi, umum, dan administrasi). Ketiga subsistem tersebut merupakan bagian dari sistem manajemen agribisnis dan agroindustri yang diselenggarakan dalam kegiatan usaha bisnis kebun teh tersebut guna pencapaian optimalisasi produksi. Proses produksi dan mutu teh dipengaruhi oleh penyediaan bahan baku pucuk daun teh, proses pengolahan, mesin dan peralatan serta pengawasan mutu yang dilakukan.

Mengacu pada pengelompokan *farm* dalam penyelenggaraan agribisnis, maka proses produksi teh hitam *CTC* terdiri atas kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan di *on-farm* dan *off-farm*. Proses budidaya teh (mulai dari pembibitan, penanaman, pemeliharaan TBM dan TM, serta panen) sampai dengan penanganan pucuk (*handling* pasca panen) dari kebun ke pabrik yang bertujuan untuk menghasilkan pucuk teh sesuai syarat olah merupakan kegiatan *on-farm*, sedangkan proses pengolahan pucuk teh menjadi bubu kering (teh hitam *CTC*) merupakan kegiatan *off-farm*.

Salah satu syarat normatif agar kegiatan agribisnis dan agroindustri tumbuh berkembang haruslah memiliki pasar lokal/ domestik yang besar serta memiliki peluang untuk diekspor, dimana fokus produksi diharapkan pada pasar

ekspor (Gumbira Sa'id, 2001). Pengembangan dan pemeliharaan pangsa pasar tradisional maupun pasar non tradisional oleh perkebunan Gunung Mas, dilakukan dengan perluasan pasar baru, khususnya komoditas teh, melalui kegiatan *direct selling*, perluasan jaringan distribusi, peningkatan kegiatan promosi serta pengembangan industry hilir, disamping meningkatkan manajemen produksi untuk menjamin ketersediaan produk yang siap dijual setiap saat. Hal tersebut untuk mencapai sasaran Rencana Jangka Panjang dengan tingkat kesehatan AA.

Lebih lanjut Gumbira Sa'id (2001) mengemukakan syarat lain agar kegiatan agribisnis dan agroindustri tumbuh berkembang adalah menghasilkan keragaman usaha yang besar serta menunjang berbagai kegiatan ekonomi lainnya sehingga mampu mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah. Keragaman usaha yang dilakukan oleh Perkebunan Gunung Mas adalah dengan mengelola wisata agro di Gunung Mas dengan kegiatan diantaranya *tea walk*, kunjungan ke pabrik, penginapan, dan tempat pertemuan. Dengan mengelola agrowisata, perkebunan Gunung Mas mencoba untuk melakukan integrasi antara agribisnis, agroindustri, dan agrowisata. Tujuan lain dikelolanya wisata agro ini adalah sebagai wujud pengabdian kepada masyarakat, baik karyawan perkebunan maupun masyarakat sekitar.

4.2.5. Kondisi Infrastruktur

Kawasan agrowisata Gunung Mas selain terdapat hamparan teh juga terdapat sarana dan prasarana yang disediakan untuk membantu kelancaran kegiatan sistem produksi agar menjadi lebih baik dan lancar sehingga produk

yang dihasilkan bisa bermutu tinggi dan mampu bersaing di pasaran. Sarana dan prasarana yang tersedia antara lain sebagai berikut:

1. Bangunan emplasemen yang terdiri dari rumah administratur, rumah sinder, rumah karyawan, kantor afdeling, kantor induk, gudang, sarana pabrik dan kesenian, serta mesjid.
2. Sarana jalan, air, diesel, dan tempat penitipan anak (TPA).
3. Sarana pendidikan yaitu TK, Madrasah, dan Sekolah Dasar.
4. Sarana kesehatan, yaitu Puskesmas dan Poliklinik
5. Sarana pemenuhan kesejahteraan seperti koperasi karyawan dan organisasi keluarga karyawan Ikatan Keluarga Besar Ibu-Ibu (IKBI)
6. Kantor Wisata Agro yang berada di afdeling Gunung Mas I.

4.2.6. Sarana dan Prasarana Wisata Agro Gunung Mas

Fasilitas sarana dan prasarana yang dimiliki Wisata Agro Gunung Mas adalah sebagai berikut :

1. Kawasan terbuka yang terdiri dari areal pertanaman teh, hutan wisata dan lapangan untuk pelaksanaan kegiatan seperti *tea walk* atau jalan santai di areal Gunung Mas dengan jalur lintasan yang ditawarkan adalah 4 km, 6 km, 10 km. Penggunaan areal ini dikenakan tarif masuk areal Gunung Mas sebesar Rp. 6.000,- per orang, tanda pemasangan arah, dan pemandu bila dibutuhkan. Jasa satu pemandu diperuntukkan untuk lima orang pengunjung dengan tarif disesuaikan dengan jauhnya jarak yang akan ditempuh.
2. Pabrik pengelolaan teh hitam CTC (*Crushing, Tearing, Cutting*) dan pengepakan teh untuk wisata ilmiah. Kunjungan ke pabrik teh biasanya dikenakan tarif masuk.

3. Penginapan terdiri dari:
 - a. Wisma Affandi terdiri dari 8 kamar, antara lain satu kamar khusus bagi pejabat eselon satu, tiga kamar VIP dengan kamar hotel bintang tiga dan empat kamar standar.
 - b. Bungalow terdiri dari tiga rumah antara lain satu rumah dengan lima kamar, satu rumah dengan tujuh kamar dan satu rumah dengan tiga kamar. Fasilitas yang didapat yaitu ruang tamu, ruang keluarga, dapur, dan kamar mandi.
 - c. Pondokan sebanyak 21 yang memiliki fasilitas dua kamar tidur dan satu kamar mandi
 - d. Rumah Kelapa
4. Ruang pertemuan yang terdiri dari aula wisma, aula camellia, aula pondokan. Kapasitas aula pondokan sebesar 100-300 orang.
5. Lapangan olah raga tenis, bola voli, bulu tangkis, sepak bola, areal berkuda, dan areal kemping.
6. *Tea corner*, *tea café* dan *café tirta mas* yaitu tempat menjual produk teh celup, teh hitam, maupun teh kemasan botol Walini dan menjual minuman teh seduh serta makanan lain yang dihidangkan kepada pengunjung, sehingga bisa disantap saat memandangi pemandangan kebun teh.
7. Arena permainan yang terdiri dari *trampoline*, *water ball*, *rumah balon*, *flying fox*, *rumah balon*, *mini becak*, *spider boat*, *mandi bola*, ATV dan kereta api.
8. Kolam pemancingan di lokasi mata air Ciburial. Untuk masuk ke mata air Ciburial dikenakan tarif Rp. 2000,- dan arena untuk sarana terbang layang

9. Perlengkapan untuk kegiatan *outdoor* maupun *indoor* seperti *sound system*, OHP, listrik, tenda, kursi, meja, spanduk dan umbul-umbul.
10. Petugas keamanan dan pemandu
11. Toilet.

4.2.7. Visi dan Misi Kawasan Agrowisata Gunung Mas

Kawasan Agrowisata Gunung Mas memiliki visi mengacu pada perusahaan induknya untuk menjadi perusahaan perkebunan yang tangguh dalam bidang agribisnis, agroindustri, dan agrowisata untuk memuaskan *stakeholder* (antara lain pelanggan, pemilik saham, karyawan, dan masyarakat) serta menjadi perusahaan yang peduli akan lingkungan. Perusahaan ini memiliki misi untuk turut melaksanakan dan menunjang kebijakan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya, khususnya di sub sektor perkebunan dalam arti seluas-luasnya. Misi tersebut kemudian diimplementasikan sebagai berikut:

1. Terciptanya produk agribisnis dari komoditas teh, karet dan kelapa sawit dengan standar mutu, sehingga memenuhi kebutuhan pasar.
2. Terpakainya teknologi budidaya tepat guna dan proses pengolahan yang efisien dan ramah lingkungan, sehingga menghasilkan produk komoditas dan industri hilir berkualitas.
3. Terwujudnya daya saing melalui pengembangan iklim kerja kreatif dan inovatif.

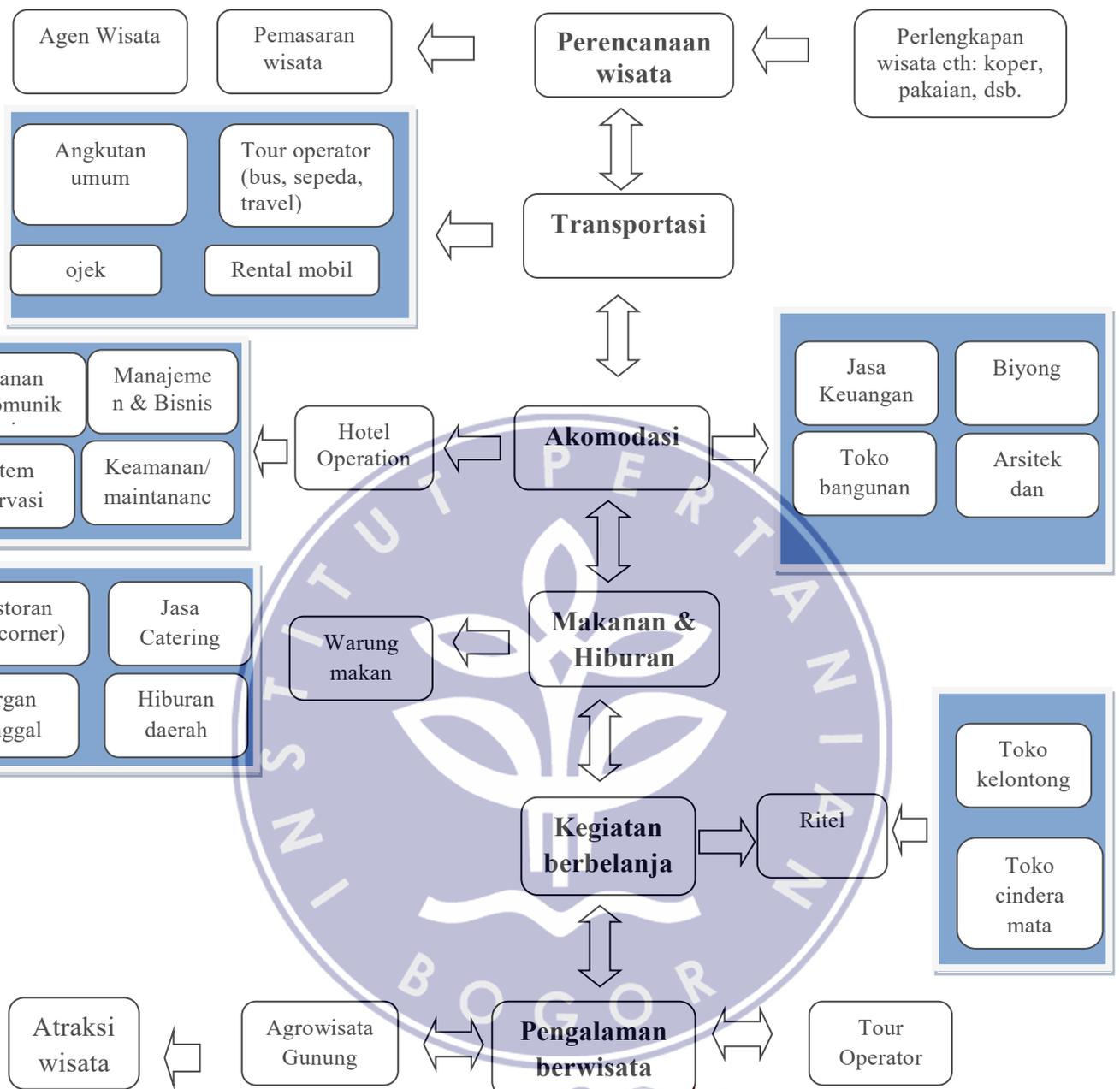
4. Terciptanya sumber-sumber pertumbuhan baru melalui pengembangan potensi potensi agribisnis, sehingga meningkatnya produktivitas lahan dan nilai tambah perusahaan.

4.2.8 Rantai Nilai Agrowisata Gunung Mas

Rantai nilai pariwisata terdiri dari pemasok dari semua barang dan jasa yang merupakan produk wisata sampai dengan ke konsumen, Pemasok yang dimaksud termasuk juga pemasok yang tidak terikat langsung terhadap *tour operator* atau agen lainnya. Gambar rantai nilai agrowisata Gunung Mas merupakan rantai pasok yang relatif kompleks, melibatkan banyak komponen – tidak hanya akomodasi, transpor dan kunjungan-kunjungan, tetapi juga restoran, usaha kerajinan, produksi makanan, pembuangan limbah, dan infrastruktur (pembangkit listrik, air minm, dan sarana jalan) yang mendukung pariwisata. Adapun gambaran rantai nilai agrowisata Gunung Mas adalah sebagai berikut:



© Hak Cipta Milik IPB
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tujuan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak mengiklankan kepentingan IPB. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



Gambar 3. Rantai Nilai Agrowisata Gunung Mas (Diadaptasi dari Slob dan Wilde, 2006)

Produk dan jasa utama dari sektor pariwisata di daerah Cisarua adalah *travel accommodation* (hotel, wisma, bungalow), restoran dan café, transportasi (bis pariwisata, ojek dan angkutan umum), peritel lokal, dan tempat wisata

diantaranya adalah Taman Safari, Wisata Agro Gunung Mas, dan Taman Matahari.

Pemetaan rantai nilai dimulai dari perencanaan wisata yang dilakukan oleh wisatawan, transportasi yang digunakan ke tujuan wisata, akomodasi yang ditempati, restoran dan sarana hiburan yang dikunjungi, hingga pengalaman berwisata di tujuan wisata. Berdasarkan hasil wawancara dengan manajemen Wisata Agro Gunung Mas dan wisatawan di Kawasan Agro Wisata Gunung Mas terdapat dua jenis wisatawan yaitu *inbound tourist* dan *inclusive tourist*. Wisatawan inklusif terdapat alur pihak perantara berupa agen perjalanan yang tidak terdapat pada alur pengunjung independen.

Secara umum, gambaran rantai nilai agrowisata Gunung Mas terdiri dari berbagai pelaku yang terlibat dari proses awal produksi, yaitu ketika wisatawan merencanakan wisata mereka, hingga ke konsumen akhir. Penjelasan pelaku-pelaku yang terlibat dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pemasok Input

Pemasok input berperan memasok berbagai bahan untuk kebutuhan penunjang dalam kegiatan pariwisata Agrowisata Gunung Mas. Kebutuhan penunjang tersebut diantaranya adalah bahan makanan yang digunakan untuk kebutuhan konsumsi pengunjung terutama penginapan dan *tea corner*. Para pemasok input dan pengelola Agrowisata Gunung Mas ini bersifat tidak terikat dalam suatu bentuk kerjasama satu sama lain dimana kontak atau transaksi dengan pihak pemasok terjadi ketika proses jual beli saja. Para pemasok input bahan-bahan ini biasa ditemui berupa pedagang lokal pada pasar-pasar tradisional yang terdapat di sekitar wilayah Cisarua Puncak atau Cipanas.

2. Produsen Primer

a. PT. Perkebunan Nusantara (Persero)

Agrowisata Gunung Mas berfungsi sebagai pihak yang menghasilkan produk-produk agrowisata berupa kegiatan wisata baik dalam bentuk paket maupun terpisah, *tea walk*, penginapan, *café tea corner*, dan berbagai fasilitas lainnya. Saat ini Agrowisata Gunung Mas menjual produk wisatanya kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung melalui distributor atau perantara. Pihak pengelola Agrowisata Gunung Mas menjelaskan hingga saat ini susunan struktur organisasi untuk pengelolaan agrowisata belum secara resmi dibentuk oleh kantor pusat. Pengelola agrowisata di setiap lokasi dikepalai oleh asisten manajer agrowisata yang bertanggung jawab terhadap manajer agrowisata di kantor pusat Bandung. Pengelolaan ini menyebabkan segala keputusan mengenai peraturan dan kebijakan yang berkaitan dengan operasional, pemasaran dan promosi agrowisata membutuhkan pengambilan keputusan yang terpusat. Terpisahnya koordinasi tersebut dan sangat terbatasnya kewenangan asisten manajer agrowisata terkadang menyulitkan pengambilan keputusan terutama pada aspek perluasan pasar dan aspek promosi. Berdasarkan wawancara kurangnya promosi berdampak terhadap penurunan pendapatan Agrowisata hingga 40% akibat persaingan dari tempat wisata lain di wilayah Puncak seperti Taman Wisata Matahari atau Cimory.

b. Akomodasi

Akomodasi yang selama ini tersedia bagi wisatawan terdapat di areal kawasan agrowisata dan di luar kawasan agrowisata. Pengelola Agrowisata Gunung Mas saat ini tidak memiliki bentuk kerjasama perjanjian tertulis secara

formal dengan pihak penyedia akomodasi lainnya. Kerjasama yang terjalin khususnya dengan pihak penyedia akomodasi lain bersifat informal tanpa perjanjian tertulis dan hanya berdasarkan kepercayaan serta hubungan baik. Hubungan antar kedua pihak terjadi misalnya ketika pengunjung Agrowisata tidak dapat menggunakan fasilitas penginapan Agrowisata dikarenakan telah penuh atau tidak memenuhi jumlah kapasitas pengunjung maka pihak pengelola akan menginformasikan tempat penginapan lain. Keuntungan yang diperoleh dalam bentuk pengelola Agrowisata Gunung Mas dapat menyimpan brosur dan leaflet pada lobi hotel. Hotel-hotel yang menjalin kerjasama informal dengan Agrowisata Gunung Mas ini adalah hotel bintang tiga atau bintang empat diantaranya Hotel Pardede Cisarua, Hotel Bukit Indah Cipanas, Hotel Salak, dan Hotel Safari Garden Cisarua. Selain hotel-hotel tersebut, tersedia berbagai macam villa dan wisma yang tersebar di sepanjang area Desa Tugu Selatan sebagai pilihan alternatif wisatawan untuk bermalam.

c. Restoran

Pengelola Agrowisata Gunung Mas memiliki *catering* rekanan tersendiri yaitu Catering Camelia apabila terdapat pesanan makanan minuman dalam jumlah besar dan tidak menjalin kerjasama dalam bentuk tertulis dengan pihak restoran lain. . Catering Camelia merupakan jasa katering yang dikelola oleh kumpulan ibu-ibu unit bisnis agrowisata. Pengunjung Agrowisata dapat menggunakan jasa berbagai restoran yang terdapat di sepanjang jalur Puncak yang menawarkan berbagai menu dari makanan tradisional Indonesia, dan makanan internasional seperti *Chinese food* dan *western food*

d. Transportasi

Menurut Cooper *et al* (1998) transportasi pada pariwisata merupakan elemen penting dalam produk jasa wisata dalam dua hal yaitu bagaimana mencapai daerah tujuan wisata dan kebutuhan akan pergerakan dalam daerah tujuan wisata tersebut. Transportasi yang digunakan untuk menuju kawasan agrowisata Gunung Mas adalah melalui jalur jalan raya Puncak. Pihak pengelolaan kawasan agrowisata Gunung Mas tidak menyediakan transportasi khusus untuk wisatawan yang akan berkunjung ke areal wisata. Oleh karena itu, transportasi yang digunakan ada berbagai macam, antara lain kendaraan umum (angkot dan ojek), rental mobil, bis pariwisata dan tentunya kendaraan pribadi yang dibawa langsung oleh wisatawan. Kendaraan bermotor milik pribadi yang biasa digunakan seperti mobil dan motor. Angkutan umum yang menjangkau lokasi Agrowisata yaitu angkutan kota jurusan Sukasari-Cisarua (02) dengan jalur terminal angkutan kota Sukasari hingga terminal Tugu Puncak, bis umum lintas kota yang melewati jalur Puncak, minibus Colt jurusan Cipanas atau Cianjur. Kemacetan yang luar biasa kerap terjadi untuk mencapai kawasan wisata di sepanjang area puncak. Pada musim kunjungan wisata, waktu yang dibutuhkan untuk mencapai Kawasan agrowisata Gunung Mas dari Gadog, Ciawi bisa mencapai 1,5 jam sampai dengan dua jam perjalanan. Ditambah lagi di akhir pekan diberlakukan sistem buka tutup jalan dari dan menuju Jakarta. Pada saat kemacetan terjadi, angkot yang beroperasi pada saat itu, biasanya mengenakan tarif dua kali lipat dari harga normal atau harga trayek terjauh dari angkot tersebut.

e. Atraksi Lainnya

Cooper *et al.* (1998) menyebutkan bahwa bentuk atraksi wisatawan biasanya bersama-sama dengan masyarakat lokal. Selain agrowisata terdapat atraksi lain yang masih bersifat memanfaatkan kondisi alam seperti *Outbond* dan berkuda yang dikelola pihak luar selain pengelola Agrowisata. Setiap pengunjung harus membayar kembali di luar harga tiket masuk Agrowisata setiap akan menikmati atraksi lainnya ini. Para pelaku usaha dalam atraksi lainnya di Agrowisata Gunung Mas berasal dari masyarakat sekitar.

f. Distributor (Perantara atau Pengecer)

Secara garis besar bentuk pola pengendalian rantai global yang terjadi pada rantai nilai Agrowisata Gunung Mas dapat tergolong dalam jenis hubungan rantai nilai global *relational* yang hubungannya seimbang antara pemasok dan pembeli. Dalam rantai nilai global ini terdapat interaksi yang kompleks antara penghasil produk dan jasa wisata seperti pengelola Agrowisata dengan pembeli baik konsumen (wisatawan) maupun distributor (tur operator dan agen perjalanan). Hubungan ini menciptakan hubungan ketergantungan satu sama lain yang dapat diatur melalui kepercayaan dan reputasi akibat hubungan baik yang dibina cukup lama.



Pola hubungan rantai nilai agrowisata dapat terjadi pada hubungan wisatawan dengan tur operator/agen perjalanan atau pengelola Agrowisata misalnya ketika transaksi pemesanan dan pembelian paket wisata, tur operator dengan penghasil produk jasa wisata seperti pengelola Agrowisata, hotel, restoran dalam menyusun program paket wisata, dan agen perjalanan eceran

dengan tur operator dalam memasarkan paket wisata dalam jumlah yang lebih kecil atau eceran.

Gambar 3 menunjukkan sistem distribusi yang melibatkan distributor atau perantara pada rantai nilai Agrowisata Gunung Mas merupakan bagian dari sistem distribusi tidak langsung (*indirect distribution system*). Pada tahap ini terjadi proses penjualan dan produksi produk wisata dalam bentuk yang lebih menarik bagi wisatawan berupa paket-paket wisata. Yoeti (2008) menerangkan bahwa salah satu fungsi perantara yaitu agar calon wisatawan sebagai konsumen dapat melihat, menyaksikan, membandingkan, memilih atau melakukan pembelian dengan mudah, tanpa harus datang ke produsen yang menghasilkan barang atau produk tersebut. Hubungan antara sisi permintaan (*demand*) atau calon wisatawan dengan sisi pemasok wisata (*supply*) yang dapat terjadi pada Agrowisata Gunung Mas melalui beberapa macam pelaku diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Biro Perjalanan Wisata (*Tour Operator*)

Salah satu jalur distribusi dalam rantai nilai agrowisata adalah *tour operator*. Yilmaz dan Bititci (2006) menjelaskan bahwa secara garis besar agen perjalanan terbagi menjadi dua kategori yaitu agen perjalanan *outgoing* (*outbound*) dan agen perjalanan *incoming* (*inbound*). Agen perjalanan *outbound* berlokasi di negara penghasil wisatawan sedangkan agen perjalanan *inbound* berada pada daerah tujuan. Agen perjalanan *incoming* (*inbound*) dapat berperan dalam pengaturan perpindahan bolak-balik dari tempat kedatangan wisatawan ke lokasi hotel dan tempat wisata lainnya.

Berdasarkan pengamatan, salah satu *Inbound tour operator* yang berperan pada rantai nilai Agrowisata Gunung Mas merupakan tur operator lokal yang bekerjasama dengan *Outbound tour operator* internasional dengan sistem kontrak dan sistem komisi. Salah satu *inbound tour operator* yang melakukan kegiatan wisata pada Agrowisata Gunung Mas adalah Sofyani Lombok Tour Operator yang bekerjasama dengan Outbound tour operator asing Allibert Trekking yang memiliki kantor pusat di Perancis. Bentuk kerjasama yang terjadi antara kedua pihak tur operator yaitu *Outbound tour operator* bertugas mendatangkan wisatawan internasional dari negara asal yang kemudian ditangani oleh pihak *Inbound tour operator* begitu tiba di bandara daerah tujuan wisata. *Inbound tour operator* tersebut bertugas memenuhi semua kebutuhan wisatawan seperti transportasi, akomodasi dan makanan selama perjalanan wisata serta melakukan rangkaian sesuai paket wisata dan jadwal *Outbound tour operator*.

Pihak *Inbound tour operator* berpendapat terdapat beberapa hambatan dalam melakukan kerjasama atau mengatur kegiatan wisata di Agrowisata Gunung Mas. Berdasarkan hasil wawancara dengan *tour operator* tersebut, hambatan tersebut diantaranya pengelola agrowisata tidak memberlakukan tarif kontrak (*contract rate*) dan hanya memberikan diskon sehingga sulit untuk memperoleh harga yang stabil. Harga yang berlaku pada akhir pekan (*weekend*) atau liburan yang lebih mahal juga merupakan salah satu hambatan bagi *Inbound tour operator*. Hal ini berbeda dengan produsen jasa atau wisata di daerah tujuan paket wisata lainnya seperti Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur dan Bali yang memiliki harga penjualan khusus bagi tur operator yang sama untuk hari

pekan maupun hari kerja meskipun antara kedua belah pihak tidak memiliki kerjasama formal tertentu. Harga yang dinilai kurang kompetitif ini diakui pihak *Inbound tour operator* dapat mengurangi keuntungan yang mempengaruhi keberlanjutan usaha.

Tour operator lokal yang mayoritas konsumennya adalah wisatawan domestik adalah *Track Adventure* yang khusus menangani wisata menggunakan sepeda gunung. Tur operator ini berawal dari komunitas sepeda yang biasa bersepeda dari Rindu Alam menuju Gadog dan melewati Gunung Mas sebagai lokasi transit. Tur operator *Track Adventure* menawarkan kepada umum terutama kaum pemula dan keluarga suatu paket wisata bersepeda gunung di wilayah Agrowisata Gunung Mas yang juga dapat dikombinasikan dengan fasilitas lainnya seperti gantole, paralayang, ATV, berkuda, penginapan dan restoran untuk jumlah minimal enam orang peserta. Hingga saat ini teknis pemasaran tur operator ini belum ada kerjasama dengan pihak lain. Kerjasama yang saat ini terjalin adalah dengan vendor jasa lain seperti hotel, restoran, atraksi lainnya, dan masyarakat lokal sebagai pemandu dengan sistem *profit sharing*. Hingga saat ini Agrowisata Gunung Mas sendiri belum memiliki kerjasama dengan pihak *Track Adventure*. Menurut Bapak Syamsul Bachri (Field Coordinator Track) hambatan dalam melakukan kerjasama dan kegiatan di Agrowisata Gunung Mas diantaranya masalah birokrasi kerjasama dengan pihak pengelola Agrowisata yang cukup rumit, serta retribusi yang dipungut kembali secara terpisah di luar tiket masuk yang dinilai dapat mengurangi keuntungan tur operator.

3. Agen Perjalanan Ritel

Tahapan ini juga tergolong dalam sistem distribusi tidak langsung dikarenakan konsumen atau wisatawan dalam memenuhi kebutuhan proses dan kegiatan wisatanya menggunakan satu atau lebih perantara antara wisatawan tersebut dengan pemasok jasa wisata. Menurut Yoeti (2008) produsen akan mengirim barang-barang ke *retailer* apabila ada permintaan atau pesanan barang dari pedagang pengecer (*retailer*) selanjutnya konsumen dapat membeli barang di pihak pengecer ini. Yoeti (2008) juga menjelaskan bahwa agen perjalanan ritel bertindak selaku agen bagi pemasok wisata dan memperoleh imbalan berupa komisi sebagai sumber pendapatan atas penjualan produk pemasok yang dilakukannya. Calon wisatawan hanya berhubungan dengan agen perjalanan ritel tanpa berurusan secara langsung dengan pemasok wisata maka apabila terjadi keluhan disampaikan melalui agen perjalanan ritel tersebut sehingga pertukaran informasi antar pihak sangatlah penting.

Fasilitas telekomunikasi yang semakin maju memegang peranan penting dalam kegiatan industri pariwisata. Teknologi komunikasi sangat bermanfaat dalam menunjang kemudahan berkomunikasi antara calon wisatawan dan pemasok yang dapat dilakukan menggunakan telepon, faksimili, dan internet. Fasilitas komunikasi digunakan untuk mempermudah masing-masing pihak melakukan transaksi seperti pemesanan dan pembayaran tiket atau akomodasi, atau melakukan konfirmasi atas transaksi tersebut. Pelayanan ini disediakan pihak pemasok agar calon wisatawan dapat langsung melakukan kontak dengan pemasok. Biasanya jasa pelayanan konsumen tersebut berupa *call center* untuk

koneksi melalui telepon atau *email contact* untuk koneksi melalui situs jaringan internet.

Pada rantai nilai yang terjadi di Agrowisata Gunung Mas, fungsi agen perjalanan ritel pada wisatawan domestik biasanya dilakukan bersamaan oleh *inbound tour operator*. Hal ini terjadi salah satu contohnya pada Sofyani Lombok *Tour Operator* yang dapat melayani wisatawan domestik apabila jumlah wisatawan memenuhi kuota dan tarif yang ditentukan. Untuk wisatawan internasional, agen perjalanan ritel ini merupakan agen perjalanan yang menjual produk *outbound tour operator* secara eceran di negara asal wisatawan internasional. Berdasarkan pengamatan pada situs resmi tur operator Allibert Trekking (www.allibert-trekking.com, 2010), paket-paket wisata dapat dibeli konsumen langsung kepada tur operator atau melalui agennya yang tersebar di berbagai kota di Perancis untuk pembelian paket dalam jumlah pengunjung yang lebih kecil atau secara eceran.

g. Konsumen

Konsumen dari Agrowisata Gunung Mas, dalam hal ini adalah wisatawan, sebagian besar merupakan jenis pengunjung rombongan/grup wisata baik instansi ataupun sekolah. Berdasarkan wawancara dengan pihak pengelola Agrowisata tujuan dari wisata yang dilakukan oleh wisatawan adalah *eco-travelers, Meetings Incentives & Conferences (MICE), Visiting Friends and Relatives (VFR)*. Jenis pengunjung tersebut dalam melakukan kegiatan wisatanya terbagi menjadi pengunjung independen dan pengunjung inklusif sebagai berikut :

a. Pengunjung Independen

Menurut Yoeti (2008) penjualan produk dan jasa wisata langsung dari pihak produsen atau biasa disebut penjualan langsung (*direct sale*) dan yang dimaksud dengan sistem distribusi langsung ini yaitu wisatawan melakukan kegiatan dan memenuhi kebutuhan wisata dilakukan tanpa bantuan atau melibatkan perantara. Yilmaz dan Bititci (2006) menjelaskan bahwa konsumen yang mengatur perjalanan mereka sendiri tanpa ada bantuan dari perantara lain yang biasa dikenal pengunjung individual atau pengunjung independen.

