
PROSIDING SEMINAR NASIONAL

*Pengembangan Sumber Daya Pedesaan dan Kearifan Lokal
Berkelanjutan v*

PURWOKERTO 19-20 NOVEMBER 2015

Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat

Universitas Jenderal Soedirman

2015

PROSIDING SEMINAR NASIONAL

TIM Prosiding

Editor Eksternal

Prof. Dr. Irwan Abdullah (Universitas Gadjah Mada).

Dr. Solatun Dulah Sayuti (Universitas Bina Nusantara).

Ir. Soegeng Herijanto, M.P. (Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto).

Dwi Prasetyani, S.E., M.Si. (Universitas Negeri Sebelas Maret).

Dr. Arief Anshory Yusuf (Universitas Padjajaran Bandung).

Drs. Arywahyono, M.Si,APU. (LIPI Jakarta)

PENYELARAS TIAP BIDANG

Bidang 1. Biodiversitas Tropis dan Bioprospeksi

1. Dr. Nurtjahjo Dwi S, PgDip.AgrSc,MApp.Sc.
2. Dr.rer.nat. W. Lestari, M.Sc.
3. Hanif Nasiatul Baroroh, S.Farm., Apt., M.Sc.
4. Dr. Agus Nuryanto, S.Si. M.Si

Bidang 2. Pengelolaan Wilayah Kelautan, Pesisir dan Pedalaman

1. Dr. Agung Dhamar Syakti, DEA
2. Dr. Endang Hilmi, S.Hut., M.Si
3. Anandita Ekasanti, S.Pt., M.Si.
4. Maria Dyah Nur Meinita, S.Pi., M.Sc.

Bidang 3. Pangan, Gizi dan Kesehatan

1. Prof. Dr. Rifda Naufalin, S.P., M.Si
2. Dr.sc.agr. Condro Wibowo
3. Friska Citra Agustia, M.Sc.
4. Agnes Fitria Widiyanto, SKM., M.Sc.
5. Dr. Rumpoko Wicaksono, S.P., M.P.

Bidang 4. Energi Baru dan Terbarukan

1. Dr. Mukhtar Effendi, S.Si., M.Eng
2. Dr. Suroso, S.T., M.Eng
3. Supriyanto, S.Si., M.Si.
4. Ropiudin, S.TP., M.Si.

Bidang 5. Kewirausahaan, Koperasi dan UMKM

1. Dr. Sudarto, M.M.
2. Dr. M. Sulthan, S.IP., M.Si.
3. Dr. Ir. Kusmantoro Edy Sularso, M.S.
4. Ir. Taufik Budi Pramono, Msi
5. Akhmad Rizqul Karim, S.P., M.Sc.

Bidang 6. Rekayasa Sosial dan Pengembangan Pedesaan

1. Dr. Wahyuningrat, M.Si.
2. Dr.rer.nat. Yusuf Subagyo, M.P.
3. Dr. Slamet Rosyadi, S.Sos., M.Si
4. Rahab, SE, M.Sc
5. Dr. Agus Raharjo, SH, M.Hum
6. Prof. Dr. Muhammad Fauzan, S.H., M.Hum.

Bidang 7. Bidang Penunjang (Ilmu Murni)

1. Dr. Ing. R. Wahyu Widanarto, S.Si., M.Si
2. Ari Asnani, S.Si., M.Sc., Ph.D.
3. Dr. Idha Sihwaningrum, M.Sc.St
4. Wahyu Tri Cahyanto, S.Si., M.Si., Ph.D

