

PERENCANAAN LANSKAP BAGI PENGEMBANGAN AGROWISATA CV WANDA STRAWBERRY DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

Landscape Planning for Agrotourism Development CV Wanda Strawberry in West Bandung Regency

Muhammad Dendy Faizi, Tri Ratna Saridewi, Wasissa Titi Ilhami

Program Studi Agribisnis Hortikultura, Politeknik Pembangunan Pertanian Bogor

Korespondensi penulis, E-mail: wasissatitie@gmail.com

Diterima: Januari 2023

Direvisi akhir: Desember 2024

Disetujui terbit: Desember 2024

ABSTRACT

The landscape layout in agrotourism at CV Wanda Strawberry is still not optimal because agrotourism landscape planning has not been carried out in accordance with market needs. This study aims to identify agro-tourism spatial landscapes that have been applied, conduct market analysis on the development of agro-tourism spatial landscapes, create agro-tourism spatial landscape planning, and analyze agrotourism acceptance. The study was conducted from April to July 2022. Data collection techniques include observation, interviews, filling out questionnaires and secondary data collection. The respondents of this study came from agro-tourism managers and agro-tourism visitors who were randomly selected as many as 30 people. The descriptive analysis used is the analysis of general conditions, market analysis and acceptance analysis. The results of identification in the field show that the current agro-tourism spatial landscape is not optimal. Based on the results of the market analysis shows the importance and priority of developing the facilities desired by visitors, it is necessary to add facilities, the area of the driveway area, the area of parking lots, a place to relax (gazebo and seating), a place of worship (musholla), a place to stay overnight (homestay), a canteen / café, a trash can, toilet / wc, selfie area, and a wifi area. The results of landscape planning are in the form of agro-tourism layout maps, agro-tourism block plans, and an overview of agro-tourism facilities. The company's acceptance of agro-tourism activities is currently feasible to be developed and still has the potential to be developed more broadly.

Keywords: agrotourism, landscape planning, market analysis

ABSTRAK

Tata ruang lanskap pada agrowisata di CV Wanda Strawberry masih belum optimal karena perencanaan lanskap agrowisata belum dilakukan sesuai dengan kebutuhan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi lanskap tata ruang agrowisata yang telah diterapkan, melakukan analisis pasar pada pengembangan lanskap tata ruang agrowisata, membuat perencanaan lanskap tata ruang agrowisata, dan menganalisis penerimaan pendapatan agrowisata. Penelitian dilaksanakan pada tanggal April hingga Juli 2022. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, pengisian kuesioner, dan pengumpulan data sekunder. Responden berasal dari pengelola dan pengunjung agrowisata yang dipilih secara acak sebanyak 30 orang. Analisis secara deskriptif yang digunakan adalah analisis kondisi umum, analisis pasar dan analisis penerimaan. Hasil identifikasi di lapangan menunjukkan lanskap tata ruang agrowisata yang ada pada saat ini masih belum optimal. Berdasarkan hasil analisis pasar menunjukkan kepentingan dan prioritas pengembangan fasilitas yang diinginkan oleh pengunjung, perlu penambahan fasilitas luas jalan masuk, luas lahan parkir, tempat bersantai (gazebo dan tempat duduk), tempat beribadah (musala), tempat bermalam (*homestay*), kantin/kafe, tempat sampah, toilet/WC, tempat berfoto, dan *wifi area*. Hasil perencanaan lanskap berupa peta *layout* agrowisata, *block plan* agrowisata, dan gambaran fasilitas agrowisata. Penerimaan perusahaan pada kegiatan agrowisata saat ini layak untuk dikembangkan dan masih berpotensi untuk dikembangkan lebih luas lagi.

Kata kunci: agrowisata, analisis pasar, perencanaan lanskap

PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian harus dilakukan secara maksimal di segala bidang usaha sektor pertanian, sehingga pembangunan pertanian serta segala bidang usahanya dapat dioptimalkan. Pendekatan optimalisasi pembangunan pertanian dilakukan dengan menyesuaikan konteks dan prioritas yang ada. Salah satu pendekatan yang umum digunakan adalah pendekatan pembangunan ekonomi yang menekankan pertumbuhan ekonomi sebagai tiang utama pembangunan. Fokusnya ada pada efisiensi dan peningkatan produksi (Hanafi *et al.* 2023)

Agrowisata adalah salah satu bidang usaha pertanian yang didasarkan atas cara *uniqueness*. Agrowisata adalah rangkaian kegiatan wisata yang mengeksplorasi potensi pertanian sebagai objek wisata dalam bentuk pemandangan alam kawasan pertaniannya maupun kekhasan dan keanekaragaman aktivitas produksi dan teknologi pertanian serta budaya masyarakat (Palit *et al.* 2017). Salah satu komponen dalam strategi pemasaran yang dapat digunakan dalam pemasaran agrowisata adalah bauran pemasaran atau yang dikenal dengan *marketing mix*. Menurut Kotler dan Armstrong (2018), bauran

pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Adapun alat-alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan merancang program taktik jangka pendek.

Salah satu taktik pada bauran pemasaran ialah taktik bukti fisik (*physical evidence*) yang berupa lingkungan fisik dari perusahaan tempat terciptanya layanan, penyediaan, dan interaksi pelanggan. Bukti fisik berhubungan dengan fasilitas yang diharapkan pelanggan sehingga dapat meningkatkan kenyamanan dalam berwisata. Bila fasilitas yang dibutuhkan konsumen di tempat wisata telah tersedia maka tingkat kepuasan konsumen akan meningkat (Umar 2005).