Pada rantai nilai Agrowisata Gunung Mas, sistem distribusi langsung ini terjadi terdapat pada contoh calon wisatawan untuk jenis pengunjung independen langsung membeli tiket lokasi pada pengelola Agrowisata Gunung Mas, mengikuti berbagai jenis program wisata atau memesan penginapan Agrowisata Gunung Mas tanpa melibatkan pihak perantara atau sejenis tur operator. Berdasarkan wawancara dan pengamatan di lapangan, konsumen yang terdapat pada rantai nilai Agrowisata Gunung Mas terdiri dari wisatawan domestik dan wisatawan internasional baik yang tergolong dalam pengunjung inklusif maupun pengunjung independen.

b. Pengunjung Inklusif

Yilmaz dan Bititci (2006) menjelaskan bahwa pengunjung inklusif merupakan konsumen atau pengunjung memiliki beberapa alternatif baik dengan meminta bantuan tur operator, agen perjalanan atau tur operator lokal melalui paket-paket perjalanan. Pengunjung inklusif Agrowisata Gunung Mas ini biasanya merupakan wisatawan internasional yang berkunjung melalui paket wisata yang ditawarkan tur operator internasional (*outbound*) dan

diselenggarakan di lokasi oleh tur operator lokal mitra (*inbound*) dari tur operator *outbound* tersebut. Berdasarkan keterangan pengelola Agrowisata, pengunjung inklusif yang mengunjungi Agrowisata Gunung Mas sebagian berasal dari Eropa (Belanda, Perancis, Jerman) maupun Timur Tengah (Yaman, UEA, Arab Saudi).

c. Pemerintah

Pada rantai nilai Agrowisata Gunung Mas juga terdapat keterlibatan pemerintah baik secara langsung maupun tidak langsung. Pelaku pemerintah yang banyak berkaitan langsung dengan rantai nilai Agrowisata Gunung Mas adalah pihak Pemerintah Daerah Kabupaten Bogor sesuai dengan lokasi Agrowisata Gunung Mas yang terletak di Kabupaten Bogor. Beeton (1998) menjelaskan bentuk keterlibatan pemerintah daerah dalam pariwisata diantaranya dalam hal menyediakan infrastruktur dan jasa yang dibutuhkan publik seperti terminal bus, jalan raya, museum, pusat informasi pengunjung, pusat rekreasi umum, toilet umum, tempat pembuangan sampah, kebersihan jalan, taman umum, dan papan petunjuk.

d. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor

Adapun pihak pemerintah daerah yang berwenang mengenai pengelolaan pariwisata di wilayah lokal dalam hal ini adalah dinas kebudayaan dan pariwisata pemerintah kabupaten Bogor. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor saat ini berperan hanya melakukan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelatihan di bidang kebudayaan dan pariwisata saja. Hal ini dikarenakan telah dibentuknya dinas Badan Perizinan Terpadu pada tahun 2007 yang menangani khusus masalah perizinan termasuk bidang pariwisata.

Dikarenakan kewenangan dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Bogor saat ini hanya melakukan pembinaan, pelatihan dan perumusan pengembangan pariwisata maka peranannya dalam rantai nilai industri pariwisata hanya terbatas pada kategori tersebut.

Beeton (1998) menerangkan pemerintah daerah terlibat dalam keputusan mengenai perizinan jenis aktivitas yang dibolehkan pada tempat umum. Dalam hal ini proses perizinan dilakukan bersama dengan aparat hukum atau kepolisian untuk kegiatan wisata yang terdapat acara hiburan yang bersifat masal pada Agrowisata Gunung Mas. Perpanjangan tangan dari Pemda Kabupaten Bogor di daerah Agrowisata Gunung Mas adalah Kelurahan Tugu Selatan. Segala perizinan acara hiburan misal dilakukan melalui perantara Kelurahan Tugu Selatan. Menurut Beeton (1998) terdapat hal yang diatur oleh pemerintah daerah berkaitan dengan pariwisata terbagi menjadi beberapa kelompok sebagai berikut:

- Perencanaan

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor melakukan perencanaan pengembangan pariwisata berupa program kegiatan pariwisata setiap tahunnya. Namun proposal program kegiatan ini tetap harus memperoleh persetujuan dari anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten.

- Pengendalian

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor juga melakukan pengendalian diantaranya dengan melakukan monitoring terhadap kegiatan pariwisata agar sesuai dengan fungsinya, serta melakukan survei lapangan, studi

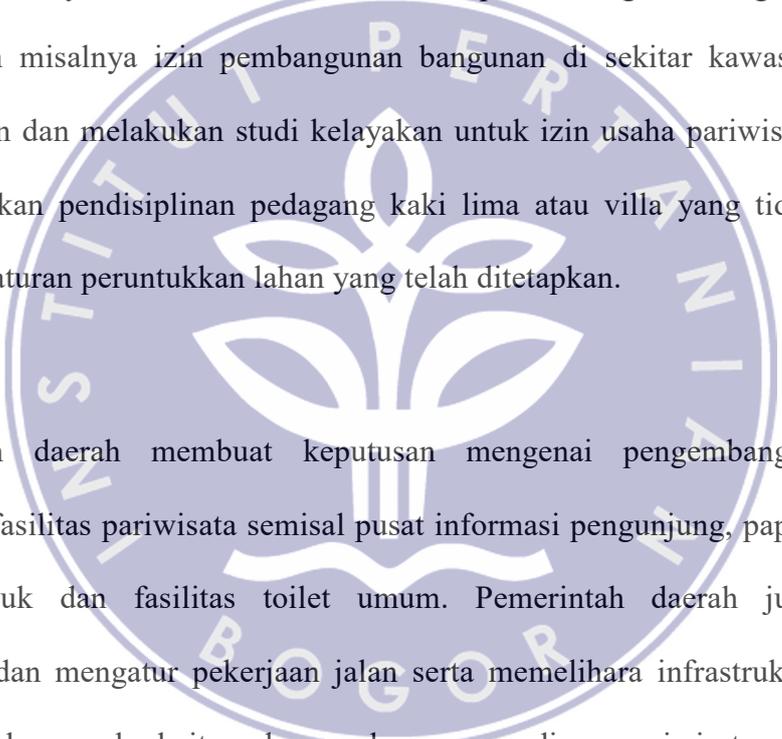
kelayakan dan memberikan rekomendasi untuk kepentingan perizinan usaha baru di bidang pariwisata melalui Bagian Bidang Jasa, Obyek dan Daya Tarik Wisata yang menangani bidang usaha jasa wisata, obyek dan daya tarik wisata dan rekreasi dan hiburan umum serta Bidang Sarana Wisata yang menangani bidang usaha akomodasi, restoran dan rumah makan dan aneka sarana wisata.

- Penggunaan Lahan

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor mengatur penggunaan lahan misalnya izin pembangunan bangunan di sekitar kawasan Desa Tugu Selatan dan melakukan studi kelayakan untuk izin usaha pariwisata baru atau melakukan pendisiplinan pedagang kaki lima atau villa yang tidak sesuai dengan peraturan peruntukkan lahan yang telah ditetapkan.

- Infrastruktur

Pemerintah daerah membuat keputusan mengenai pengembangan infrastruktur dan fasilitas pariwisata semisal pusat informasi pengunjung, papan informasi, petunjuk dan fasilitas toilet umum. Pemerintah daerah juga memprioritaskan dan mengatur pekerjaan jalan serta memelihara infrastruktur umum. Dalam hal yang berkaitan dengan konsumen, dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Bogor telah membangun *Tourism Information Centre* yang berlokasi di daerah Ciawi guna memberikan berbagai informasi mengenai obyek, jadwal dan kegiatan pariwisata dan kebudayaan di wilayah kabupaten Bogor. Untuk mengatasi kemacetan lalu lintas di sepanjang jalur Puncak, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor telah mengajukan pembangunan jalur tembus dari daerah Sentul menuju daerah Puncak bekerjasama dengan Departemen Pekerjaan Umum namun hingga saat ini belum dapat direalisasikan



© Hak Cipta Milik IPB
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencatunkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan satu masalah; dan pengutipan tersebut tidak mengijinkan kepentingan IPB. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

secara optimal dikarenakan masih terhambatnya proses pembebasan lahan warga.

- Pengembangan

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor dalam pengembangan pariwisata memberikan rekomendasi kepada Badan Perizinan Terpadu mengenai persetujuan perizinan pendirian badan usaha pariwisata baru, juga mengadakan pelatihan keterampilan bagi para pegawai hotel dan restoran, dan pembinaan biro dan agen perjalanan di wilayah kabupaten Bogor.

- Informasi dan Kerjasama

Pemerintah daerah menentukan arah dan tingkat promosi pariwisata, pelayanan informasi wisatawan, kerjasama regional dan pengembangan ekonomi. Dalam melakukan peran ini, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor selalu berkoordinasi dengan instansi lain guna mengatasi permasalahan pariwisata misalnya dengan pihak Kepolisian Lalu Lintas, Dinas Lalu Lintas dan Jalan Raya (DLLAJR), Satuan Polisi Pamong Praja (SatPol PP) Kabupaten Bogor untuk perihal kelancaran lalu lintas, keamanan dan ketertiban. Hal yang menyangkut permasalahan infrastruktur berkordinasi dengan Kementerian Pekerjaan Umum, bidang promosi dengan Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia dan instansi lain yang terkait sesuai jenis permasalahan.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor memiliki bagian Bidang Promosi dan Pemasaran yang bertugas melaksanakan pengelolaan pengembangan promosi pemasaran dengan melakukan pengelolaan terhadap

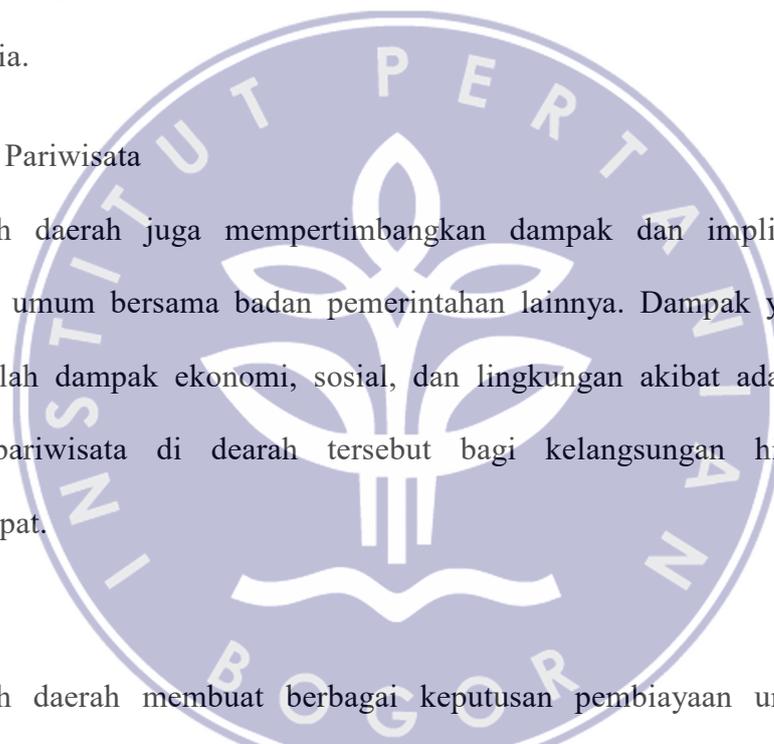
bahan promosi pariwisata, pengelolaan pembinaan event/peristiwa pariwisata, dan pengelolaan promosi pariwisata dan hubungan antar lembaga. Salah satu kegiatan promosi yang sudah dilakukan diantaranya dengan membuat leaflet dan situs internet yang memuat informasi Agrowisata Gunung Mas dan pariwisata Kabupaten Bogor lainnya. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor juga mempromosikan Agrowisata Gunung Mas dan pariwisata Kabupaten Bogor melalui pameran yang diadakan oleh Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia.

- Dampak dari Pariwisata

Pemerintah daerah juga mempertimbangkan dampak dan implikasi pariwisata secara umum bersama badan pemerintahan lainnya. Dampak yang harus dilihat adalah dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan akibat adanya pengembangan pariwisata di daerah tersebut bagi kelangsungan hidup masyarakat setempat.

- Pembiayaan

Pemerintah daerah membuat berbagai keputusan pembiayaan untuk bisnis yang berorientasi pariwisata misalnya seperti pembiayaan asosiasi pariwisata lokal/regional, pusat informasi pengunjung, atau proyek dan penelitian tertentu. Bentuk pembiayaan terhadap pembinaan dan pelatihan yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor diantaranya berupa pembiayaan operasional *Tourism Information Centre*, kegiatan promosi pariwisata setiap tahunnya seperti upacara adat, festival tradisional, pemilihan kontes mojang jajaka dan sebagainya.



Hambatan yang dihadapi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor dalam mengembangkan pariwisata diantaranya masih rendahnya keterampilan atau keahlian pelaku pariwisata seperti penguasaan bahasa Inggris atau keterampilan perhotelan dan jasa lainnya sehingga dinilai masih diperlukan berbagai pelatihan. Hambatan lainnya adalah prosedur internal dimana segala keputusan mengenai program pengembangan pariwisata harus menjalani berbagai prosedur birokrasi dan ada kemungkinan program pariwisata tidak dapat berjalan karena keputusan tergantung atas persetujuan dari Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten.

6. Masyarakat Lokal

Beeton (1998) menjelaskan bahwa suatu masyarakat terdiri dari elemen baik fisik maupun emosional yang menempati suatu area tertentu dan dapat dibatasi secara fisik oleh kondisi geografis seperti sungai atau gunung atau secara sederhana melalui kedekatan populasi seperti pada sebuah kota kecil. Komunitas masyarakat tersebut memiliki sebuah sistem akan organisasi dan aktivitas sosial yang serupa dari hal keluarga hingga kegiatan hidup sehari-hari. Suatu komunitas masyarakat memiliki "*sense of place*" pada suatu daerah atau secara historis dan biasanya memiliki suatu kisaran tradisi dan nilai-nilai.

Masyarakat lokal yang terlibat dalam kegiatan pariwisata dapat berperan lima titik kunci rantai nilai. Masyarakat dapat berperan dalam transportasi sebagai supir angkot, ojek, rental mobil, maupun supir bis pariwisata. Namun masyarakat Desa Tugu Selatan yang berperan dalam pariwisata terlibat sebagai supir angkutan umum dan ojek. Titik kunci berikutnya adalah akomodasi. Keterlibatan masyarakat di titik kunci akomodasi diantaranya adalah sebagai

juru masak villa/hotel, penjaga villa, dan *biyong*. Jasa catering, warung makan, hiburan daerah dan jasa organ tunggal dapat disediakan masyarakat sebagai pendukung penyedia jasa makanan dan hiburan. Penjualan cinderamara dan toko kelontong dilakukan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dalam berbelanja.

Masyarakat lokal turut serta dalam proses produksi dan distribusi pariwisata pada Agrowisata Gunung Mas ini. Masyarakat lokal memanfaatkan keberadaan Agrowisata Gunung Mas untuk mendapatkan penghasilan. Masyarakat lokal yang berada di dalam wilayah perusahaan juga merupakan pegawai PT. Perkebunan Nusantara (Persero) yang memperoleh fasilitas tempat tinggal dan biasanya sudah menempati lingkungan areal kebun teh secara turun menurun. Sistem kepegawaian dalam perusahaan yang melibatkan masyarakat lokal sekitar berupa pegawai dengan status pegawai tetap maupun honorer. Status pegawai tetap biasanya dipegang untuk posisi administrasi dan manajemen yang beroperasi di kantor agrowisata dan perkebunan teh, sedangkan status honorer dipegang oleh posisi operasional teknis di lapangan seperti pemetik teh, tukang bubut, tukang kebun dan sejenisnya. Mengamati dan mempraktekkan kegiatan pemetik teh memberikan pengalaman bagi wisatawan menjadi daya tarik tersendiri Agrowisata Gunung Mas.

Adapun pemandu wisata yang tersedia di Agrowisata Gunung Mas bukan merupakan pemandu wisata khusus yang sengaja diposisikan namun merupakan pegawai PT. Perkebunan Nusantara (Persero) yang memungkinkan pada saat itu untuk menjadi pemandu wisata. Untuk pegawai yang menjadi pemandu wisata tersebut akan memperoleh komisi atas tugas tersebut. Di sela waktu seperti

musim liburan, akhir pekan, atau masa pasca panen, masyarakat lokal ini juga memanfaatkan Agrowisata Gunung Mas dengan berdagang makanan dan minuman ataupun souvenir.

Sama halnya dengan masyarakat lokal yang tinggal di dalam lingkungan areal kebun teh, masyarakat lokal di luar juga mencari penghasilan diantaranya dengan memberikan atraksi wisata lain bagi wisatawan misalnya dengan menawarkan fasilitas permainan outbound atau permainan anak-anak. Pihak perusahaan memberikan kesempatan berusaha dengan sistem kerjasama dengan masyarakat misalnya pada penyewaan permainan dimana banyak permainan yang terdapat di Agrowisata Gunung Mas kepemilikannya bukan atas nama PT.Perkebunan Nusantara (Persero) namun dimiliki oleh pengusaha lokal yang dibangun atas seizin perusahaan. Misalnya Bapak H. Taufik yang memiliki usaha permainan *outbond* yang beroperasi di dalam areal Agrowisata. Usaha lainnya adalah *Catering* Camelia dengan penanggung jawab Bapak Pepeng yang menyediakan makanan bagi pengunjung yang memesan untuk acara yang dilakukan di Agrowisata ataupun untuk konsumsi bagi pengunjung penginapan. Contoh lainnya adalah suatu komunitas pemelihara kuda yang biasa dikenal warga “Kampung Texas” menawarkan jasa berkendara kuda berkeliling pada trek tertentu di areal perkebunan teh. Selain itu, masyarakat di sekitar wilayah Agrowisata Gunung Mas juga mencari penghasilan dengan menjual barang dan jasa seperti makanan, minuman, souvenir baik toko atau warung maupun pedagang asongan, penginapan, restoran, rental kendaraan atau angkutan umum bagi pengunjung seperti angkutan kota, bis umum, maupun ojek.

Berdasarkan pengamatan di lapangan, Agrowisata Gunung Mas juga banyak dikunjungi oleh wisatawan internasional yang berasal dari Timur Tengah dan Belanda, yaitu sekitar 30% dari total wisatawan mancanegara. Hal ini tidak lepas dari keberadaan daerah yang menjadi tempat peristirahatan wisatawan Timur Tengah ketika musim liburan mereka. Daerah ini terletak masih di daerah Cisarua-Puncak, Bogor yang biasa dikenal dengan nama “Kampung Arab”. Dengan adanya komunitas ini masyarakat sekitar banyak membuka usaha jasa seperti penginapan, restoran, rental kendaraan, *money changer*, tur operator maupun agen perjalanan. Hal tersebut menjadikan Agrowisata Gunung Mas menjadi salah satu obyek pariwisata yang dituju wisatawan baik melalui tur operator lokal maupun perjalanan pribadi.



BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Rumah Tangga Responden

Rumah tangga yang menjadi responden dalam penelitian ini terdiri dari 100 rumahtangga yang berasal dari masyarakat yang tinggal di Desa Tugu Selatan, Sejumlah 50 rumah tangga tersebut terlibat dalam pariwisata dan 50 rumah tangga tidak terlibat dalam pariwisata.

Karakteristik responden meliputi umur, pendidikan terakhir, jumlah anggota keluarga, pengeluaran dan pendapatan. Karakteristik tersebut merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kesejahteraan keluarga. Karakteristik tersebut akan berpengaruh terhadap kegiatan, keterampilan, dan kemampuan responden dalam menelaah dan mengambil keputusan mengenai dirinya, keluarganya untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik dan lebih layak. Nilai rata-rata dari setiap peubah yang diamati disajikan pada Tabel 11:

Tabel 11. Nilai rata-rata Peubah Karakteristik antara Masyarakat yang Aktif Memanfaatkan dengan Masyarakat yang Tidak Aktif Memanfaatkan Potensi Wisata

No.	Variabel	Peubah Rataan Per Kelompok	
		Masyarakat yang aktif memanfaatkan potensi wisata	Masyarakat yang tidak aktif memanfaatkan potensi wisata
1.	Umur (tahun)	40,68	44,46
2.	Pendidikan (tahun)	9	7
3.	Anggota keluarga (jiwa)	4	5
4.	Pendapatan perkapita (Rp)	Rp.437.183	Rp.231.437

Dari Tabel 11, dapat dilihat bahwa rata-rata umur masyarakat yang aktif memanfaatkan potensi wisata adalah sekitar 41 tahun, sedangkan rata-rata umur masyarakat yang tidak aktif memanfaatkan potensi wisata adalah 44 tahun. Rata-rata pendidikan menunjukkan bahwa tingkat pendidikan masyarakat yang aktif memanfaatkan potensi wisata lebih baik daripada yang tidak memanfaatkan potensi wisata dengan skor 9. Artinya bahwa rata-rata penduduk yang memanfaatkan potensi wisata merupakan tamatan SMP. Sebaliknya, masyarakat yang tidak aktif memanfaatkan potensi wisata rata-rata merupakan tamatan SD, atau pernah duduk di bangku SMP, namun tidak tamat. Adapun jumlah keluarga dari masyarakat yang aktif memanfaatkan potensi wisata adalah empat jiwa dan masyarakat yang tidak aktif memanfaatkan potensi wisata, anggota kelarg rumah tangga rata-rata lima jiwa.

Selanjutnya rata-rata pendapatan perkapita masyarakat yang aktif memanfaatkan potensi wisata adalah Rp.437.183,- perbulan, lebih besar dibandingkan dengan pendapatan perkapita masyarakat yang tidak aktif dalam memanfaatkan pariwisata yaitu Rp. 231.437,- per bulan, yang berarti selisih pendapatan antara kedua kelompok ini cukup besar, sekitar Rp.205.746,-.

Berdasarkan hasil penelitian, komposisi umur responden yang tidak aktif dalam memanfaatkan potensi pariwisata relatif lebih muda dibanding responden yang aktif dalam kegiatan pariwisata. Umur kepala keluarga kelompok yang tidak aktif dalam pariwisata lebih muda dibandingkan dengan kelompok masyarakat yang memanfaatkan pariwisata. Usia kepala keluarga paling muda adalah 20 tahun untuk rumah tangga yang tidak memanfaatkan pariwisata, sedangkan untuk responden

yang memanfaatkan pariwisata, umur kepala keluarga termuda adalah 27 tahun. Mayoritas masyarakat yang tidak memanfaatkan potensi wisata berada pada kelompok umur di atas 50 tahun, yang berarti, masih banyak masyarakat yang masih harus mencari nafkah di usia yang sudah tidak produktif lagi. Mayoritas penduduk yang memanfaatkan pariwisata berada di kelompok umur 30-39 tahun. Proporsi kelompok umur responden dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Distribusi Kelompok Umur Responden

Umur responden (tahun)	Kelompok Responden			
	Memanfaatkan (n=50)		Tidak memanfaatkan (n=50)	
	KK	%	KK	%
20-29	8	16	10	20
30-39	18	36	13	26
40-49	10	20	8	16
≥50	14	28	19	38

Pendidikan masyarakat di sekitar kawasan wisata agro Gunung Mas dikelompokkan menjadi jenjang pendidikan yang pernah ditempuh oleh responden, yang terdiri dari pendidikan Sekolah Dasar (1-6 tahun), SMP (7-9 tahun), SMA (10-12 tahun), dan lebih dari 12 tahun untuk Perguruan Tinggi. Komposisi pendidikan responden dapat dilihat pada Tabel 13:

Tabel 13. Distribusi Kelompok Pendidikan Responden

Pendidikan (tahun)	Kelompok Responden			
	Memanfaatkan (n=50)		Tidak memanfaatkan (n=50)	
	KK	%	KK	%
Tidak tamat	3	6	9	18
SD	9	18	19	38
SMP	9	18	11	22
SMA	24	48	8	16
Perguruan tinggi	1	2	3	6

Tabel 13 menunjukkan bahwa masyarakat yang aktif di pariwisata, sebanyak 6% tidak tamat SD ataupun tidak pernah sekolah, 9% tamat SD, 9% tamat SMP, dan 48% tamat SMA, sedangkan hanya 2% yang meneruskan ke Perguruan Tinggi. Masyarakat yang tidak aktif dalam pariwisata, sebanyak 18% tidak tamat SD ataupun tidak pernah sekolah, 38% tamat SD, 22% tamat SMP, 16% tamat SMA, dan 6% melanjutkan ke Perguruan Tinggi. Masyarakat yang tamatan SD atau tidak tamat SD mayoritas adalah responden yang berusia 55 tahun ke atas. Mereka merupakan tamatan sekolah rakyat untuk tingkat SD.

Banyaknya jumlah anggota keluarga dalam satu rumah tangga menentukan besarnya tanggungan dari kepala keluarga. Semakin banyak jumlah anggota keluarga maka akan semakin banyak biaya yang harus ditanggung oleh kepala keluarga, demikian juga sebaliknya. Semakin sedikit jumlah anggota keluarga maka akan semakin berkurang beban kepala keluarga. Namun, jika dalam suatu keluarga terdapat anggota keluarga yang sudah masuk dalam angkatan kerja dan sudah bekerja, maka akan menambah sumber pendapatan keluarga.

Sebanyak 66% responden yang aktif memanfaatkan potensi wisata mempunyai tanggungan empat orang, sebanyak 28% mempunyai tanggungan kurang dari empat orang. Sebanyak 56% responden yang tidak aktif memanfaatkan potensi wisata mempunyai tanggungan antara lima orang, serta 28% responden mempunyai tanggungan kurang dari empat orang, sedangkan sebanyak 16% responden mempunyai anggota keluarga lebih dari lima, jauh lebih tinggi daripada responden yang memanfaatkan potensi pariwisata yang hanya 6%. Komposisi jumlah anggota keluarga pada kedua kelompok, disajikan pada Tabel 14.

Tabel 14. Jumlah Anggota Keluarga Responden Yang Aktif Memanfaatkan – Tidak Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata

Jumlah AK (jiwa)	Kelompok Responden			
	Memanfaatkan (n=50)		Tidak memanfaatkan (n=50)	
	KK	%	KK	%
<4	14	28	<4	28
4-5	33	66	4-5	56
>5	3	6	8	16
Rata-rata	4 orang		5 orang	

Berkembangnya kegiatan pembangunan di bidang pariwisata di Kelurahan Tugu Selatan, diharapkan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat khususnya masyarakat yang berada di sekitar lokasi wisata. Pendapatan rumah tangga adalah seluruh pendapatan baik yang berasal dari kepala keluarga maupun dari anggota keluarga yang diterima oleh kepala keluarga untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari (Sulasm, 2007). Berdasarkan hasil survey dan analisis, diketahui bahwa pendapatan rumah tangga yang aktif memanfaatkan potensi pariwisata adalah 50% merupakan keluarga yang memiliki pendapatan perkapita di atas Rp.3.673.500, dimana kriteria tersebut merupakan golongan keluarga kategori yang tidak miskin dan 34% berpendapatan perkapita antara Rp.2.767.370 sampai dengan Rp.3.673.500,-, yang merupakan kelompok kategori keluarga yang perekonomiannya sedang.

Keluarga yang tidak memanfaatkan pariwisata, dari segi pendapatan, mayoritas keluarga di kelompok tersebut termasuk dalam kriteria sangat miskin. Kriteria sangat miskin. Hal ini dikarenakan jumlah pendapatan yang mereka terima dalam sebulan sebanyak 75% - 100% digunakan untuk pembelian sembilan bahan pokok, dan tidak ada untuk ditabung. Jumlah keluarga yang masuk kriteria sangat

sebanyak 48%. Sebanyak 24% dari kelompok ini, masuk kriteria tidak miskin.

Kondisi ini menggambarkan bahwa pendapatan masyarakat yang aktif memanfaatkan potensi pariwisata lebih besar daripada yang tidak aktif memanfaatkan potensi wisata. Hasil keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Distribusi Pendapatan Kelompok Responden

Pendapatan/kapita per bulan (Rp)	Kelompok Responden			
	Memanfaatkan (n=50)		Tidak memanfaatkan (n=50)	
	KK	%	KK	%
>Rp. 373. 625	25	50	7	14
Rp. 281.464 – Rp. 373.625	15	30	13	26
Rp. 217.947 – Rp. 280.219	6	12	4	8
< Rp. 217.947	4	8	26	52
Rata-rata	Rp.437.183		Rp.231.437	

Adapun jenis usaha yang dilakukan oleh masyarakat atau responden yang aktif memanfaatkan potensi wisata antara lain berjualan makanan dan minuman ringan di sepanjang jalur wisata dan di lokasi wisata Kawasan Agro Wisata Gunung Mas, restoran, penyewaan penginapan, pemandu wisata, jasa penyewaan kuda, biyong, pemandu wisata dan jasa pencari tempat penginapan (*biyong*). Pendapatan lain dari masyarakat yang ikut aktif memanfaatkan potensi wisata antara lain sebagai tenaga lapangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas, dan penjaga villa, sedangkan rata-rata responden yang tidak aktif memanfaatkan kegiatan pariwisata dalam penelitian ini merupakan buruh bangunan, karyawan pemerintah, dan petani.

Dengan menggunakan program SPSS 17 sampel t-Test diperoleh nilai $t_{hitung} = 4,702$ dengan $P\text{-value} = 0.000$ pada selang kepercayaan 95% atau *significance level* ($\alpha = 0,05$) dan $t_{tabel} = 2,011$, yang artinya berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga

hipotesis nol (H_0) yang menyatakan bahwa rata-rata pendapatan perkapita responden yang aktif memanfaatkan potensi pariwisata sama dengan rata-rata pendapatan perkapita responden yang tidak aktif memanfaatkan pariwisata ditolak. Artinya bahwa terdapat perbedaan nyata antara rata-rata pendapatan rumah tangga yang aktif memanfaatkan potensi wisata dengan rumah tangga yang tidak memanfaatkan potensi wisata. Rata-rata pendapatan perkapita rumah tangga yang aktif memanfaatkan pariwisata adalah Rp. 437.183,- per bulan dan yang tidak aktif memanfaatkan adalah Rp. 231.437,- per bulan. Hal ini berarti bahwa selisih rata-rata pendapatan perkapita yang aktif memanfaatkan potensi pariwisata dengan rumah tangga yang tidak aktif memanfaatkan pariwisata adalah Rp.241.746,- per bulan.

