

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menyatakan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Menurut Cook, Hsu, dan Taylor (2018, hal. 5), pariwisata adalah kegiatan perpindahan sementara yang dilakukan oleh manusia menuju tempat di luar tempat kerja dan tempat tinggal, melakukan aktivitas di destinasi tersebut, dan terdapat fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan mereka.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai COVID – 19 yang dilakukan oleh *Department of Homeland Security* dari pemerintah Amerika Serikat, dinyatakan bahwa tingginya suhu udara dan sinar matahari, serta kelembaban udara sangat mempengaruhi berhentinya penyebaran COVID – 19. Dapat disimpulkan bahwa COVID – 19 tidak dapat bertahan lama pada cuaca panas dan hal ini didukung dengan kondisi Indonesia yang memiliki iklim tropis dengan ciri – ciri suhu udara panas, udara lembab, dan kaya akan sinar matahari (Saputra, 2020).

Asisten Deputi Infrastruktur Pengembangan Wilayah Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi, Djoko Hartoyo mengatakan bahwa tren pariwisata dunia termasuk Indonesia telah berubah

karena pandemi COVID – 19. Tempat wisata *outdoor* dan wisata alam (*adventure*) yang meningkatkan kebugaran tubuh seperti yoga, *hiking*, bersepeda, dan menikmati agrowisata diprediksi menjadi tujuan utama wisatawan setelah pandemi COVID – 19 berakhir. Menghadapi era *new normal*, wisatawan diprediksi akan lebih memilih melakukan perjalanan jarak dekat dengan waktu tempuh singkat. Penerapan protokol kesehatan secara ketat dan meningkatkan kebersihan juga dilakukan di sekitar daya tarik wisata. (Fikri, 2020).

Pandemi COVID – 19 sangat memengaruhi aspek kehidupan manusia. Protokol kesehatan yang diterapkan mengurangi kegiatan manusia, terutama kontak fisik. Kapasitas penggunaan tempat wisata juga dikurangi demi mengurangi penyebaran virus. Kondisi ini memunculkan tren teknologi yang dapat mendukung sarana dan prasarana pada saat melakukan kegiatan wisata. Teknologi *augmented reality* dipergunakan sebagai pengganti pemandu wisata dan dilengkapi dengan informasi yang dapat diakses melalui fitur pada ponsel pengunjung (Audya, 2020).

Penggunaan teknologi *augmented reality* (AR) memberi dampak positif bagi ekonomi dari segi produktivitas, daya saing, inovasi, dan penyediaan layanan baru. *Augmented reality* adalah teknologi yang memperluas dunia fisik dengan menambahkan lapisan informasi digital tanpa menciptakan lingkungan buatan. *Augmented reality* muncul di lingkungan yang sudah ada dengan penambahan suara, video, dan grafik. Salah satu jenisnya adalah *marker – based augmented reality* yang menggunakan kamera dan penanda visual, seperti *QR code*. Contoh

penerapan teknologi *augmented reality* dalam bentuk permainan adalah *Pokemon Go* (Baharsyah, 2019).

Penggunaan teknologi *augmented reality* dapat memberikan informasi yang lebih menarik dan memberikan pengalaman yang kaya akan konteks bagi pengunjung daya tarik wisata. Dikutip dari Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, 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. Badan Pusat Statistik mengklasifikasikan daya tarik wisata menjadi tiga jenis, yaitu alam, budaya, dan buatan.

TABEL 1
Jumlah Daya Tarik Wisata di Indonesia Tahun 2018

Jenis Daya Tarik Wisata	Jumlah
Alam	707
Budaya	264
Buatan	347

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah daya tarik wisata buatan di Indonesia lebih sedikit daripada daya tarik wisata alam, tetapi lebih banyak daripada daya tarik wisata budaya. Statistik tersebut memberikan sebuah peluang bagi perkembangan jenis daya tarik wisata buatan di Indonesia, salah satunya adalah agrowisata.