NOMOR ISBN : 978 - 602 - 1643 - 14 - 3

PENGATURAN DAN PENGAWASAN LEMBAGA <i>SHADOW BANKING</i> YANG BERPOTENSI RISIKO SISTEMIK SEBAGAI UPAYA PERLINDUNGAN HUKUM NASABAH Oleh Dr. Sulistyandari,SH.,Mhum (UNSOED)	1693
WARISAN BUDAYA DAN PANDANGAN MASYARAKAT UNTUK PELESTARIANNYA Oleh Rawuh Edy Priyono (UNSOED)	1706
PENGEMBANGAN ORGANISASI PNPM MANDIRI PERDESAAN: ANTARA KEPATUHAN DAN KEMANDIRIAN Oleh Darmanto Sahat Satyawan, Ngalimun, Swastha Dharma, Mahmud Setiahadi, Rukna Hidanati (UNSOED)	1718
STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN RUMAH PANGAN LESTARI (KRPL) KELOMPOK WANITA TANI MEKAR SARI KELURAHAN BOBOSAN KABUPATEN BANYUMAS Oleh Ratna Satriani, S.P., M.Sc., Irene Kartika Eka Wijayanti, S.P.,M.P., Indah Widyarini, S.P.,M.Sc (UNSOED).....	1726
ANALISIS KELAYAKAN ASPEK PEMASARAN PENGEMBANGAN BUDIDAYA GURAMI DI KABUPATEN CILACAP Oleh Dian Purnomo Jati, Najmudin, Wartiyah (UNSOED)	1739
PELUANG DAN TANTANGAN KERJASAMA <i>SISTER CITY</i> UNTUK MENINGKATKAN PEMBANGUNAN DI KABUPATEN BANYUMAS Oleh Dr. Noer Indriati, SH.MHum (UNSOED).....	1751
✓ FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGEMBANGAN WISATA PENDIDIKAN KEBUN BIBIT DI DESA CENDANA, KAB. PURBALINGGA: TINJAUAN DARI SISI KONSUMER Oleh Poppy Arsil, Eni Sumarni, Masrukhi, dan Uli Nur Fitriyana (UNSOED)	1763
Respons sekolah terhadap anak yang berkonflik dengan hukum (Studi tentang Sikap dan Pendisiplinan Sekolah terhadap Siswanya yang Berkonflik dengan Hukum) Oleh Tri Wuryaningsih, Ratna Dewi, FX. Wardiyono (UNSOED).....	1772.
FORMASI IDENTITAS NASIONAL DALAM FILM: KAJIAN FILM <i>BIOPIC</i> TOKOH-TOKOH NASIONAL INDONESIA Oleh Aidatul Chusna, Lynda Susana W.A.F, Muhammad Taufiqurrohman, M.Hum (UNSOED)	1784
Keefektifitasan Penggunaan E-Learning of Jenderal Soedirman University Dilihat dari Perspektif Dosen yang Mengajar dan Mahasiswa yang Mengikuti Kelas <i>Fundamental Grammar</i> Oleh Mia Fitria Agustina, S. S, M. A., Ririn Kurnia Trisnawati, M. A., S. S., dan Drs. Agus Sapto Nugroho, M.Ed. TESOL (UNSOED)	1796
PENGUATAN TRANSPARANSI DAN AKUNTABILITAS PENGELOLAAN ZAKAT MELALUI PENGEMBANGAN MODEL <i>E-GOVERNANCE</i> PADA ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT DI KABUPATEN BANYUMAS Oleh Puji Lestari, Umi Pratiwi, dan Permata Ulfah (UNSOED)	1815
MEMBANGUN BUDAYA HUKUM PROGRESIF UNTUK PENERAPAN KEADILAN RESTORATIF DALAM SISTEM PERADILAN PIDANA ANAK Oleh Setya Wahyudi	

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/361148634>

Faktor yang mempengaruhi pengembangan kebun bibit di desa Cendana, Kab. Purbalingga: Tinjauan dari sisi konsumen

Conference Paper · November 2015

CITATIONS

0

READS

10

4 authors, including:



Poppy Arsil

Universitas Jenderal Soedirman

53 PUBLICATIONS 254 CITATIONS

SEE PROFILE

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Consumers' attitude and behaviour toward local food [View project](#)

**"FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGEMBANGAN WISATA
PENDIDIKAN KEBUN BIBIT DI DESA CENDANA, KAB. PURBALINGGA:
TINJAUAN DARI SISI KONSUMER"**

Oleh

Poppy Arsil, Eni Sumarni, Masrukhi, dan Uli Nur Fitriyana

Universitas Jenderal Soedirman

Program Studi Teknik Pertanian

Dr. Soeparno St, Karangwangkal

Purwokerto 53123, Jawa Tengah, Indonesia

E-mail: poppy74arsil@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengkaji faktor yang mempengaruhi pengembangan konsep wisata pendidikan kebun bibit di desa Cendana berdasarkan tinjauan konsumen. Sebanyak 100 responden pengunjung agrowisata Lembah Asri desa Serang, Kabupaten Purbalingga disurvei untuk mendapatkan persepsi mereka mengenai pengembangan kebun bibit sebagai tujuan wisata pendidikan dalam kaitan dengan konsep bauran pemasaran (produk, harga, promosi dan distribusi). Analisis data menggunakan faktor analisis yang diolah dengan menggunakan SPSS. Teknik pengambilan sampel menggunakan *judgemental sampling*. Terdapat 6 faktor yang mempengaruhi konsep pengembangan kebun bibit terkait dengan bauran pemasaran yaitu: 1) kenyamanan akses ke lokasi 2) harga, 3) paket wisata yang tersedia 4) promosi melalui media masa 5) strategi pasar dan 6) motivasi kunjungan. Ke enam faktor ini dapat dijabarkan melalui strategi perbaikan akses jalan dan tempat parkir, paket hemat wisata, promosi dan produk unggulan.