CV Wanda Strawberry merupakan perusahaan agribisnis yang bergerak dalam bidang agrowisata yang dijadikan sebagai wisata petik stroberi dan penjualan produk olahan stroberi. Perusahaan saat ini hanya berfokus pada wisata petik dan masih kurang memperhatikan taktik bauran pemasaran bukti fisik yang terkait dengan perencanaan pada lanskap

agrowisata yang dapat meningkatkan mutu layanan wisata serta efektivitas tata ruang dan pengembangan agrowisata yang ada di perusahaan.

Perencanaan lanskap agrowisata sendiri diawali dengan proses identifikasi kondisi agrowisata saat ini, lalu menganalisis permasalahan yang ada. Selanjutnya, dilakukan upaya pengembangan berdasarkan potensi yang ada pada agrowisata. Pengembangan dilakukan berdasarkan konsep dan solusi yang dihasilkan dari potensi yang ada kemudian dikembangkan menjadi perencanaan lanskap agrowisata. Konsep agrowisata dikembangkan menjadi lebih lanjut dengan melihat pada konsep ruang, konsep sirkulasi, serta konsep aktivitas dan fasilitas seperti yang dikemukakan oleh Swastika *et al.* (2017).

Pengembangan agrowisata di CV Wanda Strawberry memerlukan suatu perencanaan terhadap tata ruang agrowisata yang berorientasi pada pengembangan yang bersifat fisik, yang bertujuan untuk meningkatkan pelayanan pada wisatawan. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis penunjang seperti analisis umum, analisis pasar dan analisis penerimaan, dengan harapan kawasan agrowisata memiliki tata ruang kawasan yang baik serta dapat meningkatkan jumlah pengunjung, meningkatnya mutu

layanan wisata dan meningkatnya penerimaan perusahaan. Sejalan dengan Wu *et al.* (2024), mengemukakan bahwa agrowisata merupakan proses wisata yang membutuhkan perencanaan dan pelaksanaan yang cermat untuk mengubah sumber daya yang ada menjadi produk wisata yang layak.

Menurut Gunn (2014), perencanaan lanskap agrowisata harus berpedoman pada indikator analisis umum yang perlu dikembangkan pada zona agrowisata. Adapun beberapa faktor tersebut di antaranya: letak, luas dan batas tapak, objek dan atraksi, aksesibilitas, fasilitas, informasi dan pemandangan. Selain itu, terdapat hal lain yang perlu disediakan yaitu faktor penunjang agrowisata seperti misalnya pengelola agrowisata yang berfungsi sebagai pelaksana profesional untuk menangani masalah teknis di lapang (Nugraha 2017).

Perencanaan lanskap agrowisata dilakukan berdasarkan analisis pasar yang berupa bauran pemasaran bukti fisik, dengan cara melakukan pengembangan pada fasilitas agrowisata yang dibutuhkan oleh pengunjung untuk meningkatkan pelayanan pada konsumen (Umar 2005). Oleh karena itu, dilakukan analisis pada permintaan dan penawaran serta tren wisata yang

berkembang pada saat ini untuk mengetahui kebutuhan wisatawan pada sarana dan prasarana agrowisata (Gunn 2014).

Wanda Strawberry merupakan agrowisata yang baru dibentuk dan belum memperhatikan perencanaan pada lanskap tata ruang agrowisata serta taktik bauran pemasaran bukti fisik. Hal tersebut mengakibatkan tata ruang pada tapak agrowisata belum optimal serta pelayanan pada wisatawan mengenai sarana dan prasarana agrowisata masih belum maksimal.

Oleh karena itu, diperlukan pengembangan pada agrowisata dengan cara perencanaan pada tata ruang agrowisata dan analisis pasar yang menggunakan permintaan dan penawaran serta trend wisata dengan pertimbangan pada bauran pemasaran bukti fisik. Pengembangan tersebut bertujuan untuk meningkatkan pelayanan agrowisata serta peningkatan penerimaan pada perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengidentifikasi lanskap tata ruang agrowisata yang telah diterapkan pada CV Wanda Strawberry, (2) melakukan analisis pasar pada perencanaan lanskap tata ruang agrowisata bagi pengembangan agrowisata pada CV Wanda Strawberry, (3) membuat

perencanaan lanskap tata ruang agrowisata bagi pengembangan agrowisata pada CV Wanda Strawberry, (4) menganalisis penerimaan perusahaan pada saat ini dan memprediksi penerimaan perusahaan jika perencanaan tata ruang agrowisata serta analisis pasar diterapkan pada CV Wanda Strawberry.

METODE

Penelitian dilakukan pada bulan April 2022 sampai bulan Juli 2022 di CV. Wanda Strawberry yang berlokasi di Desa Cikahuripan, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Provinsi Jawa Barat. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer berupa observasi, wawancara dan kuesioner dan data sekunder berupa studi literatur dan dokumentasi. Responden terdiri atas pihak internal dan eksternal. Responden internal berasal dari pengelola perusahaan. Responden dari pihak eksternal adalah pengunjung agrowisata CV Wanda Strawberry, dengan pemilihan responden secara acak sebanyak 30 orang.

Instrumen yang digunakan dalam kegiatan penelitian berupa instrumen umum agrowisata, instrumen pasar agrowisata dan instrumen penerimaan agrowisata. Metode analisis yang

digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk analisis umum dan pasar, sedangkan pada pendekatan kuantitatif digunakan untuk analisis penerimaan. Analisis yang dilakukan meliputi analisis umum dan analisis pasar.

Analisis umum meliputi lanskap tata ruang yang telah diterapkan pada agrowisata dan perencanaan lanskap tata ruang agrowisata. Dilakukan analisis pada indikator umum dalam bentuk tabel dan gambar dideskripsikan untuk mengetahui kendala dan potensi yang ada, kemudian dibuat konsep dan solusi untuk perencanaan pada lanskap tata ruang bagi pengembangan Agrowisata Wanda Strawberry. Analisis pasar meliputi analisis pada perencanaan lanskap tata ruang, analisis pada indikator pasar, dan hasil olah data wawancara dan kuesioner dalam bentuk tabel kemudian dideskripsikan untuk menentukan pengembangan fasilitas agrowisata.

