## DEVELOPMENT POTENTIAL OF MEKARWANGI VILLAGE AS THE AGROWISM OF PANDANWANGI IN THE EFFORTS TO IMPROVE THE POTENTIAL OF UMKM THROUGH COMMUNITY EMPOWERMENT

# Nurjamilah<sup>1</sup>, Arianis Chan<sup>2</sup>, Ria Arifianti<sup>3</sup>

1,2,3 Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran E-mail: nurjamilah18001@mail.unpad.ac.com¹, arianis.chan@unpad.ac.id², r.arifianti@unpad.ac.id³

#### **ABSTRACT**

One of the villages that was developed as a tourist village is the Pandanwangi tourist village which is equipped with Jl. Jambudipa, Mekarwangi, Warungkondang, Cianjur Regency, West Java 43261. Pandanwangi tourist village also has procedures for environmental management, spatial concepts, and strong traditional rules, environmental development, food diversification patterns, food, and other activities that it strictly adheres to. Based on this, the research aims to explore the potential development of Pandanwangi Tourism Village in Tegalega Village, Warungkondang Sub-District as a location for agricultural education, based on studies of preparation aspects and demand aspects that provide support for the development of the future Pandanwangi tourism village. The information used in this study is a mixed method, including qualitative methods to assess aspects of stocks (inventory), community characteristics and policies, and quantitative methods to assess aspects of tourism demand. The results of the study indicate that the pandanwangi tourist village has the potential to be developed as a tourist village for nature and educational culture. However, the pandanwangi tourism village needs to be optimized to become a tourist village, namely in the field of stocks that require repairs and development, namely on the elements of accessibility, convenience, information and protection.

Keywords: Tourism Village, Supply-side Demand, Tourism System

## POTENSI PENGEMBANGAN DESA MEKARWANGI SEBAGAI AGROWISATA PANDANWANGI DALAM UPAYA MENINGKATKAN POTENSI UMKM MELALUI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

## ABSTRAK

Salah satu desa yang dikembangkan sebagai kampung wisata adalah Desa Wisata Pandanwangi yang berlokasi Jl. Jambudipa, Mekarwangi, Warungkondang, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat 43261. Desa Wisata Pandanwangi juga memiliki tata cara pengelolaan lingkungan, konsep tata ruang, dan aturan adat yang cukup kuat, khususnya dalam pembangunan kawasan, pola diversifikasi pangan, makanan pokok, dan kegiatan lainnya yang ditaatinya secara ketat secara turun temurun. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi potensi pengembangan Desa Wisata Pandanwangi di Desa Tegalega Kecamatan Warungkondang sebagai lokasi edukasi pertanian, berdasarkan kajian aspek sediaan dan aspek permintaan sehingga mampu memberi rekomendasi bagi pengembangan Desa Wisata Pandanwangi ke depan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran, meliputi metode kualitatif untuk mengkaji aspek sediaan (supply), karakteristik masyarakat dan kebijakan, serta metode kuantitatif untuk mengkaji aspek permintaan (demand) wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Wisata Pandanwangi memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai desa wisata alam desa budaya dan edukasi. Akan tetapi, Desa Wisata Pandanwangi perlu dioptimalkan untuk menjadi sebuah desa wisata yakni dalam aspek sediaan yang memerlukan perbaikan dan pengembangan, yakni pada elemen aksesibilitas, amenity, informasi dan kelembagaan.

Kata kunci: Desa Wisata, Sisi sediaan-permintaan, Sistem Pariwisata

### **PENDAHULUAN**

Pendirian desa wisata merupakan salah satu bentuk penerapan berbasis masyarakat. Melalui pengembangan desa wisata diharapkan terjadi pemerataan kesejahteraan, dimana hal tersebut sesuai dengan konsep pembangunan pariwisata yang berkesinambungan. Di samping itu, keberadaan desa wisata mampu menjaga kelestarian budaya masyarakat pedesaan melalui keterlibatan masyarakatnya sebagai pelaku kegiatan pariwisata di desanya (Susyanti, 2013). Lebih lanjut (Damanik, 2006) mengemukakan bahwa pengembangan desa wisata pada dasarnya dilakukan dengan berbasis pada potensi yang dimiliki masyarakat pedesaan itu sendiri.

Pengembangan desa wisata diharapkan menjadi faktor daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung ke desa wisata, salah satunya daerah Cianjur yang memiliki potensi wisata yang bervariasi dan dapat dikembangkan untuk menjadi destinasi yang unggul. Namun, kesemua potensi yang ada belum dioptimalkan dengan baik sehingga masih banyak perencanaan dan pengembangan yang perlu dilakukan bagi kepariwisataan di provinsi ini. Hal ini dapat dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan ke area agrowisata yang masih belum dibandingkan memadai dengan kunjungan wisatawan di destinasi-destinasi Jawa Barat lainnya apalagi dibanding dengan wilayah wisata lainnya di Indonesia, sehingga dengan demikian, adanya upaya-upaya pengembangan agro wisata yang intensif berdampak pada pembangunan kepariwisataan yang mendasar adalah suatu hal yang mendesak dilakukan untuk memajukan agro bisnis dan meningkatkan taraf hidup masyarakat setempat sekaligus meningkatkan pengembangan kepariwisataan secara menyeluruh.

Menimbang bahwa area Kabupaten Cianjur cukup luas, maka sebagai langkah awal penelitian akan difokuskan pada salah satu wilayah agro wisata saja. Daerah ini memiliki potensi wisata yang lengkap, meliputi: pegunungan, wisata pedesaan, pertanian dan wisata lainnya. Seluruh potensi wisata di area Cianjur khususnya di Desa Mekarwangi dengan keanekaragaman jenis obyek wisata tersebut menjadikan Desa Mekarwangi dapat dijadikan

percontohan model pengembangan destinasi pariwisata khusunya agro wisata yang lebih kreatif. Setelah variabel-variabel identifikasi pemasaran dari obyek-obyek wisata di daerah Puncak Cianjur ini teridentifikasi, selanjutnya dapat disusun sebuah model destinasi wisata pariwisata khususnya agro wisata yang lebih kreatif yang meliputi produk, harga, tempat, promosi, manusia, pengemasan, pemrograman dan kerjasama yang dibutuhkan.

