

Wisata pendidikan

by Poppy Arsil

Submission date: 19-Oct-2022 04:56PM (UTC+0700)

Submission ID: 1929526210

File name: I_PENGEMBANGAN_WISATA_PENDIDIKAN_KEBUN_BIBIT_DI_DESA_CENDANA.pdf (359.27K)

Word count: 2244

Character count: 14052

1

Prosiding Seminar Nasional

"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan V: 19-20 November 2015
Purwokerto

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

1

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

4
E-mail: poppy74arsil@gmail.com

ABSTRAK

1
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 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 Cendanan nursery using factor analysis. A total of a hundred respondents were involved in this study. The judgemental technique were employed to select respondent. The study identified six factors affecting the development concept of Cendana nursery 1) essay acces 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: 1) widening the road to

make the access easy. 2) various agro tourism packets available, 3) promotion and 4) flagship product.

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 Limpanagn, 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 3hektar lahan berada di sebelah selatan jalan desa. Berdasarkan komunikasi pribadi dengan Bapak Zainal Abidin, kepala Dintanbunhut, yang berkantor fi Jl. S. Parman N0. 32, Purbalingga, kebun bibit desa Cendanan 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/kelompok 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 fiadisional 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 oasar 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 berbasiskan wisata pertanian, 3) Agrowisata Lembah Asri juga terletak di Kabupaten yang sama (Purbalingga). Total 100 pengunjung disurvei menggunakan kuisisioner 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 variabel yang lain dalam matrik, sehingga dibuang.
4. Analisis komunalitas 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 Barlett's Test

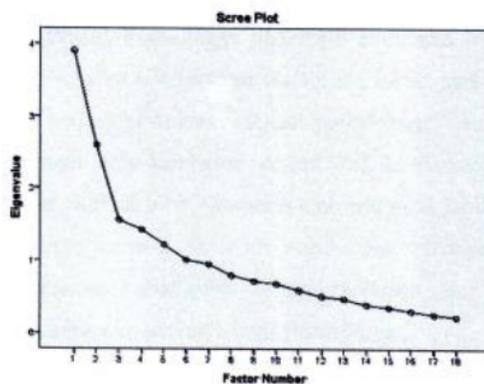
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	0.649
Approx. Chi-Square	570.906
Bartlett's Test of Sphericity	

Df	190
Sig	0.000

Selanjutnya pengujian diulangi. Variabel yang bernilai MSA di bawah 0,5 direduksi dan pengujian anti image diulangi hingga seluruh variabel 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 faktor 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

factir sebesar 0,623 dan 0,589 berturut-turut. Variabel 1 "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 tadisional sekitar 30.000 per kilo.
 - d. Stand yang mungkin dibuka untuk wisata pendidikan adalah display teknologi pembibitan, pejualan bibit tanamaru petik buah/sayur langsung stand olahan 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" (oading factor 0,441).

Faktor paket hemat wisata dapat dikembangkan dalam bentuk:

- a. Memberikan diskonan 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 djual 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. Bannet. 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

Wisata pendidikan

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper	6%
2	repository.unsoed.ac.id Internet Source	1%
3	skripsi-baru.blogspot.com Internet Source	1%
4	semnas.big.go.id Internet Source	<1%
5	arlieess.wordpress.com Internet Source	<1%
6	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1%
7	adoc.pub Internet Source	<1%
8	core.ac.uk Internet Source	<1%
9	repository.its.ac.id Internet Source	<1%

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On