Setelah diperoleh data baik data untuk pengembangan fasilitas agrowisata maka dilakukan penentuan persentase. Menurut Ali (2013) persentase data digunakan untuk melihat perbandingan frekuensi jawaban dalam instrumen karena jawaban untuk setiap pertanyaan dan

setiap responden berbeda. Adapun rumus untuk menghitung angka persentase yaitu sebagai berikut:

$$\text{Persentase} = \frac{n}{N} \times 100 \quad (1)$$

Keterangan:

n : Nilai yang diperoleh

N : Jumlah seluruh nilai

Riduwan (2019) persentase yang dihasilkan kemudian ditafsirkan dengan menggunakan batasan-batasan persentase yaitu: 76–100% sangat penting, 51–75% penting, 26–50% kurang penting, dan 0–25% sangat tidak penting.

Analisis Penerimaan meliputi penghitungan penerimaan perusahaan. Kemudian dilakukan penghitungan menggunakan rasio R/C. Analisis ini akan disajikan dalam bentuk tabel kemudian dideskripsikan bertujuan untuk mengidentifikasi adanya dampak dari perencanaan lanskap tata ruang agrowisata serta analisis pasar terhadap peningkatan penerimaan perusahaan. Rasio R/C dapat dianalisis dengan menggunakan rumus:

$$\text{Rasio R/C} = \frac{R}{BT} \times 100 \quad (2)$$

Keterangan:

R : Pendapatan (Rp)

BT : biaya total (Rp)

Kriteria penilaian rasio R/C: nilai <1, usaha layak untuk dikembangkan; nilai R/C = 1, usaha masih layak untuk dikembangkan, dan rasio R/C >1 usaha layak untuk dikembangkan.

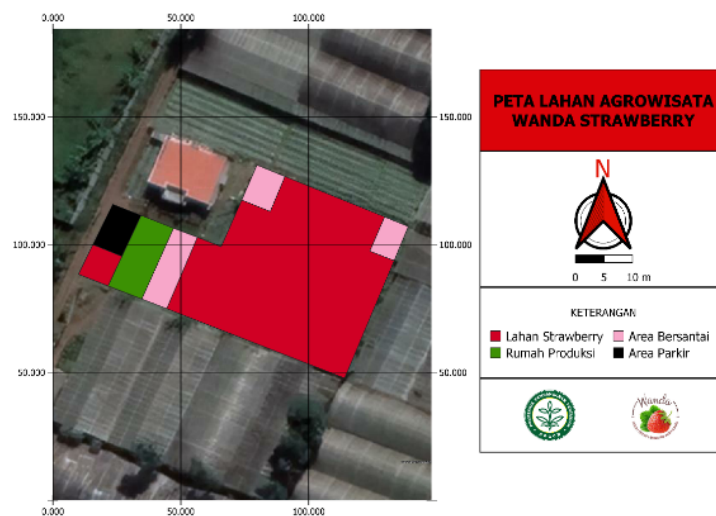
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Lanskap Agrowisata

Tata ruang Agrowisata

Agrowisata Wanda Strawberry terletak di wilayah wisata Lembang yang merupakan salah satu wilayah destinasi wisata yang berada di Kabupaten

Bandung Barat. Secara geografis Agrowisata Wanda Strawberry terletak pada 6°48'27.2"LS dan 107°36'35.6"BT. Agrowisata ini memiliki area seluas 1.400 m², di dalamnya terdapat fasilitas lahan produksi stroberi, area bersantai, rumah produksi olahan stroberi dan area parkir (Gambar 1).



Gambar 1 Peta Agrowisata Wanda Strawberry

Pada saat ini Agrowisata Wanda Strawberry hanya memiliki 4 fasilitas pada agrowisata yaitu lahan produksi stroberi, rumah produksi olahan stroberi, area bersantai dan area parkir. Fasilitas yang ada pada agrowisata untuk menunjang wisatawan yang datang ke lokasi, karena fokus perusahaan pada saat ini hanya melayani wisatawan yang datang untuk melakukan petik stroberi. Rumah produksi dapat melayani pengunjung yang ingin merasakan hasil olahan dari buah stroberi yaitu jus dan es krim stroberi. Terdapat 3 area untuk pengunjung bersantai, pada masing-

masing area terdapat tempat duduk dan meja yang dapat pengunjung gunakan untuk beristirahat sembari mencicipi buah stroberi yang telah dipetik. Selain itu, terdapat area parkir yang cukup luas untuk menampung kendaraan roda dua maupun roda empat. Namun pada kondisi agrowisata pada saat ini, terdapat permasalahan pada seluruh analisis umum agrowisata.

Permasalahan pada Agrowisata terdapat beberapa permasalahan /
Dengan kondisi agrowisata saat ini kendala yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Kendala pada agrowisata		
No.	Indikator	Kendala
1	Letak, luas dan batas tapak	Luas lahan terbatas
2	Objek dan atraksi agrowisata	Pemanfaatan potensi belum maksimal dan aktivitas wisata yang masih terbatas
3	Aksesibilitas	Jalur menuju tapak cukup sulit untuk dilalui
4	Fasilitas agrowisata	Kurangnya berbagai fasilitas agrowisata
5	Informasi agrowisata	Belum adanya fasilitas untuk penyampaian informasi agrowisata
6	Pemandangan	Kurangnya pemanfaatan pada pemandangan sekitar agrowisata

Setelah melakukan pengamatan di lapangan, kendala yang ada pada agrowisata, terlihat pada masing-masing indikator analisis umum agrowisata pada saat ini memiliki permasalahannya tersendiri. Permasalahan terjadi karena perusahaan belum mempertimbangkan beberapa indikator umum agrowisata pada saat membentuk agrowisata. Adapun keterbatasan pada biaya menjadi alasan lain timbulnya kendala pada beberapa indikator umum agrowisata. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang merujuk pada Jumiyati dan Frimawaty (2024) yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat lokal, meningkatkan infrastruktur, dan mempromosikan praktik berkelanjutan untuk menciptakan produk edu-agrowisata yang menarik yang bermanfaat bagi lingkungan dan ekonomi lokal (Solihin *et al.* 2021).