Dari hasil analisis di atas maka dapat dilihat bahwa ternyata kegiatan pengembangan sektor pariwisata, khususnya pengembangan dari Kawasan Wisata Agro Gunung Mas di wilayah Desa Tugu Selatan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar Desa Tugu Selatan. Namun, masyarakat yang berada di sekitar lokasi wisata tersebut belum mampu secara maksimal memanfaatkan potensi yang ada. Terbatasnya keterampilan dan pengetahuan menjadikan masyarakat sekitar lokasi wisata belum menjadi masyarakat yang sadar wisata sepenuhnya, rumah tangga yang aktif memanfaatkan potensi pariwisata masih belum dapat mengemas aktifitas pemanfaatan pariwisata yang memberikan nilai yang lebih tinggi, seperti penyuguhan kreasi daerah atau sebagai pemandu wisata. Masyarakat yang tidak aktif terlibat dalam pariwisata sesungguhnya ingin terlibat dalam pariwisata, karena penghasilan rumah tangga yang terlibat pariwisata terlihat lebih baik. Namun

karena keterbatasan modal dan adanya batasan izin dari pihak Kawasan Agrowisata Gunung Mas, maka masyarakat yang tidak aktif dalam pariwisata belum dapat mengubah tingkat pendapatan mereka. Rendahnya tingkat pendidikan dan keterampilan masyarakat mengakibatkan masyarakat belum dapat memikirkan cara kreatif untuk memanfaatkan cara lain untuk berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata.

5.2. Analisis Deskriptif Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Agrowisata

Identifikasi persepsi masyarakat yang aktif memanfaatkan potensi pariwisata dengan yang tidak aktif memanfaatkan potensi pariwisata merupakan unsur penting dalam penelitian ini. Hal tersebut dikarenakan masyarakat merupakan *stakeholder* yang merasakan secara langsung dampak dari pengembangan pariwisata. Persepsi dampak yang diterima masyarakat meliputi aspek ekonomi, aspek sosial budaya, dan aspek lingkungan dipisahkan berdasarkan keterlibatan dalam pariwisata.

5.2.1. Persepsi Masyarakat Terhadap Aspek Ekonomi dari Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas

Dalam suatu kegiatan pengembangan, aspek ekonomi merupakan unsur penting yang harus dikaji, apakah kegiatan pembangunan dan pengembangan suatu sektor akan membawa dampak yang baik bagi masyarakat. Hasil persepsi masyarakat setempat yang aktif memanfaatkan maupun yang tidak terhadap manfaat dari kegiatan pengembangan sektor pariwisata khususnya pengembangan kawasan agrowisata Gunung Mas pada aspek ekonomi diuraikan ke dalam 12 manfaat ekonomi yang dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Persepsi Masyarakat yang Memanfaatkan Pariwisata terhadap Dampak Positif Ekonomi Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas

Indikator	STS (%)	TS (%)	BS (%)	S (%)	SS (%)	Nilai	Kategori
Meningkatnya penanam modal yang membuka usahanya di Desa Tugu Selatan	0	4	32	52	12	186	Penting
Meningkatkan pendapatan keluarga	0	6	52	42	0	168	Sedang
Bertambahnya kesempatan kerja bagi masyarakat	0	10	28	58	6	180	Penting
Penerimaan Pajak Daerah bertambah	0	4	12	66	18	199	Sangat Penting
Sarana publik yang semakin banyak	0	20	26	48	6	170	Penting

Tabel 17. Persepsi Masyarakat yang Tidak Memanfaatkan Pariwisata terhadap Dampak Positif Ekonomi Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas

Indikator	STS (%)	TS (%)	BS (%)	S (%)	SS (%)	Nilai	Kategori
Meningkatnya penanam modal yang membuka usahanya di Desa Tugu Selatan	2	20	20	52	8	171	Penting
Meningkatkan pendapatan keluarga	14	34	42	10	0	124	Tidak penting
Bertambahnya kesempatan kerja bagi masyarakat	20	30	8	38	4	138	Tidak penting
Penerimaan Pajak Daerah bertambah	0	8	36	56	0	174	Penting
Sarana publik yang semakin banyak	0	4	8	66	22	203	Sangat penting

Pada Tabel 16 dan 17 di atas menunjukkan bahwa persepsi masyarakat yang terlibat dalam pariwisata mempunyai persepsi yang lebih positif terhadap dampak ekonomi dari pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas dibandingkan dengan masyarakat yang tidak terlibat dalam pariwisata. Kawasan agrowisata membuat wilayah Desa Tugu Selatan semakin ramai dikunjungi wisatawan, hal ini tentunya menarik perhatian para penanam modal. Ketika penanam modal membuka usaha di wilayah ini, otomatis akan membuka lahan pekerjaan baru bagi

masyarakat. Peningkatan penanaman modal dinilai cukup baik dan bermanfaat positif bagi masyarakat, hal ini dilihat dari hasil interval nilai yang menunjukkan dampak yang ditimbulkannya penting. Lain halnya dengan masyarakat yang tidak memanfaatkan pariwisata, dampak ekonomi yang diakibatkan meningkatnya penanam modal dinilai biasa saja atau dalam kategori sedang bagi masyarakat kelompok tersebut. Hal ini dikarenakan, seringkali ketika penanam modal membuka usahanya di wilayah Tugu Selatan, mereka lebih sering membawa tenaga kerjanya dari daerah asal penanam modal dan bukan dari masyarakat lokal Tugu Selatan.

Bagi kelompok responden yang aktif memanfaatkan potensi pariwisata adanya kegiatan pengembangan sektor pariwisata dirasakan oleh masyarakat membawa manfaat positif yang dinilai sedang. Hal ini seiring dengan penurunan jumlah wisatawan beberapa tahun belakangan ke kawasan Agrowisata, membuat penurunan tingkat pendapatan keluarga. Pendapat lain kelompok ini menyatakan bahwa peran masyarakat dalam mengembangkan potensi pariwisata masih dinilai terbatas, dan pihak Kawasan Agrowisata Gunung Mas cenderung lebih membuka kesempatan berusaha kepada masyarakat yang tinggal di Dusun Gunung Mas, sedangkan dusun lain kurang mendapat kesempatan yang sama. Hal ini tentunya berdampak pada pendapatan mereka yang menggantungkan hidupnya pada pariwisata.

Kelompok masyarakat yang tidak aktif memanfaatkan potensi pariwisata tidak merasakan adanya peningkatan pendapatan keluarga mereka disebabkan oleh adanya pengembangan pariwisata di daerah mereka. Hal ini dapat dilihat dari interval nilai hasil olah data primer yang menunjukkan hasil tidak penting.

Walaupun begitu terdapat sekitar 38% masyarakat yang setuju dan 4% responden yang sangat setuju bahwa pariwisata mendatangkan peningkatan terhadap masyarakat. Hal ini dikarenakan walau mereka tidak terlibat secara langsung dengan kegiatan tersebut, namun dengan adanya proyek sarana wisata maka mereka dipekerjakan sebagai buruh bangunan yang akhirnya meningkatkan pendapatan mereka. Hal lain yang secara tidak langsung dapat meningkatkan pendapatan mereka adalah kebebasan yang diberikan oleh Kawasan Agrowisata Gunung Mas bagi masyarakat sekitar untuk mengambil benalu teh di sekitar area perkebunan,

Bertambahnya lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang memanfaatkan pariwisata merupakan dampak positif ekonomi yang dirasa penting oleh masyarakat. Sebanyak 58% masyarakat yang aktif dalam pariwisata setuju bahwa pengembangan kawasan Agrowisata Gunung Mas selama ini membawa dampak yang positif bagi bertambahnya peluang pekerjaan dan usaha yang dapat dilakukan oleh masyarakat, sedangkan 10% berpendapat bahwa saat ini peluang pekerjaan dan usaha mulai sepi. Hal ini disebabkan antara lain karena penurunan kunjungan wisatawan dan banyaknya penanam modal yang membuka usaha di sekitar wilayah Tugu Selatan lebih suka mempekerjakan pendatang daripada masyarakat lokal.

Adapun masyarakat yang tidak aktif memanfaatkan potensi pariwisata sebanyak 38% setuju bahwa pengembangan kawasan Agrowisata Gunung Mas membawa dampak yang positif terhadap peningkatan kesempatan kerja dan usaha bagi masyarakat sekitar. Kelompok ini menilai bahwa dengan adanya kegiatan pengembangan di Kawasan Agrowisata Gunung Mas, maka semakin banyak masyarakat yang mencoba ikut mencari penghasilan dari membangun warung-

warung di sepanjang jalan menuju kawasan wisata. Semakin padatnya lalu lintas membuat banyak masyarakat yang membuka usaha toilet umum di rumahnya, untuk digunakan para pengendara kendaraan di sepanjang kemacetan lalu lintas. Walaupun begitu masyarakat yang tidak aktif memanfaatkan potensi wisata sebanyak 20% sangat tidak setuju dan 30% menyatakan tidak setuju bahwa dampak positif dari adanya pengembangan kawasan wisata adalah peningkatan kesempatan kerja dan peluang usaha. Hal ini disebabkan susahny masyarakat selain dari Dusun Gunung Mas untuk menjadi pegawai di Kawasan Agrowisata Gunung Mas. Selain itu, lapangan pekerjaan yang tadinya terbuka bagi masyarakat lokal dan pegawai lapangan sebagai penyedia jasa katering untuk tamu-tamu yang menginap di Kawasan Agrowisata Gunung Mas, saat ini telah diambil alih sepenuhnya oleh manajemen Kawasan Agrowisata Gunung Mas. Kondisi seperti ini membuat masyarakat kehilangan sumber tambahan pendapatan.

Tabel 16 dan 17 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar kelompok masyarakat berpendapat bahwa pengembangan sektor pariwisata bermanfaat dalam meningkatkan PAD Kabupaten Bogor, termasuk Desa Tugu Selatan. Masyarakat yang aktif memanfaatkan pariwisata sebanyak 66% setuju, dan 8% sangat setuju berpendapat bahwa pengembangan sektor pariwisata di Gunung Mas akan meningkatkan PAD, yang ditandai dengan semakin ramainya dan meningkatnya perdagangan di sekitar daerah Tugu Selatan. Hal ini ditunjukkan dengan dibangunnya beberapa ruko baru di daerah Kecamatan Cisarua. Di lain pihak responden umumnya tidak mengetahui kemana alokasi dari pajak dan retribusi kawasan wisata, karena tidak ada pelaporan atau publikasi kepada masyarakat

tentang hasil pajak dan retribusi. Masyarakat yang tidak memanfaatkan pariwisata sebanyak 56% setuju menyatakan bahwa pengembangan sektor pariwisata bermanfaat dalam meningkatkan PAD. Menurut mereka, dengan berkembangnya sektor pariwisata maka jumlah wisatawan akan bertambah dan akan memacu roda perekonomian seperti makin banyaknya barang dan jasa yang diperjualbelikan. Saat ini di daerah Tugu Selatan mulai marak bermunculan restoran Timur Tengah dan agen-agen perjalanan yang melayani pemesanan tiket pesawat. Kesemua faktor tersebut diharapkan akan meningkatkan PAD.

Daerah Tugu Selatan merasakan dampak ekonomi yang positif dalam meningkatnya sarana publik bagi masyarakat seperti rumah sakit, perbankan, ATM, dan kemudahan transportasi. Masyarakat yang tidak aktif dalam pariwisata menilai sangat baik akan bertambahnya sarana publik yang diterima oleh masyarakat. Sebanyak 66% menyatakan setuju akan dampak positif dari banyaknya sarana publik. Hal yang paling terasa adalah kemudahan dalam menggunakan jasa perbankan dan ATM. Bagi masyarakat yang terlibat, dampak peningkatan sarana publik yang dirasakan biasa saja, seperti yang dinyatakan oleh 46% responden. Menurut mereka, keberadaan sarana publik yang mulai banyak di wilayah ini bukanlah suatu dampak dari adanya kawasan wisata, melainkan merupakan suatu hal yang wajar sebagai suatu wujud nyata pembangunan daerah. Masyarakat yang memanfaatkan pariwisata menyatakan, sebagai daerah wisata, Tugu Selatan belum mempunyai sarana informasi pariwisata yang memadai untuk wisatawan dan belum adanya sarana pengembangan masyarakat untuk mendukung menjadi masyarakat desa sadar wisata.

Selain dampak positif yang dirasakan oleh masyarakat Desa Tugu Selatan, terdapat juga dampak-dampak negatif yang ditimbulkan karena pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas. Beberapa dampak negatif yang dirasakan disajikan pada Tabel 18.

Tabel 18. Persepsi Masyarakat yang Memanfaatkan Pariwisata terhadap Dampak Negatif Ekonomi Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas

Indikator	STS (%)	TS (%)	BS (%)	S (%)	SS (%)	Nilai	Kategori
Harga barang, jasa, tanah, perumahan yang mahal	0	12	10	74	4	185	Penting
Pariwisata hanya mendatangkan manfaat ekonomi pada sebagian kecil masyarakat	2	24	12	58	4	169	Penting
Kesempatan Kerja yang hanya diberikan kepada pendatang	4	11	3	32	0	163	Sedang

Tabel 19. Persepsi Masyarakat yang Tidak Memanfaatkan Pariwisata terhadap Dampak Negatif Ekonomi Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas

Indikator	STS (%)	TS (%)	BS (%)	S (%)	SS (%)	Nilai	Kategori
Harga barang, jasa, tanah, perumahan yang mahal	2	6	6	72	14	185	Sangat penting
Pariwisata hanya mendatangkan manfaat ekonomi pada sebagian kecil masyarakat	2	16	16	62	4	175	Penting
Kesempatan Kerja yang hanya diberikan kepada pendatang	2	22	2	74	0	174	Penting

Dampak negatif yang dirasakan oleh masyarakat yang tidak aktif dalam memanfaatkan potensi wisata umumnya lebih tinggi dibandingkan dengan masyarakat yang aktif dalam memanfaatkan potensi pariwisata. Dampak negatif yang paling dirasakan sangat penting adalah harga barang, jasa, tanah, dan

perumahan yang mahal di wilayah Puncak. Sebanyak 72% dari responden menyatakan setuju dan 14% sangat setuju akan dampak kawasan wisata terhadap naiknya harga-harga di daerah Puncak. Namun masyarakat yang memanfaatkan potensi wisata juga menilai dampak kawasan wisata terhadap naiknya harga barang, jasa, tanah, dan perumahan juga penting. Sebanyak 74% menyatakan setuju dan 4% menyatakan sangat setuju.

Harga tanah dan perumahan yang melambung sangat tinggi menyebabkan banyak masyarakat yang tidak mempunyai rumah sendiri ataupun rumah sendiri ketika berkeluarga. Di daerah Tugu Selatan banyak sekali masyarakat dalam satu rumah terdapat dua sampai tiga keluarga yang menempati rumah tersebut. Pendapatan yang fluktuatif menjadi salah satu penyebab masyarakat tidak mampu untuk membeli tempat tinggal untuk keluarganya sendiri. Harga bahan pokok di daerah Puncak sangat mahal. Untuk beras kualitas sedang di daerah Jakarta sekitar Rp.5.500/kg, sedangkan di daerah Puncak sekitar Rp.6.000/kg. Masyarakat banyak menanam sayur-sayuran di pekarangan rumah untuk konsumsi harian mereka.

Pariwisata juga dinilai mendatangkan kesempatan kepada sebagian kecil masyarakat. Kedua kelompok masyarakat sama-sama menilai penting dampak negatif dari pernyataan ini. Sebanyak 58% dari masyarakat yang aktif dalam memanfaatkan ekonomi menyatakan setuju dan 4% menyatakan sangat setuju. Begitu juga halnya dengan masyarakat yang tidak aktif dalam pariwisata menyatakan sebanyak 62% menyatakan setuju dan 4% sangat setuju bahwa manfaat pariwisata hanya datang kepada sebagian kecil masyarakat. Masyarakat berpendapat saat ini, manfaat dari pariwisata mayoritas diterima oleh para pemilik

villa, restoran, dan manajemen kawasan wisata. Masyarakat hanya mendapat manfaat sedikit dan belum adanya pembinaan kepada masyarakat menyebabkan terbatasnya bidang yang dapat dilakukan masyarakat untuk memanfaatkan potensi wisata.

Salah satu manfaat dari pengembangan pariwisata di suatu daerah adalah meningkatnya kesempatan kerja. Namun, masyarakat yang tidak memanfaatkan pariwisata mempunyai persepsi bahwa kesempatan kerja hanya diberikan kepada pendatang dan bukan masyarakat lokal Desa Tugu Selatan. Hal lain adalah bahwa kesempatan bekerja di Kawasan Agrowisata Gunung Mas lebih diperuntukkan bagi pegawai perkebunan yang sudah turun-temurun tinggal di Dusun Gunung Mas, sehingga membuat masyarakat yang tinggal di luar Dusun Gunung Mas, namun masih berada di dalam Desa Tugu Selatan sulit sekali memperoleh kesempatan kerja. Selain itu pemilik-pemilik kios dagang yang berada di jalur menuju kawasan wisata lebih banyak dimiliki oleh pendatang yang berasal dari Bogor ataupun Cianjur. Dampak negatif tersebut dinilai penting oleh masyarakat yang tidak aktif memanfaatkan pariwisata, dan dinilai sedang oleh masyarakat yang aktif dalam memanfaatkan potensi pariwisata.

Dari keseluruhan dampak ekonomi yang dirasakan oleh responden Desa Tugu Selatan, menunjukkan bahwa penilaian masyarakat yang aktif memanfaatkan pariwisata menilai sangat penting akan dampak positif ekonomi yang dirasakan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat berpendapat bahwa pariwisata masih berpotensi untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat Desa Tugu Selatan selama dikelola dengan baik oleh PTPN VII, masyarakat, dan pemerintah setempat.

Masyarakat yang tidak memanfaatkan potensi wisata menganggap bahwa dampak positif ekonomi secara keseluruhan yang diterima masyarakat dinilai sedang. Responden mengharapkan bahwa kesempatan bekerja yang diberikan lebih banyak lagi bagi masyarakat di luar dusun Gunung mas dan masyarakat berharap adanya pembinaan baik dari manajemen Kawasan Agrowisata Gunung Mas ataupun pemerintah untuk mengembangkan kesenian daerah ataupun kerajinan khas daerah sebagai modal masyarakat untuk berwiraswasta. Tabel 20 menunjukkan persentase responden mengenai dampak ekonomi secara keseluruhan bagi masyarakat Desa Tugu Selatan.

Tabel 20. Persepsi Masyarakat Menilai Dampak Ekonomi secara keseluruhan yang Diterima Lebih Banyak Positif daripada Negatif

Responden	STS (%)	TS (%)	BS (%)	S (%)	SS (%)	Nilai
Masyarakat yang memanfaatkan potensi pariwisata	0	4	14	60	22	200
Masyarakat yang tidak memanfaatkan potensi pariwisata	0	30	34	32	4	155

5.2.2. Persepsi Masyarakat Mengenai Dampak Sosial dan Budaya yang diterima berkaitan dengan Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas



Kegiatan pengembangan sektor pariwisata sedikit banyak akan berpengaruh pada kegiatan sosial masyarakat. Dengan kehadiran wisatawan dari berbagai daerah yang membawa kebudayaan dan kebiasaan yang berbeda tentunya akan berdampak pada kehidupan sosial dan budaya masyarakat lokal. Untuk melihat bagaimana

pengaruh/dampak kegiatan pengembangan sektor pariwisata terhadap aspek sosial dan budaya dirangkum pada Tabel 21 dan 22 berikut.

Tabel 21. Persepsi Masyarakat yang Memanfaatkan Pariwisata terhadap Dampak Positif Sosial Budaya Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas

Indikator	STS (%)	TS (%)	BS (%)	S (%)	SS (%)	Nilai	Kategori
Kelestarian seni daerah terjaga	2	46	24	28	0	139	Tidak penting
Adanya interaksi yang baik antara wisatawan dan masyarakat	0	20	28	48	4	168	Penting
Adanya kesadaran masyarakat untuk meningkatkan pendidikan	0	20	24	50	6	171	Penting

Tabel 22. Persepsi Masyarakat yang Tidak Memanfaatkan Pariwisata terhadap Dampak Positif Sosial Budaya Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas

Indikator	STS (%)	TS (%)	BS (%)	S (%)	SS (%)	Nilai	Kategori
Kelestarian seni daerah terjaga	0	17	9	23	1	158	Sedang
Adanya interaksi yang baik antara wisatawan dan masyarakat	0	28	32	38	2	157	Sedang
Adanya kesadaran masyarakat untuk meningkatkan pendidikan	0	24	34	38	4	161	Penting

Berdasarkan Tabel 21 dan 22, perbedaan antara persepsi responden yang memanfaatkan potensi pariwisata dengan yang tidak memanfaatkan potensi wisata berbeda pada variabel kelestarian seni daerah yang terjaga. Responden yang memanfaatkan potensi wisata menilai bahwa dengan adanya pengembangan kawasan wisata tidak semata-merta ikut menjaga kelestarian daerah. Pertunjukan seni dirasa kurang, walaupun ada, justru pemesanan dilakukan untuk kesenian dangdut dan organ tunggal. Hal ini membuat kesenian daerah tidak terjaga, dan

lambat laun mulai terkikis. Menurut responden, hal ini juga berkaitan dengan pemerintah dan Kawasan Agrowisata Gunung Mas yang kurang membantu dalam melestarikan kesenian daerah. Sebanyak 46% responden menganggap kelestarian kesenian daerah yang tidak terjaga sebagai dampak negatif dan bukannya positif dari wisata, sedangkan 24% menganggap biasa saja atau tidak ada dampak yang diakibatkan oleh pengembangan kawasan wisata Agro Gunung Mas. Menurut responden yang tidak memanfaatkan potensi wisata, dampak kesenian daerah sebagai akibat dari pengembangan kawasan wisata masuk ke dalam kategori sedang dengan nilai 158. Sebanyak 23% setuju bahwa kawasan wisata ikut membantu menjaga kelestarian kesenian daerah sebagai dampak positif dari keberadaan kawasan Agrowisata Gunung Mas. Responden menganggap bahwa dangdut merupakan salah satu kesenian daerah, karena sudah akrab di kehidupan masyarakat, sedangkan 17% menyatakan tidak setuju bahwa dengan adanya pengembangan kawasan wisata membantu untuk melestarikan kesenian daerah. Responden menyatakan terdapat Gedung Kesenian yang dihibahkan dari Kawasan Agrowisata Gunung Mas kepada PEMDA Kabupaten Bogor, namun belum ada realisasi kegiatan yang cukup untuk membangkitkan kesenian daerah, baik dari Pemda Kabupaten Bogor maupun Kawasan Agrowisata Gunung Mas.

Dampak sosial lain yang merupakan salah satu hal yang positif dari pengembangan kawasan wisata adalah adanya interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal. Interaksi ini lebih sering terjadi saat wisatawan bermalam di sekitar kawasan wisata. Interaksi dapat berupa pertukaran informasi antara masyarakat dengan wisatawan, serta pembelajaran wisatawan dalam mengetahui

pola hidup masyarakat lokal. Dampak sosial ini sangat berdampak bagi masyarakat khususnya masyarakat yang memanfaatkan potensi wisata. Interaksi antara masyarakat menurut responden yang memanfaatkan potensi wisata dapat mendatangkan dampak yang baik kedepannya. Ketika terjadi interaksi yang baik antara wisatawan dan masyarakat, masyarakat akan lebih membuka diri dan menerima ketika wisatawan akan bermalam di daerah mereka. Sebagai timbal balik wisatawanpun akan merekomendasikan nama masyarakat kepada rekannya untuk bermalam di wilayah masyarakat. Hal ini akan baik untuk menambah penghasilan masyarakat. Sebanyak 48% responden yang aktif dalam pariwisata setuju kalau adanya pengembangan kawasan wisata membuat interaksi wisatawan dengan masyarakat lebih baik, sedangkan 28% menganggap dapat berdampak ataupun tidak berdampak (netral), karena semuanya tergantung individunya, apabila wisatawan tersebut senang berinteraksi, maka biasanya komunikasi yang tercipta juga baik. Masyarakat enggan untuk memulai berkomunikasi lebih dahulu karena takut terlalu lancang dalam bersikap.

Responden yang tidak memanfaatkan pariwisata menganggap dampak yang diakibatkan oleh pariwisata terhadap interaksi wisatawan dan masyarakat adalah sedang. Walaupun ada sekitar 38% menyatakan setuju akan dampak positif interaksi antara wisatawan dan masyarakat, namun ada sekitar 28% menyatakan tidak setuju akan dampak positif interaksi antara wisatawan dengan masyarakat. Hal ini dikarenakan masyarakat yang tidak memanfaatkan potensi pariwisata cenderung tidak bersentuhan dengan wisatawan saat wisatawan berkunjung ke sekitar kawasan wisata Gunung Mas.

Adanya pengembangan kawasan wisata Gunung Mas membuat bertambahnya lapangan pekerjaan. Ketika terdapat lapangan pekerjaan di suatu wilayah, tentunya akan banyak pendatang dari daerah lain untuk mencari pekerjaan di wilayah tersebut. Semakin banyak pencari kerja namun lowongan terbatas, tentunya membuat suatu perusahaan akan meningkatkan kriteria pelamar, salah satunya adalah pendidikan. Hal ini juga disadari oleh masyarakat di Desa Tugu Selatan. Baik responden yang memanfaatkan pariwisata maupun yang tidak memanfaatkan pariwisata sama-sama berpendapat dampak yang diakibatkan adanya pengembangan kawasan wisata di Gunung Mas terhadap kesadaran masyarakat untuk meningkatkan pendidikan penting. Masyarakat yang memanfaatkan pariwisata sebanyak 50% dan masyarakat yang tidak memanfaatkan pariwisata sebanyak 38% setuju bahwa dengan adanya pengembangan kawasan wisata membuat masyarakat terpacu untuk meningkatkan pendidikan keluarganya. Apabila orang tua hanya menamatkan SD, saat ini anak-anaknya sudah dapat mengenyam pendidikan sampai ke jenjang SMA. Hal ini menurut responden merupakan salah satu dari dampak positif yang diakibatkan pariwisata.

Selain dampak sosial dan budaya positif yang diakibatkan oleh pemanfaatan kawasan wisata, tentunya juga terdapat dampak-dampak negatif, seperti yang diperlihatkan pada Tabel 23.

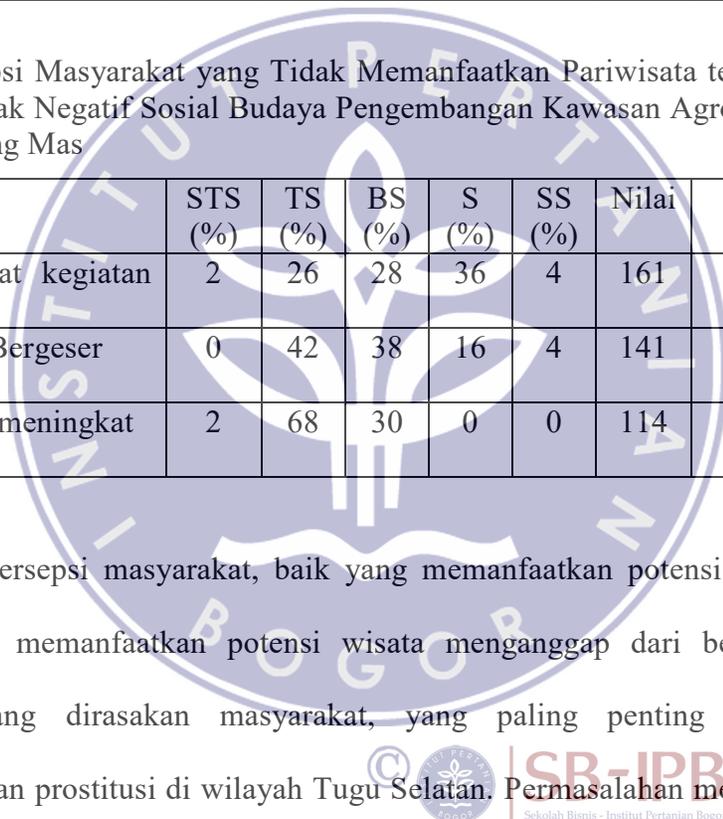
Tabel 23. Persepsi Masyarakat yang Memanfaatkan Pariwisata terhadap Dampak Negatif Sosial Budaya Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas

Indikator	STS (%)	TS (%)	BS (%)	S (%)	SS (%)	Nilai	Kategori
Meningkatnya tingkat kegiatan prostitusi	8	22	16	36	18	167	Penting
Budaya masyarakat Bergeser	12	20	10	58	0	157	Sedang
Tingkat kriminalitas meningkat	8	74	14	2	2	108	Sangat tidak penting

Tabel 24. Persepsi Masyarakat yang Tidak Memanfaatkan Pariwisata terhadap Dampak Negatif Sosial Budaya Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas

Indikator	STS (%)	TS (%)	BS (%)	S (%)	SS (%)	Nilai	Kategori
Meningkatnya tingkat kegiatan prostitusi	2	26	28	36	4	161	Penting
Budaya masyarakat Bergeser	0	42	38	16	4	141	Tidak penting
Tingkat kriminalitas meningkat	2	68	30	0	0	114	Tidak penting

Berdasarkan persepsi masyarakat, baik yang memanfaatkan potensi wisata maupun yang tidak memanfaatkan potensi wisata menganggap dari beberapa dampak negatif yang dirasakan masyarakat, yang paling penting adalah meningkatnya kegiatan prostitusi di wilayah Tugu Selatan. Permasalahan mengenai kegiatan prostitusi yang terselubung sangat mengganggu masyarakat. Dari hasil kuesioner didapatkan bahwa masyarakat yang memanfaatkan potensi wisata sebanyak 36% setuju bahwa dampak negatif yang diakibatkan oleh pengembangan kawasan wisata adalah meningkatnya kegiatan prostitusi. Hal ini berkaitan dengan makin maraknya wisatawan yang mengunjungi kawasan wisata di daerah Puncak.



Namun sebanyak 22% menyatakan tidak setuju akan dampak negatif meningkatnya kegiatan prostitusi karena pengembangan kawasan wisata di Desa Tugu Selatan. Responden menganggap peningkatan prostitusi bukan hanya karena pengembangan kawasan wisata di daerah mereka, namun antarlain karena pengaruh budaya dari luar yang ikut membantu mewabahnya kegiatan prostitusi. Daerah Tugu Selatan merupakan daerah yang menjunjung tinggi moral masyarakat. Namun, seiring dengan maraknya wisatawan asing, khususnya Timur Tengah, membuat budaya prostitusi terselubung meningkat terutama di bulan Mei hingga Agustus yang merupakan *peak season* kunjungan wisatawan Timur Tengah.

Responden juga menganggap hal ini juga diakibatkan tidak adanya pembinaan oleh investor yang mengelola kawasan wisata dan pemerintah untuk lebih memberdayakan keterampilan masyarakat. Sehingga beberapa masyarakat lebih baik mengambil jalan pintas dengan terlibat kegiatan prostitusi untuk bertahan hidup. Responden yang tidak memanfaatkan potensi wisata juga merasakan hal yang serupa. Sebanyak 36% menyatakan kesetujuannya mengenai dampak negatif maraknya kegiatan prostitusi di wilayah Tugu Selatan. Responden mengeluhkan hal ini semakin marak karena banyaknya wisatawan mancanegara khususnya Timur Tengah yang berada di wilayah ini. Sebanyak 26% juga menyatakan ketidaksetujuannya bahwa dampak negatif tersebut merupakan akibat dari pengembangan kawasan wisata Agro Gunung Mas. Responden menganggap bahwa kegiatan prostitusi tidak hanya terjadi di wilayah Tugu Selatan yang merupakan area Kawasan Agrowisata Gunung Mas, tetapi melanda setiap daerah yang merupakan daerah tujuan wisata.