Untuk dapat berkembang sebagai Desa Wisata Pandanwangi, diperlukan kajian yang menyeluruh terkait sistem kepariwisataan yang terdiri dari aspek sediaan dan permintaan. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi potensi pengembangan Desa Mekarwangi sebagai Desa Wisata Pandanwangi berdasarkan kajian aspek sediaan dan aspek permintaan, sehingga mampu memberi rekomendasi bagi pengembangan Desa Mekarwangi ke depan

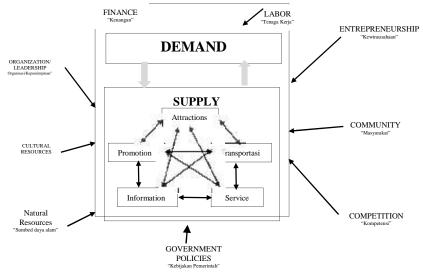
### TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata merupakan fenomena yang adanya interaksi karena antara wisatawan, penyedia jasa atau industri wisata, dan pemerintah dalam menyediakan fasilitas dan layanan yang mendukung kegiatan wisata (Ismayanti, 2010). Dalam hal ini berbagai interaksi tersebut membentuk suatu sistem yang saling terhubung satu dengan lainnya. Menurut Cocozza, B., (2016) dan Camilleri (2018), sistem pariwisata pada dasarnya terbentuk melalui pendekatan sediaan (supply) dan permintaan (demand) yang sifatnya linear. Komponen sediaan adalah komponen yang terdiri dari daya tarik, akomodasi, transportasi, pelayanan, informasi dan promosi. Sedangkan komponen permintaan adalah segala hal yang berhubungan dengan permintaan pariwisata yang berasal dari wisatawan (Camilleri, 2018).

Dalam hal ini, komponen permintaan (market), yakni bertindak sebagai pasar menentukan apa yang diinginkan oleh wisatawan. kebutuhan dan kemampuan wisatawan dalam membayar. Meski sistem pariwisata digambarkan melalui sistem yang tertutup (closed system) (Spohrer & Maglio, 2010), namun model ini dapat digunakan untuk menganalisis komponen penting dalam

penyediaan daya tarik pada suatu destinasi wisata (Fajriasanti, 2010). (Camilleri, 2018) mengemukakan bahwa terdapat setidaknya sembilan faktor eksternal dalam sistem pariwisata, di antaranya, sumberdaya alam, kebudayaan, kewirausahaan, keuangan, dan pembiayaan, tenaga kerja, kompetisi,

masyarakat, kebijakan pemerintah, meliputi kebijakan yang dikeluarkan pemerintah, baik di tingkat pusat, daerah, maupun lokal dapat mempengaruhi tingkat pengembangan wisata, serta organisasi atau kelembagaan seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Sistem pariwisata dan faktor eksternal dalam sistem pariwisata Sumber: Gunn, C. A. & Var, T. (2002); Camilleri (2018); Chatkaewnapanon dan Kelly, (2019)

Pariwisata memiliki beberapa bentuk, salah satunya pariwisata berbasis masyarakat. Pariwisata Berbasis Masyarakat, atau yang sering disebut sebagai Community Based Tourism (CBT) merupakan bentuk pariwisata yang dikelola oleh masyarakat lokal dengan menitikberatkan pada prinsip keberlanjutan lingkungan, sosial, dan budaya untuk membantu wisatawan agar dapat memahami mempelajari tata cara hidup masyarakat lokal. Community Based Tourism bertujuan untuk membangun serta memperkuat kemampuan organisasi pada masyarakat lokal. Hal inilah yang membedakannya dengan pariwisata konvensional yang memaksimalkan profit untuk investor (mass tourism). Chatkaewnapanon dan Kelly (2019), menyatakan bahwa CBT ini mendukung akses ke partisipasi berkualitas dalam proses pembangunan untuk membangun kesadaran akan kerapuhan dan nilai tempat wisata dan sumber daya, pada generasi muda yang tidak pernah mengalami atraksi asli desa tradisional, sangat penting untuk mencapai

tujuan *Community Based Tourism*. Perspektif harapan untuk pariwisata berbasis masyarakat dalam bentuk metafora lain yaitu rimpang, yang menempatkan kekuasaan dan pemberdayaan dalam kerangka yang lebih dinamis dan holistic menurut (Simons dan Groot, 2015). konsep *Community Based Tourism* memiliki keunggulan, di antaranya sebagai berikut:

- (a) Adanya sumber daya lokal yang dimiliki dan dikelola oleh masyarakat lokal. Sumber daya lokal tersebut tidak hanya sebatas dari masyarakat saja, namun juga meliputi lingkungan alam, infrastruktur, serta kebudayaan setempat
- (b) Adanya tanggung jawab lokal, artinya pengelolaan yang dilakukan oleh masyarakat setempat sehingga masyarakat dapat lebih bertanggung jawab
- (c) Adanya pelibatan masyarakat dalam *Community Based Tourism* yang dapat melindungi dan menjaga lingkungan alam dan juga kebudayaan setempat

(d) Memungkinkan adanya sistem pengelolaan wisata yang berbeda antar daerah. Hal tersebut disesuaikan dengan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat, sehingga masyarakat dapat menjaga dan mengelola aset yang dimilikinya sesuai dengan kearifan lokal.