Upaya Pengembangan Agrowisata

Upaya pengembangan pada agrowisata diperlukan untuk mengatasi permasalahan yang ada saat ini. Oleh karena itu, diperlukan analisis potensi pada indikator umum agrowisata yang ada untuk menghasilkan konsep serta solusi pengembangan agrowisata. Berikut merupakan potensi berserta konsep dan solusi pengembangan disajikan pada Tabel 2.

Berdasarkan hasil analisis potensi agrowisata, terdapat potensi dari seluruh indikator umum agrowisata. Masing-masing potensi dianalisis sesuai dengan kondisi agrowisata pada saat ini, sedangkan konsep dan solusi menyesuaikan dengan potensi yang ada kemudian dikaji untuk menghasilkan konsep dan solusi pengembangan agrowisata.

Analisis Pasar Agrowisata

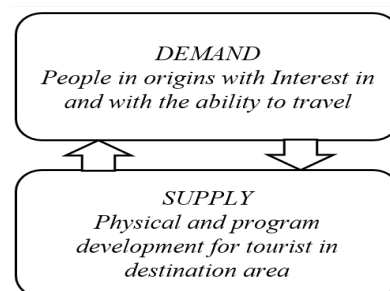
Analisis pasar dimaksudkan untuk mengidentifikasi jangkauan dan karakteristik agrowisata yang akan dikembangkan, dengan berdasarkan pada data yang diperoleh dari pengunjung yang datang pada saat penelitian berlangsung. Adapun data yang dianalisis merupakan gabungan dari data kuesioner dengan penilaian skala *likert* dan data hasil wawancara secara langsung di lapangan.

Menurut Umar (2005) bukti fisik mewakili keputusan kunci mengenai pengembangan desain dan *layout* bangunan. Bila pelayanan pada fasilitas yang dibutuhkan konsumen di tempat wisata telah tersedia maka tingkat kepuasan konsumen akan meningkat.

Analisis pasar berkaitan langsung dengan taktik bauran pemasaran bukti fisik (*physical evidence*), perusahaan dapat mempertimbangkan pengembangan fasilitas pada agrowisata yang menyangkut pada unsur bangunan serta

pelayanan pada pengunjung. Salah satu pertimbangan pada pengembangan agrowisata didapatkan dari data kuesioner yang dikaji untuk menentukan pengembangan pada fasilitas dan pelayanan agrowisata yang dibutuhkan oleh wisatawan.

Pengembangan pada bidang wisata digerakkan oleh permintaan dan penawaran. Permintaan berasal dari kelompok orang yang memiliki kemauan dan kemampuan untuk bepergian, sedangkan penawaran berupa pengembangan fisik dan program untuk daerah tujuan wisata (Gunn 1997). Hubungan antara keduanya dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Permintaan dan penawaran wisata (Gun 2014)

Tabel 2 Potensi serta konsep dan solusi

Indikator	Potensi	Konsep	Solusi
Letak, luas dan batas tapak	Letak tapak strategis di daerah wisata Lembang serta berada di daerah perbukitan Lokasi memiliki pemandangan alam pegunungan yang menarik	Mengembangkan agrowisata dengan potensi alam dan letak tapak pada lahan yang terbatas	Mengoptimalkan luas tapak yang terbatas dengan pengembangan pada potensi alam dan letak tapak yang strategis
Objek dan atraksi	Wisata petik	Pengembangan	Membangun objek

Indikator	Potensi	Konsep	Solusi
agrowisata	stroberi	ruang sesuai dengan potensi serta menambah keragaman aktivitas dan atraksi	dan atraksi agrowisata yang baru dengan memanfaatkan potensi yang ada
Aksesibilitas	Tapak dilalui oleh jalur alternatif menuju pusat keramaian	Agrowisata yang mudah dicapai	Memperluas jalur akses menuju agrowisata
Fasilitas agrowisata	Lahan stroberi Rumah produksi Parkiran WC Area bersantai	Membuat fasilitas yang mengakomodasi kebutuhan pengunjung	Mengembangkan fasilitas agrowisata yang dibutuhkan oleh pengunjung
Informasi agrowisata	Sudah memiliki banner informasi agrowisata	Memberikan informasi terpadu kepada pengunjung tanpa mengorbankan aspek keindahan	Menggunakan peta dan informasi secara langsung pada agrowisata, serta mengurangi penggunaan papan informasi kecuali untuk tanda bahaya
Pemandangan	Kawasan memiliki potensi pemandangan yang sangat baik karena didukung oleh alam sekitar yang asri dan memiliki nilai visual tinggi	Pemanfaatan pemandangan untuk menarik minat pengunjung	Membangun fasilitas agrowisata dengan memanfaatkan potensi pemandangan sekitar

Dapat dilihat pada Tabel 3, kepentingan pengembangan fasilitas berdasarkan persentase pada hasil olah data kuesioner disesuaikan dengan penafsiran menggunakan batasan-batasan maka dihasilkan semua pengembangan fasilitas dinilai sangat penting, sedangkan urutan prioritas pengembangan pada berbagai fasilitas dilakukan berdasarkan total skor pada hasil olah data kuesioner.