Berdasarkan Tabel 23 dan 24 diketahui bahwa menurut responden yang aktif memanfaatkan potensi pariwisata sebanyak 58% menyatakan bahwa pengembangan sektor pariwisata berdampak pada bergesernya budaya masyarakat, sedangkan responden yang tidak memanfaatkan potensi pariwisata sebanyak 38% menyatakan netral. Namun baik responden yang memanfaatkan dan tidak memanfaatkan pariwisata menganggap bahwa dampak yang diakibatkan pengembangan pariwisata kepada bergesernya kebudayaan masyarakat rendah adanya. Hal ini disebabkan masih kuatnya pengajaran agama dan masih banyaknya kaum yang dituakan, sehingga pergeseran budaya dapat ditekan.

Tabel 23 dan 24 menunjukkan bahwa menurut responden yang aktif dan tidak aktif dalam memanfaatkan potensi pariwisata berpendapat adanya pengembangan kawasan wisata berdampak pada peningkatan angka kriminalitas dinilai rendah, bahkan sangat rendah oleh responden yang memanfaatkan pariwisata. Menurut kelompok yang memanfaatkan pariwisata menyatakan sebanyak 74% bahwa kawasan Tugu Selatan cukup aman, namun tetap dibutuhkan kesiagaan dari pengunjung itu sendiri. Responden menyatakan bahwa masyarakat secara swadaya menjaga keamanan lingkungan dengan melakukan ronda keliling yang membantu menjaga keamanan wilayah. Responden menyadari bahwa pentingnya tingkat keamanan akan membantu memperpanjang lama menginap wisatawan. Hal serupa juga dikemukakan oleh 68% responden yang tidak aktif memanfaatkan pariwisata. Responden juga menyatakan sebagai salah satu kawasan tujuan wisata, membuat patroli dari aparat kepolisian cukup sering di sepanjang kawasan Puncak, termasuk Tugu Selatan. Hal ini berdampak pada penurunan tingkat kriminalitas di wilayah

Tugu Selatan karena aparat kepolisian cukup membantu dalam mengamankan lingkungan.

Dari keseluruhan dampak sosial yang dirasakan oleh responden, terdapat perbedaan yang signifikan antara kelompok responden yang memanfaatkan potensi pariwisata dengan yang tidak memanfaatkan potensi wisata. Kelompok responden yang memanfaatkan potensi wisata bahwa dampak sosial positif yang diterima masyarakat lebih penting dibandingkan dengan dampak negatif yang dirasakan. Sebanyak 42% setuju bahwa dampak sosial secara keseluruhan positif, sedangkan 20% menyatakan sangat setuju. Hal ini berbeda dengan responden yang tidak memanfaatkan pariwisata. Sebanyak 58% merasakan dampak yang dirasakan sedang saja, dapat positif dan dapat negatif. Responden merasakan hanya dampak kegiatan prostitusi di daerah Tugu Selatan, sedangkan untuk dampak sosial lainnya, responden masih menganggap tidak terlalu meresahkan. Secara keseluruhan penilaian responden terhadap dampak sosial secara keseluruhan merupakan dampak yang positif masuk ke dalam kategori rendah. Hal ini tentunya dampak sosial yang negatif lebih dirasakan oleh masyarakat yang tidak memanfaatkan pariwisata, seperti maraknya kegiatan prostitusi yang sangat meresahkan, sedangkan masyarakat yang melibatkan pariwisata lebih menerima karena sebagian pendapatan masyarakat, khususnya tukang ojek, secara tidak langsung diperoleh dari kegiatan prostitusi tersebut.

Tabel 25. Persepsi Masyarakat Menilai Dampak Sosial secara Keseluruhan Positif

Responden	STS (%)	TS (%)	BS (%)	S (%)	SS (%)	Nilai
Masyarakat yang memanfaatkan potensi pariwisata	2	22	14	42	20	178
Masyarakat yang tidak memanfaatkan potensi pariwisata	2	6	58	24	0	142

5.2.3 Persepsi Masyarakat Menilai Dampak Lingkungan dari Kegiatan Wisata Agro Gunung Mas Cisarua

Salah satu syarat kegiatan wisata yang berkelanjutan adalah adanya dampak positif yang dirasakan oleh masyarakat mengenai dampak lingkungan akibat adanya pengembangan pariwisata di wilayah tersebut. Dampak yang dirasakan masyarakat antara lain terdapat dampak positif dan dampak negatif yang diperlihatkan pada Tabel 26.

Tabel 26. Persepsi Masyarakat yang Memanfaatkan Pariwisata terhadap Dampak Lingkungan Kawasan Agrowisata Gunung Mas

Indikator	STS (%)	TS (%)	BS (%)	S (%)	SS (%)	Nilai	Kategori
Kawasan wisata menjadikan tata kota menjadi lebih indah	0	28	24	36	12	166	Cukup Penting
Kawasan wisata melestarikan bangunan dan monumen bersejarah	6	50	12	30	2	136	Tidak Penting
Kawasan wisata ikut menjaga kelestarian lingkungan alam dan tidak menyebabkan kerusakan lingkungan	0	2	8	80	10	199	Penting
Kawasan wisata menyebabkan meningkatnya kemacetan lalu lintas	0	14	2	56	14	199	Penting
Wisatawan suka membuang sampah sembarangan sehingga membuat wilayah menjadi kotor	2	16	12	60	8	176	Cukup penting
Banyaknya pendatang membuat lingkungan menjadi terlalu padat	2	28	32	30	8	157	Tidak Penting

Tabel 27. Persepsi Masyarakat yang Tidak Memanfaatkan Pariwisata terhadap Dampak Lingkungan Kawasan Agrowisata Gunung Mas

Indikator	STS (%)	TS (%)	BS (%)	S (%)	SS (%)	Nilai	Kategori
Kawasan wisata menjadikan tata kota menjadi lebih indah	4	16	38	36	3	162	Cukup Penting
Kawasan wisata melesatirkan bangunan dan monumen bersejarah	12	36	10	42	0	141	Tidak Penting
Kawasan wisata ikut menjaga kelestarian lingkungan alam dan tidak menyebabkan kerusakan lingkungan	0	10	6	62	22	198	Penting
Kawasan wisata menyebabkan meningkatnya kemacetan lalu lintas	0	16	8	48	28	194	Penting
Wisatawan suka membuang sampah sembarangan sehingga membuat wilayah menjadi kotor	0	14	6	62	18	192	Penting
Banyaknya pendatang membuat lingkungan menjadi terlalu padat	0	24	30	40	6	164	Cukup Penting

Dari hasil kuesioner, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mengenai dampak dari adanya kegiatan pariwisata terhadap lingkungan sekitar masyarakat tidak berbeda. Persepsi masyarakat yang memanfaatkan pariwisata menilai dampak positif yang paling penting dirasakan oleh masyarakat adalah adanya kawasan wisata ikut membantu melesatirkan lingkungan. Hal ini ditandai dengan skor 199 dengan 2 persen menyatakan tidak setuju, 8 persen menyatakan biasa saja, 80 persen menyatakan setuju, dan 10 persen menyatakan tidak setuju. Hal serupa juga dikemukakan oleh masyarakat yang tidak memanfaatkan pariwisata, dengan skor 198 dengan persentase 10 persen setuju, 6 persen biasa saja, 62 persen setuju, dan

22 persen sangat setuju, sedangkan untuk dampak negatif yang dirasakan oleh masyarakat yang memanfaatkan potensi pariwisata paling penting adalah kawasan wisata membuat kemacetan di wilayah Tugu Selatan meningkat dengan skor 199 dan persentase 14 persen setuju, 2 persen biasa saja, 56 persen setuju, dan 14 persen sangat setuju. Hal serupa juga dirasakan oleh masyarakat yang tidak memanfaatkan pariwisata dengan skor 194 dengan persentase 16 persen tidak setuju, 8 persen biasa saja, 48 persen setuju, dan 28 persen sangat setuju.

Lebih lanjut dampak lingkungan keseluruhan yang dirasakan oleh masyarakat Desa Tugu Selatan dinilai lebih banyak positif daripada negatif. Namun, apabila tidak dijaga baik oleh masyarakat, Kawasan Agrowisata Gunung Mas, dan pemerintah daerah, maka dampak lingkungan yang negatif akan dirasakan masyarakat. Masyarakat juga mengatakan untuk menghentikan pembangunan kawasan wisata yang lebih mengedepankan wahana permainan dan pembangunan penginapan dengan bahan bangunan beton, karena dirasa akan mengurangi area serapan air. Lebih lanjut masyarakat juga mengatakan selama kurun waktu dua tahun telah terjadi banjir dan longsor di wilayah Tugu Selatan, hal ini merupakan tanda mulai memburuknya serapan air di wilayah Tugu Selatan. Dampak keseluruhan yang dirasakan masyarakat diperlihatkan pada Tabel 28.

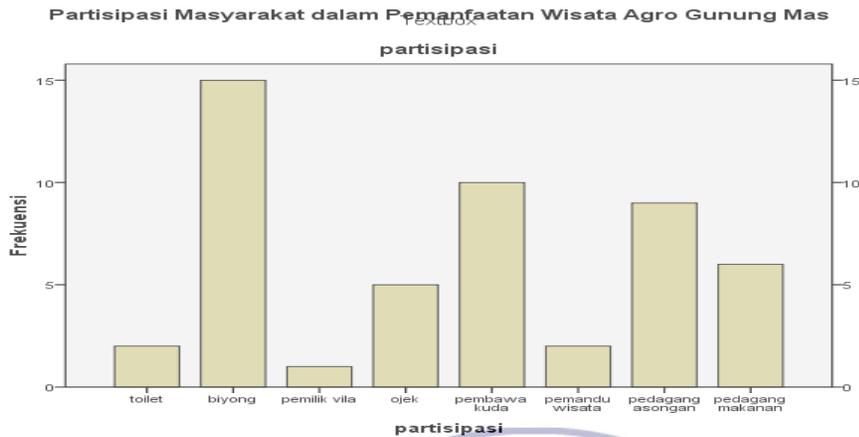
Tabel 28. Persepsi Masyarakat Menilai Dampak Lingkungan Secara Keseluruhan Positif

Responden	STS (%)	TS (%)	BS (%)	S (%)	SS (%)	Nilai
Masyarakat yang memanfaatkan potensi pariwisata	2	22	30	46	0	160
Masyarakat yang tidak memanfaatkan potensi pariwisata	0	22	30	32	16	171

5.3. Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan Wisata Agro Gunung Mas Cisarua

5.3.1. Bentuk Partisipasi

Bentuk partisipasi masyarakat dalam aktivitas wisata agro di Gunung Mas dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu partisipasi di dalam kawasan dan di luar kawasan wisata Agro Gunung Mas. Partisipasi masyarakat di dalam kawasan wisata Agro Gunung Mas meliputi pemandu wisata, pedagang asongan, penyedia jasa kuda, dan penyedia konsumsi. Partisipasi di luar kawasan mencakup penyedia jasa vila/wisma, pemilik vila, penyedia toilet, dan bagian transportasi. Pada umumnya pemandu wisata merupakan pegawai dari Kawasan Wisata Agro Gunung Mas yang tinggal di Desa Gunung Mas. Jumlah responden yang berpartisipasi dalam kegiatan wisata Gunung Mas dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 5. Partisipasi Masyarakat dalam Pemanfaatan Wisata Agro Gunung Mas

Mayoritas responden, yaitu 29,4 persen bermata pencaharian sebagai *biyong*. *Biyong* bagi masyarakat setempat berarti orang yang membantu wisatawan untuk mencari tempat penginapan. Sebanyak 19,6 persen responden bermata pencaharian sebagai pembawa kuda. Adapun tarif yang dikenakan untuk wisatawan untuk waktu mengenderai kuda selama setengah jam adalah Rp. 25.000,- per orang.

5.3.2. Keinginan Masyarakat untuk Berpartisipasi

Masyarakat yang belum berpartisipasi dalam kegiatan wisata alam di Kawasan Wisata Agro Gunung Mas mempunyai potensi untuk berpartisipasi. Alasan masyarakat belum berpartisipasi adalah karena tidak ada kesempatan, tidak ada modal, tidak ada wadah berpartisipasi, dan lingkungan kerja yang berbeda diperlihatkan pada Tabel 29.

Tabel 29. Alasan Responden Tidak Berpartisipasi dalam Kegiatan Wisata Agro di Gunung Mas

Alasan	Jumlah	Persentase (%)
Tidak ada bimbingan	5	10
Tidak ada kesempatan	25	50
Tidak ada modal	14	28
Lingkungan Kerja Berbeda	4	8
Tidak tertarik	2	4
n = 50		

Sebanyak 96 persen masyarakat memiliki keinginan untuk berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata. Namun sebanyak 50 persen menyatakan tidak ada kesempatan yang diberikan kepada masyarakat sekitar. Kesempatan yang dimaksud adalah kesempatan berpartisipasi di dalam kawasan wisata agro Gunung Mas. Responden berharap dibukakan kesempatan untuk menjadi pegawai di Kawasan wisata Agro Gunung Mas, baik sebagai pemandu, ataupun karyawan restoran atau penginapan. Namun, pihak Kawasan Agrowisata Gunung Mas belum membuka kesempatan kerja bagi masyarakat di luar Dusun Gunung Mas. Hal ini menurut pihak manajemen, semata-mata karena alasan efisiensi, sedangkan sebanyak 28 persen responden ingin berpartisipasi, namun karena keterbatasan modal membuat responden tidak membuka usaha seperti berdagang. Responden yang termasuk kelompok ini, biasanya merupakan karyawan lepas dari Kawasan Agrowisata Gunung Mas. Untuk pegawai PTPN VIII disediakan tempat untuk berdagang sebagai sarana untuk meningkatkan kesejahteraan pegawai. Namun karena keterbatasan modal, maka banyak yang tidak memanfaatkan kesempatan tersebut.

5.4. Keinginan Masyarakat terhadap Pengembangan Agrowisata di Kawasan Wisata Agro Gunung Mas

Tabel 30. Keinginan Masyarakat Rumah Tangga yang Memanfaatkan Potensi Pariwisata dan yang Tidak Memanfaatkan Potensi Pariwisata terhadap Pengembangan Kawasan Agrowisata Agro

No	Keinginan	Memanfaatkan		Tidak Memanfaatkan	
		Jumlah	%	Jumlah	%
1	Kawasan perkebunan dibiarkan alami	13	26	6	12
2.	Adanya pembatasan pengunjung	0	0	5	10
3.	Masyarakat perlu dilibatkan	4	8	13	26
4.	Pemerintah perlu memberikan pelatihan-pelatihan	7	14	10	20
5.	Perekonomian masyarakat perlu ditingkatkan	10	20	7	14
6.	Potensi di kawasan wisata ditingkatkan	7	14	2	4
7.	Akses jalan yang diperbaiki	9	18	7	14

Keinginan masyarakat merupakan hal yang harus menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan kawasan wisata. Hal ini dikarenakan, masyarakat yang merasakan dampak secara langsung dari pengembangan pariwisata di daerahnya. Berdasarkan hasil penelitian ini, keinginan yang disampaikan masyarakat dikelompokkan menjadi dua yaitu kelompok yang telah berpartisipasi dan kelompok yang belum/tidak berpartisipasi dalam kegiatan agrowisata.

Keinginan responden yang memanfaatkan potensi pariwisata cenderung memilih kawasan yang dibiarkan alami. Hal ini terlihat dari persentase sebanyak 26 persen. Umumnya yang menjawab pilihan ini adalah pemandu wisata dan pembawa kuda. Responden diatas beranggapan nilai jual yang penting dari Kawasan

Agrowisata adalah hamparan kebun teh yang hijau. Responden beranggapan apabila potensi wisata ingin ditingkatkan, akan lebih baik apabila ditingkatkan ke wisata yang mengarah kepada wisata alam, jadi tidak perlu dibangun wahana atraksi seperti di kawasan wisata yang lain. Bagi para pedagang asongan, warung, atau penyedia konsumsi, keinginan yang disampaikan lebih kepada aspek ekonomi, responden menginginkan untuk tetap boleh berjualan, termasuk bagi pedagang asongan, adanya pengembangan masakan tradisional, adanya usaha bersama, dan adanya pinjaman lunak bagi masyarakat. Bagi pemilik vila dan para biyong, kawasan yang alami dan perbaikan akses jalan perlu diperhatikan dan menjadi prioritas, baik bagi pemerintah maupun bagi pengelola obyek wisata.

Responden yang tidak berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata beranggapan pengembangan kawasan wisata yang diperlukan adalah peningkatan keterlibatan masyarakat. Kawasan Agrowisata Gunung Mas sebaiknya tidak hanya membatasi peran serta hanya untuk masyarakat Dusun Gunung Mas. Apabila kesempatan kerja terbatas, diharapkan ada suatu kemitraan yang ditawarkan dari Kawasan Agrowisata Gunung Mas untuk membantu memperbaiki kesejahteraan masyarakat di luar Dusun Gunung Mas. Menurut responden, Kawasan Agrowisata Gunung Mas seharusnya ikut membantu peran pemerintah untuk mensejahterakan masyarakat di daerah operasionalnya. Keinginan lainnya adalah diselenggarakannya pelatihan-pelatihan wisata alam oleh pemerintah, ataupun pelatihan bagi jasa pemandu wisata yang handal. Pengunjung perlu dibatasi, mengingat akses jalan yang selalu macet ketika hari libur dan akhir pekan. Pengunjung yang terlalu banyak membuat masyarakat terhambat aktivitasnya.

5.5. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Masyarakat

Untuk mengukur tingkat kesejahteraan masyarakat di suatu wilayah, ukuran yang sering digunakan dan diterima secara umum adalah pendapatan perkapita (Asmara, 1979 dalam Barika, 2009). Dampak dari kegiatan kepariwisataan terhadap kesejahteraan masyarakat di sekitar kawasan dianalisis dengan pendekatan perkapita per bulan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan perkapita masyarakat, yaitu umur, pendidikan, jumlah anggota keluarga, jumlah pengeluaran perkapita, serta keikutsertaan dalam memanfaatkan potensi pariwisata (*dummy*). Penelitian ini menggunakan SPSS versi 17 untuk melakukan pengujian regresi linier berganda. Hasil analisis dapat dilihat pada Tabel 31.

Tabel 31. Hasil Analisis Data Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Pendapatan Masyarakat di Sekitar Kawasan Wisata

Variabel	Koefisien	Standart error	Nilai t	Signifikansi
Konstanta	-1,298E5	1,003 E5	-1,294	0,199
Usia (X1)	15,729	1,347E3	0,012	0,911
Jumlah anggota keluarga (X2)	1350,853	1,419E4	0,095	0,924
Pendidikan (X3)	9413.373	4,017E3	2,343	0,021
Pengeluaran (X4)	1,587	0,167	9,497	0,000
Pemanfaatan wisata (D)	57247,058	3,392E4	1,688	0,095
R-Sq = 0,789	Uji F – nilai p (0,000)			



Berdasarkan Tabel 31 atas dapat diketahui pengaruh variabel – variabel secara simultan. Hasil uji F pada fungsi linier berganda diperoleh nilai p (0,000) dengan $\alpha = 0,05 - \alpha = 0,1$ menunjukkan $p < \alpha$. Hal ini berarti bahwa kegiatan kepariwisataan di sekitar Kawasan Gunung Mas Cisarua Bogor berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat lokal di sekitar kawasan wisata tersebut. Nilai

koefisien determinasi adalah 78,9% yang berarti bahwa variabel usia, jumlah anggota keluarga, pendidikan, pengeluaran dan keikutsertaan dalam kegiatan pariwisata dapat menjelaskan 78,9% keragaman pendapatan masyarakat/ responden, sementara sisanya 21,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimaksudkan dalam model.

Secara bersama-sama variabel-variabel yang diuji dan berpengaruh nyata terhadap pendapatan masyarakat di sekitar kawasan Agrowisata Gunung Mas adalah variabel pendidikan dan pengeluaran. Variabel umur tidak berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan perkapita, hal ini dapat dilihat dari nilai $p\text{-value} > \alpha$ (0,05) yaitu $0,911 > 0,05$. Hal ini berarti bahwa perubahan pendapatan perkapita tidak dipengaruhi oleh umur. Variabel jumlah anggota keluarga juga tidak berpengaruh nyata terhadap pendapatan, hal ini dapat dilihat dari nilai $p\text{-value} > \alpha$ (0,05) yaitu $0,924 > 0,05$. Hal ini dikarenakan jumlah tanggungan anggota keluarga antara responden yang ikut serta dalam pariwisata dan yang tidak terlibat dalam pariwisata tidak jauh berbeda.

Variabel pengeluaran mempunyai koefisien positif adalah 1,587 yang berarti setiap peningkatan satu rupiah pengeluaran akan meningkatkan pendapatan adalah 1,587 pada saat pendidikan *ceteris paribus*. Hal ini mengindikasikan setiap ada penambahan pengeluaran dalam rumah tangga akan mendorong rumah tangga untuk berusaha lebih giat untuk mendapatkan tambahan penghasilan untuk mencukupi pengeluarannya. Variabel pendidikan mempunyai koefisien positif adalah 9413,373 yang berarti setiap peningkatan satu tahun pendidikan akan meningkatkan pendapatan sebesar Rp. 9413,373 pada saat pendidikan *ceteris paribus*.

Keikutsertaan dalam pariwisata juga menunjukkan pengaruh nyata terhadap pendapatan, hal ini dapat dilihat dari nilai $p\text{-value} < \alpha (0,1)$ yaitu 0,095. Koefisien dari keikutsertaan dalam pariwisata adalah 57247,058, yang berarti setiap orang yang ikut serta dalam pariwisata akan meningkatkan pendapatan sebesar Rp. 57.2747,058.-.

5.6. Indikator Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga di Wilayah Tugu Selatan

Pengukuran tingkat kesejahteraan berdasarkan kriteria yang digunakan Badan Pusat Statistik (BPS) dan Susenas 1991 yang dimodifikasi dengan kriteria kemiskinan Sajogyo (Barika, 2009). Pada penelitian ini, indikator tingkat kesejahteraan yang diukur meliputi pendapatan, pengeluaran konsumsi rumah tangga, keadaan tempat tinggal, fasilitas tempat tinggal, persentase lulusan sekolah, dan kesehatan anggota rumah tangga.

5.6.1. Tingkat Pendapatan Rumah Tangga

Kriteria kemiskinan menurut Dirjen Tata Guna Tanah didasarkan pada kebutuhan kesembilan bahan pokok dalam setahun sesuai dengan harga yang berlaku di daerah penelitian. Sembilan bahan pokok yang jumlahnya telah ditetapkan oleh Dirjen Tata Guna Tanah disetarakan dengan pendapatan perkapita per tahun dari rumah tangga responden. Jumlah Sembilan bahan pokok yang ditetapkan adalah 100kg beras, 15 kg ikan asin, enam kilogram gula pasir, enam kilogram minyak goreng, 20 tabung gas elpiji tiga kilogram, Sembilan kilogram garam, 20 batang sabun, 4 meter tekstil kasar, dan dua meter kain/batik kasar.

Berdasarkan harga yang berlaku pada saat penelitian, jumlah sembilan bahan pokok tersebut adalah Rp.1.494.500,- (lampiran 6). Dalam penelitian ini nilai pendapatan per tahun dikonversikan menjadi pendapatan perkapita perbulan (Tabel 32).

Tabel 32. Distribusi Tingkat Pendapatan Perkapita Perbulan Rumah Tangga yang Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata dengan Rumah Tangga yang Tidak Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata

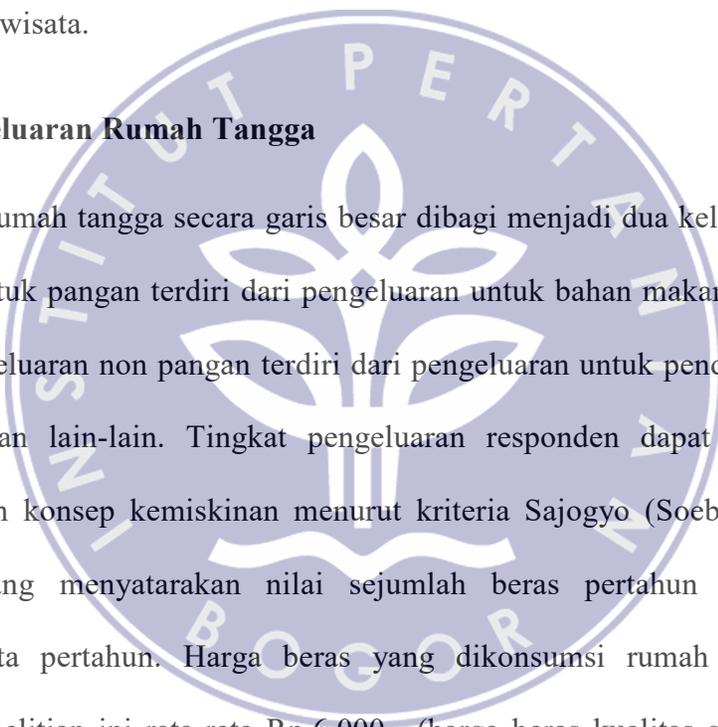
Tingkat Pendapatan Perkapita/tahun (Rp)	Memanfaatkan		Tidak Memanfaatkan		Nilai X ²
	Jumlah	%	Jumlah	%	
tinggi > 373.625	25	50	7	14	26,801
Sedang Rp.281.464 – Rp.373.625	15	30	13	26	
Rendah Rp.217.948 – Rp.280.219	6	12	4	8	
Rendah sekali < Rp. 217.948	4	8	26	52	

Tabel 32 menunjukkan bahwa terlihat perbedaan antara rumah tangga yang memanfaatkan pariwisata dengan rumah tangga yang tidak memanfaatkan pariwisata. Persentase responden yang memanfaatkan pariwisata sebanyak 50% berpenghasilan Rp. 374.625/kapita/bulan sedangkan rumah tangga yang tidak memanfaatkan pariwisata sebanyak 52% berpenghasilan kurang dari Rp.217.948/kapita/bulan. Hal ini disebabkan antara lain jumlah anggota keluarga dari responden yang tidak memanfaatkan pariwisata rata-rata lebih banyak dibandingkan rumah tangga responden yang tidak memanfaatkan pariwisata. Hal lain dikarenakan jumlah anggota keluarga responden yang memanfaatkan pariwisata biasanya dilibatkan dalam usaha yang dilakukan responden, sehingga ikut membantu menambah penghasilan rumah tangga.

Uji Khi-Kuadrat (X^2) dengan kaidah keputusan jika X^2 hitung $\geq X^2$ tabel artinya signifikan, begitu juga sebaliknya. Berdasarkan hasil diperoleh hasil nilai X^2 hitung 26,801 dimana X^2 tabel bernilai 9,48 pada tingkat kepercayaan $\alpha = 0,05$ maka terdapat perbedaan yang signifikan antara rumah tangga yang memanfaatkan pariwisata dengan rumah tangga yang tidak memanfaatkan pariwisata. Perbedaan yang signifikan berarti bahwa besarnya pendapatan ditentukan oleh keterlibatan responden dalam pariwisata.

5.6.2. Tingkat Pengeluaran Rumah Tangga

Pengeluaran rumah tangga secara garis besar dibagi menjadi dua kelompok, yaitu pengeluaran untuk pangan terdiri dari pengeluaran untuk bahan makanan dan minuman, serta pengeluaran non pangan terdiri dari pengeluaran untuk pendidikan, kesehatan, listrik, dan lain-lain. Tingkat pengeluaran responden dapat diukur dengan menggunakan konsep kemiskinan menurut kriteria Sajogyo (Soebari dan Suswanti, 2007) yang menyelaraskan nilai sejumlah beras pertahun dengan pengeluaran perkapita pertahun. Harga beras yang dikonsumsi rumah tangga responden dalam penelitian ini rata-rata Rp.6.000,- (harga beras kualitas sedang). Konsep kemiskinan Sajogyo : tidak miskin apabila pengeluaran perkapita setahun lebih besar daripada Rp.2.880.000 (setara konsumsi > 480 kg beras pertahun), sedang apabila pengeluaran perkapita pertahun antara Rp. 2.162.000 – Rp.2.880.000 (setara dengan konsumsi beras 361 kg – 480 kg beras setahun), miskin jika pengeluaran perkapita pertahun Rp. 1.621.000 – Rp. 2.161.000 (setara dengan konsumsi beras 270 kg – 360 kg), dan melarat jika pengeluaran perkapita



pertahun kurang dari Rp.1.620.000,- (setara konsumsi beras < 270 kg setahun).

Berdasarkan hasil penelitian dari dua kelompok responden baik yang aktif memanfaatkan potensi wisata maupun yang tidak aktif memanfaatkan potensi pariwisata maka dapat diketahui bahwa pengeluaran perkapita dalam setahun bagi responden yang tidak memanfaatkan pariwisata sebanyak 30 persen, pengeluarannya berada di kisaran kurang dari Rp.1.620.000. Responden yang memanfaatkan pariwisata, pengeluarannya mayoritas sebanyak 48% berada di kisaran lebih dari Rp. 2.880.000,-. Tingkat pengeluaran rumah tangga responden yang aktif dan yang tidak aktif dalam memanfaatkan pariwisata dapat dilihat pada Tabel 33.

Tabel 33. Distribusi Tingkat Pengeluaran Perkapita Perbulan Rumah Tangga yang Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata dengan Rumah Tangga yang Tidak Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata

Tingkat Pengeluaran Perkapita/tahun (Rp)	Memanfaatkan		Tidak Memanfaatkan		Nilai X^2
	Jumlah	%	Jumlah	%	
tinggi > 2.880.000	24	48	12	24	19,76
Sedang(2.161.000-2.880.000)	15	30	12	24	
Rendah (1.621.000 -2.160.000)	10	20	8	16	
Rendah Sekali < 1.621.000	1	2	18	36	

Pengeluaran responden secara umum lebih banyak untuk pengeluaran konsumsi pangan, sedangkan untuk non pangan, pengeluaran terdiri dari transportasi, pendidikan, dan listrik yang umumnya tidak jauh berbeda. Dengan menggunakan uji Khi-Kuadrat (X^2) dengan kaidah keputusan jika X^2 hitung $\geq X^2$ tabel artinya signifikan, begitu juga sebaliknya. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai X^2 hitung adalah 19,766 dimana X^2 tabel adalah 9,488 pada tingkat kepercayaan $\alpha = 0,05$ maka terdapat perbedaan yang signifikan antara pengeluaran

yang aktif memanfaatkan potensi pariwisata dengan yang tidak aktif memanfaatkan potensi pariwisata. Perbedaan yang signifikan ini menunjukkan bahwa variabel pengeluaran dapat digunakan sebagai indikator kesejahteraan masyarakat Desa Tugu Selatan.

5.6.3. Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu sarana untuk meningkatkan kecerdasan dan keterampilan manusia. Peningkatan dalam bidang pendidikan dapat mengentaskan penduduk dari kemiskinan baik secara langsung maupun tidak langsung, yaitu melalui perbaikan pendapatan dan pengeluaran perkapita. Tingkat pendidikan antara kelompok responden dapat dilihat pada Tabel 34.