Peranan Community Based Tourism sebagai sebuah koperasi komunitas secara efektif mengelola masalah ekonomi, sosial-budaya, dan lingkungan masyarakat setempat. Persepsi masyarakat tentang kewirausahaan dan aliran utama telah berubah. Keterlibatan Community Tourism dan Kepemilikan berpengaruh yang lebih tinggi dalam proses pengambilan keputusan, meningkatkan distribusi pendapatan pariwisata, memperkuat rasa kepemilikan, memperkuat kohesi sosial dan meningkatkan dukungan masyarakat menurut Haniza Mohamad dan Hamzah (2013) sehingga pentingnya keterlibatan semua pemangku kepentingan dan partisipasi; dalam kerja sama dan kolaborasi menurut D.A. Tasci, A., Croes, R. and Bartels Villanueva, J. (2014),

### **METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran, meliputi metode kualitatif untuk mengkaji aspek sediaan, karakteristik masyarakat, dan kebijakan, dan metode kuantitatif untuk mengkaji aspek permintaan wisata. Pengumpulan data untuk aspek sediaan diperoleh melalui wawancara dan untuk aspek permintaan observasi, dan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis scoring. Untuk analisis scoring, penilaian dari masing-masing elemen dari aspek sediaan wisata menggunakan modifikasi Skala Likert dengan jenjang skor 4, dengan penghitungan rumus interval kelas sebagai berikut:

Interval kelas = 
$$\frac{f_1}{f_1}$$
  $\frac{g}{g}$   $\frac{f_1}{f_1}$   $\frac{g}{g}$   $\frac{f_1}{f_2}$ 

Adapun kriteria yang digunakan dalam pemberian skor pada masing-masing elemen akan dijelaskan pada Tabel 1. Klasifikasi skor dalam penilaian aspek sediaan berdasarkan persepsi wisatawan aktual tersaji pada Tabel 2.

Tabel 1. Kriteria Penilaian Persepsi Wisatawan Aktual Terhadap Aspek Sediaan Desa Mekarwangi

No	Elemen	Variabel	Kriteria		
	Daya Tarik Wisata		Tidak memiliki pemandangan alam pedesaan yang sangat menarik		
		Lanskap Pemandangan Atraksi/aktivitas wisata	Memiliki pemandangan alam pedesaan yang kurang menarik	2	
			memiliki pemandangan alam pedesaan yang cukup menarik	3	
1			Memiliki pemandangan alam pedesaan yang sangat menarik	4	
			Tidak memiliki aktivitas wisata	1	
			Aktivitas wisata tidak menarik dan monoton	3	
			Cukup menarik dan memiliki pilihan aktivitas wisata		
			Sangat menarik, memiliki beragam pilihan aktivitas	4	
			wisata, dan berbeda dengan destinasi wisata lain		
			Jalan sangat rusak dan sulit dilewati	1	
			Kondisi jalan kurang baik, berlubang, namun masih	2	
		Kondisi jalan	mudah dilewati		
		menuju desa sesibilitas	Kondisi jalan sempit, namun cukup baik dan mudah dilewati	3	
2	Aksesibilitas		Kondisi jalan sangat baik dan lebar		
		Ketersediaan	Tidak ada angkutan umum	1	
		sarana	Angkutan umum terbatas dan jarang melintas	3	
		transportasi	Cukup tersedia angkutan umum dan sering melintas		
		umum	Tersedia banyak angkutan umum dan sering	4	

Ad*Bis*preneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan Vol.4,No.3, Desember 2019, DOI: https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v4i3.20135, hal. 263-275

No	Elemen	Variabel	Kriteria	Skor
		menuju desa	Melintas	
			Tidak tersedia homestay	1
			Tersedia hanya 1-2 homesta	2
	Akomodasi		Tersedia banyak homestay namun tidak terawat	3
			Memiliki banyak pilihan <i>homestay</i> dan terawatt dengan baik	4
			Tidak tersedia fasilitas rumah makan	1
			Tersedia hanya 1-2 rumah makan	2
		Rumah makan	Tersedia banyak rumah makan namun tidak terawat	3
			Memiliki banyak pilihan rumah makan dan terawat dengan baik	4
	Amenity		Belum tersedia tempat parkir	1
			Tersedia parkir namun sempit dan susah parkir	2
		Tempat parkir	Tersedia parkir luas dan mudah parkir	3
		Tompat parkii	Tersedia parkir parkir luas dan mudah parkir,	4
			pelayanan baik	-
			Tidak tersedia fasilitas belanja	1
			Tersedia fasilitas belanja namun produk yang dijual tidak	2
			lengkap	_
		Fasilitas belanja	Tersedia fasilitas belanja dan produk yang dijual lengkap	3
			Tersedia fasilitas belanja, produk yang dijual lengkap,	4
	D	Madia anamasi	pelayanan baik	1
	Promosi	Media promosi	Tidak tersedia promosi wisata baik di media cetak (brosur, pamflet/ <i>leaflet</i> ) atau internet	1
			Tersedia promosi wisata baik di media cetak (brosur,	2
			pamflet/leaflet) atau internet namun kurang menarik	
			Tersedia promosi wisata baik di media cetak (brosur,	3
			pamflet/leaflet) atau internet yang sudah cukup menarik	
			Tersedia promosi wisata baik di media cetak (brosur,	4
			pamflet/leaflet) atau internet yang sangat menarik	
	Informasi	Pusat informasi	Tidak tersedia pusat informasi wisata	1
		wisata	Tersedia pusat informasi wisata namun aktif pada waktu tertentu	2
			Tersedia pusat informasi wisata dan aktif melayani wisatawan	3
			Tersedia pusat informasi wisata, aktif melayani	4
	W-11	0	wisatawan dan pelayanan baik	1
6	Kelembagaan	Organisasi	Tidak tersedia organisasi pengelola wisata	1
		pengelola	Tersedia organisasi pengelola wisata namun aktif pada waktu tertentu	2
			Tersedia organisasi pengelola wisata dan aktif melayani wisatawan	3
			Tersedia organisasi pengelola wisata, aktif melayani wisatawan dan pelayanan baik	4
		Keramahan	Bersikap sangat tidak ramah	1
		masyarakat	Bersikap kurang ramah	2
		masyarakat	Bersikap ramah dan bersedia membantu	3
			Bersikap sangat ramah dan bersedia membantu	4
			Dersikah sangar raman dan bersedia membantu	+

Sumber: Gunn, C. A. & Var, T. (2002); Camilleri (2018); Chatkaewnapanon dan Kelly, (2019)