Tabel 3 Kepentingan pengembangan fasilitas

Jenis Pengembangan	Kepentingan pengembangan	Prioritas pengembangan
Luas jalan masuk agrowisata	Sangat penting	9
Luas lahan parkir	Sangat penting	10
Tempat bersantai (gazebo dan tempat duduk)	Sangat penting	2
Tempat beribadah (musala)	Sangat penting	1
Tempat bermalam (<i>homestay</i>)	Sangat penting	5
Kantin/cafe	Sangat penting	8

Jenis Pengembangan	Kepentingan pengembangan	Prioritas pengembangan
Tempat sampah	Sangat penting	7
Toilet	Sangat penting	3
Area swafoto	Sangat penting	5
Wifi area	Sangat penting	4

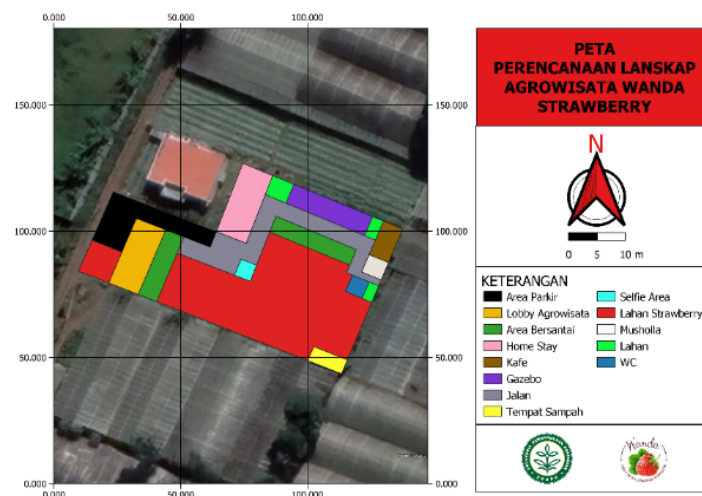
Menurut perusahaan, pengembangan pada beberapa fasilitas yang diinginkan pengunjung dinilai tidak perlu untuk dilakukan. Karena pengembangan pada fasilitas luas jalan masuk, area swafoto, dan *wifi area* akan sulit untuk dilakukan. Jalan masuk agrowisata merupakan jalur masyarakat yang sulit untuk diperluas karena berbatasan dengan pekarangan rumah warga, sedangkan pada *wifi area*, pihak perusahaan tidak melakukan pengembangan karena alasan keterbatasan biaya pada pengembangan. Alasan yang sejenis juga diungkapkan sebagai salah satu faktor minimnya pengembangan pada

penelitian yang dilakukan oleh Siregar *et al.* (2022).

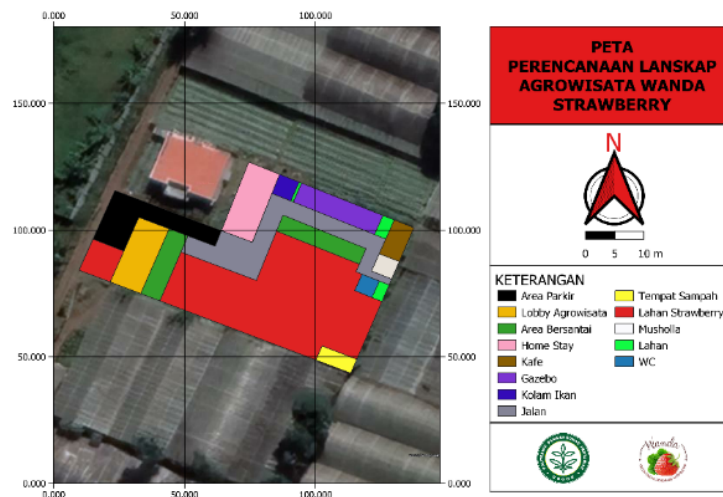
Perencanaan Lanskap

Rencana Aktivitas dan Fasilitas.

Fasilitas yang direncanakan dapat dilihat pada *layout* yang dibuat berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat pada Gambar 3. Pengembangan fasilitas yang akan dilakukan oleh perusahaan dapat dilihat pada Gambar 4. Terdapat beberapa perbedaan pengembangan fasilitas yang dilakukan oleh perusahaan dengan yang diinginkan oleh pengunjung. Akan tetapi, pengembangan tetap mempertimbangkan pada hasil kuesioner yang diinginkan oleh pengunjung.



Gambar 3 Peta *layout* agrowisata berdasarkan kuesioner



Gambar 4 Peta *layout* agrowisata yang akan dikembangkan oleh perusahaan

Peta *layout* agrowisata yang dikembangkan oleh perusahaan merupakan konsep yang dapat diwujudkan dalam bentuk *block plan* agrowisata (Gambar 5). Kemudian

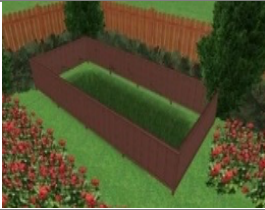
dilakukan penandaan pada *block plan* untuk memperlihatkan gambar dari pengembangan fasilitas agrowisata yang dilakukan oleh perusahaan Tabel 4.