Utama dan Junaedi (2016) menyatakan bahwa agrowisata termasuk dalam daya tarik wisata buatan yang merupakan hasil karya manusia. Agrowisata merupakan salah satu usaha bisnis dalam bidang pertanian yang menekankan penjualan jasa kepada konsumen, mempunyai daya tarik kuat, dan bernilai tinggi karena keragaman serta keunikan yang dimiliki pertanian

Indonesia. Komoditas pertanian yang berpotensi dijadikan agrowisata dibedakan menjadi beberapa jenis, yaitu tanaman pangan dan hortikultura, perkebunan, peternakan, perikanan, dan kehutanan. Agrowisata tanaman pangan dan hortikultura adalah daya tarik wisata yang memiliki objek berupa kebun bunga, buah – buahan, sayur – sayuran, dan tanaman obat – obatan. Kecenderungan kebutuhan wisatawan untuk menikmati objek spesifik, seperti udara segar, pemandangan indah, pengolahan produk secara tradisional dan modern dapat membuka peluang bisnis agrowisata seperti kawasan atau produk pertanian dengan daya tarik spesifik bagi wisatawan nusantara dan mancanegara.

Kegiatan wisata di kawasan pertanian menyajikan pemandangan indah dan udara segar, serta dapat menjadi media pendidikan bagi masyarakat, seperti pendidikan tentang keharmonisan dan kelestarian alam. Agrowisata juga dapat menjadi media promosi produk pertanian. Pada era persaingan global diperlukan efisiensi dalam manajerial, pengelolaan usaha secara profesional, dan kemajuan teknologi yang akan menjadi faktor kunci dalam pengembangan agrowisata (Suwena dan Widyatmaja, 2017).

Pembangunan dan pengembangan agrowisata dapat dilakukan di Kota Tangerang Selatan. Hal ini didukung oleh pengembangan ekonomi kreatif yang cenderung ke arah “ekonomi hijau” dan mengutamakan keberlanjutan lingkungan, serta berbasis pengetahuan dan inovasi. Kota Tangerang Selatan memiliki potensi sumber daya manusia yang berkualitas, cenderung berusia muda, dan komunitas kreatif yang dapat menjadikan

ekonomi kreatif sebagai tulang punggung ekonomi Kota Tangerang Selatan (BAPPEDA Kota Tangerang Selatan, 2018).

Kebijakan Pemerintah Kota Tangerang Selatan menjadikan pariwisata sebagai sektor andalan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Tangerang Selatan. Kebijakan ini juga didukung oleh letak Kota Tangerang Selatan yang strategis di pusat Provinsi Banten dan berdekatan dengan Ibukota Provinsi DKI Jakarta (Dinas Pariwisata Kota Tangerang Selatan, 2018).

Kota Tangerang Selatan terletak di provinsi Banten. Kota Tangerang Selatan berbatasan dengan Kota Tangerang dan Provinsi DKI Jakarta di sebelah utara, berbatasan dengan Provinsi Jawa Barat (Kota Depok) dan Provinsi DKI Jakarta di sebelah timur, berbatasan dengan Provinsi Jawa Barat (Kabupaten Bogor dan Kota Depok) di sebelah selatan, berbatasan dengan Kabupaten Tangerang di sebelah barat, dan dilintasi oleh Kali Angke, Kali Pesanggrahan, serta Sungai Cisadane. Kota Tangerang Selatan memiliki luas wilayah sekitar 147,19 km² yang terbagi atas 7 kecamatan, diantaranya adalah Setu, Serpong, Serpong Utara, Ciputat, Ciputat Timur, Pamulang, dan Pondok Aren (Badan Pusat Statistik Kota Tangerang Selatan, 2020).

TABEL 2
Daya Tarik Wisata di Kota Tangerang Selatan

No.	Nama Daya Tarik Wisata
1	Kandank Jurank Doank
2	Taman Wisata Pulau Situ Gintung
3	Taman Kota 1 BSD City
4	Taman Kota 2 BSD City
5	Tanah Tingal
6	Hutan Kota Jombang
7	Kampung Agrowisata Lembah Hijau Babakan

Sumber: Hasil Olahan Data (2020)

TABEL 2
Daya Tarik Wisata di Kota Tangerang Selatan (Lanjutan)

No.	Nama Daya Tarik Wisata
8	Kampung Dongeng Indonesia
9	Ocean Park
10	Monumen Palagan Lengkong
11	Pusat Penelitian Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (PUSPIPTEK)
12	Klenteng Boen Hay Bio
13	Little Jungle Playground
14	Upside Down World Alam Sutera
15	Patriot Paintball Sport
16	Tandon Ciater
17	The Flavor Bliss
18	Kampung Konservasi Rimbun

