

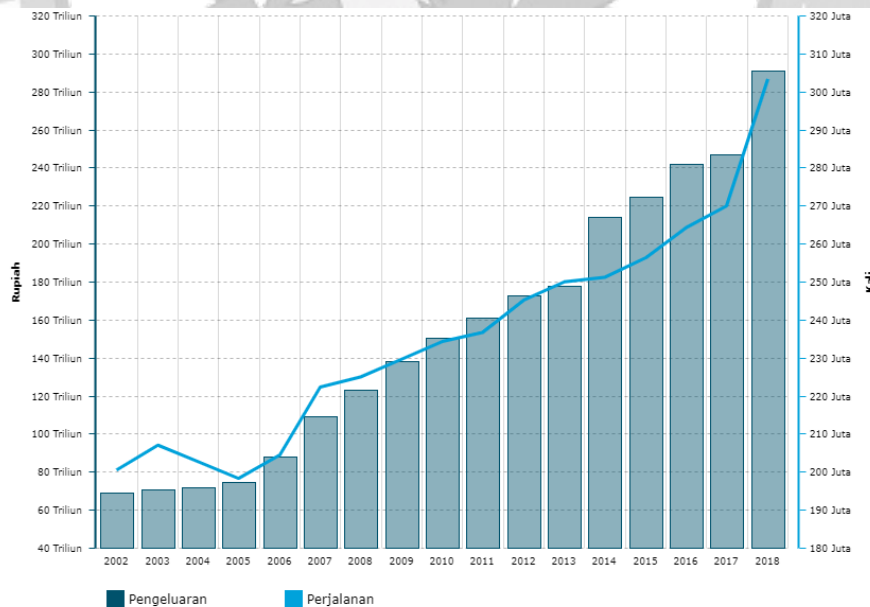
BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pariwisata terus berkembang setiap tahunnya. Pada tahun 2018 tercatat wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia mencapai 15.810.305 wisatawan dan mengalami kenaikan di tahun 2019 yang tercatat sebanyak 16.106.954 wisatawan.

GAMBAR 1
Jumlah Perjalanan dan Pengeluaran Wisatawan Nusantara 2012-2018



Sumber: Badan Pusat Statistik (2019)

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah perjalanan wisatawan nusantara pada 2018 tumbuh 12,37% dibandingkan tahun sebelumnya dan, dalam lima tahun (2013-2018) perjalanan wisatawan nusantara telah meningkat lebih dari 21%. Pembelanjaan wisatawan nusantara pada 2018 juga tumbuh 12,89% dibandingkan dengan tahun sebelumnya, dan dalam lima tahun terakhir (2013-2018), pembelanjaan wisatawan nusantara meningkat 63,6%, dari Rp 246,85 triliun menjadi Rp 291 triliun. Proyeksi dari data diatas dapat dilihat di Gambar 1.

Hal ini juga mendukung data sumbangan devisa negara dari sektor pariwisata yang tercatat bahwa, pada tahun 2018 sektor pariwisata menyumbang sebesar USD17 miliar atau dalam rupiah Rp 241,2 triliun. *World Travel & Tourism Council* melansir data pariwisata Indonesia yang menempati peringkat ke-9 di dunia sebagai negara yang tercepat tumbuh, menempati peringkat ke-3 di Asia dan peringkat ke-1 di kawasan Asia Tenggara. Tahun 2019, *World Economic Forum* melansir data indeks daya saing perjalanan dan pariwisata 140 negara yang terlibat dengan pengukuran berbagai faktor dan kebijakan, Indonesia menempati peringkat ke-40 yang sebelumnya Indonesia di peringkat 42 dan Indonesia di bidang pariwisata mendapatkan predikat sebagai negara yang paling mengalami perbaikan di bagian kebersihan.

Pariwisata terdapat beberapa jenis, salah satunya adalah agrowisata. Menurut Kizos dan Losifides (2007), agrowisata merupakan kegiatan wisata berskala kecil, keluarga dan koperasi yang dikembangkan di daerah pedesaan oleh orang-orang yang bekerja di bidang pertanian.

Menurut siaran pers dari Kementerian Pariwisata (2019), sektor pariwisata telah ditetapkan sebagai sektor unggulan penyumbang ekonomi bagi negara oleh pemerintah dan telah melampaui sektor minyak sawit mentah. Selain sektor pariwisata, produksi komoditi juga menjadi salah satu penyumbang devisa negara yang terus mengalami peningkatan. Salah satu komoditi yaitu peternakan sapi perah yang terdapat peningkatan produksi susu segar dari peternakan sapi perah. Produksi susu segar terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2017, Indonesia memproduksi susu segar sebanyak 928.108,13 ton, tahun 2018 meningkat menjadi 951.003,95 ton, dan tahun 2019 Indonesia memproduksi susu segar mencapai 996.442,44. Selain susu segar dari sapi perah, di bidang perkebunan sayuran juga terus mengalami peningkatan. Peningkatan bidang perkebunan sayuran dapat dilihat di Gambar 2.