Gambar 5 *Block plan* Agrowisata Wanda Strawberry

Tabel 4 Keterangan fasilitas agrowisata

No	Gambar fasilitas	Keterangan
1		Lahan Parkir
2		Area Bersantai
3		<i>Homestay</i>
4		Gazebo
5		Kafe dan Musolla
6		Toilet / WC
7		Area Bersantai

No	Gambar fasilitas	Keterangan
8		Tempat Sampah

Aktivitas agrowisata yang dikembangkan dibagi menjadi aktivitas agrowisata aktif dan aktivitas agrowisata pasif. Pada pengembangan agrowisata aktivitas aktif dapat dilakukan pada lahan stroberi. Pengunjung dapat melakukan aktivitas memetik buah stroberi sekaligus belajar langsung dengan pekerja kebun tentang cara budidaya stroberi, mulai dari pembibitan sampai dengan pemanenan buah stroberi. Pengembangan aktivitas pasif agrowisata dengan cara menambahkan fasilitas pada agrowisata dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang datang. Qadri dan Ridwan (2023) juga melakukan hal yang sama dalam penelitian terkait pengembangan agrowisata di Kabupaten Gowa. Penelitian sejenis juga dilakukan oleh

Surata *et al.* (2016), Pradiana *et al.* (2021), dan Mistriani (2022).

Rencana Ruang

Perencanaan zonasi ruang pada kawasan bertujuan untuk mengakomodasi kebutuhan kebutuhan wisata dalam meningkatkan pelayanan kepada wisatawan. Rencana ruang terdiri atas zona agrowisata dan zona penunjang agrowisata. Salah satu zona agrowisata adalah zona atraksi (*attraction complexes*) mengikuti konsep zonasi model pada area tujuan wisata. Zona ini merupakan ruang atraksi utama yang menampilkan objek agrowisata. Zona ini kemudian dibagi lagi menjadi dua sub-zona berdasarkan objek yang ditawarkan. Sub-zona tersebut adalah sub-zona inti dan sub-zona pengolahan.



Gambar 6 Pembagian Sub-zona Atraksi

Sub-zona inti adalah ruang atraksi dikembangkan pada lahan stroberi yang berisi aktivitas aktif dengan atraksi berwisata sekaligus belajar mengenai budidaya stroberi mulai dari pembibitan

hingga sampai pemetikan buah stroberi. Selain itu, pada zona inti terdapat pula aktivitas pasif seperti menikmati pemandangan agrowisata. Sub-zona inti berkaitan dengan sub-zona pengolahan,

di lokasi ini buah hasil petik di lahan dapat langsung diolah menjadi jus dan *ice cream* stroberi. Pada sub-zona pengawasan wisatawan dapat menikmati serta membeli hasil olahan produk stroberi dari lahan sebagai buah tangan. Pada sub-zona ini terdapat kantin yang menyediakan menu dari hasil olahan stroberi dalam agrowisata.

Zona Penunjang Agrowisata terdiri atas zona penerimaan. Fungsi utama zona penerimaan adalah sebagai penanda agrowisata serta memberikan kesan dan identitas suatu kawasan agrowisata. Pada zona penerimaan ini terletak pada pintu akses utama. Selain itu terdapat zona pelayanan (*service community*) yang memiliki fungsi untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada wisatawan dalam melaksanakan aktivitas wisata di dalam agrowisata. Karena letak antar atraksi dekat maka tidak perlu dilakukan penyebaran pada fasilitas pelayanan, melainkan memusatkan fasilitas pada area yang mudah dijangkau oleh wisatawan. Adapun pusat pelayanan terpadu yang diletakkan pada *welcome area* kompleks atraksi yaitu pada *lobby* agrowisata. Hal tersebut dilakukan untuk memudahkan wisatawan dalam mengakses informasi agrowisata secara keseluruhan. Adapun pengembangan pelayanan bagi wisatawan yang datang

dari luar kota ialah dengan membangun *homestay* yang dinilai dapat membantu wisatawan yang datang untuk bermalam pada kawasan agrowisata (Junaidi *et al.* 2019).

Fasilitas lain yang dikembangkan pada zona pelayanan ini di antaranya musala sebagai tempat ibadah, kafe sebagai tempat makan dan minum, gazebo dan tempat duduk untuk beristirahat serta fasilitas lain seperti WC dan tempat sampah untuk menunjang kenyamanan pengunjung.

Zona penghubung (*Linkage Corridors*) dapat disebut juga sebagai ruang transisi, di dalamnya terjadi pengarahan pada wisatawan untuk mengenal dan memperkenalkan kompleks atraksi. Zona penghubung dimanfaatkan untuk memberi kesan positif terhadap agrowisata, penataan pada agrowisata dilakukan untuk memberikan suasana dan *view* terbaik bagi wisatawan. Ruang transisi ini berupa jalan yang menghubungkan antar zona dalam kawasan agrowisata. Adapun aktivitas yang dikembangkan ialah aktivitas pasif seperti berjalan, duduk dan menikmati pemandangan. Fasilitas berupa jalan setapak serta tempat duduk untuk memberikan kenyamanan kepada pengunjung.

Rencana Sirkulasi Wisata

Secara umum dilakukan pembagian jalur sirkulasi ke dalam dua kelompok yang terdiri atas jalur sirkulasi untuk wisata dan jalur sirkulasi untuk masyarakat. Namun pada kawasan agrowisata, hanya ada sirkulasi untuk wisatawan, oleh karena itu tidak perlu dilakukannya pembagian pada jalur sirkulasinya (Ramadhan *et al.* 2023; Suryadarmawan *et al.* 2024).

Analisis Penerimaan Agrowisata

Analisis finansial merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui prediksi penerimaan perusahaan sebelum dan setelah dilakukannya pengembangan pada agrowisata. Pada analisis ini menggunakan alat penghitungan *R/C ratio*, dimana hasil penghitungan digunakan untuk membandingkan penerimaan yang diterima oleh perusahaan kemudian diketahui apakah terjadi peningkatan penerimaan pada perusahaan sesudah dilakukannya pengembangan agrowisata.

Pengembangan pada agrowisata oleh perusahaan maka akan menambah daya tarik dari agrowisata itu sendiri. Penambahan atraksi dan fasilitas agrowisata menjadi nilai tambah tersendiri bagi wisatawan, dan diprediksikan terjadi penambahan volume pengunjung yang datang ke agrowisata per bulannya.