Sumber: Hasil Olahan Data (2020)

Tabel 2 menunjukkan bahwa terdapat delapan belas daya tarik wisata di Kota Tangerang Selatan, tetapi hanya ada tiga agrowisata yang dapat ditemukan, yaitu Tanah Tingal, Kampung Agrowisata Lembah Hijau Babakan, dan Kampung Konservasi Rimbun. Oleh karena itu, kehadiran agrowisata lain di sekitar diharapkan dapat memberikan pengalaman yang berbeda kepada pengunjung dan menawarkan kegiatan yang menarik.

Berdasarkan perkembangan teknologi, prospek bisnis agrowisata dan upaya pemerintah dalam pengembangan pariwisata di Kota Tangerang Selatan, penulis tertarik untuk membangun suatu bisnis di bidang pariwisata berupa daya tarik agrowisata di Kota Tangerang Selatan. Agrowisata ini akan diberi nama *Seger Punjul*. Kata *Seger* dan *Punjul* diambil dari Bahasa Sunda yang masing – masing memiliki arti segar dan unggul. Kata segar diartikan sebagai sesuatu yang dapat memberikan kesegaran bagi wilayah sekitar dan pengunjung, sedangkan kata unggul melambangkan kualitas perusahaan dan keinginan untuk memberikan yang terbaik. Agrowisata *Seger Punjul* menawarkan kegiatan *workshop* penanaman dan perawatan tanaman dengan teknologi *augmented reality*, kegiatan petik hasil panen

buah, sayur, dan tanaman obat, serta kegiatan pembelajaran berbasis teknologi *augmented reality* yang unik dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Agrowisata Seger Punjul akan dibagi menjadi tiga zona atau jenis perkebunan, yaitu zona perkebunan buah – buahan, zona perkebunan sayur – sayuran, dan zona perkebunan tanaman obat – obatan. Agrowisata Seger Punjul tentunya memerhatikan prinsip kelestarian alam yang dibalut dengan konsep rekreasi keluarga dan pembelajaran modern bagi pengunjung. Target pasar yang ditentukan adalah anak – anak, remaja, dewasa, keluarga, dan lanjut usia. Penulis juga berharap ide bisnis ini dapat mendukung pemerintah dalam pengembangan pariwisata di Kota Tangerang Selatan.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Studi kelayakan bisnis adalah proses terkontrol untuk mengidentifikasi masalah, peluang, menggambarkan situasi, menentukan tujuan, menentukan kesuksesan hasil, dan menghitung biaya serta menilai manfaat dengan alternatif pemecahan masalah. Studi kelayakan bisnis digunakan untuk mendorong pengambilan keputusan sesuai dengan kelangsungan usaha atau keadaan proyek yang sebenarnya (Muslimah, 2020).

Studi kelayakan bisnis diperlukan oleh pemilik bisnis untuk menganalisis dan menilai kelayakan bisnis yang dijalankan dari berbagai aspek sehingga dapat mengambil keputusan terbaik bagi kelangsungan bisnis. Tujuan dari studi kelayakan bisnis Agrowisata Seger Punjul dibagi menjadi 2 jenis, yaitu tujuan utama (*Major Objectives*) dan sub tujuan (*Minor Objectives*).

1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

a. Meninjau berbagai aspek kelayakan bisnis Agrowisata Seger Punjul dan menganalisis kelayakannya supaya dapat direalisasikan. Aspek

– aspek tersebut adalah:

1) Aspek Pemasaran

Menganalisis kelayakan target pasar yang dituju, kecenderungan (*trend*) pasar, permintaan dan penawaran, pesaing, baur pemasaran (8P), dan strategi pemasaran berdasarkan kondisi politik, ekonomi, sosial, dan lingkungan target pasar.

2) Aspek Operasional

Menganalisis kelayakan produk, kegiatan, fasilitas, pemilihan lokasi, dan teknologi yang digunakan pada Agrowisata Seger Punjul.

3) Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

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

4) Aspek Keuangan

Menganalisis kelayakan mengenai jumlah dana yang dibutuhkan dan sumber dana, membuat proyeksi biaya operasional, proyeksi pendapatan, laporan keuangan, *break – even point*, analisis investasi, dan manajemen risiko pada Agrowisata Seger Punjul.

b. Menjadi pedoman bagi pemilik bisnis dalam pengembangan perusahaan supaya dapat sesuai dengan tujuan atau rencana awal.