GAMBAR 2

Luas lahan perkebunan sayuran di Indonesia dari 2015-2019

No.	Komoditas/ Commodities	Tahun/Year					Pertumbuhan/ Growth
		2015	2016	2017	2018	2019	2019 over 2018 (%)
1	Bawang Merah	122,126	149,635	158,172	156,779	159,195	1.54
2	Bawang Putih	2,563	2,407	2,146	5,013	12,280	144.96
3	Bawang Daun	52,895	57,510	60,953	63,261	60,358	-4.59
4	Kentang	66,983	66,450	75,611	68,683	68,223	-0.67
5	Kubis	64,625	71,934	90,838	66,110	64,991	-1.69
6	Kembang Kol	11,195	11,990	13,466	12,531	14,496	15.68
7	Petai/Sawi	58,652	60,600	61,133	61,047	60,871	-0.29
8	Wortel	30,280	31,814	30,654	35,876	41,354	15.27
9	Lobak	1,427	1,285	3,052	1,499	1,541	2.80
10	Kacang Merah	15,637	17,379	13,596	13,064	12,383	-5.21
11	Kacang Panjang	63,177	60,923	56,111	53,405	51,359	-3.83
12	Cabe Besar	120,847	123,404	142,547	137,596	133,434	-3.02
13	Cabe Rawit	134,869	136,818	167,600	172,847	166,943	-3.42
14	Paprika	183	117	257	350	656	87.43
15	Jamur	536	467	475	440	462	5.00
16	Tomat	54,544	57,688	55,623	54,158	54,780	1.15
17	Terung	45,919	44,829	43,905	44,535	43,954	-1.30
18	Buncis	25,645	25,104	23,746	25,014	24,635	-1.52
19	Ketimun	43,573	42,214	39,809	39,850	39,118	-1.84
20	Labu Siam	9,436	8,828	8,917	8,002	8,431	5.36
21	Kangkung	48,996	52,542	47,805	48,575	49,131	1.14
22	Bayam	42,138	43,458	40,608	39,725	39,405	-0.81

Sumber: Kementerian Pertanian Republik Indonesia (2019)

Dari penjabaran di atas, peternakan sapi perah dan perkebunan sayuran dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata berbasis agrowisata. Menurut Wall (2000), agrowisata adalah penyediaan peluang pariwisata di lahan

pertanian. Aktivitas agrowisata adalah aktivitas yang dapat dilaksanakan dengan menggunakan lahan pertanian atau fasilitas yang berkaitan dengan perkebunan yang dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan seperti memetik buah dan memberi makan hewan ternak (Astuti, 2014). Selain menjadi daya tarik wisata, kawasan agrowisata dapat dikemas menjadi wisata edukasi yang memberikan pengetahuan lebih dalam tentang peternakan, perkebunan dan pertanian.

Berdasarkan penjelasan di atas penulis memiliki ide untuk membangun sebuah agrowisata yang di dalamnya terdapat sebuah peternakan sapi perah dan perkebunan sayur, buah dan bunga di kawasan Bogor. Di kawasan Bogor belum banyak terdapat daya tarik wisata yang berbasis agrowisata. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1, daya tarik wisata agrowisata di daerah Bogor masih memiliki satu jenis saja yaitu perkebunan.

TABEL 1
Daftar Daya Tarik Wisata Agrowisata Bogor 2020.

No.	Nama Daya Tarik Agrowisata	Lokasi	Fasilitas	Luas Kawasan (Ha)
1.	Agrowisata Gunung Mas	Puncak, Bogor	Kebun Teh	500
2.	Taman Buah Mekarsari	Cileungsi, Bogor	Kebun buah, wisata air, wisata bermain, wisata berkendara.	264
3.	Taman Bunga Nusantara	Cianjur, Bogor	Taman bunga bertema, menara pandang, rumah kaca.	35
4.	Taman Wisata Matahari	Puncak, Bogor	Wisata edukasi, wisata air, wahana permainan, wahana petualangan.	40

Sumber: Hasil Olahan Data (2020)

Agrowisata ini akan dikembangkan di daerah Kota Bogor. Ketersediaan lahan yang sesuai dengan kebutuhan agrowisata masih banyak terdapat pilihan, selain itu, harga sewa tanah di Kota Bogor dengan lokasi yang strategis masih

terjangkau dibanding dengan daerah lainnya. Peningkatan ekonomi di bidang pariwisata memungkinkan untuk dibukanya sebuah daya tarik wisata dan di Bogor.