Tabel 2. Klasifikasi Skor dan Kelas

Elemen	Total skor	Keterangan Penilaian
Daya tarik wisata	1 – 1.75	Sangat tidak potensial
	1.,76 - 2.5	Kurang potensial
	2.51 -	Potensial
	3.25	Sangat potensial
	3,.26 - 4	
Aksesibilitas	1 – 1.,75	Sangat sulit dicapai
	1.76 - 2.5	Sulit dicapai
	2.51 -	Mudah dicapai
	3.25	Sangat mudah dicapai
	3.26 - 4	
Amenity	1 - 1.75	Sangat tidak terpenuhi
	1.,76 –	Kurang terpenuhi
	2.,5	Terpenuhi
	2.51 -	Sangat terpenuhi
	3.25	
	3.26 - 4	
Promosi,	1 - 1.75	Sangat mendukung
Informasi,	1.76 - 2.5	Cukup mendukung
Kelembagaan	2.51 -	Kurang mendukung
·	3.25	Sangat tidak
	3.26 - 4	mendukung

Sumber: Analisis penyusun, 2018.

Kemudian, hasil dari penilaian aspek sediaan berdasarkan persepsi wisatawan aktual akan dapat diketahui bagaimana potensi pengembangan Desa Mekarwangi untuk menjadi desa agrowisata pandanwangi, seperti yang tersaji pada Tabel 3

Tabel 3. Kriteria nilai *scoring* akhir terkait potensi pengembangan Desa Mekarwangi untuk menjadi desa agrowisata pandanwangi

desa agrowisata pandanwangi						
Total skor	Keterampilan penilaian					
1–1.75	Elemen sediaan sangat tidak mendukung					
	proses pengembangan Desa Mekarwangi					
	untuk menjadi desa agrowisata pandanwangi					
1.76 – 2.5	Elemen sediaan kurang mendukung proses					
	pengembangan Desa Mekarwangi untuk					
	menjadi desa agrowisata pandanwangi					
2.51 -3.25	Elemen sediaan cukup mendukung proses					
	pengembangan Desa Mekarwangi untuk					
	menjadi desa agrowisata pandanwangi					
3.26 – 4	Elemen sediaan sangat mendukung proses					
	pengembangan Desa Mekarwangi untuk					
	menjadi desa agrowisata pandanwangi					

Sumber: Analisis penyusun, 2018

Dalam penelitian ini digunakan teknik sampling yakni purposive sampling dan snowball sampling untuk mengkaji aspek sediaan wisata dengan jumlah informan 5 orang yang mewakili pemangku kepentingan yang terlibat dalam pengembangan pariwisata Desa Mekarwangi yaitu Pemerintah Daerah Kota Cianjur dan kelembagaan masyarakat lokal Desa Mekarwangi. Selain itu juga menggunakan teknik Sample Random

Sampling untuk mengkaji aspek permintaan wisata dengan jumlah 100 responden yang terdiri dari 30 responden yang merupakan wisatawan aktual dan 70 responden untuk wisatawan potensial.

## HASIL DAN PEMBAHASAN Hasil Penelitian

Potensi daya tarik wisata agro di Jawa Barat sangat besar. Saat ini, beberapa potensi pertanian sudah dikembangkan ke arah wisata agro, seperti Perkebunan Teh Gunung Mas, Kawasan Agropolitan Cianjur, Taman Buah Mekarsari, Taman Bunga Nusantara, Kawasan Gunung Salak Endah, dan beberapa perkebunan teh lainnya di Cianjur, Subang, Bandung Selatan. Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang dapat memanfaatkan potensi sektor lain, terutama sektor-sektor yang "ramah lingkungan" dan salah satu potensi pengembangan di desa Mekarwangi adalah Agrowisata Pandanwangi.

Salah satu objek wisata pangan di Desa Mekarwangi Kecamatan Warungkondang adalah sentra daerah wisata pangan penghasil beras pandanwangi (beras cianjur) terbesar. Desa Mekarwangi yang akan dijadikan sebagai lokasi wisata pangan dunia tentunya akan meningkatkan perdagangan melalui penjualan barang dan jasa kepada wisatawan lokal dan wisatawan manca negara oleh karenanya perlu dibuat pendekatan strategis dengan melalui penerapan kebijaksanaan terpadu transaksional claster dengan cara membuat wisatawan dapat lama tinggal di Cianjur (The Length Of Stay), dimana keberlangsungan sebagai potensi wisata sangat pangan memerlukan penanganan suatu kearifan untuk mengelolanya, dengan melakukan sejumlah rekayasa yang melipatgandakan produksi pangan

Lebih dari 50% responden berminat pada aktivitas wisata khusus, di antaranya dalam bentuk aktivitas seperti wisata edukasi pengelolaan pertanian desa Mekarsari baik itu di museum peralatan pertanian sampai terjun langsung melakukan aktivitas pertanian (80%). Selanjutnya, mengenai kesediaan wisatawan potensial untuk berkunjung di Desa Mekarwangi pada kesempatan lain, mayoritas responden, yakni 87% menyatakan bersedia untuk berkunjung ke Desa Mekarwangi. Hal ini

tentu menjadi poin penting dimana pasar potensial, yakni sudah adanya pasar potensial yang menjadi unsur permintaan wisata di Desa Mekarwangi. Untuk itu, perlu adanya kesiapan dan kematangan dari aspek sediaan wisata di Desa Mekarwangi yang dapat menangkap permintaan pasar potensial ini

## Analisis Aspek Sediaan dan Permintaan Wisata Agrowisata Pandanwangi

Berdasarkan seluruh butir pernyataan variabel persediaan dan permintaan yang memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau koefisien validitas lebih besar dari 0.300 dimana N = 100= 0.05 sehingga pernyataan tersebut dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian seperti terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uii Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan	
Persediaan	0,856	Reliabel	
Permintaan	0,814	Reliabel	

Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai Cronbach Alpha yang cukup besar yaitu di atas 0,600 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masingmasing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Konnogorov-Simrnov Test								
		Persediaan	Permintaan					
N		100	100					
Normal	Mean	2,96858	2,83602					
Parameters <sup>a,b</sup>	Std.	,472428	,437539					
	Deviation							
Most Extreme	Absolute	,067	,066					
Differences	Positive	,053	,064					
	Negative	-,067	-,066					
Kolmogorov-Smi	irnov Z	,671	,663					
Asymp. Sig. (2-ta	ailed)	,759	,771					

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil uji normalitas (Tabel 5) diketahui nilai signifikansi > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi **normal** dan dapat digunakan dalam penelitian

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien determinasi Model Summervb

Woder Summary							
		R	Adjusted	Std. Error of	Durbin-		
Model	R	Square	R Square	the Estimate	Watson		
1	,900a	,810	,806	,44008596	1,376		

- a. Predictors: (Constant), Persediaan b. Dependent Variable: Penerimaan
- Pada Tabel 6, koefisien determinasi (R-Square) sebesar 81% mempunyai makna variabel persediaan dapat menjelaskan atau menerangkan variabel permintaan sebesar 81%, sedangkan sisanya dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

 $e = 1 - R^2$ 

e = 1 - 0.810

e = 0.19 atau jika kita ingin dibuat dalam persen menjadi

 $e = 0.19 \times 100\%$ 

e = 19 %

Angka 19% diatas mempunyai makna besarnya faktor lain dalam model diluar kedua variabel independen di atas.

Tabel 7 Hasil Regresi

Coefficients							
	Unsta dized Coeff s	ndar icient	Standard ized Coefficie nts			Collinea Statistic	
Model	В	Std. Erro r	Beta	Т	Sig	Tolera nce	VI F
1 (Const ant) Persedi aan	41,3 66 ,400	6,04 4 ,096	,400	,00 0 6,4 99	0,0 01 ,00 0	,517	1,9 33

a. Dependent Variabel: Permintaan

Dari Tabel 7, maka dapat diperoleh model persamaan regresinya adalah:

## Y = 41,366+0,400X

Dari persamaan regresi diatas dapat diketahui bahwa

- 1. Nilai konstanta adalah 41,366. nilai ini menunjukkan bahwa pada saat persediaan bernilai nol, maka permintaan akan bernilai 41.366.
- 2. Terdapat derajat kontribusi dari variabel persediaan dan permintaan yang besarnya 0,400 artinya bahwa setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk persediaan akan diikuti terjadi kenaikan permintaan sebesar 0.400. dan koefisien regresi antara permintaan dan

persediaan signifikan jika dilihat dari angka signifikansi (sig) sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05.

#### **PEMBAHASAN**

## Analisis Kebijakan Pengembangan Wisata

Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang dapat memanfaatkan potensi sektor lain, terutama sektor-sektor yang "ramah lingkungan". Di Jawa Barat, sektor "ramah lingkungan" penyumbang cukup besar pada Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Provinsi Jawa Barat adalah sektor pertanian. Pada tahun 2016, kontribusi sektor pertanian terhadap PDRB Provinsi Jawa Barat mencapai 40,3 milyar rupiah atau sekitar 24,8%. Dilihat dari penggunaan lahan di Jawa Barat, penggunaan lahan untuk pertanian mencapai lebih dari 60%. Kondisi ini semakin memperkuat posisi sektor pertanian sebagai salah satu sektor yang diunggulkan oleh Jawa Barat. Potensi pertanian, termasuk di dalamnya tanaman pangan, perkebunan, peternakan, dan perikanan, dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata agro. Potensi daya tarik wisata agro di Jawa Barat sangat besar. Saat ini, beberapa potensi pertanian sudah dikembangkan ke arah wisata agro, seperti perkebunan teh Gunung Mas, Kawasan Agropolitan Cianjur, Taman Buah Mekarsari, Taman Bunga Nusantara, Kawasan Gunung Salak Endah, dan beberapa perkebunan teh lainnya di Cianjur, Subang, Bandung Selatan, Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang memanfaatkan potensi sektor lain, terutama sektor-sektor yang "ramah lingkungan" dan salah satu potensi pengembangan di desa Mekarwangi adalah Agrowisata Pandanwangi.

# Analisis Aspek Sediaan Wisata Agrowisata Pandanwangi

# a. Daya Tarik Wisata Daya Tarik Wisata

Desa Mekarwangi merupakan objek wisata pangan dunia yang mempunyai daya tarik dan atau minat untuk diketahui oleh masyarakat serta memberikan kekhasan ataupun keunikan tersendiri atas berbagai hasil dari olahan pangan untuk di kunjungi wisatawan, dalam hal ini Desa Mekarangi memiliki daya tarik wisata bagi wisatawan diantaranya wisata alam, budaya dan edukasi. Selain itu terdapat

museum tani, sehingga para wisatawan bisa mengenal berbagai macam alat pertanian yang berkaitan dengan padi pandanwangi yang telah terpajang rapi. Dengan adanya museum tani ini, wisatawan jadi lebih tahu alat apa sajakah yang dipergunakan untuk menghasilkan satu piring nasi yang disantap setiap hari. Selain museum tani, wisata Agrowisata Pandanwangi juga dilengkapi dengan pendopo mini yang digunakan para petani untuk berdiskusi dan membahas berkumpul perihal pertanian yang sedang dihadapi. Selain itu, ada juga 7 leuit atau lumbung padi dengan gaya arsitektur bangunan khas Cianjur. Adapun wisata edukasi pertanian tentang bagaimana cara menanam padi pandanwangi, cara memberikan pupuknya kemudian cara memanen dan kegiatan pascaproduksi lainnya. Dengan begitu, wisatawan tidak hanya merasakan keindahan alamnya saja namun juga akan mendapatkan pengetahuan penting tentang bagaimana beras pandanwangi itu dihasilkan.