Tabel 34. Distribusi Tingkat Pendidikan Rumah Tangga yang Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata dengan Rumah Tangga yang Tidak Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata

No	Tingkat Pendidikan	Memanfaatkan		Tidak Memanfaatkan		Nilai X ²
		Jumlah	%	Jumlah	%	
1.	Tinggi (≥ 60% jumlah anggota keluarga tamat SD)	44	88	42	84	1,247
2.	Sedang (30-60% jumlah anggota keluarga tamat SD)	3	6	6	12	
3.	Rendah (<30% jumlah anggota keluarga tamat SD)	3	6	3	6	

Berdasarkan Tabel 34 dapat dilihat secara umum tingkat pendidikan keluarga responden yang aktif memanfaatkan potensi pariwisata sama saja dengan responden yang tidak memanfaatkan pariwisata. Baik responden yang aktif maupun yang tidak aktif dalam memanfaatkan pariwisata sama-sama masuk ke dalam

kategori tinggi, dimana ≥ 60 persen jumlah anggota keluarga tamat SD. Sebanyak 6 persen responden yang memanfaatkan pariwisata, masuk ke dalam kategori sedang, dimana 30% - 60% jumlah anggota keluarga tamat SD. Sementara responden yang tidak memanfaatkan pariwisata yang masuk kategori ini sebanyak 12 persen. Kategori rendah, dimana kurang dari 30 persen anggota keluarga tamat SD, baik responden yang memanfaatkan pariwisata maupun yang tidak memanfaatkan pariwisata sama-sama sebanyak 6 persen. Responden yang anggota keluarganya tidak tamat SD biasanya berusia 45 tahun ke atas, sedangkan yang di bawah usia 45 tahun rata-rata bersekolah sampai tamat SD.

Dari hasil uji Khi-Kuadrat (X^2) antara tingkat pendidikan anggota keluarga responden dengan keikutsertaan dalam memanfaatkan potensi pariwisata diperoleh hubungan yang signifikan dimana nilai X^2 hitung adalah 1,247 lebih rendah daripada X^2 tabel yaitu 5,991 pada $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan tidak ada perbedaan signifikan antara rumah tangga yang memanfaatkan pariwisata dengan rumah tangga yang tidak memanfaatkan pariwisata. Kondisi ini dikarenakan tingkat pendidikan kedua kelompok tersebut relatif sama. Kebijakan pemerintah yang membebaskan biaya pendidikan pada tingkat pendidikan sekolah dasar ikut membantu meningkatkan tingkat pendidikan masyarakat Desa Tugu Selatan

5.6.4. Fasilitas Perumahan

Kelengkapan fasilitas pokok suatu rumah tangga akan menentukan nyaman tidaknya suatu rumah tinggal, yang juga menentukan kualitas rumah tinggal. Fasilitas pokok yang penting agar suatu rumah menjadi nyaman dan sehat untuk ditinggali adalah tersedianya listrik, air bersih serta jamban dengan tangki septik

(BPS,2000). Fasilitas perumahan yang lengkap merupakan cerminan dari status sosial masyarakat di sekitar lokasi wisata. Yang dimaksud fasilitas adalah luas pekarangan, hiburan, penerangan, bahan bakar untuk memasak, sumber air dan sarana mandi, cuci, dan kakus (MCK).

Umumnya masyarakat yang aktif dan tidak aktif memanfaatkan pariwisata memiliki pekarangan yang tidak luas atau tergolong sempit (sebanyak 70 persen), sementara 20 persen lainnya memiliki pekarangan sedang, dan 10 persen lainnya memiliki pekarangan luas. Hiburan yang dimiliki responden yang aktif dalam pariwisata, sebanyak 85 persen memiliki TV, 15 persen memiliki radio. Sarana pendingin yang dimiliki keluarga responden sebanyak 30 persen memiliki kulkas, 10 persen memiliki kipas angin, dan 60 persen memiliki pendingin alam. Adapun untuk penerangan, 100 persen keluarga responden menggunakan listrik. Dalam melakukan kegiatan memasak, bahan bakar yang digunakan umumnya menggunakan gas, sebanyak 73,33 persen responden memiliki gas, dan sisanya 26,67 menggunakan kayu bakar, namun responden yang menggunakan gas, lebih sering menggunakan kayu bakar untuk memasak. Kayu bakar untuk memasak, biasanya diambil dari lahan Kawasan Agrowisata Gunung Mas. Ini merupakan salah satu contoh manfaat tidak langsung yang dirasakan oleh masyarakat. Sumber air bersih yang digunakan menggunakan aliran mata air pegunungan. Untuk sarana MCK sebanyak 100 persen memiliki fasilitas untuk mandi, cuci, dan kakus (MCK) sendiri.

Rumah tangga responden yang tidak aktif dalam memanfaatkan potensi wisata, sebanyak 100 persen memiliki TV. Sarana pendingin yang dimiliki keluarga

responden 20 persen memiliki kulkas, dan 80 persen lainnya menggunakan pendingin alam. Untuk penerangan, 100 persen responden menggunakan listrik, sedangkan bahan bakar untuk memasak, 72 persen menggunakan gas, dan sisanya menggunakan bahan bakar kayu. Sumber air bersih didapat dari aliran mata air pegunungan, dan 100 persen responden memiliki mata air sendiri.

Tabel 35. Distribusi Fasilitas Perumahan Rumah Tangga yang Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata dengan Rumah Tangga yang Tidak Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata

No	Fasilitas Perumahan	Memanfaatkan		Tidak Memanfaatkan		Nilai X^2
		Jumlah	%	Jumlah	%	
1.	Lengkap (Skor 21 – 27)	11	22	6	12	1,881
2.	Semi lengkap (Skor 14 – 20)	28	56	33	66	
3.	Tidak lengkap (Skor 7 – 13)	11	22	11	22	

Berdasarkan Tabel 35 dapat dilihat bahwa kelompok rumah tangga yang aktif memanfaatkan potensi pariwisata, mayoritas responden mempunyai fasilitas semi lengkap sebanyak 56 persen, atau sebanyak 28 responden. Sebanyak 22 persen mempunyai fasilitas perumahan yang lengkap, dan 22 persen lainnya mempunyai fasilitas perumahan yang tidak lengkap, yang artinya berada di skor 7-13. Kelompok rumah tangga yang tidak aktif memanfaatkan potensi pariwisata, sebanyak 66 persen mempunyai fasilitas perumahan yang semi lengkap, 22 persen tidak lengkap, dan sisanya, sebanyak 12 persen mempunyai fasilitas perumahan yang lengkap, yaitu berada di skor 21-27. Fasilitas perumahan yang lengkap di rumah responden memiliki halaman yang luas ($> 100m^2$), sarana hiburan memiliki DVD/VCD player, untuk sarana pendingin responden memiliki lemari es, sumber

penerangan menggunakan listrik, bahan bakar untuk memasak menggunakan gas, dan sumber air menggunakan mata air.

Dari hasil Khi-Kuadrat antara fasilitas perumahan rumah tangga reseponden dengan keikutsertaan dalam memanfaatkan potensi pariwisata diperoleh adanya hubungan yang tidak signifikan. Hal ini diketahui dari nilai X^2 adalah 1,881 lebih rendah dari X^2 tabel yaitu 5,991. Fasilitas perumahan antara responden yang aktif memanfaatkan pariwisata dan responden yang tidak memanfaatkan pariwisata relatif tidak berbeda. Hal tersebut menunjukkan bahwa fasilitas perumahan tidak dapat dijadikan indikator pembeda tingkat kesejahteraan kedua kelompok responden tersebut.

5.6.5. Kondisi Tempat Tinggal

Kondisi dan keadaan rumah atau tempat tinggal yang ditempati dapat dijadikan salah satu indikator untuk menunjukkan keadaan sosial ekonomi rumah tangga seseorang. Penilaian terhadap tempat tinggal meliputi kondisi atap rumah bilik rumah, lantai rumah, luas lantai dan status kepemilikan.

Keadaan tempat tinggal responden yang memanfaatkan potensi wisata sebanyak 80 persen menggunakan asbes dan 20 persen menggunakan genting sebagai atap rumah mereka. Bilik rumah sebanyak 100 persen menggunakan tembok. Status kepemilikan sebanyak 50 persen merupakan milik sendiri, 30 persen masih tinggal/ numpang di rumah orang tua. Lantai rumah 20 persen menggunakan ubin, dan 80 persen menggunakan plester atau semen. Luas lantai yang berukuran luas ($> 100 \text{ m}^2$) sebanyak 3 persen, mempunyai lantai sedang ($50 - 100 \text{ m}^2$)

sebanyak 60 persen dan lantai sempit ($< 50 \text{ m}^2$) sebanyak 37 persen.

Adapun keadaan tempat tinggal responden yang tidak aktif dalam memanfaatkan potensi wisata sebanyak 100 persen menggunakan asbes, bilik rumah yaitu sebanyak 70 persen menggunakan tembok dan 30 persen merupakan setengah tembok. Status kepemilikan, sebanyak 30 persen milik sendiri dan 30 persen sewa, dan 40 persen menumpang bersama orangtua. Lantai rumah sebanyak 10 persen menggunakan ubin, dan 90 persen menggunakan semen/ plester. Luas lantai yang berukuran luas ($> 100 \text{ m}^2$) sebanyak 5 persen, lantai sedang ($50 - 100 \text{ m}^2$) sebanyak 55 persen dan lantai sempit ($< 50 \text{ m}^2$) sebanyak 40 persen. Perbandingan kondisi perumahan kedua kelompok responden dapat dilihat pada Tabel 36.

Tabel 36. Distribusi Kondisi Perumahan Rumah Tangga yang Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata dengan Rumah Tangga yang Tidak Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata

Kondisi Perumahan	Memanfaatkan		Tidak Memanfaatkan		Nilai X^2
	Jumlah	%	Jumlah	%	
Permanen (Skor 15 – 21)	37	74	40	80	
Semi Permanen (Skor 10 – 14)	12	24	9	18	0,545
Non Permanen (Skor 7 – 13)	1	2	1	2	

Berdasarkan Tabel 36 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden mempunyai tempat tinggal yang cukup layak. Hal ini tidak terpengaruh apakah responden merupakan kelompok yang memanfaatkan pariwisata atau tidak memanfaatkan pariwisata. Sebanyak 74 persen dari responden yang memanfaatkan pariwisata memiliki kondisi rumah yang permanen, sedangkan responden yang tidak memanfaatkan potensi pariwisata sebanyak 80 persen. Sebanyak 24 persen dari

masyarakat yang memanfaatkan potensi pariwisata memiliki kondisi rumah yang semi permanen, sedangkan responden yang tidak aktif memanfaatkan pariwisata sebanyak 18 persen. Sisanya sebanyak 2 persen, baik responden yang memanfaatkan potensi pariwisata dan yang tidak memanfaatkan pariwisata memiliki kondisi rumah yang non permanen.

Dari hasil Khi-kuadrat antara kondisi perumahan rumah tangga responden dengan keikutsertaan dalam memanfaatkan potensi pariwisata diketahui bahwa kondisi perumahan kedua kelompok tidak begitu berbeda dimana nilai X^2 adalah 0,545 lebih rendah dari nilai X^2 tabel 5,99 pada $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi tempat tinggal antara kelompok responden yang memanfaatkan pariwisata dan kelompok responden yang tidak memanfaatkan pariwisata relatif tidak berbeda. Artinya kondisi perumahan rumah tangga tidak dapat dijadikan indikator pembeda tingkat kesejahteraan kedua kelompok responden.

5.6.5. Tingkat Kesehatan

Kesehatan seseorang sangat mempengaruhi tingkat produktifitas seseorang. Pembangunan kesehatan merupakan sebuah investasi untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di suatu daerah. Tingkat kesehatan rumah tangga di Desa Tugu Selatan dapat dilihat pada Tabel 37.

Tabel 37. Distribusi Tingkat Kesehatan Rumah Tangga yang Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata dengan Rumah Tangga yang Tidak Aktif Memanfaatkan Potensi Pariwisata

Tingkat Kesehatan	Memanfaatkan		Tidak Memanfaatkan		Nilai X^2
	Jumlah	%	Jumlah	%	
Baik	46	92	43	86	0,968
Sedang	2	4	4	8	
Rendah	2	4	3	6	

Dari hasil Khi-kuadrat antara tingkat kesehatan dengan keikutsertaan dalam memanfaatkan potensi pariwisata diketahui bahwa kondisi perumahan kedua kelompok tidak begitu berbeda dimana nilai X^2 adalah 0,968 lebih rendah dari nilai X^2 tabel 5,99 pada $\alpha = 0,05$. Hal ini berarti bahwa tingkat kesehatan tidak dapat dijadikan indikator kesejahteraan untuk membedakan tingkat kesejahteraan masyarakat. Kesadaran masyarakat yang tinggi mengenai pentingnya pembangunan kesehatan membuat kondisi kesehatan masyarakat di Desa Tugu Selatan tergolong baik. Kebijakan pemerintah daerah untuk berobat gratis dan adanya program jaminan kesehatan dinilai berhasil oleh masyarakat. Keterjangkauan pelayanan kesehatan pada seluruh lapisan masyarakat diharapkan dapat menstimulus meningkatnya derajat kesejahteraan masyarakat. Partisipasi masyarakat untuk melaksanakan perilaku hidup sehat terlihat pada masyarakat Desa Tugu Selatan.

5.7. Analisis SWOT

Pengembangan sektor pariwisata berpengaruh positif pada peluang usaha dan kesempatan kerja. dengan adanya kunjungan wisatawan baik wisatawan

nusantara maupun wisatawan asing ke suatu lokasi wisata maka akan membuka peluang usaha bagi masyarakat sekitar kawasan seperti usaha restoran, penginapan, jasa pengangkutan dan lain sebagainya yang menjadi kebutuhan pengunjung. Partisipasi masyarakat merupakan refleksi dari dukungan dalam menyikapi suatu program. Semakin penting dukungan masyarakat, maka akan semakin penting partisipasi masyarakat di dalamnya.

Berdasarkan hasil penggalan data melalui wawancara terhadap responden yaitu masyarakat lokal, pemerintahan, swasta, LSM, akademisi, dan juga observasi lapangan, didapatkan informasi mengenai masalah-masalah serta belum optimalnya partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan pengembangan obyek wisata Kawasan Wisata Agro Gunung Mas. Proses perencanaan pengembangan pariwisata seharusnya merupakan proses yang bersifat *top down* sehingga masyarakat mengetahui setelah program dilaksanakan, pengunjung yang mulai sepi dan mulai beralih ke kawasan wisata Taman Matahari, dan kemacetan lalu lintas, membuat masyarakat semakin berkurang pendapatannya.

Pertumbuhan sektor pariwisata selain membawa dampak positif dari aspek ekonomi juga membawa dampak negatif terhadap aspek sosial dan lingkungan seperti degradasi lingkungan dan obyek-obyek buatan manusia yang merusak nilai alamiah dari kawasan wisata. Dari segi sosial, makin maraknya prostitusi, membuat kehidupan masyarakat terancam pergeseran moral yang semakin parah. Hal ini berkaitan dengan minimnya lahan pekerjaan dan derasnya pengaruh dari luar daerah. Selain itu aspek lingkungan dari perilaku tidak bertanggung jawab dari pengunjung dan masyarakat yang menyebabkan adanya pencemaran sampah.

Kebijakan pemerintah Kabupaten Bogor akan dapat menciptakan keberlanjutan apabila dalam kebijakan tersebut tercermin prinsip-prinsip adil dan tidak membeda-bedakan pihak manapun yang berkepentingan dengan kegiatan wisata. Adanya peranan pemerintah yang bekerja sama dengan pengelola kawasan wisata Gunung Mas untuk memberlakukan kebijakan pembangunan partisipasi masyarakat dalam pariwisata. Hal ini bertujuan untuk melayani minat masyarakat yang bekerja dan berdomisili di sekitar lokasi wisata dan harus berwawasan lingkungan dan terdapat unsur konservasi untuk mempertahankan nilai estetika dari lingkungan tersebut.

Dalam pemanfaatan kawasan wisata agro Gunung Mas maka dibutuhkan arahan strategi dalam kebijakan pengembangan dengan menggunakan analisis SWOT dengan memperhatikan keseluruhan faktor internal dan eksternal. Kedua faktor ini merupakan penentu dalam strategi alternatif pengembangan kawasan agrowisata Gunung Mas, karena di dalamnya disusun faktor-faktor strategis internal berupa kekuatan dan kelemahan, serta faktor-faktor eksternal berupa peluang dan ancaman.

5.7.1 Analisis Internal Unit Bisnis Agrowisata Gunung Mas

Analisis internal dalam penelitian ini dilaksanakan untuk mengkaji berbagai faktor internal yang berpengaruh terhadap strategi pengembangan agrowisata yang berkelanjutan di Kawasan Wisata Agro Gunung Mas. Faktor internal adalah faktor-faktor kekuatan yang dapat dimanfaatkan serta faktor-faktor kelemahan yang harus diantisipasi oleh manajemen Kawasan Wisata Agro Gunung Mas, yaitu unit bisnis

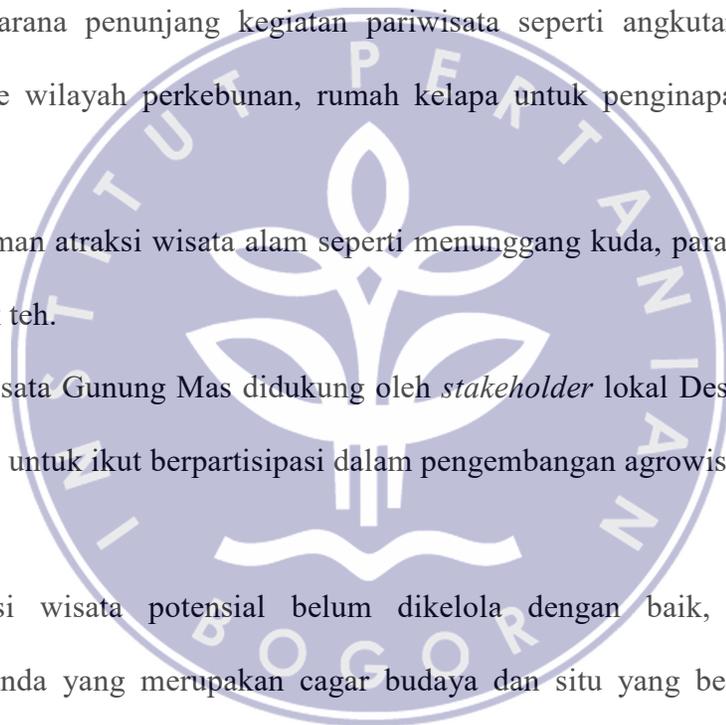
agrowisata Gunung Mas.

1. Kekuatan

- a. Memiliki obyek wisata yang asri berupa kebun teh dengan udara pegunungan yang sejuk.
- b. Secara geografis, letaknya strategis karena Puncak merupakan jalur *the golden road* yang merupakan jalur penghubung ke daerah Kabupaten Bandung.
- c. Telah tersedia sarana penunjang kegiatan pariwisata seperti angkutan yang masuk sampai ke wilayah perkebunan, rumah kelapa untuk penginapan, dan rumah makan.
- d. Memiliki keragaman atraksi wisata alam seperti menunggang kuda, paralayang, kunjungan pabrik teh.
- e. Kawasan Agrowisata Gunung Mas didukung oleh *stakeholder* lokal Desa Tugu Selatan yang siap untuk ikut berpartisipasi dalam pengembangan agrowisata.

2. Kelemahan

- a. Beberapa potensi wisata potensial belum dikelola dengan baik, seperti terowongan Belanda yang merupakan cagar budaya dan situ yang berada di wilayah perkebunan Gunung Mas.
- b. Minimnya usaha promosi, pemasaran, dan membangun aliansi dengan pihak swasta (*tour operator*).
- c. Keterampilan SDM yang ada belum terlatih untuk memenuhi kebutuhan wisatawan (pemandu).
- d. Peran masyarakat belum maksimal, hanya sebagian kecil dari wilayah Tugu Selatan yang diikutsertakan.



5.7.2 Analisis Eksternal Unit Bisnis Agrowisata Gunung Mas

Analisis lingkungan eksternal terbentuk dari sekumpulan peluang dan ancaman yang timbul dan berada di luar jangkauan serta biasanya terlepas dari situasi operasional suatu organisasi. Berdasarkan hasil wawancara dan pengisian kuesioner oleh responden, baik responden ahli maupun masyarakat maka diperoleh beberapa faktor yang menjadi peluang dan ancaman bagi pengembangan wisata agro di Kawasan Wisata Agro Gunung Mas.

1. Peluang

- a. Tren kunjungan wisatawan yang saat ini menyukai wisata yang *back to nature*.
- b. Adanya rencana strategis dari Kecamatan Cisarua tahun 2010 – 2015, yaitu menjadikan Desa Tugu Selatan dan Desa Tugu Utara menjadi daerah pintu masuk pariwisata, yang merupakan pengenalan akan pariwisata Kabupaten Bogor.
- c. Letaknya didukung dengan beberapa penginapan (villa dan wisma) di sekitar kawasan wisata Gunung Mas, sehingga dimungkinkan untuk menjalin kerjasama untuk menari wisatawan penginapan tersebut untuk berkunjung ke wisata agro Gunung Mas.

2. Ancaman

- a. Budaya daerah Sunda yang mulai menghilang di daerah Tugu Selatan
- b. Kerusakan dan degradasi lingkungan yang terjadi karena pembangunan tempat wisata yang tidak sesuai dengan kontur lahan dan polusi baik yang diakibatkan oleh wisatawan maupun masyarakat.



- c. Kemacetan lalu lintas yang sangat parah baik di hari kerja maupun di akhir pekan.
- d. Masyarakat yang merasa terabaikan oleh Kawasan Agrowisata Gunung Mas dan minimnya peranan manajemen Kawasan Agrowisata Gunung Mas untuk pengembangan masyarakat.
- e. Banyaknya kawasan wisata yang lebih banyak menyajikan wahana permainan yang lebih menarik untuk wisatawan yang membawa anak-anak.

5.7.3. Hasil Evaluasi Faktor Internal Unit Bisnis Agrowisata Gunung Mas.

Pengevaluasian faktor internal dilakukan dengan pencarian nilai rata-rata masing-masing faktor kunci internal yang selanjutnya disusun dalam sebuah matriks evaluasi masing-masing faktor. Pada matriks evaluasi tersebut, masing-masing faktor yaitu kekuatan dan kelemahan ditambahkan bobot masing-masing dengan menggunakan pembobotan, kemudian digunakan matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE). Berdasarkan hasil identifikasi faktor penentu internal yang menghasilkan kekuatan dan kelemahan Unit Bisnis Agrowisata Gunung Mas dalam pengembangan kawasan wisata agro Gunung Mas dilakukan evaluasi matriks IFE dan menghasilkan perhitungan seperti diperlihatkan pada Tabel 38.

Tabel 38. Evaluasi Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

No	Kekuatan	Nilai	Bobot	Nilai Terbobot
1.	Obyek wisata alam yang asri dengan udara yang sejuk	4	0,121	0,485
2.	Letak obyek wisata yang strategis	3,6	0,107	0,384
3.	Sarana penunjang transportasi yang lengkap	3,4	0,107	0,363
4.	Keragaman atraksi wisata alam	3,4	0,117	0,396
5.	Stake holder lokal yang siap mendukung	3,8	0,102	0,387
No	Kelemahan			
6.	Potensi wisata yang banyak belum dikembangkan secara maksimal	1,2	0,112	0,134
7.	Minimnya usaha promosi dan kerjasama dengan pihak swasta	1,6	0,097	0,115
8.	Keterampilan SDM yang minim	1,8	0,117	0,210
9.	Belum maksimalnya peranan masyarakat	1,2	0,121	0,146
Total skor internal				2,661

Berdasarkan Tabel 38, faktor-faktor dalam Matriks Evaluasi Internal memiliki skor bobot antara 0,115 sebagai titik terendah sampai dengan 0,485 sebagai titik tertinggi. Faktor terpenting menurut responden untuk berhasil mewujudkan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan adalah obyek wisata yang asri dengan udara yang sejuk dapat dilihat memiliki nilai bobot tertinggi yaitu 0,121 (dengan peringkat 4) yaitu obyek wisata alam yang asri dengan hamparan perkebunan teh dengan udara yang sejuk. Perusahaan juga mempunyai kelemahan pada potensi wisata yang banyak belum dikembangkan dan belum maksimalnya peranan masyarakat dengan peringkat 1,2. Kedua faktor tersebut merupakan kelemahan utama yang dihadapi dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. sedangkan kekuatan yang memiliki bobot paling rendah adalah stakeholder yang mendukung kegiatan wisata di agrowisata Gunung Mas. Hal ini dikarenakan walaupun banyak stakeholder lokal yang mendukung seperti

masyarakat, pemerintah desa, maupu usaha-usaha lain yang siap bermitra dengan Kawasan Agrowisata Gunung Mas, namun belum dimanfaatkan secara maksimal oleh manajemen kawasan wisata tersebut.

Posisi nilai terbobot pada pengembangan kawasan wisata Gunung Mas adalah 2,661. Menurut David (2006), nilai tersebut berada pada kisaran 2,5—3,00 sedang. Meskipun demikian, sebaiknya unit bisnis agrowisata Gunung Mas memanfaatkan kekuatan yang ada dan mengatasi kelemahan yang dimiliki sehingga rantai nilai akan terus berkembang.

5.7.4 Hasil Evaluasi Faktor Eksternal

Evaluasi faktor-faktor eksternal merupakan langkah untuk merencanakan dan mengarahkan tindakan yang akan diambil perusahaan/organisasi berdasarkan perkembangan faktor eksternal yang mempengaruhi. Hasil pengidentifikasian faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi strategi pengembangan Kawasan Wisata Agro Gunung Mas, maka selanjutnya dievaluasi tingkat respon unit bisnis agrowisata, akademisi, dan LSM pariwisata terhadap masing-masing faktor sehingga diketahui seberapa besar respon responden terhadap faktor-faktor strategis eksternal tersebut. Teknik penentuan respon yang dilakukan adalah dengan cara pemberian bobot dan pemberian peringkat serta menyusun matriks *External Evaluation Factor* (EFE). Faktor strategis eksternal yang mempengaruhi strategi pengembangan Kawasan Wisata Agro terdiri dari peluang dan ancaman. Hasil analisis EFE dapat dilihat pada Tabel 39.

Tabel 39. Evaluasi Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)

Peluang	Nilai	Bobot	Nilai Terbobot
Rencana Pemerintah untuk menjadikan Desa Tugu Selatan sebagai pintu pariwisata	3,6	0,118	0,473
Didukung dengan banyaknya tempat penginapan di luar kawasan yang dipenuhi banyak wisatawan	3,4	0,113	0,339
Tren kunjungan wisatawan yang <i>back to nature</i>	4	0,134	0,538
Ancaman			
Kebudayaan/ kesenian daerah yang mulai hilang	3	0,118	0,355
Kerusakan lingkungan	2,4	0,124	0,297
Kemacetan lalu lintas yang parah	1	0,134	0,134
Masyarakat lokal yang kurang diperhatikan	3,4	0,129	0,439
Banyaknya pesaing	3,8	0,129	0,490
Total Nilai Faktor Eksternal		1,00	3,062

Berdasarkan Tabel 39, tren kunjungan wisatawan yang menyenangkan wisata *back to nature* merupakan faktor peluang terpenting ditunjukkan dengan bobot tertinggi, yaitu 0,134 dengan nilai 4. Dengan pertumbuhan industri pariwisata, khususnya wisata alam, memberikan peluang dan ruang untuk semakin berkembangnya usaha di bidang agrowisata sehingga unit bisnis agrowisata Gunung Mas dapat mengambil peluang yang ada dengan mengembangkan nilai produk. Dengan menggunakan peluang yang ada, diharapkan pelaku bisnis di sepanjang rantai nilai akan ikut merasakan manfaatnya. Sementara faktor peluang yang memiliki bobot paling rendah 0,113 adalah didukung oleh banyaknya tempat penginapan di sekitar lokasi wisata yang sering dipenuhi pengunjung/ wisatawan .

Faktor ancaman penting yang harus diantisipasi memiliki bobot paling tinggi 0,134 adalah kemacetan lalu lintas. Arus lalu lintas yang sangat padat membuat

perjalanan dari arah Ciawi sampai dengan lokasi wisata agro Gunung Mas memakan waktu dua jam, padahal apabila tidak terjadi kemacetan hanya memakan waktu 30 menit. Sementara faktor ancaman yang memiliki bobot paling rendah 0,118 adalah budaya daerah yang mulai hilang.

Total nilai yang diperoleh matriks EFE adalah 3,062 yang menandakan bahwa unit bisnis agrowisata Gunung Mas mampu menangkap peluang yang ada dan secara kuat memanfaatkan peluang tersebut. Di sisi lain, unit bisnis Agrowisata Gunung Mas mampu mengatasi pengaruh dari ancaman lingkungan eksternal.



Tabel 40. Matriks TOWS Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas Berwawasan Partisipasi Masyarakat Lokal.

<p>FAKTOR EKSTERNAL</p> <p>FAKTOR INTERNAL</p>	<p>STRENGTHS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Obyek wisata alam yang asri 2. Letak yang strategis 3. Sarana penunjang transportasi dan akomodasi yang lengkap 4. Keragaman Atraksi wisata alam 5. Dukungan stakeholder wilayah Tugu Selatan 	<p>WEAKNESSES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak potensi wisata yang belum dikembangkan 2. Minimnya usaha promosi dan kurang kerjasama dengan pihak swasta 3. Kurangnya keterampilan SDM 4. Peran masyarakat yang belum dilibatkan secara maksimal
<p>OPPORTUNITIES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rencana Pemerintah untuk menjadi pintu pariwisata 2. Didukung dengan banyaknya penginapan yang banyak diminati wisatawan di sekitar kawasan wisata 3. Tren kunjungan wisatawan yang <i>back to nature</i> 	<p>SO STRATEGIES</p> <p>Meningkatkan daya tarik agrowisata dengan melakukan penelitian dan pengembangan potensi Kawasan Agrowisata Gunung Mas</p>	<p>WO STRATEGIES</p> <p>Pengembangan potensi wisata alam beserta SDM dan peningkatan promosi serta pemasaran wisata</p>
<p>THREATS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Budaya daerah yang mulai hilang, termasuk kesenian daerah 2. Kerusakan lingkungan akibat banyaknya bangunan permanen dan sampah 3. Kemacetan lalu lintas 4. Masyarakat lokal yang kurang diperhatikan dan diberi kesempatan untuk berpartisipasi 5. Banyaknya pesaing 	<p>ST STRATEGIES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan mutu dan peran SDM di wilayah agrowisata gunung mas. 2. Perencanaan transportasi alternatif bersama pihak stakeholder. 	<p>WT STRATEGIES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penerapan pola kemitraan usaha lokal yang berkesinambungan. 2. Peningkatan pelatihan pariwisata yang berkoordinasi dengan semua pihak yang terkait (<i>stakeholders</i>).