Kata kunci: agrowisata, kebun bibit, preferensi consumer.

ABSTRACT

This study investigates factors that influence the concept of agro tourism development for Cendana nursery using factor analysis. A total of a hundred respondents were involved in this study. The judgemental technique were employed to select respondents. The study identified six factors affecting the development concept of Cendana nursery 1) easy access to the nursery, 2) price, 3) various agro tourism packages available, 4) promotion through media mass, 5) marketing strategy and 6) consumers' motivation. The strategies can be involved to develop the Cendana nursery are: a) widening the road to

make the access easy, 2) various agro tourism packets available, 3) promotion and 3) flagship products.

Keywords: agro tourism, nursery, consumers' preference

PENDAHULUAN

Dinas Pertanian, Kehutanan dan Perkebunan (Dintanbunhut) Kabupaten Purbalingga memiliki berbagai aset yang dapat dikembangkan menjadi usaha bisnis. Salah satu aset dinas ini adalah kebun pembibitan yang berada di desa Cendana, Kecamatan Kutasari. Desa Cendana terletak di kaki Gunung Slamet, berbatasan langsung dengan kabupaten Banyumas. Sebelah Barat berbatasan dengan desa Sikapat, kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas. Sebelah selatan desa Limpangan, sebelah timur dengan desa Candiwulan. Secara umum desa Cendana merupakan perkebunan tropis yang dimanfaatkan untuk lahan tanaman palawija, kayu dan berbagai jenis buah-buahan seperti manggis, jambu dan jeruk.

Kebun ini terdiri dari 5 ha lahan yang dibatasi oleh jalan desa. Dua hektar lahan berada di sebelah utara jalan desa dan 3 hektar lahan berada di sebelah selatan jalan desa. Berdasarkan komunikasi pribadi dengan Bapak Zainal Abidin, kepala Dintanbunhut, yang berkantor di Jl. S Parman No 32, Purbalingga, kebun bibit desa Cendana akan dikembangkan menjadi tujuan agrowisata dengan mengusung konsep wisata pendidikan. Rencana pembangunan kebun bibit dimulai secara bertahap. Pembangunan diawali pada tahun 2015 dengan membangun *greenhouse* pada kebun sebelah utara jalan desa. Pemerintah berharap kebun bibit ini dapat menjadi media pembelajaran dan wisata bagi petani/keompok tani, sekolah atau lembaga pendidikan, pelajar, mahasiswa atau individu yang tertarik melihat atau mempelajari proses pembibitan. Fasilitas seperti taman bermain anak dan tempat parkir tujuan wisata desa Cendana juga akan disediakan. Adapun kondisi kebun bibit saat sekarang belum memiliki *greenhouse*, proses pembibitan masih berlangsung secara tradisional dengan menggunakan polybag. Permasalahan yang teridentifikasi adalah lahan digunakan untuk perkebunan tropis tanaman palawija, nilam dan pembibitan belum tertata dengan baik. Belum adanya konsep yang kuat dalam mengusung wisata pendidikan kebun Cendana. *Greenhouse* yang akan dibangun pada tahun 2015 sesuai dengan renstra dinas membutuhkan teknologi budidaya yang dapat dikenalkan kepada masyarakat, kelompok tani dan penyuluh pertanian, pelajar atau

individu yang akan datang berkunjung ke kebun bibit. Sehingga pendampingan pengembangan konsep dibutuhkan oleh dinas dengan pihak universitas agar konsep yang dikembangkan sesuai dengan permintaan pasar dalam hal ini konsumen. Pengembangan konsep wisata pendidikan kebun bibit tidak terlepas dari sisi konsumen sebagai pemakai, karena sudah merupakan aksioma bahwa konsumen merupakan sentral dari proses marketing produk dan jasa. Oleh sebab itu, kami menganggap perlu mengkaji kesukaan konsumen dalam mengembangkan konsep kebun bibit desa Cendana dengan menggunakan konsep 4 P (*product, price, place and promotion*) (Kasali, 1998; Simamora, 2003; Sumaswan, 2003). Tujuan dari penelitian ini adalah (1) mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi pengembangan wisata pendidikan kebun bibit di desa Cendana dari sudut pandang konsumen dengan menggunakan faktor analisis, (2) mengembangkan konsep bauran pemasaran 4P (*product, price, place and promotion*) untuk kebun bibit desa Cendana.