- c. Menjadi acuan bagi investor dalam penanaman modal ke perusahaan sehingga mendapatkan hasil investasi sesuai dengan yang telah diperhitungkan.
- d. Menjadi pertimbangan bagi pihak bank untuk memberikan pinjaman kredit kepada perusahaan.

2. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

- a. Berpartisipasi dalam pengembangan pariwisata Indonesia, terutama wisata buatan di Kota Tangerang Selatan.
- b. Meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Kota Tangerang Selatan.
- c. Meningkatkan hasil perkebunan di Kota Tangerang Selatan.
- d. Meningkatkan pembangunan, kesejahteraan, dan perekonomian Indonesia.
- e. Meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang kelestarian, kekayaan alam, pengelolaan tanaman pangan dan hortikultura, serta perkebunan dengan cara yang menyenangkan dan menggunakan sentuhan teknologi.
- f. Membuka lapangan kerja baru dan meningkatkan perekonomian masyarakat di Kota Tangerang Selatan.

C. Metodologi

Data yang akurat diperlukan untuk mendukung analisis studi kelayakan bisnis Agrowisata Seger Punjul sehingga dapat menentukan langkah yang tepat bagi kelangsungan bisnis. Terdapat dua jenis teknik

pengumpulan data berdasarkan jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 38), data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama dengan beberapa cara seperti penyebaran kuesioner, observasi, dan wawancara.

a. Kuesioner

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 142), kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah disusun untuk dijawab oleh responden sehingga mendapatkan informasi atau jawaban responden yang dibutuhkan untuk analisis. Agrowisata Seger Punjul menggunakan jenis kuesioner *electronic and online questionnaires*.

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 143 – 144), *electronic and online questionnaires* adalah kuesioner yang ditulis dalam bentuk situs (*link*) dan disebarluaskan melalui internet, *website*, dan media sosial. Jenis kuesioner ini dapat memperoleh data dalam waktu singkat dengan jumlah responden yang banyak, tetapi efektivitasnya kurang karena responden yang didapat belum tentu sesuai dengan tujuan penelitian.

Pengertian *sampling* menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 239) adalah proses pemilihan elemen dari populasi dengan jumlah yang cukup dan sesuai, sehingga pemahaman sampel beserta karakteristiknya memungkinkan untuk disamaratakan terhadap

elemen populasi. Terdapat dua macam teknik *sampling* (Sekaran dan Bougie, 2018, hal. 240), yaitu:

1) *Probability sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel yang sudah diketahui terlebih dahulu siapa responden penelitiannya. Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 242), *probability sampling* terbagi menjadi beberapa teknik *sampling*, yaitu:

a) *Simple Random Sampling*

Teknik *sampling* ini memungkinkan seluruh elemen populasi untuk terpilih menjadi sampel.

b) *Systematic Sampling*

Teknik *sampling* ini adalah memilih elemen populasi secara acak (dari elemen populasi pertama sampai terakhir) dengan menggunakan suatu interval.

c) *Stratified Random Sampling*

Teknik *sampling* ini adalah membagi elemen populasi menjadi strata atau sub – populasi, kemudian sampel diambil secara acak dari setiap strata.

d) *Cluster Sampling*

Teknik *sampling* ini adalah mengelompokkan populasi menjadi *cluster* yang bersifat heterogen dan dipilih secara acak.

2) *Nonprobability sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel yang belum diketahui terlebih dahulu siapa responden

penelitiannya. Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 247), *nonprobability sampling* terbagi menjadi beberapa teknik *sampling*, yaitu:

a) *Convenience Sampling*

Teknik *sampling* ini adalah memilih sampel secara bebas yang datanya mudah diperoleh dari elemen populasi yang tidak terbatas.

b) *Purposive Sampling*

Teknik *sampling* ini adalah memilih sampel dari orang atau pihak tertentu dan berdasarkan tujuan penelitian.