5.7.5. Strategi S-O

Strategi S-O (*Strength – Opportunities*) didasarkan pada pengelolaan kekuatan yang dimiliki oleh Manajemen Kawasan Wisata Agro Gunung Mas untuk memanfaatkan peluang yang ada dalam pengembangan kawasan wisata agro Gunung Mas. Perumusan strategi S-O (*Strength – Opportunities*) menghasilkan strategi yaitu: meningkatkan daya tarik agrowisata dengan melakukan penelitian dan pengembangan potensi Kawasan Agrowisata Gunung Mas. Obyek wisata yang ada masih belum dikembangkan secara maksimal seperti adanya terowongan peninggalan zaman Belanda yang merupakan cagar budaya dan keberadaan situ yang belum dimanfaatkan. Adanya strategi pengembangan obyek wisata alam yang ada dan diikuti dengan pemeliharaan alam, akan membuat inovasi produk wisata Gunung Mas bertambah, namun tetap memelihara kelestarian alam.

5.7.6. Strategi W-O

Perumusan strategi WO (*Weaknesses – Opportunities*) didasarkan kepada mengatasi kelemahan yang dimiliki Manajemen Wisata Agro untuk memanfaatkan peluang yang ada dalam pengembangan kawasan wisata yang berkelanjutan. Perumusan strategi WO (*Weaknesses – Opportunities*) menghasilkan Strategi pengembangan potensi pariwisata alam di Gunung Mas dan meningkatkan promosi dan pemasaran wisata. Promosi dan pemasaran wisata perlu dilakukan untuk menciptakan pengenalan yang lebih mendalam bagi konsumen mengenai Kawasan Wisata Agro Gunung Mas. Pengembangan

area wisata alam yang belum tereksplorasi dapat dilakukan untuk menambah pilihan wisatawan untuk berkunjung ke kawasan Agrowisata Gunung Mas.

5.7.7 Strategi S-T

Perumusan strategi ST (*Strenghts – Threats*) didasarkan kepada pengelolaan kekuatan yang dimiliki Manajemen Kawasan Wisata Agro Gunung Mas untuk mengantisipasi ancaman yang ada dalam pengembangan kawasan wisata Tugu Selatan, daerah dimana Kawasan wisata Agro Gunung Mas berada. Perumusan strategi ST (*Strenghts – Threats*) menghasilkan strategi yaitu:

1. Peningkatan kualitas dan peranan SDM di wilayah Tugu Selatan.

Sebagai sebuah perusahaan yang besar, adalah tanggung jawab dari Kawasan Agrowisata Gunung Mas untuk ikut serta dalam pembangunan masyarakat di wilayah dimana perusahaan ini berada..

Kebudayaan dan kesenian daerah yang mulai menghilang merupakan dampak sosial negatif yang dirasakan masyarakat akibat adanya pariwisata. Kawasan Agrowisata Gunung Mas dapat menekan dampak ini dengan melakukan program peningkatan SDM dengan melakukan pembinaan keterampilan untuk penduduk setempat.

2. Pengembangan sarana transportasi dan fasilitas pendukung bersama stake holder lokal lainnya seperti masyarakat, penyelenggara pariwisata di wilayah Cisarua, dan pemerintah.

Pengembangan sarana transportasi dan fasilitas pendukung dapat dilakukan dengan bekerjasama dengan pihak keamanan untuk mengatur kemacetan lalu lintas dengan menyediakan transportasi alternatif wisatawan.

Kemacetan lalu lintas di kawasan puncak sudah semakin parah. Hal ini dikarenakan kapasitas jalan yang terbatas tetapi digunakan untuk menampung kendaraan yang berlebih, khususnya di akhir pekan. Kemacetan ini selain dikarenakan banyaknya tempat wisata yang dikunjungi dan banyaknya yang pergi ke arah Bandung yang melewati kawasan Puncak.

5.7.8 Strategi W-T (*Weaknesses – Threats*)

Perumusan strategi WT (*Weaknesses – Threats*) didasarkan kepada mengatasi kelemahan yang dimiliki Unit Bisnis Agrowisata Gunung Mas untuk mengantisipasi ancaman yang ada dalam pengembangan agrowisata di Kawasan Wisata Agro Gunung Mas. Perumusan strategi WT (*Weaknesses – Threats*) menghasilkan strategi yaitu:

1. Penerapan pola kemitraan usaha lokal yang berkesinambungan dengan Kawasan Agrowisata Gunung Mas yang dikontrol pemerintah daerah.

Kemitraan adalah kerjasama usaha antara usaha kecil dan usaha menengah atau besar yang disertai dengan pembinaan oleh usaha menengah atau usaha besar tersebut. Hal ini dilakukan dengan memperhatikan prinsip-prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan. Secara ekonomi kemitraan hendaknya harus dapat dijelaskan dengan pemahaman berikut bahwa esensi kemitraan terletak pada kontribusi bersama, baik berupa tenaga (*labour*) maupun benda (*proverty*) atau keduanya untuk tujuan kegiatan ekonomi.

2. Peningkatan pelatihan pariwisata yang lebih terkoordinasi dengan semua pihak yang terkait (*stakeholder*). Bekerjasama dengan pihak-pihak yang berwenang untuk mengatasi masalah lingkungan

Isu lingkungan adalah sesuatu yang tidak dapat dihiraukan, baik oleh Kawasan Agrowisata Gunung Mas, masyarakat, maupun pemerintah. Untuk mengantisipasi kerusakan lingkungan, kemacetan lalu lintas, dan keadaan cuaca yang tidak menentu akibat kerusakan lingkungan, perlu diadakan kerjasama untuk mempertahankan ekosistem lingkungan di sekitar perkebunan Kawasan Agrowisata Gunung Mas.

5.7.9. Formulasi Strategi

Formulasi strategi mencakup berbagai aktivitas analisis, perencanaan, dan pemilihan strategi yang dapat meningkatkan kesempatan bagi perusahaan di dalam mencapai tujuan perusahaan (Kusnadi dan Hanafi, 1999). Formulasi strategi dalam pengembangan kawasan agrowisata adalah aktivitas pemilihan strategi dari analisis SWOT. Formulasi strategi dapat meningkatkan proses pencocokan faktor-faktor kunci eksternal dan internal (David, 2007). Berbagai hasil alternatif strategi SWOT dipilih satu strategi berdasarkan kajian di lapangan, kesanggupan dari pihak manajemen pengelola Kawasan Agrowisata Gunung Mas dan kondisi di daerah penelitian. Strategi yang dipilih adalah Strategi W-O (*weakness – opporutnities*) yang didasarkan kepada mengatasi kelemahan yang dimiliki Manajemen Wisata Agro untuk memanfaatkan peluang yang ada dalam pengembangan kawasan wisata yang berkelanjutan.

5.8. Implikasi Manajerial

Strategi pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas yang berkelanjutan terkait dengan posisinya berdasarkan analisis faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan. Strategi alternatif yang ada dapat diimplementasikan sebagai berikut.

1. Peningkatan koordinasi dengan semua pihak terkait (*stakeholder*) dalam memanfaatkan sumber daya alam (SDA) dan SDM yang ada.

Koordinasi dengan semua pihak terkait dalam pariwisata diperlukan koordinasi yang baik, karena akan sangat menentukan keberhasilan dari pengembangan tersebut. *Stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan pariwisata harus mempunyai peran yang jelas. *Stakeholder* yang terkait adalah: investor, Kawasan Agrowisata Gunung Mas, pemerintah daerah, masyarakat, dan LSM.

Pemerintah dan Kawasan Agrowisata Gunung Mas harus berkoordinasi untuk bekerjasama dengan LSM setempat mewadahi pelatihan pariwisata bagi SDM Gunung Mas. Hal ini bertujuan untuk memberikan pengertian kepada masyarakat dan pegawai agar menjadi masyarakat sadar wisata



2. Promosi dan Pemasaran Wisata

Promosi dan pemasaran wisata dapat dilakukan dengan *functional upgrading* dengan berperan sebagai *tour operator* dan memperpendek rantai nilai yang ada. Sampai saat ini, *tour operator* tidak ada menjalani kerjasama tertulis dengan Gunung Mas, maka dari itu untuk memberikan kemudahan pengenalan calon wisatawan, maka akan lebih baik bagi Gunung Mas untuk menjadi *tour operator*

dengan menjalin kemitraan dengan masyarakat. Hal ini akan menambah peran masyarakat dalam wisata dan menambah penghasilan masyarakat. Selain itu juga dapat dilakukan melalui promosi bersama dengan Pemerintah Daerah dan mendirikan *Tourism Information Center* di lokasi strategis. Hal lain yang dapat dilakukan oleh Kawasan Agrowisata Gunung Mas adalah dengan memperpendek jalur birokrasi dalam pemasaran agrowisata. Letak kantor pusat yang jauh dari Gunung Mas, yaitu Bandung membutuhkan waktu dan proses suatu program pemasaran dan promosi untuk ditindaklanjuti. Memotong jalur promosi dan pemasaran dengan memberikan setiap wakil manajer area agrowisata dapat membuat program promosi dan pemasaran lebih cepat untuk dikembangkan.

3. Promosi juga dapat dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan penginapan-penginapan di sepanjang Desa Tugu Selatan dengan menawarkan program-program wisata yang terdapat di Kawasan Agrowisata Gunung Mas melalui karyawan penginapan di Desa Tugu Selatan.
4. Area wisata yang belum tereksplorasi sebaiknya mulai dikembangkan. Situ yang berada di areal Kawasan Agrowisata Gunung Mas dapat dibuka untuk umum untuk menambah pilihan wisata alam bagi wisatawan. Areal permainan yang ramah lingkungan dapat di tambahkan di area baru tersebut, sehingga menarik wisatawan yang merupakan anak-anak kecil. Hal lain yang dapat dieksplorasi adalah terowongan peninggalan zaman Belanda yang bisa digunakan untuk menambah kahazanah budaya bagi wisatawan. Sarana akomodasi yang tersedia di kawasan Gunung Mas sudah ramah lingkungan karena menggunakan bahan dasar kayu,

seperti rumah kelapa. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan, namun walaupun dengan bentuk yang sederhana, sebaiknya fasilitas diperbaiki dan harga juga dapat bersaing dengan penginapan di luar kawasan agrowisata Gunung Mas untuk memperbanyak jumlah inapan di penginapan Kawasan Agrowisata Gunung Mas. Kesemuanya ini perlu didukung dengan SDM yang profesional, maka dari itu diperlukan kerjasama dengan Dinas Pariwisata untuk melatih SDM yang ada terutama untuk para pemandu wisata dan petugas lapangan dari kawasan wisata.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah disajikan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Kondisi Agrowisata Gunung Mas saat ini dalam rantai nilai belum dapat secara maksimal memberdayakan keterlibatan masyarakat dalam lima segmen rantai nilai yaitu transportasi, akomodasi, makanan dan minuman, wisata berbelanja, dan atraksi wisata lainnya. Lima segmen rantai nilai yang bila dikembangkan secara optimal oleh Kawasan Agrowisata Gunung Mas dan pelaku usaha di sepanjang rantai nilai dapat digunakan masyarakat untuk meningkatkan pendapatan.
2. Dampak pengembangan agrowisata di aspek ekonomi yang paling penting adalah peningkatan sarana publik di Desa Tugu Selatan. Dampak sosial yang dirasakan paling penting adalah kesadaran masyarakat dalam meningkatkan pendidikan. Dampak lingkungan yang paling penting dirasakan masyarakat adalah PTPN VIII ikut membantu melestarikan lingkungan dan kemacetan lalu lintas yang sangat parah di sepanjang jalur Puncak.
3. Pengembangan agrowisata Gunung Mas sampai saat ini membawa dampak peningkatan pendapatan dan kesejahteraan bagi masyarakat yang terlibat dalam pariwisata. Hal ini terlihat dari jumlah pendapatan masyarakat yang terlibat dalam pariwisata lebih besar daripada jumlah pendapatan masyarakat

4. Formulasi strategi pengembangan Kawasan Agrowisata yang Berkelanjutan dilakukan dengan merumuskan strategi W-O yaitu meningkatkan koordinasi dengan semua pihak terkait (*stakeholder*) dalam memanfaatkan sumber daya alam (SDA) dan SDM yang ada, kemudian melakukan promosi serta pemasaran wisata yang lebih intensif.

6.2 Saran

Kepada unit bisnis agrowisata Gunung Mas, saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan pengembangan kawasan wisata yang berkelanjutan adalah memperbaiki kinerja melalui peningkatan produk, memperluas fungsi peranan PTPN VIII di masyarakat, dan mempeluas *channel* usaha. Selain itu juga diharapkan untuk senantiasa melibatkan masyarakat sebagai mitra kerja perusahaan. Dengan demikian, keberlanjutan dari unit bisnis agrowsata bisa dijaga.. Oleh karena keberlanjutan unit bisnis agrowisata akan mempengaruhi berbagai aktor yang terlibat dalam rantai nilai, sebaiknya perlu dilakukan kerja sama yang sinergis sehingga setiap pelaku bisnis bisa berperan lebih optimal dalam menjaga keberlanjutan dari rantai nilai agrowisata Gunung Mas yang pada akhirnya di masa mendatang tetap bisa dinikmati dan menghidupi masyarakat lokal.

DAFTAR PUSTAKA

Agusniatih. A. 2002. Kajian Pengembangan Kawasan Wisata dan Pengaruhnya Pada Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Pesisir Teluk Palu Propinsi Sulawesi Tengah. Program Pascasarjana Institut Pertanian Bogor.

Allibert Trekking. [http:// www.allibert-trekking.com](http://www.allibert-trekking.com) diakses tanggal 10 September 2010

Arsyad. L. 2003. Pengantar Perencanaan dan Pembangunan Ekonomi Daerah. Penerbit BPFE. Jogjakarta

Bappenas. 2006. Background Study dalam Rangka Penyusunan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2010-2014 Bidang Pariwisata. www.kppo.bappenas.go.id/files/9810RINGKASAN%20EKSEKUTIF%20-%20BIDANG%20PARIWISATA.pdf. (tanggal akses 15 Oktober 2009).

Barika. 2009. Kajian Dampak Pengembangan Sektor Pariwisata di Kota Bengkulu (Studi Kasus Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Panjan dan Tapak Paderi). Program Pascasarjana Institut Pertanian Bogor

Beeton, S. 1998. Ecotourism: A Practical Guide for Rural Communities. National Library of Australia. Brown Prior Anderson. Australia

Cahyat, A. 2004. Bagaimana Kemiskinan Diukur? Beberapa Model Penghitungan Kemiskinan di Indonesia. Center for International Forestry Research. November 2004 Number 2.

Cooper, C. Fletcher J, Wanhill S, Gilbert D, Shepherd R. 1998. Tourism-Principles and Practises. Addison Wesley Longman Publishing. New York

David, F. R. 2007. Strategic Management. Concept and Cases. Eleventh Edition. Pearson International Edition. Prentice Hall. New Jersey

Deptan. 2005. Direktori Agrowisata Indonesia. www.database.deptan.go.id diakses 10 Maret 2010

Deptan, 2009. Strategi Pengembangan Wisata Agro di Indonesia. www.database.deptan.go.id/agrowisata/viewfitur.asp?id=1. (tanggal akses 1 November 2009)

Dewo AN, Sugiarto B, dan Soemarno. 2008. Studi Pengembangan Ekowisata Pulau Sempu Kabupaten Malang. Agritek Vol. 16 No.9 September 2008.

Ditjenpar. 1998. Pedoman Pengembangan Ekowisata. Direktorat Jendral Pariwisata. Jakarta

Febianty A. 2010. Strategi Pengembangan Agrowisata di Danau Sidenreng Kabupaten Sidenreng Rappang Provinsi Sulawesi Selatan. Program Studi Manajemen dan Bisnis Sekolah Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Gereffi, G, John H, and Sturgeon T. 2003. *The Governance of Global Value Chains*. Review of International Political Economy 12:1 February 2005.

Gumbira-Sa'id, E. 2000. Perspektif Pengembangan Agribisnis 2000. Program Studi Magister Manajemen Agribisnis-Institut Pertanian Bogor. Bogor

Gumbira-Said, E. 2008. Membangun Indonesia Sejahtera Melalui Pendidikan Agrotechnopreneurship dan Perbaikan Kinerja Manajemen Agribisnis-Agroindustri-Agroturisme. Pemikiran Guru Besar IPB, Perspektif Ilmu-ilmu Pertanian dalam Pembangunan Nasional. Penebar Swadaya, Jakarta dan IPB-Press. Bogor.

Gunn CA 1994. *Tourism Planning Basics, Concepts, Cases*. Washington DC: Taylir & Francis. USA.

Hartono. 2004. *Statistik untuk Penelitian*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

Herlita, RK. 2008. Analisis Preferensi dan Perilaku Pengunjung Wisata Agro Gunung Mas Cisarua Bogor. Skripsi. Program Sarjana Ekstensi Manajemen Agribisnis Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.

Hunger JD, Wheleen TL. 2003. Manajemen Strategis (Terjemahan). Edisi ke-3. Pustaka Pelajar. Yogyakarta

Ife J, Frank T. 2008. Community Development: Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi (Terjemahan). Edisi ke-3. ANDI. Yogyakarta.

Inskip E. 1991. Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach. VNR Tourism and Commercial Recreation Series. Van Nostrand Reinhold. New York.

Jackson, L. 2007. Residents' Perception of The Impact of Special Event Tourism. www.emeraldinsight.com/1753-8335.htm. diakses tanggal 20 Desember 2009

Kusnadi, Agustina Hanafi, 1999, Strategi Manajemen, Edisi Kelima, Cetakan Pertama, BPFE UGM. Jogjakarta.

Lobo, et al. 1999. Agricultural Tourism: Agritourism Benefits Agriculture in San Diego County, California Agriculture, University of California. USA

Madrie, 1996. Beberapa Faktor Yang Berhubungan dengan Partisipasi Masyarakat Desa dalam Pembangunan Pedesaan, Disertasi Program Pascasarjana IPB. Bogor

Mulyaningrum. 2004. Strategi Pengembangan Wisata Alam Berkelanjutan Dalam Perspektif Ekonomi. Studi Kasus di Kawasan Wisata Batutaden Purwokerto-Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah. Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor. Bogor

Naisbitt, J. 1994. Global Paradox: Semakin Besar Ekonomi Dunia, Semakin Kuat Perusahaan Kecil. Binarupa Aksara, Jakarta

_____. 1996. Megatrends Asia. Delapan Megatrend Asia yang Mengubah Dunia. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta..

Pasaribu, I. 2003. Analisis IFE-EFE dan Matriks TOWS dalam Penetapan Strategi Bisnis Agrowisata pada Perkebunan Dusun Kunjani. Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor. Bogor

Pendit, SN. 2002. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. Pradnya Paramita. Jakarta

Perkebunan Gunung Mas PTP XII (PTPN VIII). 2003. [http:// database. deptan. go.id / agrowisata/viewdata](http://database.deptan.go.id/agrowisata/viewdata). Diakses tanggal 10 Juni 2010

Rangkuti F. 2006. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Rilla, E. 1999. Bring the City & County Together. California Coast and Ocean. Vol. 15, No. 2

Ristiyanti, E. 2008. Strategi Pengembangan Wisata Alam Berbasis Masyarakat (Studi Kasus di Zona Pemanfaatan Taman Nasional Gunung Merapi Daerah Istimewa Yogyakarta). Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor, Bogor.

Sastropetro, S. 1988. Partisipasi, Komunikasi, Persuasi dan Disiplin dalam Pembangunan, Penerbit Alumni. Bandung.

Siegel S. 1994. Statistik Non-Parametrik untuk Ilmu-Ilmu Sosial (Diterjemahkan oleh Z. Suyuti dan I. Simatupang). PT Gramedia. Jakarta.

Slamet, M. 1985. Meningkatkan Partisipasi dalam Pembangunan Pedesaan. Interaksi No. 1 th.1. Jakarta.

Slean, GR. 2005. Resident's Perceptions of Sustainable Tourism in Tucume, Peru. University of Florida. United States

Sunarminto, T. 1999. Dampak Ekotourisme Wisata Bahari Pulau Menjangan Taman Nasional Bali Barat terhadap Ekonomi Masyarakat dan Kelestarian Konservasi. Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Torn A, Siikamaki P, Tolvanen A, et al. 2007. Local People, Nature Conservation, and Tourism in Northeastern Finland.
<http://www.ecologyandsociety.org/vol13/iss1/art8/> diakses pada 31 Mei 2010.

SNV World, 2010. Sustainable Pro Poor Tourism East & Southern Africa.
www.snvworl.org. diakses pada 13 Maret 2010

Soebari,M dan Suswanti,W. 2007. Tingkat Kesejahteraan Nelayan Bagan Motor Telur Banten, Kabupaten Serang, Provinsi Banten. Bulein Ekonomi Perikanan Vol VII No.2.

Soekadijo, RG. 2000. Anatomi Pariwisata.memahami pariwisata sebagai Sistic Linkage, Gramedia. Jakarta.

Spillane,J.J. 1991. Ekonomi Pariwisata,Sejarah dan Prospekmya. Penerbit Kanisius. Yogyakarta

Suwantoro, G. 1997.dasar-dasar Pariwisata.Andi. Yogyakarta.

Tirtawinata,M.R. dan Fachruddin, L. 1996. Daya Tarik dan Pengelolaa Agrowisata. PT.Penebar Swadaya,Anggota Ikapi.Jakarta.

Utama,I. 2008. Agrowisata Sebagai Wisata Alternatif. www.lintasdhyanaapura.com.
Diakses 2 Februari 2010

Van der Ryn. 1996. Ecological Design.Island Press.California.USA

Wahab,S. 1992. Manajemen Kepariwisataaan.Pradnya Paramita.Jakarta

_____1992. Pemasaran Pariwisata. Pradnya Paramita. Jakarta.

Wheelen, T.L. and Hunger, J.D. 2000. Strategic Management and Business Policy: entering 21st century. Prentice Hall Inc. USA

Widihastuti, VK. 2004. Peranserta Masyarakat dalam Pengelolaan Kawasan Condet untuk Pengembangan Potensi Wisata Agro. Program Studi Ilmu Lingkungan Program Pascasarjana Universitas Indonesia. Depok.

Yoeti, A.O. 1983. Pengantar Ilmu Pariwisata. Angkasa Offset. Bandung

_____. 1996. Anatomi Pariwisata. Angkasa. Bandung

_____. 2008. Ekonomi Pariwisata. Kompas. Jakarta

Yilmaz, Y and Bititci, U. 2006. Performance measurement in tourism: a value chain model. University of Strathclyde, Glasgow. UK

Yuniati, R. 2008. Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Kerapu dengan Teknik Keramba Jaring Apung (KJA) di Kabupaten Bintan, Provinsi Kepulauan Riau, Program Studi Manajemen dan Bisnis Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor, Bogor.

www.perwakilan.jabarprov.go.id diakses 24 Januari 2010

www.pn8.co.id diakses pada tanggal 28 Januari 2010

© Hak Cipta Milik IPB
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



Lampiran 1 Kuesioner Masyarakat



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
PROGRAM PASCA SARJANA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR**

kepada Yth. Bapak/ Ibu Responden

Bersama ini, saya **Rike Penta Sitio**, Mahasiswi Program Pascasarjana Magister Manajemen Agribisnis Institut Pertanian Bogor (MB-IPB), bermaksud untuk melakukan penelitian di bawah bimbingan **Prof. Dr. Ir. E. Gumbira Sa'id**, **MA.Dev** dan **Dr.Ir. Agus Maulana, MSM** dengan judul **Formulasi Strategi Pengembangan Agrowisata Gunung Mas yang Berkelanjutan dengan Menggunakan Pemetaan Rantai Nilai** sebagai landasan penyusunan tesis saya yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh kelulusan studi.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan pengembangan agrowisata di Kawasan wisata agro Gunung Mas, Cisarua yang kemudian akan direkomendasikan kepada pengelola Kawasan wisata agro Gunung Mas, Cisarua untuk menentukan kebijakan pengembangan di Kawasan wisata agro Gunung Mas, Cisarua.

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu untuk dapat berpartisipasi dalam menjawab pertanyaan pada kuesioner sebagaimana terlampir guna kelengkapan penelitian tersebut. Semua informasi yang diperoleh dari kuesioner ini bersifat rahasia sepenuhnya dipergunakan untuk keperluan ilmiah dan akademik.

Atas kesediaan Bapak dan Ibu mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Rike Penta Sitio



KUESIONER PENELITIAN

Petunjuk Pengisian:

Untuk pertanyaan isian, tulislah jawaban anda di tempat yang disediakan (.....).

Untuk pertanyaan pilihan, berilah tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai dengan keadaan anda (jawaban boleh lebih dari satu) dan untuk pertanyaan terpandu jawaban bebas.

A. Karakteristik Responden

1. Umur : tahun
2. Jenis Kelamin : Lelaki/ Perempuan
3. Desa tempat tinggal:
Dusun : RW RT.....
4. Tingkat Pendidikan
Tidak tamat SD/ SD/ SLTP/ SLTA/ lainnya, sebutkan.....
6. Pendapatan Kepala Keluarga Rp./bulan,
Pendapatan Anggota Keluarga Rp...../bulan
7. Pekerjaan anda saat ini adalah...
 PNS/BUMN/Da erah Karyawan swasta wiraswasta
 Petani/kebun pribadi Buruh Lainnya
8. Berapa lama anda tinggal di Desa Tugu Selatan?
a. kurang dari 2 tahun d. 11-20 tahun
b. 2-5 tahun e. lebih dari 20 tahun
c. 6-10 tahun f. seumur hidup
9. Apakah Anda bekerja/terlibat pada bidang yang berhubungan dengan wisata?
a. Ya, jelaskan kegiatannya _____
b. Tidak
10. Apakah anggota keluarga Anda bekerja/terlibat pada bidang yang berhubungan dengan wisata?

- a. Ya,
jelaskan kegiatannya _____
- b. Tidak

Apabila jawaban nomor 9 dan 10 adalah tidak → lanjutkan ke nomor 11

Apabila jawaban nomor 9 atau 10 adalah ya → lanjutkan ke nomor 11

11. Apakah alasan Anda dan keluarga Anda tidak terlibat ataupun bekerja pada bidang yang berhubungan dengan pariwisata?
- tidak ada bimbingan dari pemerintah daerah ataupun PTPN VIII
 - tidak ada kesempatan yang diberikan oleh PTPN VIII
 - tidak ada modal untuk membuka usaha yang berkaitan dengan pariwisata
 - lingkungan kerja yang sekarang jauh berbeda dan tidak memungkinkan untuk terlibat dalam pariwisata.
 - Tidak tertarik
12. Apakah keinginan Anda sebagai masyarakat Desa Tugu Selatan dimana Kawasan wisata agro Gunung Mas berlokasi untuk pengembangan kawasan wisata agro lebih lanjut?
- Kawasan wisata agro tetap dibiarkan alami
 - Adanya pembatasan pengunjung
 - Masyarakat Desa Tugu Selatan dilibatkan dalam pengembangan
 - Pemerintah ataupun PTPN VIII perlu memberikan pelatihan-pelatihan keterampilan bagi masyarakat untuk menunjang pariwisata Desa Tugu Selatan.
 - Potensi wisata alam yang belum dieksplorasi ditingkatkan.
 - Akses jalan menuju lokasi Kawasan wisata agro diperbaiki.

B. Persepsi Masyarakat Mengenai Dampak Dari Kawasan wisata agro.

Anda dimohon bantuannya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan di bawah ini. Untuk pertanyaan yang berupa pilihan, anda cukup memilih jawaban dengan (X) yang sesuai dengan pilihan anda. Tidak ada jawaban yang salah atau benar. Pilihan anda adalah jawaban yang paling benar

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
2 = Tidak Setuju (TS)
3 = Biasa Saja (BS)

4 = Setuju (S)
5 = Sangat Setuju (SS)

	Indikator	STS 1	TS 2	BS 3	S 4	SS 5
	Ekonomi					
1.	Dengan adanya kawasan wisata agro menarik lebih banyak penanam modal ke wilayah Desa Tugu Selatan					
2.	Dengan adanya kawasan wisata agro membuat pendapatan keluarga masyarakat Desa Tugu Selatan meningkat					
3.	Harga barang, jasa, dan perumahan meningkat dikarenakan adanya agrowisata di wilayah Desa Tugu Selatan					
4.	Kawasan wisata agro mendatangkan manfaat ekonomi hanya terhadap sebagian kecil masyarakat Desa Tugu Selatan					
5.	Kawasan wisata agro membuat kesempatan kerja bertambah bagi masyarakat Desa Tugu Selatan					
6.	Kawasan wisata agro membuat kesempatan kerja lebih banyak kepada pendatang daripada masyarakat lokal Desa Tugu Selatan					
7.	Kawasan wisata agro meningkatkan penerimaan pajak daerah bagi Desa Tugu Selatan					
8.	Kawasan wisata agro menambah sarana publik seperti bank, pusat kesehatan, kantor pos, ATM, dll di lingkungan sekitar masyarakat Desa Tugu Selatan					
9.	Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa Kawasan wisata agro lebih banyak mendatangkan dampak positif daripada dampak negatif.					
	Lingkungan					
10.	Kawasan wisata agro membuat tata letak Desa Tugu Selatan lebih tertata indah, rapi, dan bersih.					
11.	Kawasan wisata agro melestarikan bangunan dan monument bersejarah yang ada di Desa Tugu Selatan					
12.	Kawasan wisata agro menjaga kelestarian lingkungan alam/ tidak menyebabkan kerusakan lingkungan					
13.	Kawasan wisata agro menyebabkan meningkatnya kemacetan lalu lintas					
14.	Kawasan wisata agro menyebabkan wilayah Desa Tugu Selatan terlalu padat karena banyaknya pendatang					

© Hak Cipta Milik IPB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencatunkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak mengijinkan kepentingan IPB. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

15.	Wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata agro suka membuang sampah sembarangan sehingga membuat wilayah Desa Tugu Selatan menjadi kotor					
16.	Pada umumnya, dapat disimpulkan bahwa kawasan wisata agro lebih banyak membawa dampak lingkungan yang positif daripada negatif.					
	Sosial Budaya					
17.	Adanya kawasan wisata agro ikut melestarikan kesenian dan budaya daerah					
18.	Kawasan wisata agro membuat masyarakat lebih sering berinteraksi dengan wisatawan yang datang ke Desa Tugu Selatan					
19.	Kawasan wisata agro telah membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat, dengan menumbuhkan kesadaran akan peningkatan pendidikan bagi masyarakat Desa Tugu Selatan.					
20.	Adanya kawasan wisata agro membuat peningkatan kegiatan prostitusi di sekitar Desa Tugu Selatan.					
21.	Kawasan wisata agro membuat tingkat kejahatan di sekitar Desa Tugu Selatan meningkat tajam					
22.	Secara keseluruhan dampak sosial dan budaya yang diakibatkan adanya lokasi Agrowisata lebih banyak positif daripada negatif					

C. Tingkat Kesejahteraan Rakyat

- Berapa jumlah rupiah yang anda keluarkan untuk pengeluaran per bulan untuk kebutuhan rumah tangga?
 - untuk makanan/ pangan Rp./bulan
 - untuk non pangan Rp...../bulan
2. Berapa jumlah anggota keluarga anda?
 Pendidikan anggota keluarga:
 - tamat SD - tamat SMA ... - tamat perguruan tinggi ...
 - tamat SMP - tamat D1//D2/D3...
4. Apakah ada anggota keluarga yang sering sakit? YA TIDAK
5. Jika ya, berapa orang yang sering sakit dalam sebulan?