Dalam upaya meningkatkan daya tarik wisata ini harus ditangani dan dikelola secara baik, optimal menumbuh benar dan agar kembangkan kredibilitas yang tinggi, kompatibel, dan kapabilitas yang kuat sehingga menjadikan suatu industri wisata pangan yang konkrit seperti seni dan budaya untuk dijual kepada wisatawan dengan melibatkan dunia usaha (perusahaan) dan masyarakat maupun pemerintah sebagai pemberi jaminan akan keselamatan, kenyamanan dan keamanan wisatawan dalam melaksanakan aktivitas perjalanan wisatanya di Kabupaten Cianjur. Pengembangan industri pariwisata ini, terutama wisata pangan sedunia di Kabupaten Cianjur merupakan salah satu strategi yang relatif sangat mumpuni dan tepat untuk dikelola.

Begitu juga dikatakan Nunung sebagai warga Bunikasih dengan dijadikan desanya sebagai lokasi wisata tentunya diharapkan mampu mempertahankan kearifan lokal Cianjur dan melipatgandakan produksi pangan pada tiga dekade terakhir ini. Hal ini tidak lepas dari adanya komitmen yang kuat dari pemerintah Kabupaten Cianjur untuk meningkatkan produksi pangan, disamping adanya daya tarik wisata atas pasar komoditi pangan sebagai suatu keunggulan komoditi primer, suplainya relatif akan selalu direspon oleh pasar (global)

ketika komoditi primer ini dipakai untuk tujuan sekunder yakni dijadikan salah satu destinasi wisata bagi masyarakat secara umum

### b. Aksesibilitas

Aksebilitas merupakan kemudahan dalam menjangkau lokasi. Desa Mekarwangi dapat ditempuh sekitar 1 jam dari alun-alun Cianjur. Meskipun bisa menggunakan angkutan umum menuju alun-alun Cianjur namun untuk menuju Mekarwangi harus menggunakan angkutan motor atau ojek. Hal ini dikarenakan Desa Mekarwangi belum dilalui travek angkutan umum, sehingga tidak ada moda transportasi umum yang melintas meskipun ada hanya terdapat beberapa yang melintas. Terkait dengan jaringan jalan, kondisi jalan cenderung berlubang, dan banyak ruas jalan yang rusak, sehingga saat peneliti melakukan observasi jalan menuju Desa Mekarwangi sedang dilakukan perbaikan. Menariknya desa ini juga dilengkapi Sky Walk yang dikhususkan bagi para pengunjung agar tidak menginjak kakinya secara langsung di pematang sawah dan gapura sebagai salah satu daya tarik agrowisata Pandanwangi.

### c. Amenity

Amenity adalah kelengkapan yang tersedia di lokasi wisata. Amenity pada wisata di Desa Mekarwangi masih terbatas. Untuk pemenuhan sarana akomodasi, rumah makan, tempat parkir masih belum memadai. Kemudian disana juga ada bangunan pendopo mini yakni tempat berkumpul para petani untuk berdiskusi. Di sana ada tempat informasi sekitar padi pandanwangi, rumah pegawai, bangunan tujuh lumbung padi, sarana ibadah dan area parkir.

## d. Promosi-Informasi

Terkait dengan promosi dan informasi wisata, Desa Mekarwangi belum memiliki pusat informasi wisata yang resmi. Kunjungan wisatawan selama ini masih dikelola oleh pemerintah desa. Kemudian untuk promosi yang telah dilakukan pemerintah, di antaranya melalui website. Sedangkan untuk promosi yang dilakukan masyarakat yaitu promosi secara langsung. Dari promosi yang telah dilakukan baik dari pemerintah dan dari masyarakat yang masih mengarah kepada promosi untuk kebudayaan dan belum mengarah ke UMKM berbasis kepariwisataan.

## Analisis Aspek Permintaan Wisata Desa Mekarwangi

### a. Analisis Karakteristik Wisatawan

Analisis karakteristik wisatawan bertuiuan untuk mengetahui seberapa besar pasar wisata yang tersedia sehingga ke depannya dapat dimanfaatkan peningkatan jumlah wisatawan di Desa Mekarwangi. Terdapat dua sasaran dalam analisis ini, yaitu wisatawan aktual dan wisatawan potensial. Yang dimaksud dengan wisatawan aktual disini adalah wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Desa Mekarwangi, wisatawan yang ditemui pengambilan data. Sedangkan wisatawan potensial adalah wisatawan lokal yang berpotensi menjadi wisatawan aktual.

Hasil menunjukkan bahwa wisatawan aktual merupakan wisatawan lokal yang mayoritas berasal dari Cianjur (80%). Selanjutnya, dapat diketahui bahwa segmentasi wisatawan aktual Desa Mekarwangi terbagi ke dalam 2 segmen, vaitu segmentasi umum dan khusus. Wisatawan umum rata-rata merupakan pengunjung yang memiliki motif atas rasa penasaran terhadap tradisi di Desa Mekarwangi edukasi pertanian maupun baik pengolahan dari hasil pertanian. Sedangkan untuk wisatawan dengan segmen khusus memiliki motif kunjungan tidak hanya motif atas rasa penasaran terhadap budaya di Desa Mekarwangi saja, akan tetapi juga pada pembelajaran terkait sejarah budaya adat Desa Mekarwangi, Pengelolaan dan proses penanaman padi pandanwangi dan hasil pertanian lainnya (73%). Kemudian hasil tentang wisatawan potensial yaitu adanya peluang yang cukup besar untuk menjadi wisatawan aktual karena meski terdapat wisatawan yang berasal dari luar Cianjur wisatawan tersebut (20%),memiliki penghasilan yang cukup tinggi (Rp 1.000.000 hingga Rp 3.000.000), selain itu juga memiliki waktu luang untuk bepergian (30%).

## b. Analisis Persepsi Wisatawan Berdasarkan Hasil Kriteria scoring

Hasil penilaian persepsi wisatawan aktual terkait aspek sediaan di Desa Mekarwangi dapat dilihat pada Tabel 8. Dari tabel tersebut, dapat diketahui bahwa terdapat masih banyak variabel dengan skor penilaian yang rendah, di antaranya: variabel jaringan jalan, moda

transportasi umum, pemenuhan akomodasi, rumah makan, tempat parkir, keberadaan pusat informasi wisata, dan juga organisasi pengelola. Hal ini dikarenakan ketidaktersediaan atau masih buruknya kualitas elemen sediaan.