Agrowisata ini akan dinamakan Agrowisata Kebon Urang. Dalam agrowisata yang akan dibangun ini, wisatawan yang berkunjung dapat mengetahui bagaimana susu segar diproduksi, kemudian wisatawan juga dapat mengetahui proses produksi sayuran dan buah, serta perawatan tanaman bunga yang ada di kawasan agrowisata ini. Daya tarik wisata ini akan memberikan pengalaman yang baru bagi wisatawan dari warga Bogor ataupun wisatawan dari daerah lainnya. Selain menyajikan edukasi dan pengalaman yang baru, wisatawan dapat menikmati hasil produksi peternakan dan perkebunan ini. Daya tarik wisata ini akan memberikan kenyamanan bagi wisatawan dengan desain peternakan dan perkebunan yang unik, nyaman dan mudah diakses oleh wisatawan dengan harga yang terjangkau.

B. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Dalam menjalankan suatu bisnis, perlu adanya tujuan dalam penyusunan studi kelayakan bisnis untuk mempermudah menjalankan bisnis kedepannya. Studi kelayakan bisnis ini memiliki 2 tujuan, yaitu tujuan utama (*Major Objectives*) dan sub tujuan (*Minor Objectives*).

1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

a. Aspek Pemasaran

Menganalisis kelayakan bidang target pasar yang akan dituju, kesesuaian produk dengan tren target pasar, penawaran yang diberikan oleh pesaing, strategi pemasaran (8P) yang harus dilakukan

serta melihat kondisi politik, ekonomi, sosial maupun lingkungan dalam target pasar.

b. Aspek Operasional

Menganalisis kelayakan kegiatan, fasilitas, pemilihan lokasi, produk dan teknologi yang akan digunakan.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Menganalisis kelayakan struktur organisasi, perekrutan tenaga kerja, deskripsi pekerjaan, serta program pelatihan dan pengembangan bagi karyawan.

d. Aspek Keuangan

Menganalisis kelayakan dari sudut jumlah dana yang dibutuhkan untuk merealisasikan ide bisnis, membuat anggaran biaya operasional, proyeksi pendapatan serta laporan keuangan, *break-even point*, analisis investasi, dan juga manajemen kemungkinan risiko yang akan terjadi.

2. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

a. Mengembangkan jiwa kewirausahaan

b. Membuka lapangan pekerjaan untuk mensejahterakan masyarakat sekitar

c. Mendapatkan profit dari bisnis yang dijalankan

d. Turut serta pengembangan pariwisata berkelanjutan

e. Memperkenalkan lebih dalam lagi tentang peternakan dan perkebunan kepada wisatawan

C. Metodologi

Studi kelayakan bisnis harus memiliki data yang akurat dan *valid*, sehingga hasil akhir yang dihasilkan dapat dipercaya. Ada dua teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam studi kelayakan bisnis ini, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 38), data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama dengan menggunakan beberapa metode seperti, wawancara, observasi, dan kuesioner. Studi kelayakan bisnis ini hanya akan menggunakan 2 metode pengumpulan data primer yaitu, observasi dan kuesioner

a. Observasi

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal.127), observasi mementingkan pengawasan, rekaman, analisis interpretasi sikap, aksi atau event yang telah direncanakan.

b. Kuesioner

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal.38) dikatakan bahwa, sebuah kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang dirumuskan sebelumnya dimana responden mencatat jawaban mereka dengan alternatif yang lebih dekat/cermat.

Kuesioner sendiri dibagi menjadi beberapa macam sebagai berikut:

1) *Mail and electronic questionnaire*

yaitu, kuesioner yang digunakan saat respondennya mencakup wilayah geografis yang luas melalui berbagai media.

2) *Personally administered questionnaire*

yaitu, kuesioner yang disebarakan langsung oleh peneliti kepada responden dan dikumpulkan langsung dalam jangka pendek.

Lalu, untuk menentukan responden untuk mengisi sejumlah kuesioner, perlu menentukan populasi ataupun sampel. Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 236-237) dikatakan bahwa, populasi merupakan kelompok yang terdiri dari orang atau acara ataupun sesuatu yang menimbulkan ketertarikan untuk meneliti. Sedangkan sampel, menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 237) adalah bagian dari populasi yang meliputi beberapa anggota yang sudah dipilih. Dengan kata lain, hanya beberapa, tidak semua elemen dari populasi membentuk sampel.