METODE PENELITIAN

Responden yang dipilih untuk penelitian ini adalah pengunjung agrowisata Lembah Asri (kebun stroberi) di desa Serang Kecamatan Karangreja. Pertimbangan yang diambil adalah 1) kebun bibit desa Cendana belum ada/terbuka untuk umum, 2) pengunjung agrowisata Lembah Asri diharapkan menjadi pengunjung potensial kebun bibit Cendana karena sama-sama berbasis wisata pertanian, 3) Agrowisata Lembah Asri juga terletak di Kabupaten yang sama (Purbalingga). Total 100 pengunjung disurvei menggunakan kuisioner terstruktur dalam rentang Januari sampai Mei 2015. Responden dipilih dengan menggunakan teknik *judgemental sampling*, berdasarkan pertimbangan dari peneliti. Pengolahan data menggunakan SPSS mengikuti prosedur yang dikembangkan oleh Allen and Bennet, 2011. Adapun sosio-demografi pengunjung agrowisata Lembah Asri dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik pengunjung Agrowisata Lembah Asri.

Informasi personal (%)			
Jenis kelamin		Pendapatan	
Laki-laki	34	<1,5 juta/bln	27
Perempuan	64	1,5-2,5 juta/bln	41
		2,5-5 juta/bulan	21
		>5 juta/bln	11

Umur (tahun)		Pekerjaan	
< 30	35	PNS	10
30-39	42	Pelajar/mahasiswa	27
40-49	10	Swasta	63
≥50	13		
Pendidikan		Asal	
SMA kebawah	64	Kab. Purbalingga	59
Diploma	10	Luar Kab. Purbalingga	41
Sarjana	16		

Tahapan analisa data dengan menggunakan faktor analisis:

1. Tes normality dan linearity untuk melihat distribusi dan kelinieran data.
2. Pengujian *Bartlett's test of sphericity* untuk menguji apakah data cocok untuk faktor analisis yang ditandai dengan nilai Barlett's test dengan signifikansi $< 0,05$.
3. Pengujian *Kaiser-Meyer-Oikin* (KMO) untuk menjelaskan jumlah varians dalam data yang dapat dijelaskan oleh faktor. Jika nilai KMO $< 0,5$ mengidentifikasi bahwa variabel tidak memiliki relasi yang kuat dengan variable yang lain dalam matrik, sehingga dibuang.
4. Analisis komunalitis untuk menghitung total variansi yang dapat dijelaskan oleh faktor dengan melihat eigen valuenya.
5. Menginterpretasikan faktor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji KMO and Bartlett's

Uji Kaiser-Meyer-Oikin (KMO) bertujuan untuk melihat apakah jumlah varian dalam data dapat dijelaskan dengan faktor-faktor yang diteliti yang ditandai dengan angka KMO –MSA $> 0,5$. Jika nilai KMO-MSA terpenuhi, maka data saling berkorelasi dan dapat dilanjutkan ke tahap faktor analisis selanjutnya. Signifikansi hasil output Barlett's test pada penelitian ini adalah 0,000 (dibawah 0,05), artinya analisis dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya

Tabel 2. Uji KMO and Bartlett's Test

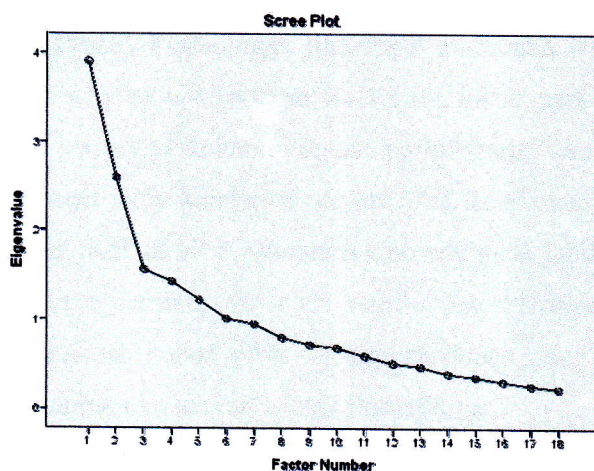
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	0.649
Approx. Chi-Square	570.906
Bartlett's Test of Sphericity	

Df	190
Sig	0.000

Selanjutnya pengujian diulangi. Variabel yang bernilai MSA di bawah 0,5 direduksi dan pengujian anti image diulangi hingga seluruh variable menghasilkan nilai MSA di atas 0,5.