Tabel 8. Analisis persepsi wisatawan aktual terhadap aspek sediaan Desa Mekarwangi

		ansis persepsi wisatawan a	Skor			
No	Elemen	Variabel	(skala 4)	Kriteria		
		Lanskap fisik /	3			
	Daya tarik	pemandangan	_	Sangat Potensial		
1		Atraksi/aktivitas wisata	3.7	Sangat Potensial		
	1	Rata-rata	3,35	Elemen sediaan sangat mendukung proses pengembangan Desa Mekarwangi sebagai desa wisata alam Desa adat		
	Aksesibilitas	Jaringan jalan	2.3	Sulit dicapai		
2	Aksesibilitas	Moda transportasi umum	1,3	Sangat sulit dicapai		
Rata-rata			2,95	Elemen sediaan cukup mendukung proses pengembangan Desa Mekarwangi sebagai desa wisata alam Desa adat		
		Akomodasi	2	Kurang terpenuh		
		Rumah makan	2,3	Kurang terpenuhi		
	Amenity	Tempat parkir	2,6	Terpenuhi		
		Tempat belanja	1,85	kurang terpenuhi		
3		Papan penunjuk arah	3	Sangat tidak mendukung		
	]	Rata-rata	2,35	Elemen sediaan kurang mendukung proses pengembangan Desa Mekarwangi sebagai desa wisata alam Desa adat		
4	Promosi	Kemudahan mendapatkan Informasi	2,3	Kurang mendukung		
Rata-rata			2.3	Elemen sediaan kurang mendukung proses pengembangan Desa Mekarwangi sebagai desa wisata alam Desa adat		
5	Informasi	Pusat informasi wisata	3.1	Cukup mendukung		
Rata-rata			3.1	Elemen sediaan cukup mendukung proses pengembangan Desa Mekarwangi sebagai desa wisata alam Desa adat		
	Kelembagaan	Organisasi pengelola	3,2	Cukup mendukung		
6	Kelelilbagaali	Keramahan	3	Cukup mendukung		
Rata-rata			3.1	Elemen sediaan cukup mendukung proses pengembangan Desa Mekarwangi sebagai desa wisata alam Desa adat		

Sumber: Analisis penyusun, 2018.

Variabel dengan skor yang tinggi di antaranya lanskap fisik atau pemandangan, atraksi atau kegiatan wisata, papan penunjuk arah, kemudahan mendapatkan informasi, serta keramahan yang dimiliki Desa Mekarwangi Dengan nilai skor lebih dari 3.1 (dari skala 4), maka dapat disimpulkan bahwa elemen-elemen tersebut memiliki potensi sebagai faktor yang menarik wisatawan untuk berkunjung ke Desa Mekarwangi. Selanjutnya 35% wisatawan potensial menyatakan bahwa mereka mengetahui Desa Mekarwangi akan tetapi belum pernah mengunjunginya, dan 15% responden menyatakan mengetahui Desa Mekarwangi dan pernah berkunjung. Dari 50% responden yang menyatakan mengetahui Desa Mekarwangi, diketahui bahwa responden tersebut juga berasal dari Sukabumi-Cianjur. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa kepopuleran Desa Mekarwangi sebagai destinasi wisata yang bersifat lokal (Kota Cianjur) sendiri masih kurang.

Pengalaman membeli produk produksi Desa Mekarwangi, sebanyak 64% menyatakan belum pernah membeli produk, dan 36% menyatakan pernah membeli produk produksi Desa Mekarwangi. Dari pengalaman membeli ini, tentu akan memberikan potensi dan nilai tambah pada persepsi terhadap Mekarwangi, karena pada dasarnya adat dan desa mekarwangi olahan diproduksi berasal dari hasil pengelolaan masyarakat setempat. Kemudian, sebagian besar wisatawan potensial yang menjadi responden dalam penelitian ini, 70% menyatakan tidak mengetahui Desa Mekarwangi sebagai tempat agro wisata pandanwangi. Hal ini dapat dipengaruhi dari kurang maksimalnya penyebaran promosi dan informasi mengenai Desa Mekarwangi untuk dikalangan lokal maupun luar kota

#### c. Analisis Preferensi Wisatawan

Berdasarkan preferensi wisatawan potensial mengenai bentuk wisata yang diminati, menunjukkan masih tingginya minat responden terhadap bentuk wisata yang mengarah pada mass tourism. Sedangkan 40% menyatakan bahwa mereka lebih memilih wisata perdesaan atau wisata minat khusus . Meski begitu, hal ini dapat menjadi potensi yang dapat dikembangkan

sebagai pasar wisata yang dapat didekati melalui penyebaran promosi dan informasi yang masif, sehingga mereka dapat berminat untuk mengunjungi Desa Mekarsari di mendatang. Selanjutnya, dapat diketahui bahwa meski mayoritas responden lebih meminati wisata dalam bentuk mass tourism, namun minat responden untuk mencoba aktivitas wisata minat khusus di Desa Mekarwangi juga cukup tinggi. Lebih dari 50% responden berminat pada aktivitas wisata khusus, di antaranya dalam bentuk aktivitas sebagai berikut: wisata edukasi pengelolaan pertanian Desa Mekarsari baik itu di museum peralatan pertanian sampai terjun langsung melakukan aktivitas pertanian (80%). Selanjutnya, mengenai kesediaan wisatawan potensial untuk berkunjung di Desa Mekarwangi pada kesempatan lain, mayoritas responden, 87% menyatakan bersedia untuk yakni berkunjung ke Desa Mekarwangi. Hal ini tentu menjadi poin penting dimana pasar potensial, yakni sudah adanya pasar potensial yang menjadi unsur permintaan wisata di Desa Mekarwangi. Untuk itu, perlu adanya kesiapan dan kematangan dari aspek sediaan wisata di Desa Mekarwangi yang dapat menangkap permintaan pasar potensial ini.