Adapun beberapa teknik pengumpulan sampel seperti:

1) *Probability Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 242), *Probability Sampling* digunakan saat elemen dalam suatu populasi sudah diketahui dan setiap anggota memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Untuk melakukan teknik *sampling* ini ada beberapa metode yaitu:

a) *Simple Random Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 242), metode *sampling* ini digunakan saat jumlah elemen dalam populasi telah diketahui dan setiap elemen memiliki kesempatan yang untuk dipilih sebagai sampel.

b) *Systematic Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 243), metode *sampling* ini digunakan dengan memilih semua elemen dari populasi secara acak antara 1 dan n, selanjutnya dipilih elemen berikutnya dengan jarak yang sama.

c) *Stratified Random Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 244), metode *sampling* ini mencakup proses stratifikasi yang diikuti oleh pemilihan acak sampel-sampel dari setiap strata.

d) *Cluster Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 246), metode *sampling* ini dilakukan dengan cara membagi target populasi menjadi kelompok-kelompok sampel dengan tiap kelompok memiliki karakteristik yang homogen.

2) *Non Probability Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 247), teknik *sampling* ini digunakan saat jumlah elemen dalam suatu populasi tidak diketahui secara pasti, sehingga setiap anggotanya tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

Untuk melakukan *sampling* ini ada dua metode yaitu:

a) *Convenience Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 247), metode ini meliputi pemilihan sampel secara bebas dalam suatu

populasi dengan mendapatkan data yang diinginkan dengan mudah dan cepat.

b) *Purposive Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 248), metode ini membatasi sampelnya untuk orang-orang tertentu dengan informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan sebuah penelitian.

Jenis kuesioner yang akan digunakan adalah *mail and electronic questionnaires* dengan teknik pengumpulan sampel *non-probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 247), aturan untuk pengukuran sampel yang *valid* dan *reliable* adalah jumlah indikator dikalikan sepuluh untuk hasil yang akurat. Jadi, jumlah kuesioner yang harus disebar dengan jumlah indikator.. pertanyaan adalah ... kuesioner.

2. Data Sekunder

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 38) dikatakan bahwa, data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan tidak perlu dikumpulkan oleh peneliti. Data-data tersebut bisa didapatkan dengan pergi ke perpustakaan, dari Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, dan lain-lain.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pariwisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Menurut Cook, Hsu & Taylor (2018), pariwisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan oleh manusia menuju tempat yang diluar tempat biasanya beraktivitas. Kebutuhan yang diperlukan dan kegiatan yang dilakukan di destinasi tujuan dibuat untuk memenuhi kebutuhan berwisata.

Menurut *United Nations World Tourism Organization* (2020), pariwisata adalah fenomena social, budaya, dan ekonomi yang memerlukan perpindahan orang ke negara atau di luar lingkungan yang biasanya bertujuan pribadi atau bisnis atau professional.

2. Daya Tarik Wisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan, Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Menurut Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata, daya tarik wisata adalah segala sesuatu

yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Menurut Cook, Hsu & Taylor (2018), daya tarik wisata adalah lokasi natural, objek, atau fasilitas yang dibangun yang memiliki daya tarik khusus baik bagi wisatawan maupun pengunjung lokal.

3. Jenis-Jenis Pariwisata

Menurut Indraswara (2008), pariwisata dapat dibagi menjadi 6 kategori, yaitu:

a. Wisata Budaya

Jenis pariwisata dimana motivasi untuk melakukan perjalanan disebabkan karena adanya daya tarik dari seni budaya suatu tempat atau daerah.

b. Wisata Konvensi

Jenis pariwisata yang dikaitkan dengan kegiatan perdagangan baik nasional maupun internasional, dimana sering diadakan kegiatan pameran, seminar dan kegiatan lainnya.

c. Wisata Kesehatan

Jenis pariwisata ini bertujuan untuk menyembuhkan suatu penyakit dengan kegiatan seperti mandi di sumber air panas, mandi di lumpur atau mandi susu di Eropa.

d. Wisata Bahari

Jenis pariwisata yang memiliki tujuan utama matahari, laut dan pasir dan memiliki kesamaan bentuk yang pada intinya adalah keselarasan

atau penggabungan antara sektor perairan, perikanan, dan sektor pariwisata.

e. Wisata Alam

Jenis pariwisata ini adalah bentukan-bentukan alam seperti sungai, danau, hutan, perkebunan dengan upaya mencari ketenangan dan kebahagiaan.

f. Wisata Kota

Jenis pariwisata ini memiliki tujuan kota-kota metropolitan, ibukota negara dan kota-kota bersejarah yang merupakan tujuan wisata yang paling penting. Wisatawan berkunjung ke daerah ini dengan motivasi hiburan dan kegiatan malamnya, mengapresiasi atraksi budaya, dan sejarah kota.