Agrowisata Seger Punjul akan menyebarkan kuesioner untuk mengetahui permintaan pasar dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling, convenience sampling*. Teknik ini dapat mendapatkan informasi dengan mudah dan cepat. Jumlah sampel yang ditentukan adalah minimal sebanyak jumlah indikator pertanyaan dikali lima sehingga mendapatkan hasil yang *valid* dan *reliable* (Hair, Black, Babin, dan Anderson, 2014, hal. 100). Oleh karena itu, dengan jumlah pertanyaan kuesioner sebanyak 35 pertanyaan, maka penyebaran kuesioner minimal kepada 175 responden. Setelah seluruh jawaban dari responden dan data telah terkumpul, akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk mendapatkan hasil yang *valid* dan *reliable*.

Uji validitas menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 220) merupakan pengujian seberapa baiknya suatu instrumen dengan

mengukur suatu konsep. Sedangkan uji reliabilitas menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 223) merupakan pengukuran seberapa konsisten sebuah kuesioner untuk dapat digunakan sehingga tidak ada kesalahan.

b. Metode Observasi

Observasi terdiri atas kegiatan mengawasi, menginterpretasi, dan menganalisis kejadian, perilaku, dan tindakan (Sekaran dan Bougie, 2018, hal. 127). Observasi dilakukan peneliti untuk memperoleh data tentang lingkungan sekitar, harga beli lokasi, harga renovasi, dan lain – lain.

2. Data Sekunder

Data sekunder menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 37) merupakan data yang sudah ada, dapat diperoleh dari hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh orang lain, dan dapat digunakan sebagai referensi dalam menyusun studi kelayakan bisnis. Data sekunder dapat diperoleh melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), Badan Pusat Statistik (BPS), jurnal ilmiah, buku referensi, situs web resmi, dan sumber lainnya.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pariwisata

Pariwisata menurut Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

Menurut Cook, Hsu, dan Taylor (2018, hal. 5), pariwisata adalah kegiatan perpindahan sementara yang dilakukan oleh manusia menuju tempat di luar tempat kerja dan tempat tinggal, melakukan aktivitas di destinasi tersebut, dan terdapat fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan mereka.

2. Komponen Pariwisata

Fletcher, Fyall, Gilbert, dan Wanhill (2018) menyatakan bahwa pariwisata memiliki empat komponen penting yang disebut sebagai komponen 4A, yaitu:

- a. *Attraction* adalah komponen yang penting untuk menarik perhatian wisatawan dan dijadikan sebagai faktor utama kunjungan wisatawan tersebut. Kepuasan wisatawan akan meningkat jika terdapat atraksi secara visual sehingga memberikan pengalaman baru bagi wisatawan.
- b. *Amenities* adalah sarana penunjang kebutuhan wisatawan, seperti restoran / rumah makan, akomodasi, dan toko cendera mata.
- c. *Accessibility* adalah kemudahan akses bagi wisatawan untuk menuju destinasi wisata, seperti transportasi, akses jalan, dan tempat parkir.
- d. *Ancillary Services* adalah layanan tambahan yang berasal dari pemerintah daerah, pengelola destinasi wisata, organisasi maupun kelompok tertentu untuk mendukung kegiatan wisata dan memberikan kemudahan serta kenyamanan bagi wisatawan. Layanan ini dapat berupa pemasaran, kegiatan promosi, dan penyediaan informasi.

3. Jenis – jenis Pariwisata

Menurut Suwena dan Widyatmaja (2017, hal. 21), pariwisata dibedakan menurut objeknya menjadi beberapa jenis, yaitu:

- a. *Cultural tourism*, yaitu jenis pariwisata yang terjadi karena terdapat daya tarik seni dan budaya di suatu tempat atau daerah.
- b. *Recuperational tourism*, yaitu jenis pariwisata dengan tujuan untuk penyembuhan penyakit, seperti mandi di sumber mata air panas dan mandi lumpur.
- c. *Commercial tourism*, yaitu jenis pariwisata yang berkaitan dengan kegiatan perdagangan nasional dan internasional.
- d. *Sport tourism*, yaitu jenis pariwisata untuk menyaksikan suatu pesta atau pertandingan olahraga di suatu tempat atau negara.
- e. *Political tourism*, yaitu jenis pariwisata yang bertujuan untuk menyaksikan peristiwa, kejadian, dan kegiatan di suatu negara, misalnya menyaksikan peringatan hari kemerdekaan suatu negara.
- f. *Social tourism*, yaitu jenis pariwisata yang tidak bertujuan untuk mencari keuntungan, misalnya kegiatan *study tour* dan *picnic*.
- g. *Religion tourism*, yaitu jenis pariwisata dengan tujuan untuk menyaksikan upacara keagamaan, seperti upacara Bali Krama di Besakih dan haji umroh bagi umat agama Islam.
- h. *Marine tourism*, yaitu jenis pariwisata yang berkaitan dengan air, seperti berenang, memancing, dan menyelam.

4. Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025 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. Daya tarik wisata dapat dikelompokkan menjadi:

- a. Daya tarik wisata alam, yaitu berupa keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam, baik yang berada di wilayah perairan laut maupun wilayah daratan.
- b. Daya tarik wisata budaya, yaitu berupa hasil olah cipta, rasa, dan karsa manusia sebagai makhluk budaya, baik yang bersifat berwujud (*tangible*) maupun yang bersifat tidak berwujud (*intangibile*).
- c. Daya tarik wisata hasil buatan manusia atau khusus, yaitu berupa kreasi artifisial dan kegiatan – kegiatan manusia lainnya di luar ranah wisata alam dan wisata budaya.

5. Agrowisata

Agrowisata menurut Utama dan Junaedi (2016) adalah kegiatan pariwisata yang mendukung pengembangan pertanian dan kelestarian lingkungan, dikemas menjadi atraksi wisata yang berkualitas dengan etika perencanaan yang tepat sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat petani dan kualitas alam sekitar, serta

memberikan pendidikan pertanian bagi masyarakat. Agrowisata dapat diklasifikasikan menjadi lima jenis, yaitu:

a. Agrowisata Tanaman Pangan dan Hortikultura

Agrowisata ini memiliki daya tarik berupa kebun bunga, kebun buah – buahan, kebun sayur – sayuran, dan kebun tanaman obat – obatan.

b. Agrowisata Perkebunan

Agrowisata ini memiliki daya tarik berupa kegiatan pembibitan, penanaman, hingga pengolahan hasil produksi di kawasan perkebunan.

c. Agrowisata Peternakan

Agrowisata ini memiliki daya tarik berupa kegiatan pemeliharaan ternak secara tradisional, pengelolaan, produksi, dan atraksi peternakan.

d. Agrowisata Perikanan

Agrowisata ini memiliki daya tarik berupa kegiatan penangkapan dan budidaya hewan air tawar serta hewan laut.

e. Agrowisata Kehutanan

Agrowisata ini memiliki daya tarik berupa kegiatan produksi tanaman hutan, berburu binatang, studi alam, dan wisata ilmiah untuk penelitian.

6. Kriteria Kawasan Agrowisata

Kriteria kawasan agrowisata menurut Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (2004) adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki potensi atau basis kawasan di sektor agro baik pertanian, hortikultura, perikanan maupun peternakan, misalnya:
- 1) Sub sistem usaha pertanian primer (*on farm*) yang terdiri dari pertanian tanaman pangan dan hortikultura, perkebunan, perikanan, peternakan, dan kehutanan.
 - 2) Sub sistem industri pertanian yang terdiri dari industri pengolahan, kerajinan, pengemasan, dan pemasaran baik lokal maupun ekspor.
 - 3) Sub sistem pelayanan yang menunjang kesinambungan dan daya dukung kawasan baik terhadap industri dan layanan wisata maupun sektor agro, misalnya transportasi dan akomodasi, penelitian dan pengembangan, perbankan dan asuransi, fasilitas telekomunikasi dan infrastruktur.
- b. 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.
- c. Adanya interaksi yang intensif dan saling mendukung bagi kegiatan agro dengan kegiatan pariwisata dalam kesatuan kawasan, berbagai kegiatan dan produk wisata yang dikembangkan secara berkelanjutan.

7. Prasyarat Kawasan Agrowisata

Prasyarat kawasan agrowisata menurut Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (2004) adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki sumber daya lahan dengan agroklimat yang sesuai untuk mengembangkan komoditi pertanian yang akan dijadikan komoditi unggulan.
- b. 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.
- c. Memiliki sumber daya manusia yang berkemauan dan berpotensi untuk mengembangkan kawasan agrowisata.
- d. Pengembangan agrowisata tersebut mampu mendukung upaya – upaya konservasi alam dan kelestarian lingkungan hidup bagi kelestarian sumber daya alam, kelestarian sosial budaya maupun ekosistem secara keseluruhan.