Analisis communalities

Communalities merupakan nilai yang menggambarkan besarnya varians yang dapat dijelaskan oleh masing-masing variable. Misalnya variable X memiliki nilai varian 0,75 artinya 75 persen varians dari factor dapat dijelaskan oleh analisis. Syarat sebuah variable dapat digunakan untuk menjelaskan factor maka nilai eigen valuenya harus lebih besar dari 1. Jika variable memiliki nilai komunalitas yang sangat rendah maka ada baiknya melakukan analisis ulang tanpa variable tersebut. *Eigen value* merupakan nilai yang menggambarkan variasi masing-masing variable. Dalam factor analisis jika nilai *eigen value* kecil dari satu, maka factor tersebut tidak diperhitungkan dalam interpretasi hasil. Terdapat enam factor yang memiliki nilai *eigen value* besar dari 1 berdasarkan *scree plot* diagram seperti yang terlihat pada Gambar 1. Besarnya varian yang dapat dijelaskan oleh masing-masing factor tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.



Gambar 1. Scree plot diagram dan nilai *eigen value* nya.

Tabel 3. Faktor dan besarnya varian yang dapat dijelaskan

Faktor	% dari varians	Kumulatif (%)
1 2.111	11.727	11.727

2	1.875	10.414	22.142
3	1.812	10.069	32.210
4	1.449	8.048	40.259
5	.862	4.786	45.045
6	.855	4.748	49.793

Interpretasi Hasil

Enam faktor yang teridentifikasi pada Tabel 3 dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Faktor "Kenyamanan akses ke lokasi"

Faktor ini memiliki persentasi varian yang dapat dijelaskan sebesar 11,73%, paling tinggi jika dibandingkan 5 faktor lainnya. Variabel yang menyatakan "Akses menuju kebun bibit sebaiknya tidak terlalu sulit" (loading factor 0,852) memiliki hubungan yang sangat erat dengan faktor kenyamanan akses ke lokasi. Selain itu terdapat variabel lain yang penting seperti "Kenyamanan akses ke lokasi" (loading factor 0,727) dan variabel "Lokasi wisata kebun bibit sebaiknya berada di tempat yang strategis" (loading factor 0,659).

Kebun bibit Cendana terletak di desa Cendana, Kecamatan Kutasari, Kab. Purbalingga. Kebun bibit dapat ditempuh melalui jalur Jalan Raya Padamara dan Jalan raya Kutasari-Tobo. Akses kedua jalan ini sudah bagus, diaspal hotmix dengan lebar jalan bervariasi 4-8 meter. Akan tetapi, sekitar 3-5 km sebelum kebun bibit, jalannya masih merupakan jalan desa yang agak sempit. Hal ini seharusnya mendapat perhatian khusus dari Pemda Purbalingga jika ingin membuka wisata pendidikan kebun bibit. Pelebaran jalan sebaiknya dilakukan. Selain itu, lokasi parkir juga harus mendapat perhatian khusus dari pengelola kebun. Tempat parkir harus direncanakan agak besar bisa menampung berbagai jenis kendaraan seperti bus, kendaraan umum, dan motor dalam jumlah yang cukup. Kebun bibit sebenarnya berada pada jalur wisata Purbalingga yang lainnya yaitu kolam aquarium, museum reptile dan berdekatan juga dengan Owabong. Sehingga pembukaan kebun bibit diharapkan dapat mengambil perhatian pengunjung yang biasa berkunjung ke daerah wisata Purbalingga.

2. Faktor "Harga"

Faktor ini menjelaskan varian sebesar 10,41% dan menjadi faktor kedua terpenting dari pengembangan kebun bibit. Variabel seperti "Harga sebaiknya dibebankan di awal pembayaran, tetapi bebas beraktifitas di dalamnya", kemudian "Kesesuaian harga produk/jasa" juga merupakan dua variable penting dengan loading

factor sebesar 0,623 dan 0,589 berturut-turut. Variabel "Harga 50 ribu untuk buah di tempat dan makan sepuasnya" dan "Sebaiknya harga bibit kurang dari 10 ribu" merupakan variable penting lainnya dengan nilai loading factor 0,544 dan 0,502 berturut-turut.