Pengembangan perencanaan lanskap, diharapkan dapat meningkatkan volume pengunjung yang cukup signifikan. sebelum dilakukannya pengembangan agrowisata volume pengunjung yang datang rata-rata hanya sekitar 180 orang atau 45 keluarga (4 orang/keluarga) dalam sebulan, dan setelah dilakukannya pengembangan agrowisata volume pengunjung yang datang diprediksikan sebanyak 300 orang atau 75 keluarga (4 orang/keluarga) dalam sebulan. Hal tersebut terjadi karena adanya penambahan pada atraksi dan fasilitas agrowisata yang menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Atraksi dan fasilitas yang dikembangkan disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung, dan pengembangan pada fasilitas dilakukan pada lahan yang tidak produktif maka tidak perlu dilakukan penambahan pada luas lahan.

Fasilitas yang dikembangkan berpengaruh pada biaya budidaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk melaksanakan operasional agrowisata, menunjukkan terjadi peningkatan biaya produksi yang dikeluarkan sesudah dilakukannya pengembangan pada agrowisata. Biaya budidaya yang dikeluarkan oleh perusahaan sama seperti sebelumnya karena tidak mengurangi jumlah tanaman stroberi yang ada. Biaya listrik dan pekerja

meningkat seiring dengan dilakukannya pengembangan yang disebabkan oleh peningkatan penggunaan listrik dan

jumlah pekerja pada fasilitas agrowisata yang akan dikembangkan. Analisis biaya budidaya disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5 Biaya budidaya agrowisata per bulan

Kondisi saat ini				Prediksi setelah pengembangan			
Komponen	Jumlah unit	Biaya satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Komponen	Jumlah unit	Biaya satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
Pupuk	6000 tanaman	-	408.000	Pupuk	6000 tanaman	-	408.000
Pestisida (Fungisida, Insektisida dan perekat)	6000 tanaman	-	320.000	Pestisida (Fungisida, Insektisida dan perekat)	6000 tanaman	-	320.000
Listrik	-	400.000	400.000	Listrik	-	800.000	800.000
Pekerja	1 orang	3.000.000	3.000.000	Pekerja	2 orang	3.000.000	6.000.000
Jumlah			4.128.000	Jumlah			7.528.000

Sejalan dengan peningkatan pada biaya produksi agrowisata per bulannya, penerimaan yang diterima oleh perusahaan juga meningkat. Peningkatan penerimaan perusahaan terjadi karena peningkatan jumlah pengunjung dan perubahan pengelolaan buah stroberi yang dihasilkan.

Total produktivitas buah stroberi pada 6.000 tanaman menurut pengelola perusahaan dapat mencapai 180 kg / bulan, dengan pembagian buah segar sebesar 120 kg dan buah beku sebesar 60 kg. Pembagian dilakukan berdasarkan hasil sortasi langsung oleh pekerja pada buah stroberi segar yang terkena hama, dimana buah tersebut

akan dipanen kemudian dibersihkan menjadi buah stroberi beku.

Hasil pada jumlah yang didapatkan oleh perusahaan disesuaikan dengan jumlah pengunjung yang datang per bulannya. Pada kondisi saat ini dengan pengunjung sebanyak 180 orang, penerimaan buah stroberi segar sebesar 45 kg/bulan, buah stroberi beku sebesar 36 kg/bulan, jus stroberi sebanyak 180 botol dengan ukuran 250 ml/bulan, dan es krim stroberi sebanyak 180 cup/bulan. Pengembangan usaha dilakukan dengan mengurangi jumlah penjualan buah stroberi beku menjadi jus stroberi dan es krim stroberi. Data produk dan jasa disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6 Jumlah produk dan jasa per bulan

Kondisi saat ini			Prediksi setelah pengembangan		
Komponen	Satuan unit	Jumlah unit	Komponen	Satuan unit	Jumlah unit
Buah stroberi segar	250 g/orang	45 kg/180 orang	Buah stroberi segar	250 g/orang	75 kg/300 orang
Buah stroberi beku	200 g/orang	36 kg/180 orang	Buah stroberi beku	2 botol/orang	600 botol (250 ml)/300 orang
Jus stroberi	1 botol/orang	180 botol (250 ml)/180 orang	Es krim stroberi	2 gelas/orang	600 gelas/300 orang
Es krim stroberi	1 gelas/orang	180 gelas/180 orang	Homestay	2 unit dengan prediksi pemakaian 2 malam/minggu	16 malam (2 unit)/bulan

Setelah pengembangan jumlah pengunjung meningkat menjadi 300 orang, penjualan buah stroberi segar sebesar 75 kg/bulan, jus stroberi sebanyak 600 botol dengan ukuran 250 ml/bulan, es krim stroberi sebanyak 600 cup/bulan, dan perkiraan pemakain 2 unit *homestay* oleh pengunjung dalam sebulan didapatkan 16 kali pemakain pada 2 unit *homestay*.

Perkiraan pemakaian *homestay* didapatkan dari pemakaian pada malam sabtu dan malam minggu yang merupakan hari *weekend*, diprediksikan dengan adanya pengembangan pada

fasilitas dapat meningkatkan permintaan terhadap jus *dan* es krim stroberi, Rincian penerimaan yang diterima perusahaan dari produk stroberi dan jasa *homestay* per bulannya dapat dilihat pada Tabel 7. Berdasarkan Tabel 7 terjadinya peningkatan pada jumlah penerimaan perusahaan sebesar 166%. Jumlah penerimaan perusahaan pada saat ini sebesar Rp7.740.000/bulan, kemudian setelah dilakukannya pengembangan di prediksi akan meningkat menjadi sebesar Rp20.600.000 / bulan.