6. Jika sakit, apakah keluarga anda langsung dibawa ke pusat kesehatan terdekat?

7. Bagaimana kondisi tempat tinggal anda?

a. **Atap** : (1) daun (2) sirap (3) seng (4) asbes (5) genting

b. **Luas lantai** : (1) sempit ($< 50 \text{ m}^2$)
(2) sedang ($50-100 \text{ m}^2$)
(3) luas ($> 100 \text{ m}^2$)

c. **Kepemilikan** : (1) menumpang (2) sewa (3) milik sendiri

d. **Dinding rumah** : (1) bambu (2) kayu (3) setengah tembok (4) tembok.

e. **lantai** : (1) tanah (2) kayu (3) plester (4) ubin (5) porselin

8. Fasilitas apa saja yang dimiliki di rumah Anda?

a. Hiburan : (1) radio (2) tape (3) TV (4) VCD/DVD

b. Pendingin : (1) alam (2) kipas (3) lemari es (4) AC

c. Penerangan : (1) lampu tempel (2) petromaks (3) listrik

d. Bahan bakar : (1) kayu (2) minyak tanah (3) gas

e. MCK: (1) kebun (2) sungai (3) umum (4) sendiri

f. sumber air bersih : (1) sungai (2) hujan (3) mata air (4) sumur
(5) sumur bor (6) PAM

g. Pekarangan : (1) sempit ($< 50 \text{ m}^2$).
(2) sedang ($50 - 100 \text{ m}^2$)
(3) luas ($> 100 \text{ m}^2$)

Harapan dan Saran

Apa harapan dan saran anda dari keberadaan Agrowisata Gunung Mas?

.....
.....
.....

Lampiran 2. Data Pengeluaran Responden

© Hak Cipta UIN Ar-Raniry
 Diingat sebagai bagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Penggunaan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penerjemahan, atau tujuan yang bersifat non komersial. Untuk penyalinan, distribusi, atau penggunaan lainnya, mohon izin dari UIN Ar-Raniry.

No	Usia	Kelamin	Jumlah AK	Tingkat Pendidikan	TPP	TNP	TP RT/bulan	TP/kapita / bulan	TP RT/ tahun	TP/ kapita / tahun	Skor pengeluaran	D
1	37	2	5	9	800.000	700.000	1.500.000	300.000	18.000.000	3.600.000	3	0
2	34	1	6	12	800.000	200.000	1.000.000	166.666	12.000.000	2.000.000	1	1
3	33	1	4	12	500.000	300.000	800.000	200.000	9.600.000	2.400.000	2	1
4	40	2	5	12	2.000.000	500.000	2.500.000	500.000	30.000.000	6.000.000	3	1
5	44	2	4	12	1.000.000	800.000	1.800.000	450.000	21.600.000	5.400.000	3	1
6	35	2	3	6	600.000	300.000	900.000	300.000	10.800.000	3.600.000	3	0
7	53	2	5	6	900.000	3500.00	1.250.000	250.000	15.000.000	3.000.000	3	0
8	45	1	5	6	750.000	200.000	950.000	190.000	11.400.000	2.280.000	2	0
9	42	2	5	6	600.000	300.000	900.000	180.000	10.800.000	2.160.000	1	1
10	26	2	5	6	250.000	250.000	500.000	100.000	6.000.000	1.200.000	0	0
11	55	1	5	12	2.400.000	1.100.000	3.500.000	700.000	42.000.000	8.400.000	3	1
12	38	1	4	9	700.000	100.000	800.000	200.000	9.600.000	2.400.000	3	1
13	56	1	9	6	750.000	420.000	1.170.000	130.000	14.040.000	1.560.000	0	0
14	53	2	3	9	500.000	200.000	700.000	233.333	8.400.000	2.800.000	2	0
15	23	2	6	12	600.000	300.000	900.000	150.000	10.800.000	1.800.000	1	0

© Hak Cipta Milik
 Hak cipta dihindangi oleh
 Ditang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan,
 penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau hal lain yang sejenis, dan pengutipan tersebut tidak mengindikasikan pengutipan IP.
 Ditang menggunakan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB

No	Usia	Kelamin	Jumlah AK	Tingkat Pendidikan	TPP	TNP	TP RT/bulan	TP/kapita/bulan	TP RT/tahun	TP/ kapita / tahun	Skor penge luaran	D
39	20	2	3	0	500.000	310.000	810.000	270.000	9.720.000	3.240.000	3	0
40	72	1	6	9	600.000	400.000	1.000.000	166.666,67	12.000.000	2.000.000	1	0
41	32	2	4	12	900.000	380.000	1.280.000	320.000	15.360.000	3.840.000	3	1
42	33	1	6	6	600.000	0	600.000	100.000	7.200.000	1.200.000	0	0
43	51	1	4	6	900.000	0	900.000	225.000	10.800.000	2.700.000	2	1
44	53	1	5	0	800.000	200.000	1.000.000	200.000	12.000.000	2.400.000	2	0
45	55	1	6	0	800.000	400.000	1.200.000	200.000	14.400.000	2.400.000	2	1
46	45	1	3	0	700.000	200.000	900.000	300.000	10.800.000	3.600.000	3	1
47	54	1	4	0	800.000	100.000	900.000	225.000	10.800.000	2.700.000	2	1
48	54	1	3	6	800.000	400.000	1.200.000	400.000	14.400.000	4.800.000	3	1
49	56	1	3	0	650.000	250.000	900.000	300.000	10.800.000	3.600.000	3	1
50	52	1	3	0	600.000	0	600.000	200.000	7.200.000	2.400.000	2	1
51	54	1	4	6	750.000	150.000	900.000	225.000	10.800.000	2.700.000	2	1
52	40	1	5	6	600.000	200.000	800.000	160.000	9.600.000	1.920.000	1	1
53	54	1	3	6	500.000	200.000	700.000	233.333,33	8.400.000	2.800.000	2	0
54	59	1	3	6	300.000	60.000	360.000	120.000	4.320.000	1.440.000	0	0
55	49	1	3	6	600.000	250.000	850.000	283.333,33	10.200.000	3.400.000	3	1
56	49	1	5	0	600.000	0	600.000	120.000	7.200.000	1.440.000	0	0
57	36	1	4	6	500.000	500.000	1.000.000	250.000	12.000.000	3.000.000	3	0
58	58	1	5	9	750.000	0	750.000	150.000	9.000.000	1.800.000	1	0
59	50	1	3	6	400.000	100.000	500.000	166.666,67	6.000.000	2.000.000	1	1
60	31	1	3	15	750.000	250.000	1.000.000	333.333,33	12.000.000	4.000.000	3	0
61	28	2	3	12	850.000	150.000	1.000.000	333.333,33	12.000.000	4.000.000	3	1

© Hak Cipta Milik...
 Hak cipta dihindangi...
 Dianggap sebagai...
 penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan artikel, atau terjemahan surat-menyurat, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan PIR.
 Dianggap menggunakan...

No	Usia	Kelamin	Jumlah AK	Tingkat Pendidikan	TPP	TNP	TP RT/bulan	TP/kapita/bulan	TP RT/tahun	TP/ kapita / tahun	Skor penge luaran	D
62	54	1	5	6	750.000	150.000	900.000	180.000	10.800.000	2.160.000	1	1
63	30	2	4	12	700.000	200.000	900.000	225.000	10.800.000	2.700.000	2	1
64	32	2	3	13	800.000	250.000	1.050.000	350.000	12.600.000	4.200.000	3	0
65	29	1	4	9	500.000	100.000	600.000	150.000	7.200.000	1.800.000	1	1
66	29	2	4	9	500.000	0	500.000	125.000	6.000.000	1.500.000	0	1
67	34	1	4	12	800.000	400.000	1.200.000	300.000	14.400.000	3.600.000	3	1
68	40	1	4	12	900.000	500.000	1.400.000	350.000	16.800.000	4.200.000	3	1
69	63	1	5	0	750.000	150.000	900.000	180.000	10.800.000	2.160.000	1	1
70	37	2	5	9	800.000	200.000	1.000.000	200.000	12.000.000	2.400.000	2	0
71	45	1	5	6	750.000	250.000	1.000.000	200.000	12.000.000	2.400.000	2	0
72	20	2	3	0	500.000	300.000	800.000	266.666,67	9.600.000	3.200.000	3	0
73	37	2	5	9	800.000	200.000	1.000.000	200.000	12.000.000	2.400.000	2	0
74	53	2	5	6	900.000	100.000	1.000.000	200.000	12.000.000	2.400.000	2	0
75	26	2	2	6	240.000		240.000	120.000	2.880.000	1.440.000	1	0
76	53	2	3	9	500.000	200.000	700.000	233.333,33	8.400.000	2.800.000	2	0
77	25	2	4	12	600.000	700.000	1.300.000	325.000	15.600.000	3.900.000	3	0
78	40	2	4	12	200.000	0	200.000	50.000	2.400.000	600.000	0	0
79	32	1	4	9	467.000	0	467.000	116.750	5.604.000	1.401.000	0	0
80	47	2	5	6	600.000	150.000	750.000	150.000	9.000.000	1.800.000	1	0
81	26	2	3	6	300.000	0	300.000	100.000	3.600.000	1.200.000	0	0
82	65	1	4	12	700.000	300.000	1.000.000	250.000	12.000.000	3.000.000	3	1
83	53	1	5	0	535.000	0	535.000	107.000	6.420.000	1.284.000	0	0

© Hak Cipta Milik
 Hak cipta dihindangi oleh
 Ditang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin tertulis atau lisan dari penulis, dan pengutipan tersebut tidak mengindikasikan pengutipan IPD
 penelitian, penulisan karya ilmiah, pengisahan laporan, penulisan buku, atau naskah untuk misal, atau tujuan umum, misal, dan pengutipan tersebut tidak mengindikasikan pengutipan IPD
 Ditang menggunakan sebagian atau seluruhnya tanpa izin tertulis in dalam bentuk apa pun tanpa izin IPD

No	Usia	Kelamin	Jumlah AK	Tingkat Pendidikan	TPP	TNP	TP RT/bulan	TP/kapita/bulan	TP RT/tahun	TP/ kapita / tahun	Skor penge luaran	D
84	33	1	4	6	400.000	0	400.000	100.000	4.800.000	1.200.000	0	0
85	59	1	3	6	300.000	60000	360.000	120.000	4.320.000	1.440.000	0	0
86	58	1	5	9	750.000	0	750.000	150.000	9.000.000	1.800.000	1	0
87	32	2	4	14	400.000	134.000	534.000	133.500	6.408.000	1.602.000	0	0
88	32	1	5	12	800.000	200.000	1.000.000	200.000	12.000.000	2.400.000	2	1
89	34	2	2	16	600.000	500.000	1.100.000	550.000	13.200.000	6.600.000	3	1
90	45	2	5	9	400.000	600.000	1.000.000	200.000	12.000.000	2.400.000	2	1
91	30	1	3	12	500.000	300.000	800.000	266.666,67	9.600.000	3.200.000	3	1
92	31	2	4	12	600.000	250.000	850.000	212.500	10.200.000	2.550.000	2	1
93	28	2	5	12	400.000	200.000	600.000	120.000	7.200.000	1.440.000	1	0
94	50	1	4	6	900.000	1.000.000	1.900.000	475.000	22.800.000	5.700.000	3	1
95	38	2	4	12	500.000	200.000	700.000	175.000	8.400.000	2.100.000	1	1
96	32	2	4	9	600.000	250.000	850.000	212.500	10.200.000	2.550.000	2	1
97	34	2	4	12	600.000	250.000	850.000	212.500	10.200.000	2.550.000	2	1
98	51	1	3	0	600.000	0	600.000	200.000	7.200.000	2.400.000	2	1
99	29	2	3	12	700.000	200.000	900.000	300.000	10.800.000	3.600.000	3	1
100	28	1	3	12	500.000	500.000	1.000.000	333.333,33	12.000.000	4.000.000	3	1

Lampiran 3. Data Pendapatan Responden

© Hak Cipta: AK IPB
 Hak cipta dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan atau mengemukakan sumbernya. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan umum yang sah dan diperbolehkan secara hukum. Dianggap mengizinkan dan memperbolehkan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun.

No	Usia	Kelamin	Jumlah Anak	Tingkat Pendidikan	Pendapatan KK	pendapatan AK	Pendapatan RT/bulan	Pendapatan RT perkapita/bulan (Y)	Pendapatan RT/tahun	Pendapatan RT perkapita/tahun	Skor Pendapatan	(D)
1	37	2	5	9	1.000.000	1.000.000	2.000.000	400.000	24.000.000	4.800.000	3	0
2	34	1	6	12	2.500.000	1.100.000	3.600.000	600.000	43.200.000	7.200.000	3	1
3	33	1	4	12	1.000.000	800.000	1.800.000	450.000	21.600.000	5.400.000	3	1
4	40	2	5	12	4.000.000	2.000.000	6.000.000	1.200.000	72.000.000	14.400.000	3	1
5	44	2	4	12	1.500.000	750.000	2.250.000	562.500	27.000.000	6.750.000	3	1
6	35	2	3	6	900.000	0	900.000	300.000	10.800.000	3.600.000	2	0
7	53	2	5	6	600.000	900.000	1.500.000	300.000	18.000.000	3.600.000	2	0
8	45	1	5	6	250.000	750.000	1.000.000	200.000	12.000.000	2.400.000	0	0
9	42	2	5	6	800.000	400.000	1.200.000	240.000	14.400.000	2.880.000	1	1
10	26	2	5	6	600.000	0	600.000	120.000	7.200.000	1.440.000	0	0
11	55	1	5	12	5.000.000	0	5.000.000	1.000.000	60.000.000	12.000.000	3	1
12	38	1	4	9	1.400.000	0	1.400.000	350.000	16.800.000	4.200.000	2	1
13	56	1	9	6	600.000	600.000	1.200.000	133.333	14.400.000	1.600.000	0	0
14	53	2	3	9	500.000	300.000	800.000	266.667	9.600.000	3.200.000	2	0
15	23	2	6	12	900.000	0	900.000	150.000	10.800.000	1.800.000	0	0
16	25	2	4	12	1.300.000	0	1.300.000	325.000	15.600.000	3.900.000	2	0
17	60	2	3	6	700.000	300.000	1.000.000	333.333	12.000.000	4.000.000	2	0
18	28	2	5	12	2.000.000	750.000	2.750.000	550.000	33.000.000	6.600.000	3	1

© Hak Cipta Milik
 Ditang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya, pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan tesis, atau tujuan sosial yang bersifat tidak komersial. Dianggap mengutamakan dan mengutamakan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB

No	Usia	Kelamin	Jumlah AK	Tingkat Pendidikan	Pendapatan KK	pendapatan AK	Pendapatan RT/bulan	Pendapatan RT perkapita/bulan (Y)	Pendapatan RT/tahun	Pendapatan RT perkapita/tahun	Skor Pendapatan	(D)
19	39	2	4	12	1.000.000	0	1.000.000	250.000	12.000.000	3.000.000	2	1
20	40	2	5	12	250.000	0	250.000	50.000	3.000.000	600.000	0	0
21	30	1	4	12	1.900.000	0	1.900.000	475.000	22.800.000	5.700.000	3	1
22	59	1	6	0	1.500.000	0	1.500.000	250.000	18.000.000	3.000.000	1	0
23	65	1	2	0	300.000	0	300.000	150.000	3.600.000	1.800.000	0	0
24	34	2	5	9	1.000.000	875.000	1.875.000	375.000	22.500.000	4.500.000	3	1
25	27	2	3	12	900.000	0	900.000	300.000	10.800.000	3.600.000	2	1
26	32	1	6	9	700.000	0	700.000	116.667	8.400.000	1.400.000	0	0
27	45	2	6	9	1.500.000	700.000	2.200.000	366.667	26.400.000	4.400.000	2	1
28	29	2	5	12	1.500.000	500.000	2.000.000	400.000	24.000.000	4.800.000	3	1
29	47	2	5	6	500.000	900.000	1.400.000	280.000	16.800.000	3.360.000	2	0
30	36	1	5	0	2.200.000	0	2.200.000	440.000	26.400.000	5.280.000	3	1
31	40	1	4	0	1.000.000	0	1.000.000	250.000	12.000.000	3.000.000	1	0
32	26	2	5	6	600.000	0	600.000	120.000	7.200.000	1.440.000	0	0
33	38	2	4	12	1.500.000	1.500.000	3.000.000	750.000	36.000.000	9.000.000	3	1
34	65	1	4	12	500.000	500.000	1.000.000	250.000	12.000.000	3.000.000	1	0
35	34	1	6	9	450.000	0	450.000	75.000	5.400.000	900.000	0	0
36	53	1	7	0	1.000.000	0	1.000.000	142.857	12.000.000	1.714.286	0	0
37	68	1	4	12	1.200.000	0	1.200.000	300.000	14.400.000	3.600.000	2	0
38	44	2	3	9	500.000	500.000	1.000.000	333.333	12.000.000	4.000.000	2	1
39	20	2	3	0	800.000	400.000	1.200.000	400.000	14.400.000	4.800.000	3	0
40	72	1	6	9	1.500.000	400.000	1.900.000	316.667	22.800.000	3.800.000	2	0

© Hak Cipta Milik PT. Sinar Dunia
 Hak cipta dilindungi undang-undang
 Dilarang mengutip, sebarkan atau salin kembali tanpa izin tertulis dari penerbit. Untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan tesis, atau tujuan sosial, penerbit tidak menegakan sanksi. Ditang mengutamakan dan mengutamakan sebagai data dalam bentuk apa pun tanpa izin dari penerbit.

No	Usia	Kelamin	Jumlah Anak	Tingkat Pendidikan	Pendapatan KK	pendapatan AK	Pendapatan RT/bulan	Pendapatan RT perkapita/bulan (Y)	Pendapatan RT/tahun	Pendapatan RT perkapita/tahun	Skor Pendapatan	sata (D)
41	32	2	4	12	1.350.000	450.000	1.800.000	450.000	21.600.000	5.400.000	3	1
42	33	1	6	6	400.000	200.000	600.000	100.000	7.200.000	1.200.000	0	0
43	51	1	4	6	800.000	600.000	1.400.000	350.000	16.800.000	4.200.000	3	1
44	53	1	5	0	500.000	500.000	1.000.000	200.000	12.000.000	2.400.000	0	0
45	55	1	6	0	1.300.000	0	1.300.000	216.667	15.600.000	2.600.000	0	1
46	45	1	3	0	1.500.000	0	1.500.000	500.000	18.000.000	6.000.000	3	1
47	54	1	4	0	750.000	500.000	1.250.000	312.500	15.000.000	3.750.000	2	1
48	54	1	3	6	800.000	400.000	1.200.000	400.000	14.400.000	4.800.000	3	1
49	56	1	3	0	900.000	0	900.000	300.000	10.800.000	3.600.000	2	1
50	52	1	3	0	1.000.000	0	1.000.000	333.333	12.000.000	4.000.000	2	1
51	54	1	4	6	1.000.000	0	1.000.000	250.000	12.000.000	3.000.000	1	1
52	40	1	5	6	800.000	0	800.000	160.000	9.600.000	1.920.000	0	1
53	54	1	3	6	1.200.000	0	1.200.000	400.000	14.400.000	4.800.000	3	0
54	59	1	3	6	180.000	180.000	360.000	120.000	4.320.000	1.440.000	0	0
55	49	1	3	6	1.300.000	0	1.300.000	433.333	15.600.000	5.200.000	3	1
56	49	1	5	0	600.000	0	600.000	120.000	7.200.000	1.440.000	0	0
57	36	1	4	6	700.000	600.000	1.300.000	325.000	15.600.000	3.900.000	2	0
58	58	1	5	9	750.000	0	750.000	150.000	9.000.000	1.800.000	0	0
59	50	1	3	6	1.000.000	0	1.000.000	333.333	12.000.000	4.000.000	2	1
60	31	1	3	15	1.000.000	0	1.000.000	333.333	12.000.000	4.000.000	2	0
61	28	2	3	12	1.275.000	0	1.275.000	425.000	15.300.000	5.100.000	3	1
62	54	1	5	6	1.000.000	500.000	1.500.000	300.000	18.000.000	3.600.000	2	1

© Hak Cipta Milik
 Hak cipta dilindungi undang-undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan tesis, atau tujuan sosial yang bersifat tidak komersial. Dilarang mengkomersialkan dan memperjualbelikan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB

No	Usia	Kelamin	Jumlah AK	Tingkat Pendidikan	Pendapatan KK	pendapatan AK	Pendapatan RT/bulan	Pendapatan RT perkapita/bulan (Y)	Pendapatan RT/tahun	Pendapatan RT perkapita /tahun	Skor Pendapatan	(D)
63	30	2	4	12	1.600.000	0	1.600.000	400.000	19.200.000	4.800.000	3	1
64	32	2	3	13	1.600.000	500.000	2.100.000	700.000	25.200.000	8.400.000	3	0
65	29	1	4	9	1.000.000	300.000	1.300.000	325.000	15.600.000	3.900.000	2	1
66	29	2	4	9	1.000.000	0	1.000.000	250.000	12.000.000	3.000.000	1	1
67	34	1	4	12	1.800.000	600.000	2.400.000	600.000	28.800.000	7.200.000	3	1
68	40	1	4	12	1.200.000	800.000	2.000.000	500.000	24.000.000	6.000.000	3	1
69	63	1	5	0	1.000.000	0	1.000.000	200.000	12.000.000	2.400.000	0	1
70	37	2	5	9	1.000.000	1.000.000	2.000.000	400.000	24.000.000	4.800.000	3	0
71	45	1	5	6	250.000	750.000	1.000.000	200.000	12.000.000	2.400.000	0	0
72	20	2	3	0	800.000	400.000	1.200.000	400.000	14.400.000	4.800.000	3	0
73	37	2	5	9	1.000.000	1.000.000	2.000.000	400.000	24.000.000	4.800.000	3	0
74	53	2	5	6	600.000	900.000	1.500.000	300.000	18.000.000	3.600.000	2	0
75	26	2	2	6	240.000	0	240.000	120.000	7.200.000	1.440.000	0	0
76	53	2	3	9	500.000	300.000	800.000	266.667	9.600.000	3.200.000	2	0
77	25	2	4	12	1.300.000	0	1.300.000	325.000	15.600.000	3.900.000	2	0
78	40	2	4	12	200.000	0	200.000	50.000	3.000.000	600.000	0	0
79	32	1	4	9	500.000	0	500.000	125.000	8.400.000	1.400.000	0	0
80	47	2	5	6	500.000	900.000	1.400.000	280.000	16.800.000	3.360.000	1	0
81	26	2	3	6	400.000	0	400.000	133.333	7.200.000	1.440.000	0	0
82	65	1	4	12	1.000.000	1.000.000	2.000.000	500.000	12.000.000	6.000.000	3	1
83	53	1	5	0	720.000	0	720.000	144.000	12.000.000	1.714.286	0	0
84	33	1	4	6	400.000	0	400.000	100.000	7.200.000	1.200.000	0	0

© Hak Cipta Milik
 Hak cipta dilindungi undang-undang
 Dilarang mengutip, sebarkan atau salin kembali tanpa izin penerbit. Untuk keperluan sumbuhan atau penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan tesis, atau tujuan yang sama, penyalinan sebagian atau seluruhnya diperbolehkan dengan syarat tidak merugikan kepentingan penerbit.

No	Usia	Kelamin	Jumlah AK	Tingkat Pendidikan	Pendapatan KK	pendapatan AK	Pendapatan RT/bulan	Pendapatan RT perkapita/bulan (Y)	Pendapatan RT/tahun	Pendapatan RT perkapita /tahun	Skor Pendapatan	(D)
85	59	1	3	6	180.000	180.000	360.000	120.000	4.320.000	1.440.000	0	0
86	58	1	5	9	750.000	0	750.000	150.000	9.000.000	1.800.000	0	0
87	32	2	4	14	800.000	0	800.000	200.000	6.000.000	2.000.000	0	0
88	32	1	5	12	1.500.000	0	1.500.000	300.000	18.000.000	3.600.000	2	1
89	34	2	2	16	3.000.000	1.000.000	4.000.000	2.000.000	48.000.000	24.000.000	3	1
90	45	2	5	9	1.500.000	700.000	2.200.000	440.000	26.400.000	5.280.000	3	1
91	30	1	3	12	800.000	0	800.000	266.667	9.600.000	3.200.000	1	1
92	31	2	4	12	800.000	450.000	1.250.000	312.500	15.000.000	3.750.000	2	1
93	28	2	5	12	900.000	0	900.000	180.000	10.800.000	2.160.000	0	0
94	50	1	4	6	500.000	500.000	1.000.000	250.000	12.000.000	3.000.000	1	1
95	38	2	4	12	1.000.000	0	1.000.000	250.000	12.000.000	3.000.000	1	1
96	32	2	4	9	850.000	0	850.000	212.500	10.200.000	2.550.000	0	1
97	34	2	4	12	800.000	450.000	1.250.000	312.500	15.000.000	3.750.000	2	1
98	51	1	3	0	1.000.000	500.000	1.500.000	500.000	18.000.000	6.000.000	3	1
99	29	2	3	12	1.500.000	0	1.500.000	500.000	18.000.000	6.000.000	3	1
100	28	1	3	12	1.000.000	0	1.000.000	333.333	12.000.000	4.000.000	2	1

Lampiran 4. Data Tingkat Pendidikan, Tingkat Kesehatan, Kondisi Perumahan, dan Fasilitas Perumahan Masyarakat Desa Tugu Selatan

responden	tingkat pendidikan	tingkat kesehatan	kondisi perumahan	fasilitas perumahan	Pemanfaatan wisata
1	1	2	1	2	0
2	1	1	1	2	1
3	1	1	2	3	0
4	1	1	2	1	1
5	1	1	2	1	1
6	1	2	2	2	0
7	1	1	1	2	0
8	1	2	1	2	0
9	1	1	1	2	1
10	1	1	2	3	1
11	2	1	2	3	0
12	2	1	2	3	0
13	2	1	2	3	0
14	1	1	1	2	0
15	1	1	2	3	1
16	1	1	1	2	1
17	1	1	1	2	0
18	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1
20	1	1	1	1	1
21	1	1	1	2	1
22	3	1	1	3	1
23	1	1	1	2	1
24	3	1	2	3	0
25	1	1	2	3	0
26	1	1	1	1	1
27	1	1	1	3	1
28	1	1	1	2	1
29	1	1	2	2	1
30	1	1	1	2	0
31	1	1	1	2	1
32	1	1	1	1	1
33	1	1	1	2	1
34	1	1	1	2	1
35	1	1	1	2	0
36	2	1	1	2	0

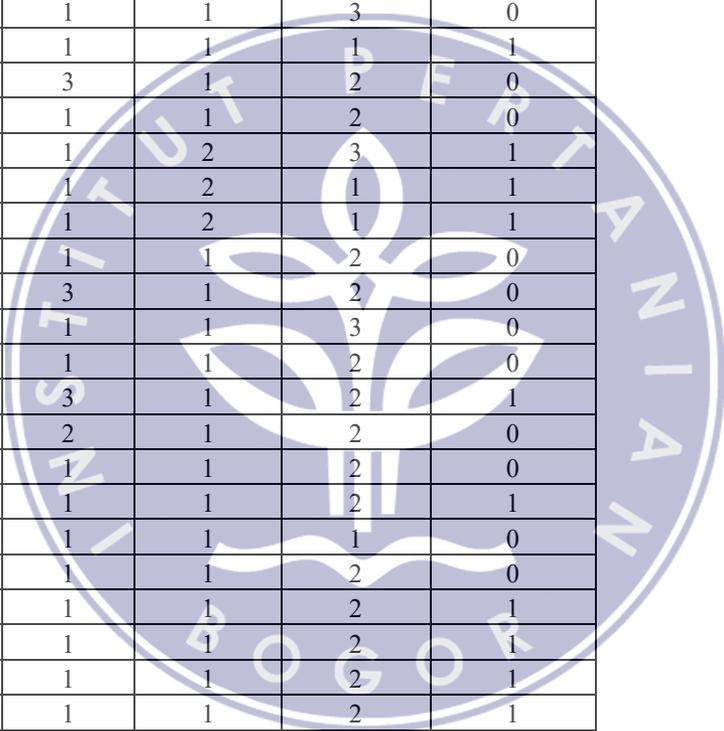
© Hak Cipta Milik IPB
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

responden	tingkat pendidikan	tingkat kesehatan	kondisi perumahan	fasilitas perumahan	Pemanfaatan wisata
37	1	1	1	2	1
38	1	1	1	2	1
39	1	1	1	2	0
40	1	1	1	2	0
41	1	1	1	2	0
42	1	1	1	2	1
43	1	1	3	2	1
44	1	1	3	3	1
45	1	1	1	2	0
46	1	1	1	1	1
47	1	1	1	3	0
48	1	1	1	1	1
49	1	3	1	2	0
50	1	1	1	2	0
51	2	1	2	3	1
52	1	1	2	1	1
53	1	1	2	1	1
54	1	1	1	2	0
55	1	3	1	2	0
56	2	1	1	3	0
57	1	1	1	2	0
58	1	3	1	2	1
59	1	2	1	2	0
60	1	1	1	2	0
61	1	1	1	2	1
62	1	1	1	1	0
63	3	1	1	2	0
64	1	1	1	2	1
65	1	1	1	2	1
66	1	1	1	2	1
67	1	1	1	2	1
68	1	1	1	2	1
69	1	1	1	2	0
70	1	1	1	1	1
71	1	1	1	2	1
72	1	1	1	2	0
73	1	1	1	3	1
74	2	3	1	2	0
75	1	2	1	2	0
76	1	1	1	1	1
77	2	1	2	3	1
78	1	1	2	2	0
79	1	1	2	2	1
80	1	1	1	3	1

© Hak Cipta: Miki IPB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

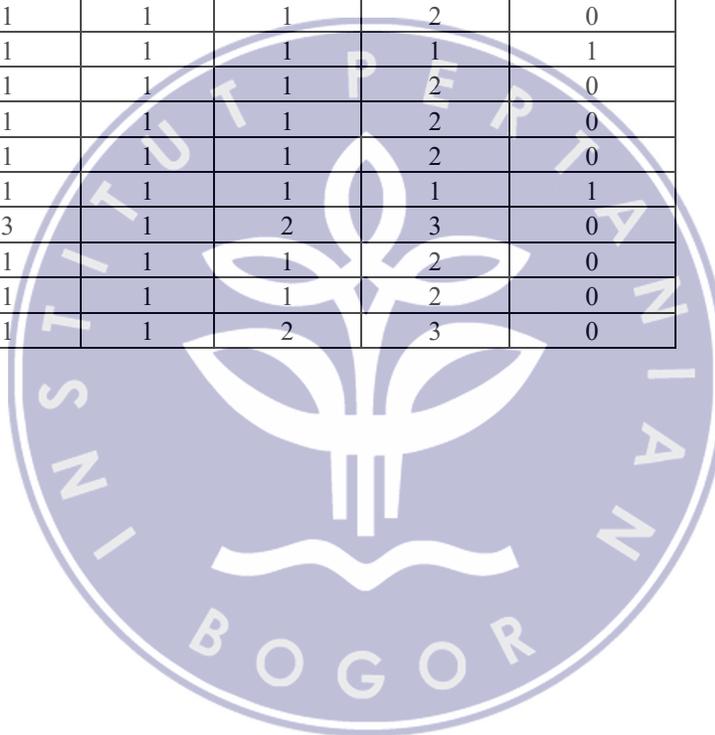


responden	tingkat pendidikan	tingkat kesehatan	kondisi perumahan	fasilitas perumahan	Pemanfaatan wisata
81	1	1	1	3	1
82	1	1	2	3	0
83	1	1	1	2	0
84	2	1	1	3	0
85	1	1	1	2	0
86	3	1	1	2	0
87	1	3	1	2	0
88	1	1	1	1	1
89	1	2	1	2	0
90	1	1	1	2	1
91	1	1	1	2	0
92	1	1	1	1	1
93	1	1	1	2	0
94	1	1	1	2	0
95	1	1	1	2	0
96	1	1	1	1	1
97	3	1	2	3	0
98	1	1	1	2	0
99	1	1	1	2	0
100	1	1	2	3	0

© Hak Cipta Milik IPB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencatatkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



SB-IPB
Sekolah Bisnis - Institut Pertanian Bogor

**Lampiran 5 Data Persepsi Masyarakat terhadap Dampak Ekonomi, Sosial dan Ekonomi
dari Pengembangan Kawasan Wisata**

© Hak Cipta Masyarakat
 Dianggap sebagai bagian dari seluruh karya tulis ini tanpa meniadakan atau mengurangi substansi, pengujian, dan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, pengembangannya, penyusunan laporan, penulisan artikel, atau tindakan satu masalah, dan pengujian tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.
 Dianggap mengizinkan dan memperbolehkan sebagian atau seluruh karya tulis ini untuk digunakan atau dipublikasikan kembali.