Dari hasil analisis faktor maka pihak pengelola kebun bibit dapat menawarkan konsep harga sebagai berikut:

- a. Adanya potongan harga untuk rombongan.
 - b. Tiket masuk dapat dibedakan dua: pertama 50 ribu untuk masuk ke seluruh fasilitas yang ditawarkan dalam kebun bibit, kedua tiket masuk 5.000 rupiah tetapi setiap masuk ke wahana tertentu akan ditarik bayaran lagi.
 - c. Stand yang menjual produk seperti bibit, petik buah segar harganya berada di bawah pasaran. Misalnya petik strawberi harga 20.000 perkilo dibawah pasar tradisional sekitar 30.000 per kilo.
 - d. Stand yang mungkin dibuka untuk wisata pendidikan adalah display teknologi pembibitan, penjualan bibit tanaman, petik buah/sayur langsung, stand olahn produk kebun bibit, stand organik dan stand alat dan perlengkapan pertanian lainnya.
 - e. Penjualan bibit sangat potensial dengan harga sama atau lebih rendah dari pasaran.
3. Faktor "Paket hemat wisata"

Faktor promosi memiliki nilai varian yang dapat dijelaskan sebesar 10,07 persen. Beberapa variable penting diantaranya "Potongan harga untuk keluarga atau rombongan" (loading factor 0,818), "pilihan paket hemat wisata" (loading factor 0,793) dan "Sebaiknya harga bibit kurang dari 10 ribu" (loading factor 0,441).

Faktor paket hemat wisata dapat dikembangkan dalam bentuk:

- a. Memberikan diskon untuk pengunjung grup atau rombongan atau menawarkan paket dengan harga khusus ke lembaga pendidikan, kelompok tani atau kelompok lainnya.
 - b. Terdapat pilihan berbagai paket harga yang tersedia dan menjadi pilihan konsumen.
 - c. Harga bibit yang dijual tidak lebih dari harga pasar.
4. Faktor "Promosi melalui media massa"

Faktor ini memiliki total variance yang bisa dijelaskan sebesar 8,05% dengan variabel yang berpengaruh "Informasi melalui media massa yang tepat (pamflet, radio, tv dll)". Faktor promosi dapat dilakukan melalui media massa seperti radio dan koran lokal.

5. Faktor "Strategi Pasar"

Faktor ini memiliki persentase varian yang dapat dijelaskan sebesar 4,786%. Variabel yang dianggap penting antara lain: "Suatu kebun bibit tanaman yang baik hendaknya memiliki produk unggulan", dan variable "Harga buah/sayur/palawija yang dibawa pulang harus lebih rendah dari harga supermarket".

Produk unggulan yang ditawarkan harus sesuai dengan kondisi lahan dan geografis kebun bibit. Kebun bibit Cendana terletak di kaki Gunung Slamet pada ketinggian +225m dpl. Pada saat ini tanaman yang ada di kebun bibit adalah kopi, nilam dan merica. Kedua tanaman ini dapat dijadikan unggulan karena sudah menghasilkan. Produk unggulan lain seperti sayuran bayam merah, pokcoy yang dapat dikembangkan dengan teknologi aeroponik atau hidroponik dan buahan seperti strawberry.

6. Faktor "Motivasi kunjungan"

Faktor ini memiliki varian yang dapat dijelaskan sebesar 4,75%. Variable seperti "Saya mengambil keputusan berkunjung ke tempat wisata sesuai dengan keinginan sendiri" merupakan variable yang kuat pada factor ini.

KESIMPULAN

Terdapat 6 faktor yang mempengaruhi konsep pengembangan kebun bibit terkait dengan marketing mix yaitu: 1) kenyamanan akses ke lokasi 2) harga, 3) paket hemat wisata 4) promosi melalui media masa 5) strategi pasar dan 6) motivasi kunjungan. Ke enam faktor ini dapat dikembangkan melalui perbaikan akses jalan dan tempat parkir, paket hemat wisata yang tersedia, promosi dan produk unggulan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini didanai dari Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Berbasis Riset tahun 2015 yang didanai dari BLU Universitas Jenderal Soedirman dengan surat perjanjian penugasan nomor 1797/UN23.14/PM/2015. Kami mengucapkan terima kasih kepada pihak Universitas Jenderal Soedirman atas bantuan dana penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Allen, P., & K. Bannett. 2010. *PASW Statistics by SPSS: A practical guide version 18.0*. Cengage Learning. Melbourne.