4. Agrowisata

Menurut Wall (2000), agrowisata merupakan penyediaan peluang pariwisata di lahan pertanian. Menurut Jurnal Dinamika Pembangunan Vol.1 No.1 2014 tentang Potensi Agrowisata Dalam Meningkatkan Pengembangan Pariwisata, agrowisata meliputi aktivitas yang dilaksanakan dengan menggunakan lahan pertanian atau fasilitas terkait perkebunan yang dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan. Agrowisata memiliki beragam aktivitas, seperti memetik buah stroberi, jagung, dan memberi makan hewan ternak.

Menurut Kizos dan Losifides (2007), agrowisata merupakan kegiatan wisata berskala kecil, keluarga dan koperasi yang dikembangkan di daerah pedesaan oleh orang-orang yang bekerja di bidang pertanian.

5. Kriteria Kawasan Agrowisata

Menurut Bappenas (2004), kawasan agrowisata merupakan suatu kawasan yang memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Memiliki potensi atau basis kawasan di sektor agro baik pertanian, hortikultura, perikanan maupun peternakan, misalnya:
 - a. Sub sistem usaha pertanian primer (*on farm*) yang antara lain terdiri dari pertanian tanaman pangan dan hortikultura, perkebunan, perikanan, peternakan dan kehutanan.
 - b. Sub sistem industri pertanian yang antara lain terdiri industri pengolahan, kerajinan, pengemasan, dan pemasaran baik lokal maupun ekspor.
 - c. Sub sistem pelayanan yang menunjang kesinambungan dan daya dukung kawasan baik terhadap industri & layanan wisata maupun sektor agro, misalnya transportasi dan akomodasi, penelitian dan pengembangan, perbankan dan asuransi, fasilitas telekomunikasi dan infrastruktur.
2. Adanya kegiatan masyarakat yang didominasi oleh kegiatan pertanian dan wisata dengan keterkaitan dan ketergantungan yang cukup tinggi. Kegiatan pertanian yang mendorong tumbuhnya industri pariwisata, dan sebaliknya kegiatan pariwisata yang memacu berkembangnya sektor agro.
3. Adanya interaksi yang intensif dan saling mendukung bagi kegiatan agro dengan kegiatan pariwisata dalam kesatuan kawasan. Berbagai

kegiatan dan produk wisata dapat dikembangkan secara berkelanjutan.

6. Syarat Kawasan Agrowisata

Kawasan agrowisata harus memenuhi beberapa syarat, yaitu:

1. Memiliki sumber daya lahan dengan agroklimat yang sesuai untuk mengembangkan komoditi pertanian yang akan dijadikan komoditi unggulan.
2. Memiliki prasarana dan infrastruktur yang memadai untuk mendukung pengembangan sistem dan usaha agrowisata, seperti: jalan, sarana irigasi/pengairan, sumber air baku, pasar, terminal, jaringan telekomunikasi, fasilitas perbankan, pusat informasi pengembangan agribisnis, sarana produksi pengolahan hasil pertanian, dan fasilitas umum serta fasilitas sosial lainnya.
3. Memiliki sumberdaya manusia yang berkemauan dan berpotensi untuk mengembangkan kawasan agrowisata.
4. Pengembangan agrowisata tersebut mampu mendukung upaya-upaya konservasi alam dan kelestarian lingkungan hidup bagi kelestarian sumberdaya alam, kelestarian sosial budaya maupun ekosistem secara keseluruhan.

7. Konsep Bisnis

Agrowisata Kebon Urang merupakan daya tarik wisata yang berbasis peternakan, perkebunan dan pertanian. Agrowisata Kebon Urang menawarkan wisata edukasi perkebunan sayur, buah dan bunga dan peternakan sapi perah melalui paket-paket yang di dalamnya terdapat

aktivitas seperti menanam sayur, memetik buah, memberi pakan sapi perah. Wisatawan yang berkunjung dapat mengenal lebih dalam tentang perkebunan dan peternakan melalui pemandu wisata dan *gardener* yang berada di area Agrowisata Kebon Urang. Selain itu, Agrowisata Kebon Urang tersedia fasilitas yang memadai bagi wisatawan, seperti lahan parkir yang luas, toilet, dan *cafeteria* yang nyaman.