Responden	Keterlibatan wisata	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7
1	1	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	5	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3
2	1	4	3	4	4	3	4	4	4	4	1	4	3	4	4	1	3	4	2	4	4	4	4	3
3	1	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	2	4	3	4	3	3	3	2	3	4	4	4	2
4	1	3	3	2	5	2	3	4	2	4	2	2	2	3	4	2	3	2	3	4	2	2	2	4
5	0	4	3	4	4	1	4	4	4	2	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	2	4	2	2
6	1	3	3	4	2	4	4	4	4	4	2	3	2	4	4	2	1	5	1	4	4	4	3	4
7	1	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	3	5	3	2	2	4	3	2	4	2	3	3
8	0	2	2	2	4	2	4	4	4	3	2	3	3	2	2	2	2	1	1	2	5	4	4	2
9	1	5	2	2	1	5	1	4	4	4	4	5	2	1	1	2	3	5	4	5	2	1	2	4
10	1	3	3	2	4	3	1	3	3	5	3	4	5	1	1	1	1	3	4	5	4	5	3	5
11	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	2	2	2	3	2	3	4	3	4	4
12	1	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	2	2	3	3	4	4	4	4	3
13	1	3	4	4	4	2	4	4	3	2	2	4	3	5	2	2	2	4	4	4	2	2	4	2
14	0	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	4
15	0	2	2	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	2	4	2	4	3	4	4
16	0	3	3	3	4	2	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	2	4	3	2	3	5	2	4

© Hak Cipta Dititik PJB
 Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 Dilarang mengutip, mendistribusikan, atau membuat karya lain dari buku ini tanpa izin penerbit. Untuk informasi lebih lanjut, hubungi penerbit di alamat: Jl. Raya Garuda Bangsa No. 1, Cileunyi, Bandung 40132, Telp. (022) 25350000, Fax. (022) 25350001, Email: info@penerbit.com

Responden	Keterlibatan wisata	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7
17	1	3	3	3	4	2	4	5	5	4	4	4	4	5	4	2	1	3	2	5	5	4	4	4
18	0	5	4	3	3	5	1	2	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	1	1	1
19	1	4	3	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	3	3	3	2	4	4	4	3	3
20	0	4	2	2	2	2	2	2	5	3	4	4	4	4	2	2	2	3	2	4	3	2	2	3
21	0	3	1	4	3	2	4	3	5	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	4	5	2	2	3
22	0	4	4	3	3	4	4	3	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	4	3
23	0	1	1	1	5	1	4	4	4	2	2	2	3	4	5	3	4	2	2	2	4	4	4	5
24	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	3
25	0	2	4	4	4	2	2	4	4	5	2	4	4	4	2	3	2	3	4	5	5	3	4	4
26	0	4	4	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	4	3	5	3	4	3
27	0	2	2	5	2	4	4	4	4	3	2	2	2	4	4	2	2	4	2	4	5	5	5	3
28	0	4	3	4	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4	5	4	4	2
29	1	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	2	3	4	4	4	4	4
30	0	5	2	4	4	2	4	4	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	4	3	2	2
31	0	3	2	5	4	3	4	4	2	3	2	4	3	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4
32	1	3	3	3	4	4	4	4	2	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	2	3	2	4
33	1	4	2	4	4	4	4	4	3	4	2	2	4	2	2	4	3	4	2	4	3	3	2	4
34	1	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	5	4	3	3	5	3	5	4	5	5	2	4	4
35	1	2	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	3	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	3
36	1	4	3	4	3	3	4	5	3	3	2	4	4	5	2	2	2	3	2	5	5	4	4	5
37	0	5	2	4	5	5	2	2	5	4	2	2	2	2	3	2	2	1	1	4	5	5	5	2
38	0	3	2	4	4	2	4	4	4	4	2	2	2	1	2	2	1	5	3	5	4	2	2	2
39	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	4	2	4	4	4	3	4

© Hak Cipta Dititik IPB
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip, mendistribusikan, atau membuat karya lain yang sama atau serupa tanpa izin dari IPB. Untuk informasi lebih lanjut, hubungi Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, IPB, Gedung 100, Kampus IPB Dramaga, Bogor 16159, Indonesia.

Responden	Keterlibatan wisata	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7
86	1	3	3	4	2	4	4	3	4	4	2	3	2	2	4	2	1	5	1	4	4	4	3	4
87	1	5	4	4	4	4	4	4	2	5	2	3	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4	3	2
88	0	3	1	4	3	2	4	3	5	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	4	5	2	2	3
89	0	2	2	5	2	4	4	2	4	3	2	2	2	4	4	2	2	4	2	2	5	5	5	3
90	0	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	4
91	1	5	4	4	4	4	4	4	2	5	2	3	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	3	4
92	0	3	1	4	3	2	4	3	5	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	4	5	2	2	3
93	1	4	4	5	4	5	4	5	3	5	3	3	4	4	1	2	3	4	1	4	4	5	3	3
94	0	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	4
95	1	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	2	3	4	5	4	4	4
96	1	2	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	3	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	3
97	1	3	3	4	2	4	4	4	4	4	2	3	2	4	4	2	1	5	1	4	4	4	3	4
98	0	2	2	5	2	4	4	4	4	3	2	2	2	4	4	2	2	4	2	4	5	5	5	3
99	1	4	4	4	4	4	4	3	2	5	2	3	4	4	4	2	3	3	4	4	2	3	3	4
100	0	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	3	4

Lampiran 6 Indikator Penentu Tingkat Pendapatan/kapita dan pengeluaran/kapita Berdasarkan Kriteria Tata Guna Tanah dan Kriteria Sajogyo

Pendapatan Didasarkan Besarnya Harga Kebutuhan Sembilan Bahan Pokok Berdasarkan Harga yang Berlaku saat Penelitian

Nama barang	Jumlah	Satuan	Harga	Jumlah (Rp)
beras kualitas sedang	100	kg	Rp6,000	Rp600,000
ikan asin sedang	15	kg	Rp20,000	Rp300,000
gula pasir	6	kg	Rp12,000	Rp72,000
minyak goreng	6	kg	Rp10,000	Rp60,000
Gas	20	tabung	Rp15,000	Rp300,000
Garam dapur	9	kg	Rp2,500	Rp22,500
Sabun cuci batangan	20	batang	Rp2,500	Rp50,000
tekstil kasar	4	meter	Rp15,000	Rp60,000
batik/kain kasar	2	meter	Rp15,000	Rp30,000
Total				Rp1,494,500

Skor Pendapatan jika Pengeluaran Perkapita

- 3 : > 200% dari total pengeluaran untuk sembako berarti tidak miskin
- 2 : 126% - 200% dari total pengeluaran untuk sembako berarti hampir miskin
- 1 : 75 -125% dari total pengeluaran untuk sembako berarti miskin
- 0 : < 75% dari total pengeluaran untuk sembako berarti miskin sekali

Skor Pendapatan

Skor	Bulan	Tahun
3	: > Rp. 373.625	Rp.4.483.500
2	: Rp.281.464 – Rp. 373.625	Rp. 3.377.500 – Rp. 4.483.500
1	: Rp. 217.948 – Rp. 280.219	Rp. 2.615.375 – Rp. 3.362.625
0	: < Rp. 217.948	Rp. < Rp. 2.615.375

Skor Pengeluaran didasarkan pada kriteria kemiskinan Sajogyo (konsumsi beras)

Kriteria	Skor	Jumlah kg beras	Bulan
Tidak miskin	3	> 480 kg	> Rp.240.000
Hampir miskin	2	360 – 480 kg	Rp.180.000 - Rp. 240.000
Miskin	1	270 – 359 kg	Rp. 135.000 – Rp.179.500
Sangat miskin	0	< 270 kg	< Rp. 135.000

Lampiran 7 Hasil Regresi, uji t dan Uji Khi-Kuadrat

1. Hasil Uji Regresi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 ^a	.637	.618	153,404.625

a. Predictors: (Constant), pemanfaatan_wisata, Usia, jumlah_AK, pendidikan, pengeluaran

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.879E12	5	7.758E11	32.967	.000 ^a
	Residual	2.212E12	94	2.353E10		
	Total	6.091E12	99			

a. Predictors: (Constant), pemanfaatan_wisata, Usia, jumlah_AK, pendidikan, pengeluaran

b. Dependent Variable: pendapatan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.298E5	1.003E5		-1.294	.199
	Usia	15.729	1.347E3	.001	.012	.991
	jumlah_AK	1350.853	1.419E4	.006	.095	.924
	Pendidikan	9413.373	4.017E3	.163	2.343	.021
	Pengeluaran	1.587	.167	.684	9.497	.000
	pemanfaatan_wisata	57247.058	3.392E4	.116	1.688	.095

a. Dependent Variable: pendapatan

2. Hasil Uji t

Group Statistics

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
pendapatan	memanfaatkan	50	442,088.32	292,729.242	41,398.166
	tidak memanfaatkan	50	230,314.30	125,444.736	17,740.565

Independent Samples Test

		pendapatan		
		Equal variances assumed	Equal variances not assumed	
Levene's Test for Equality of Variances	F	3.132		
	Sig.	.080		
t-test for Equality of Means	t	4.702	4.702	
	df	98	66.410	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	Mean Difference	211,774.020	211,774.020	
	Std. Error Difference	45,039.270	45,039.270	
	95% Confidence Interval of the Difference	Lower	122,395.055	121,860.573
		Upper	301,152.985	301,687.467

© Hak Cipta Milik IPB
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencatunkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB. Dilarang mengunaknkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

3. Hasil uji Khi Kuadrat

a. Uji Khi Kuadrat pendapatan antara masyarakat yang memanfaatkan pariwisata dan yang tidak memanfaatkan pariwisata

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	26.801 ^a	3	.000
Likelihood Ratio	29.315	3	.000
Linear-by-Linear Association	24.153	1	.000
N of Valid Cases	100		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5.00.

b. Uji Khi Kuadrat pengeluaran antara masyarakat yang memanfaatkan pariwisata dan yang tidak memanfaatkan pariwisata

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	19.766 ^a	3	.000
Likelihood Ratio	23.139	3	.000
Linear-by-Linear Association	15.211	1	.000
N of Valid Cases	100		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9.00.

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	.406	.000
N of Valid Cases	100	

c. Uji khi kuadrat pendidikan masyarakat yang memanfaatkan pariwisata dan yang tidak memanfaatkan pariwisata

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.247 ^a	2	.536
Likelihood Ratio	1.267	2	.531
Linear-by-Linear Association	.039	1	.843
N of Valid Cases	100		

a. 4 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.50.

d. uji khi kuadrat fasilitas rumah masyarakat yang memanfaatkan pariwisata dan yang tidak memanfaatkan pariwisata

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.880 ^a	2	.391
Likelihood Ratio	1.903	2	.386
Linear-by-Linear Association	.639	1	.424
N of Valid Cases	100		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8.50.

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	.136	.391
N of Valid Cases	100	

© Hak Cipta Milik IPB
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencatunkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan satu masalah; dan pengutipan tersebut tidak mengikis kepentingan IPB. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

e. Uji khi kuadrat kondisi perumahan masyarakat yang memanfaatkan pariwisata dan yang tidak memanfaatkan pariwisata

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.880 ^a	2	.391
Likelihood Ratio	1.903	2	.386
Linear-by-Linear Association	.639	1	.424
N of Valid Cases	100		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8.50.

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	.136	.391
N of Valid Cases	100	

e. Uji khi kuadrat kondisi perumahan masyarakat yang memanfaatkan pariwisata dan yang tidak memanfaatkan pariwisata

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	.968 ^a	2	.616
Likelihood Ratio	.982	2	.612
Linear-by-Linear Association	.676	1	.411
N of Valid Cases	100		

a. 4 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.50.

Lampiran 8. Kuesioner Penelitian Formulasi Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas yang Berkelanjutan dengan Pemetaan Rantai Nilai.



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH PASCASARJANA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR**



Kepada Yth. Bapak/Ibu Responden

Bersama ini, saya **Rike Penta Sitio**, Mahasiswi Program Pascasarjana Magister Manajemen Agribisnis Institut Pertanian Bogor (MB-IPB), bermaksud untuk melakukan penelitian di bawah bimbingan **Prof. Dr. Ir. E. Gumbira Sa'id, MA.Dev** dan **Dr.Ir. Agus Maulana, MSM** dengan judul **“Formulasi Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata yang Berkelanjutan dengan Menggunakan Pemetaan Rantai Nilai”** sebagai landasan penyusunan tesis saya yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh kelulusan studi.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan pengembangan agrowisata di Kawasan Agrowisata Gunung Mas, Cisarua yang kemudian akan direkomendasikan kepada pengelola Kawasan Agrowisata Gunung Mas, Cisarua untuk menentukan kebijakan pengembangan di Kawasan Agrowisata Gunung Mas, Cisarua.

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu untuk dapat berpartisipasi dalam menjawab pertanyaan pada kuesioner sebagaimana terlampir guna kelengkapan penelitian tersebut. Semua informasi yang diperoleh dari kuesioner ini bersifat rahasia sepenuhnya dipergunakan untuk keperluan ilmiah dan akademik.

Atas kesediaan Bapak dan Ibu mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Rike Penta Sitio

KUESIONER PENELITIAN

FORMULASI STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN AGROWISATA GUNUNG MAS YANG BERKELANJUTAN DENGAN MENGGUNAKAN PEMETAAN RANTAI NILAI

Identitas Responden

Nama : _____

Jabatan : _____

Alamat : _____

Peneliti:

Rike Penta Sitio
P056081122.41

Pembimbing:

Prof. Dr. Ir. E. Gumbira Sa'id, MA.Dev
Dr.Ir. Agus Maulana, MSM

SB-IPB
Sekolah Bisnis - Institut Pertanian Bogor



PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH PASCASARJANA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
2010

TAHAPAN PENGISIAN KUESIONER

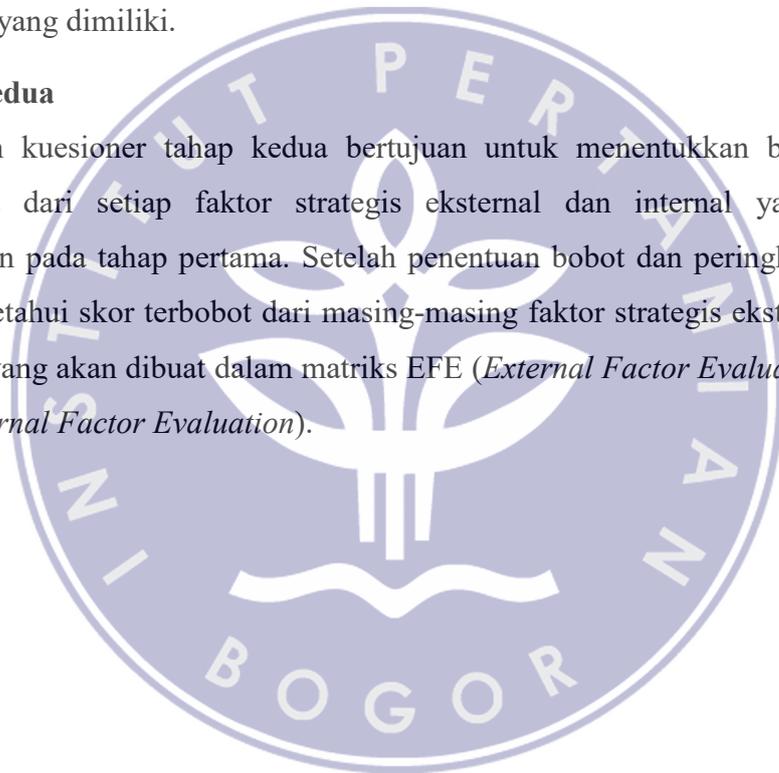
Pada penelitian ini dilakukan pengisian kuesioner dalam tiga tahap sebagai berikut:

1. Tahap pertama

Pengisian kuesioner tahap pertama bertujuan untuk menentukan faktor-faktor strategis eksternal dan internal yang berpengaruh terhadap keberhasilan pengembangan. Pada tahap ini responden menentukan faktor strategis eksternal dan internal sesuai dengan pengetahuan, pengalaman, wawasan, dan keahlian yang dimiliki.

2. Tahap kedua

Pengisian kuesioner tahap kedua bertujuan untuk menentukan bobot dan peringkat dari setiap faktor strategis eksternal dan internal yang telah ditentukan pada tahap pertama. Setelah penentuan bobot dan peringkat, maka akan diketahui skor terbobot dari masing-masing faktor strategis eksternal dan internal yang akan dibuat dalam matriks EFE (*External Factor Evaluation*) dan IFE (*Internal Factor Evaluation*).



TAHAP PERTAMA

Tujuan

Pengisian kuesioner tahap pertama bertujuan untuk mendapatkan informasi yang spesifik tentang faktor-faktor strategis internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap keberhasilan pengembangan agrowisata yang berkelanjutan di Gunung Mas PTPN VIII untuk selanjutnya dikelompokkan menjadi aspek kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Pada tahap ini responden dimohon untuk menentukan faktor strategis internal dan eksternal sesuai dengan pengetahuan, pengalaman, wawasan, dan keahlian yang dimiliki.

Pengertian

- Faktor-faktor strategis adalah faktor-faktor kunci keberhasilan berupa faktor internal dan eksternal yang paling berpengaruh terhadap pengembangan agrowisata yang berkelanjutan di Gunung Mas PTPN VIII
- Faktor-faktor strategis internal merupakan kekuatan yang dapat dimanfaatkan atau hal-hal yang secara internal harus dipenuhi untuk dapat berhasil dalam pengembangan agrowisata yang berkelanjutan serta kelemahan yang harus diatasi oleh Unit bisnis Agrowisata Gunung Mas PTPN VIII
- Faktor-faktor strategis eksternal merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan agrowisata yang berkelanjutan oleh Unit Bisnis Agrowisata Gunung Mas PTPN VIII. (hal-hal yang berasal dari luar Unit bisnis agrowisata Gunung Mas PTPN VIII) serta ancaman yang harus diatasi oleh Unit bisnis agrowisata tersebut.

Petunjuk Pengisian :

Tentukan faktor-faktor strategis internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor strategis eksternal (peluang dan ancaman) dengan mengisi daftar yang telah disediakan.

KUESIONER TAHAP PERTAMA

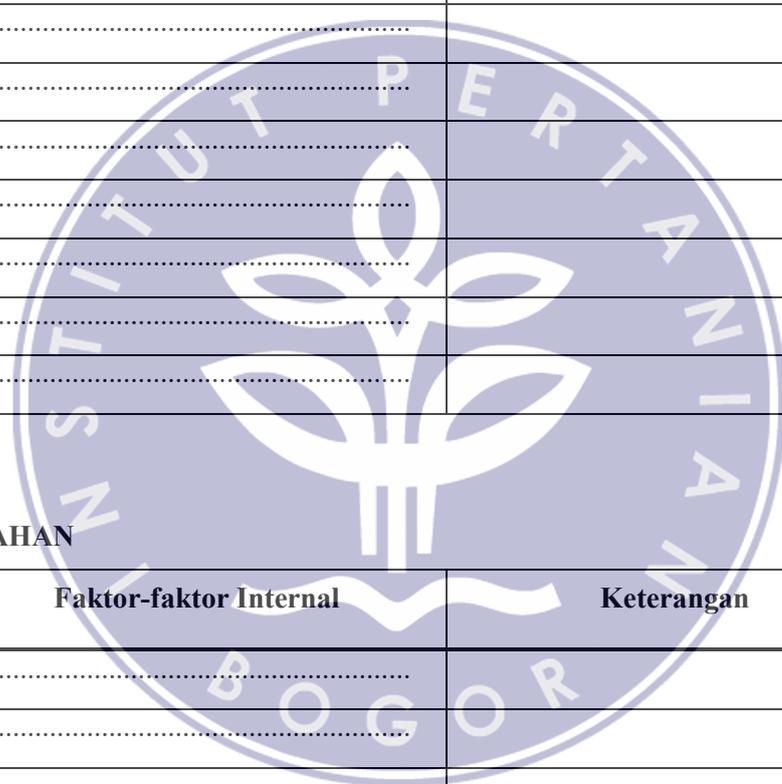
FAKTOR STRATEGIS INTERNAL

A. KEKUATAN

No	Faktor-faktor Internal	Keterangan
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

B. KELEMAHAN

No	Faktor-faktor Internal	Keterangan
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	



© Hak Cipta Milik IPB
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencatatkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

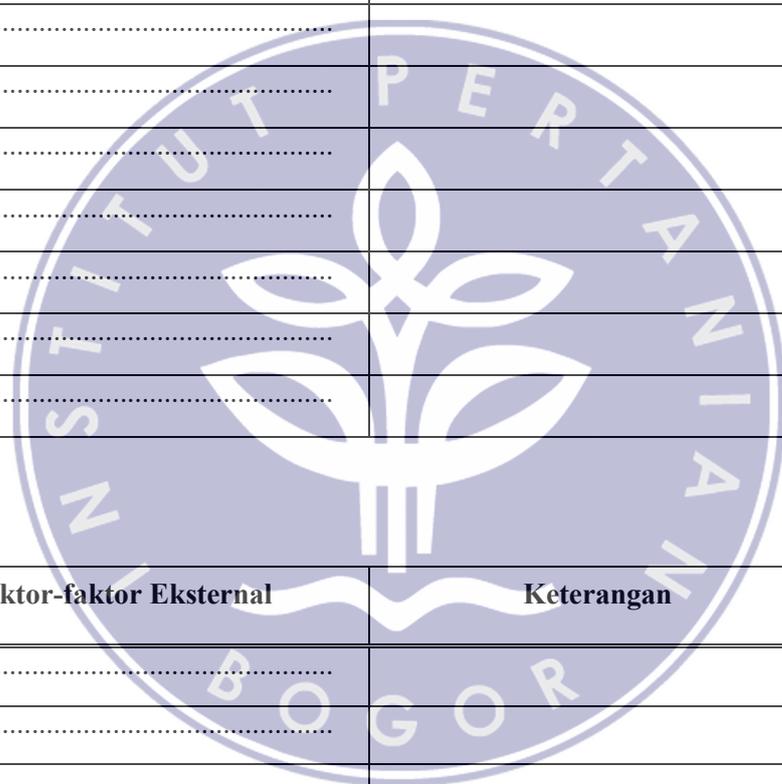
FAKTOR STRATEGIS EKSTERNAL

C. PELUANG

No	Faktor-faktor Eksternal	Keterangan
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

D. ANCAMAN

No	Faktor-faktor Eksternal	Keterangan
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	



© Hak Cipta Milik IPB
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencatatkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tujuan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

TAHAP KEDUA

Tujuan

Mendapatkan penilaian dari responden baik internal maupun eksternal terhadap tingkat kepentingan faktor-faktor strategis pengembangan. Tingkat kepentingan yang dimaksud adalah berupa pemberian bobot terhadap berapa besar faktor strategis tersebut menentukan keberhasilan dalam pengembangan.

Petunjuk Pengisian :

1. Pengisian kuesioner dilakukan secara tertulis oleh responden
2. Jawaban merupakan jawaban pribadi
3. Faktor strategis internal dan eksternal yang dimaksud adalah faktor internal dan eksternal yang anda isi pada kuesioner tahap pertama. Jumlah faktor dan urutan yang dibandingkan pada tahap ini adalah sama dengan jumlah faktor dan urutan yang ada pada tahap pertama.
4. Berikan tanda silang (X) pada kolom angka dengan kesesuaian sebagai berikut:
 - 1 = tidak penting
 - 2 = sedikit penting
 - 3 = cukup penting
 - 4 = penting
 - 5 = sangat penting

Menurut Anda, bagaimana kepentingan faktor-faktor dibawah ini sebagai kekuatan dari bagi Kawasan Agrowisata Gunung Mas dalam pengembangan yang berkelanjutan di Desa Tugu Selatan?

Kekuatan	Tingkat Kepentingan					Keterangan
	1	2	3	4	5	
Obyek wisata agro Gunung Mas yang asri dan alami						
Letak Kawasan wisata agro yang strategis						
Keragaman atraksi wisata alam						
Perusahaan yang mempunyai asset besar						
Sarana penunjang transportasi dan akomodasi yang lengkap						

Menurut Anda, bagaimana kepentingan faktor-faktor dibawah ini sebagai kelemahan dari bagi Kawasan Agrowisata Gunung Mas dalam pengembangan yang berkelanjutan di Desa Tugu Selatan?

Kelemahan	Tingkat Kepentingan					Keterangan
	1	2	3	4	5	
Banyak potensi wisata yang belum dikembangkan						
Minimnya promosi dan kurang kerjasama dengan pihak swasta						
Kurangnya keterampilan SDM						
Peran masyarakat yang belum dilibatkan secara maksimal						

© Hak Cipta Milik IPB
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencatunkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

Menurut Anda, bagaimana kepentingan faktor-faktor dibawah ini sebagai peluang bagi Kawasan Agrowisata Gunung Mas dalam pengembangan yang berkelanjutan di Desa Tugu Selatan?

Peluang	Tingkat Kepentingan					Keterangan
	1	2	3	4	5	
Adanya rencana Pemerintah Daerah menjadikan Tugu Selatan menjadi pintu pariwisata.						
Banyaknya kunjungan wisatawan ke sarana penunjang penginapan di sekitar wilayah Tugu Selatan						
Tren kunjungan wisatawan yang <i>back to nature</i>						

Menurut Anda, bagaimana kepentingan faktor-faktor dibawah ini sebagai ancaman bagi Kawasan Agrowisata Gunung Mas dalam pengembangan yang berkelanjutan di Desa Tugu Selatan?

Ancaman	Tingkat Kepentingan					Keterangan
	1	2	3	4	5	
Budaya daerah yang mulai hilang termasuk kerajinan daerah						
Kerusakan lingkungan akibat banyaknya bangunan permanen dan polusi						
Kemacetan lalu lintas						
Masyarakat lokal yang kurang diperhatikan dan diberi kesempatan berpartisipasi						
Keadaan cuaca yang tidak menentu						
Banyaknya pesaing						

PENENTUAN NILAI FAKTOR STRATEGIS INTERNAL DAN EKSTERNAL

Petunjuk Pengisian

Isilah kolom nilai sesuai dengan tingkat hubungan faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi pengembangan kawasan agrowisata Gunung Mas yang berkelanjutan di Desa Tugu Selatan sesuai dengan skala yang telah ditentukan.

Berilah tanda silang (X) pada angka:

3 = Cukup kuat (kekuatan minor)

4 = Sangat kuat (kekuatan utama)

Kemudian beri keterangannya

Menurut Anda, bagaimana nilai faktor-faktor dibawah ini sebagai kekuatan dari bagi Kawasan Agrowisata Gunung Mas dalam pengembangan yang berkelanjutan di Desa Tugu Selatan?

Kekuatan	Tingkat Kekuatan				Keterangan
	1	2	3	4	
Obyek wisata agro Gunung Mas yang asri dan alami					
Letak Kawasan wisata agro yang strategis					
Keragaman atraksi wisata alam					
Perusahaan yang mempunyai asset besar					
Sarana penunjang transportasi dan akomodasi yang lengkap					

Berilah tanda silang (X) pada angka:

- 1 = Sangat lemah (kelemahan utama)
- 2 = Tidak terlalu lemah (kelemahan minor)

Kemudian mohon untuk diberi keterangan

Menurut Anda, bagaimana nilai faktor-faktor dibawah ini sebagai kelemahan bagi Kawasan Agrowisata Gunung Mas dalam pengembangan yang berkelanjutan di Desa Tugu Selatan?

Kelemahan	Tingkat Kelemahan				Keterangan
	1	2	3	4	
Banyak potensi wisata yang belum dikembangkan					
Minimnya promosi dan kurang kerjasama dengan pihak swasta					
Kurangnya keterampilan SDM					
Peran masyarakat yang belum dilibatkan secara maksimal					



Berilah tanda silang (X) pada angka:

- 1 = Respon Unit bisnis agrowisata dibawah rata-rata (jelek).
- 2 = Respon Unit bisnis agrowisata rata-rata
- 3 = Respon unit bisnis agrowisata diatas rata-rata.
- 4 = Respon Unit bisnis agrowisata sangat baik (*superior*).

Menurut Anda, seberapa efektif strategi Kawasan agrowisata Gunung Mas saat ini dalam merespon faktor-faktor di bawah ini sebagai peluang dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan?

Peluang	Tingkat Respon				Keterangan
	1	2	3	4	
Adanya rencana Pemerintah Daerah menjadikan Tugu Selatan menjadi pintu pariwisata.					
Banyaknya kunjungan wisatawan ke sarana penunjang penginapan di sekitar wilayah Tugu Selatan					
Tren kunjungan wisatawan yang <i>back to nature</i>					

Menurut Anda, seberapa efektif strategi Kawasan agrowisata Gunung Mas saat ini dalam merespon faktor-faktor di bawah ini sebagai ancaman dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan?

Ancaman	Tingkat Respon				Keterangan
	1	2	3	4	
Budaya daerah yang mulai hilang termasuk kerajinan daerah					
Kerusakan lingkungan akibat banyaknya bangunan permanen dan polusi					 SB-IPB <small>Sekolah Bisnis - Institut Pertanian Bogor</small>
Kemacetan lalu lintas					
Masyarakat lokal yang kurang diperhatikan dan diberi kesempatan berpartisipasi					
Keadaan cuaca yang tidak menentu					
Banyaknya pesaing					
Budaya daerah yang mulai hilang termasuk kerajinan daerah					