8. *Augmented Reality*

Baharsyah (2019) menyatakan bahwa *augmented reality* adalah teknologi yang memperluas dunia fisik dengan menambahkan lapisan informasi digital tanpa menciptakan lingkungan buatan. Sedangkan menurut Mealy (2018), pengertian dari *augmented reality* adalah suatu teknik untuk melihat dunia yang nyata secara langsung maupun

menggunakan perangkat pendukung, contohnya adalah kamera yang menampilkan sekaligus menambahkan visual untuk dunia nyata melalui bantuan *input* dari komputer dalam bentuk suara atau audio, video, dan gambar.

9. Jenis Teknologi *Augmented Reality*

Beberapa jenis teknologi *augmented reality* menurut Baharsyah (2019) adalah sebagai berikut:

a. *Marker – Based Augmented Reality*

Jenis teknologi ini menggunakan kamera dan penanda visual seperti *QR Code* yang mudah dikenali. *Output* akan muncul ketika *marker* terdeteksi oleh alat pembaca. Posisi peletakan *marker* juga menentukan kemudahan untuk mengakses konten dan informasi.

b. *Markerless Augmented Reality*

Jenis teknologi ini dapat diimplementasikan secara luas dengan menggunakan kompas digital, *GPS*, dan akselerometer yang sudah ada di dalam perangkat untuk menampilkan data sesuai lokasi terkini. Teknologi ini dilengkapi dengan pendeteksi lokasi terutama pada *smartphone* untuk digunakan sebagai penanda arah dan aplikasi berbasis lokasi.

c. *Projection Based Augmented Reality*

Jenis teknologi ini dapat memproyeksikan cahaya buatan pada permukaan nyata dan merasakan interaksi atau sentuhan manusia. Interaksi tersebut dapat terdeteksi melalui perbedaan proyeksi cahaya yang diterima oleh pendeteksi. Teknologi ini dapat

diaplikasikan dalam bentuk plasma laser yang memproyeksikan hologram interaktif bersifat tiga dimensi.

d. *Superimposition Based Augmented Reality*

Jenis teknologi ini dapat menggantikan tampilan asli suatu objek dengan tampilan baru beserta penambahan dari objek yang sama. Objek harus terdeteksi dengan baik agar aplikasi dapat menggantikan tampilan asli dengan *augmented reality*. Teknologi ini dapat ditemukan pada katalog furnitur dari salah satu perusahaan ritel perabot rumah tangga, IKEA. Setelah aplikasi diunduh dan memilih katalog furnitur untuk dipindai, maka furnitur yang bersifat *virtual* tersebut dapat ditempatkan dimanapun dengan bantuan *augmented reality*.

10. Konsep Bisnis

Sesuai analisis dan penjabaran teori di atas, Agrowisata Seger Punjul adalah daya tarik wisata buatan baru di Kota Tangerang Selatan. Agrowisata Seger Punjul memiliki konsep sebagai tempat rekreasi keluarga sekaligus edukasi modern. Pengunjung dapat berkeliling di sekitar perkebunan buah, sayur, dan tanaman obat sembari menikmati pemandangan dan kesegaran udara. Produk dan jasa yang ditawarkan berupa kegiatan *workshop* penanaman dan perawatan dengan teknologi *augmented reality*, kegiatan petik hasil panen buah, sayur, dan tanaman obat, serta kegiatan pembelajaran berteknologi *augmented reality* di setiap zona perkebunan. Di sekitar area perkebunan akan disediakan saung bagi pengunjung untuk bersantai, beristirahat sejenak, dan

menikmati suasana sekitar. Agrowisata Seger Punjul juga menyediakan tempat bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang ingin menjual makanan, oleh – oleh, *merchandise*, bibit tanaman, dll. Diharapkan kehadiran Agrowisata Seger Punjul sebagai daya tarik wisata buatan baru dapat menjadi tempat rekreasi keluarga edukatif dan modern yang memenuhi kebutuhan masyarakat, serta memberi pengalaman yang berbeda kepada pengunjung.