### **SIMPULAN**

Hasil analisis dari masing-masing elemen pada aspek sediaan dan aspek permintaan bahwa aspek sediaan memiliki elemen daya tarik dan elemen promosi yang mendukung proses pengembangan Desa Mekarwangi sebagai Desa Agrowisata Pandanwangi. Untuk elemen lainnya, yakni elemen amenity, kelembagaan, informasi. dan aksesibilitas memerlukan perbaikan, peningkatan dan pengembangan sehingga kegiatan wisata di Desa Mekarwangi dapat berjalan dengan baik. Sedangkan aspek permintaan menunjukkan bahwa adanya peluang wisatawan Desa Mekarwangi yang cukup luas, tidak hanya bagi wisatawan lokal (Kabupaten Cianjur), namun untuk pengembangan selanjutnya sangat mungkin untuk mencapai pasar wisatawan regional, nasional maupun mancanegara. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa untuk menjadi desa wisata alam untuk meningkatkan UMKM, aspek sediaan wisata di Desa Mekarwangi masih belum dapat terpenuhi dengan baik. Hal ini dikarenakan masih terdapatnya beberapa elemen dalam aspek sediaan yang belum tersedia ataupun dalam kondisi yang masih buruk. Hal inilah yang tantangan besar bagi stakeholders, utamanya bagi masyarakat lokal karena pengembangan wisata Desa Mekarwangi merupakan bentuk wisata yang berbasis masyarakat dalam upaya meningkatkan potensi UMKM. Hal tersebut mampu menjadi modal awal dalam perkembangan pariwisata di Desa Mekarwangi ke arah yang lebih baik dan dan pada akhirnya akan dapat memberikan nilai manfaat masyarakat local maupun bagi Kota Cianjur.

### REKOMENDASI

- 1. Berkaitan dengan aksesibilitas, diperlukan adanya bantuan fisik terkait perbaikan dan pemeliharaan terhadap jaringan jalan menuju Desa Mekarwangi, serta pengembangan rute angkutan umum sehingga titik distribusi moda transportasi umum ke Desa Mekarwangi menjadi lebih dekat.
- 2. Berkaitan dengan *amenity* wisata, diperlukan adanya perbaikan dan peningkatan *amenity* wisata di Desa Mekarwangi untuk mendukung fungsi dari aktivitas wisata yang akan dikembangkan, di antaranya melalui pengadaan *homestay*, pembangunan rumah makan, pengadaan fasilitas parkir, yakni tempat parkir untuk kendaraan pribadi dan kendaraan umum wisatawan yang berkunjung di Desa Mekarwangi, serta pengembangan petunjuk arah menuju Desa Mekarwangi.
- 3. Berkaitan dengan promosi wisata, diperlukan perluasan promosi melalui media cetak, media elektronik, dan media sosial sehingga dapat memperluas pasar wisata. Selain itu juga diperlukan pengembangan fasilitas jasa perjalanan wisata melalui kerjasama dengan biro perjalanan wisata.
- 4. Berkaitan dengan pusat informasi, diperlukan pengadaan pusat informasi wisata yang berfungsi untuk melayani kebutuhan wisatawan.

Berkaitan dengan kelembagaan terkait wisata di Desa Mekarwangi yang belum terbentuk, sebagai wadah untuk pelibatan masyarakat dalam mengelola desa wisata harus ditingkatkan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Camilleri, M. A. (2018). Strategic planning and the marketing effectiveness audit. In Travel marketing, tourism economics and the airline product. Tourism, Hospitality & Event Management (pp. 117–135). Cham, Switzerland: Springer Nature
- Chatkaewnapanon, Yuthasak, Kelly, Joan (2019) Community arts as an inclusive methodology for sustainable tourism development. DOI 10.1108/JPMD-09-2017-0094. Journal of Place Management and Development
- Cocozza, B. (2016).La Value proposition e la cocreazione di valore negli Smart Tourism Service Systems: Un progetto integrato per il territorio casertano. Master's dissertation, University of Salerno, Fisciano.
- D.A. Tasci, A., Croes, R. and Bartels Villanueva, J. (2014), "Rise and fall of community-based tourism facilitators, inhibitors and outcomes", Worldwide Hospitality and Tourism Themes, Vol. 6 No. 3, pp. 261-276. https://doi.org/10.1108/WHATT-03-2014-0012
- Damanik, J. (2006). Strategi Promosi Menghadapi Krisis Pariwisata dan Pergeseran Psikografi Wisatawan. Jurnal Pariwisata, 8 (1)
- Fajriasanti, R. (2010). Pariwisata Sebagai Sistem: Model Sistem Pariwisata di Kabupaten Klaten Propinsi Jawa Tengah. Tesis. Institut Teknologi Bandung
- Gunn, C. A. & Var, T. (2002). Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases. London: Routledge.

Haniza Mohamad, N. and Hamzah, A. (2013), "Tourism coperative for scaling up

- community-based tourism", Worldwide Hospitality and Tourism Themes, Vol. 5 No. 4, pp. 315-328. https://doi.org/10.1108/WHATT-03-2013-0017
- Ismayanti. (2010). Pengantar Pariwisata. Jakarta: Kompas Gramedia.Maryono, et. al., (2015). Situs Purbakala Sangiran Sebagai Sumber Ide Pengembangan Motif Batik Dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Dan Media Penguatan Kearifan Muatan Lokal Di Kabupaten Sragen. Laporan Penelitian Prioritas Nasional Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia 2011-2025. Institut Seni Indonesia Surakarta.
- Simons, I. and de Groot, E. (2015), "Power and empowerment in community-based tourism: opening Pandora's box?", Tourism Review, Vol. 70 No. 1, pp. 72-84. https://doi.org/10.1108/TR-06-2014-0035
- Spohrer, J., & Maglio, P. P. (2010). Toward a science of service systems: Value and symbols.
- Susyanti, D. W. (2013). Potensi Desa Melalui Pariwisata Perdesaan. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 12 (1), 33 – 3