Kasali, R. 1998. *Membidik Pasar Indonesia : Segmentasi, Targetting dan Positioning*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Simamora, B. 2003. *Membongkar Kotak hitam Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta : Ghalia Indonesia dan MMA IPB.



**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN**

Sertifikat

Diberikan kepada

Poppy Arsil

Sebagai

PEMAKALAH

SEMINAR NASIONAL

**PENGEMBANGAN SUMBER DAYA PEDESAAN DAN
KEARIFAN LOKAL BERKELANJUTAN V**

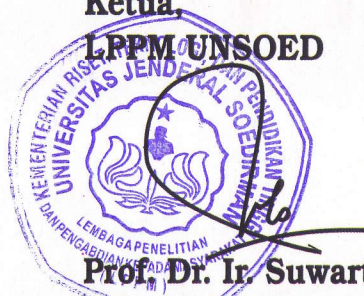
Purwokerto 19 - 20 November 2015

**Rektor,
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN**



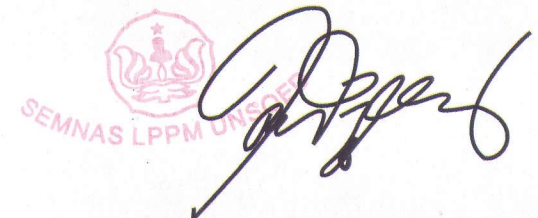
**Dr. Ir. Achmad Iqbal, M.Si.
NIP. 19580331 198702 1 001**

**Ketua,
LPPM UNSOED**



**Prof. Dr. Ir. Suwanto, M.S.
NIP. 19600505 198601 1 002**

Ketua Panitia



**Dr. Rawuh Edy Priyono, M.Si.
NIP. 19601229 198803 1 003**

REVISION NOTE

Dear editor,

We would like to thank for the opportunity to revise the manuscript.

We would like also to thank and express our appreciation to Reviewers #1 and #2 for their comments and valuable suggestion. We have addressed point-by-point Reviewer #1 and #2 comments with all changes highlighted in red colour. Our responses to Reviewer #1 and #2 are detailed below:

Reviewer #1:

1. Pendahuluan: Describe the urgency or importance of this study more

Authors' response

Thank you. We have added some information related to the importance of food and beverage sector to Bandung local economy. The revision sentences has been marked with red colour.

Original sentences

Local food system offers some benefits both for consumers and producers such as health benefits, food quality, empowering local communities and environmental benefits due to the shorter distance of food travels (Feenstra 1997). Indonesian consumers perceived locally grown produce as cheaper and good quality products than national or imported foods (Arsil *et al.* 2014a). This is consistent with previous studies reporting that local foods were cheaper than other products and had better quality (Ostrom 2006; Seyfang 2004; Trobe 2001). The local food movement is strongly indicated in some developed countries like the United States and some European countries. Although Arsil *et al.* (2014b) revealed the motives of Indonesian consumers particularly Javanese ethnic group-when purchasing local foods for daily eating, there is a limited study that examines what the motives behind eating local foods at restaurants. Therefore this study is aimed to examine the consumers motivation when eating local foods at restaurants using MEC analysis.

Revised sentences

Local food system offers some benefits both for consumers and producers such as health benefits, food quality, empowering local communities and environmental benefits due to the shorter distance food travels from the farm to consumer (Feenstra 1997; Trobe 2001). Indonesian consumers perceived locally grown products to be of higher quality and cheaper than national or imported food (Arsil *et al.* 2014a). Although Arsil *et al.* (2014b) revealed the motives of Indonesian consumers - particularly Javanese ethnic group- when purchasing local food for daily eating, there have been very few studies that examine what the motives behind eating local food at restaurants. **Culinary and**

food tourism have an important role in the urban creative economy in Bandung city. These are also supported by local government program called “cullinary night” and “Asia Africa car free night” that has been promoted since April 2015. The availability of various types of restaurants such as cafeteries, fast food restaurants, family restaurants and street food stalls offer customers a wide choice of options. Value added gross of food and beverage in 2015 reached 8.93 trillion rupiah according to Bandung Central Bureau of Statistics. This contributed 4.56% to local economy with the growth rate was 8.23% in 2015 (Central Bureau of Statistics, 2016). Therefore, this study is aimed to examine the consumer motivation when eating local food at restaurants in Bandung using MEC analysis.

2. The baseline characteristics of the respondents should be shown in the result section, not in the method. Better to show n(%)

Authors’ response

Thank you. We have moved the Table 1 to the result and discussion section and the data are presented in percentage.

3. Metode: Analysis using the MEC method should be ellaborated further in this section.

Authors’ responses

Thank you for the suggestion. We have added some information with respect to the steps of MEC analysis in the methods section. The added information has been marked in red colour.

Original sentence

MEC Procedures Employed

Soft laddering method of administration were used in the laddering interview using triadic sorting by providing pictures of local, national and imported foods. Respondents then asked what foods they prefer to consume when eating at restaurants. Distinction will generated based on the attributes identified by respondents between three sets of food products. A standard of laddering question, “Why is this element important for you?” was asked to generate a ladder. Network analysis approach was used in order to interpret the HVMs.

Revised sentences

MEC Procedures Employed

Soft laddering method of administration were used in the laddering interview using triadic sorting by providing pictures of local, national and imported foods. Respondents were then asked what food they prefer to consume when eating at restaurants. Distinction will be generated based on the attributes identified by respondents between three sets of food products. A standard of laddering

question, “Why is this element important for you?” was asked to generate a ladder. Network analysis approach was used in order to interpret the HVMs. The basic step analysis of MEC can be summarized as follows (Gutman 1982; Reynolds & Gutman 1988):

Step 1: laddering methods of administration

Step 2: content analysis procedures to code the raw data from laddering interview into attributes (A), consequences (C) and values (V).

Step 3: summation of the A-C-V links into an implication matrix and generating HVM by calculating abstractness ratio (AR) and centrality index (CI)

Step 4: HVM interpretation by determining the main pathways of the HVM.

Attributes can be referred to characteristic of a product that can be tangible or intangible such as length, width, taste and price (Ha & Jang 2013). Consequences are the outcome of consuming or using a product or service used to achieve personal values of the consumers (Rokeach 1973).

Reviewer #2

1. Background is too long, good, but needs to be shortened.

Authors' response

Thank you for the suggestion. We have shortened the introduction section and added information regarding the importance of restaurants for local economy in Bandung city .

Original sentences

Local food system offers some benefits both for consumers and producers such as health benefits, food quality, empowering local communities and environmental benefits due to the shorter distance of food travels (Feenstra 1997). Indonesian consumers perceived locally grown produce as cheaper and good quality products than national or imported foods (Arsil *et al.* 2014a). This is consistent with previous studies reporting that local foods were cheaper than other products and had better quality (Ostrom 2006; Seyfang 2004; Trobe 2001). The local food movement is strongly indicated in some developed countries like the United States and some European countries. Although Arsil *et al.* (2014b) revealed the motives of Indonesian consumers particularly Javanese ethnic group-when purchasing local foods for daily eating, there is a limited study that examines what the motives behind eating local foods at restaurants. Therefore this study is aimed to examine the consumers motivation when eating local foods at restaurants using MEC analysis.

Revised sentences

Local food system offers some benefits both for consumers and producers such as health benefits, food quality, empowering local communities and environmental benefits due to the shorter distance food travels from the farm to consumer (Feenstra 1997; Trobe 2001). Indonesian consumers

perceived locally grown products to be of higher quality and cheaper than national or imported food (Arsil *et al.* 2014a). Although Arsil *et al.* (2014b) revealed the motives of Indonesian consumers - particularly Javanese ethnic group- when purchasing local food for daily eating, there have been very few studies that examine what the motives behind eating local food at restaurants. Culinary and food tourism have an important role in the urban creative economy in Bandung city. These are also supported by local government program called “cullinery night” and “Asia Africa car free night” that has been promoted since April 2015. The availability of various types of restaurants such as cafeteries, fast food restaurants, family restaurants and street food stalls offer customers a wide choice of options. Value added gross of food and beverage in 2015 reached 8.93 trillion rupiah according to Bandung Central Bureau of Statistics. This contributed 4.56% to local economy with the growth rate was 8.23% in 2015 (Central Bureau of Statistics, 2016). Therefore, this study is aimed to examine the consumer motivation when eating local food at restaurants in Bandung using MEC analysis.