Tabel 7 Penerimaan perusahaan per bulan

Kondisi saat ini				Prediksi setelah pengembangan			
Komponen	Jumlah unit	Harga satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Komponen	Jumlah unit	Harga satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
Buah stroberi segar	45 kg	80.000/kg	3.600.000	Buah stroberi segar	75 kg	80.000	6.000.000
Buah stroberi beku	36 kg	40.000/kg	1.440.000	Jus stroberi	600 botol (250 ml)	10.000	6.000.000
Jus stroberi	180 botol (250 ml)	10.000/botol (250 ml)	1.800.000	Es krim stroberi	600 gelas	5.000	3.000.000
Es krim stroberi	180 gelas	5000/gelas	900.000	Homestay	16 malam (2 unit)	350.000/malam	5.600.000
Jumlah			7.740.000	Jumlah			20.600.000

Peningkatan terjadi karena volume pengunjung yang datang dan berbelanja produk semakin banyak setelah dilakukannya pengembangan pada agrowisata. Kemudian terdapat penambahan fasilitas *homestay* menjadi sumber penerimaan baru bagi perusahaan, dimana fasilitas *homestay* menambah penerimaan perusahaan sebesar Rp5.600.000 per bulannya.

Peningkatan pada penerimaan perusahaan sesudah dilakukannya pengembangan agrowisata, selanjutnya dianalisis secara finansial untuk mengetahui kelayakan usaha. Analisis tersebut menggunakan *R/C ratio*. Berikut merupakan hasil dari penghitungan *R/C ratio* berserta laba yang diterima oleh perusahaan per bulannya.

Tabel 8 Hasil penghitungan rasio r/c dan laba pada agrowisata per bulan

Komponen	Kondisi saat ini	Perkiraan setelah pengembangan
Penerimaan	7.740.000	20.600.000
Biaya produksi	4.128.000	7.528.000
Laba	3.612.000	13.072.000
Revenue/cost (R/C)	1,8	2,7

Hasil analisis penerimaan yang terdapat pada Tabel 8, menunjukkan peningkatan penerimaan perusahaan, sebelum pengembangan laba yang didapatkan hanya sebesar Rp. 3.612.000 dengan rasio R/C sebesar 1,8

dan sesudah dilakukannya pengembangan laba yang didapatkan sebesar Rp. 13.072.000 dengan nilai rasio R/C sebesar 2,7.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penerapan lanskap tata ruang pada Agrowisata Wanda Strawberry saat ini masih belum optimal, berdasarkan indikator analisis umum terdapat permasalahan berupa kendala pada masing-masing indikator analisis umum agrowisata. Berdasarkan analisis pasar, pengembangan agrowisata yang seharusnya dilakukan adalah dengan melakukan pengembangan pada fasilitas agrowisata, perlu penambahan fasilitas luas jalan masuk, luas lahan parkir, tempat bersantai (gazebo dan tempat duduk), tempat beribadah (musholla), tempat bermalam (*homestay*), kantin/kafe, tempat sampah, toilet/wc, area swafoto, dan *wifi area*. Hasil perencanaan lanskap berupa peta *layout* agrowisata, *block plan* agrowisata, dan gambaran fasilitas agrowisata. Berdasarkan penerimaan perusahaan saat ini, kegiatan agrowisata layak untuk dikembangkan dan masih berpotensi untuk dikembangkan lebih luas lagi.

Saran

Saran yang dapat diberikan pada perusahaan adalah dengan melakukan pengembangan pada agrowisata setiap tahunnya. Hal tersebut dapat meningkatkan penerimaan perusahaan karena pengembangan pada atraksi dan

fasilitas dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali M. 2013. *Penelitian Kependidikan Prosedur dan Strategi*. Bandung: Angkasa.
- Gunn CA. 2014. *Vacationscape: Developing Tourist Area*. New York Amerika Serikat: Routledge.
- Hanafi I, Hartati, Judijanto L, Syofya H, Wijaya AF. 2023. *Pembangunan Pertanian*. Solok: PT Mafy Media Literasi Indonesia
- Jumiyati S, Frimawaty E. 2024. Application of agro-edutourism and agroforestry: pattern of land use on conservation in the buffer area. *Internasional Journal of Conservation Service*. 15(1): 657–672.
- Junaidi J, Amril A, Edi JK, Ridwansyah M, Hastuti D, Aminah S. 2019. Arah zonasi pada pengembangan agrowisata berbasis *community-based tourism* Dewa Renah Alai. *Jurnal Inovasi, Teknologi, dan Dharma bagi Masyarakat*. 1(1): 29–36.
- Kotler P, Armstrong G. 2018. *Principle of Marketing, 17th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Mistriani N. 2022. Model pengembangan potensi agrowisata di PT Cengkeh

- Zanzibar (*Plantera*) Patean Kendal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin*. 2(2): 64–71.
- Nugraha IGP. 2017. Pengembangan agrowisata anggur berbasis masyarakat di Desa Banyupoh, Kecamatan Gerogak, Kabupaten Buleleng-Bali. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*. 6(1): 20–30.
- Palit IG, Talumingan C, Rumagit GAJ. 2017. Strategi pengembangan kawasan agrowisata Rurukan. *Agri-SosioEkonomi Unsrat*. 13(2A): 21–34.
- Pradiana NN, Setyaningsih W, Nugroho PS. 2021. Penerapan konsep eduwisata sebagai perancangan agrowisata florikultura Desa Cihideung. *Senthong*. 4(1): 206–217.
- Qadri ANM, Ridwan I. 2023. Perencanaan lanskap Kebun Wisata Stroberi Lemo-Lemo di Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan. *Jurnal Lanskap dan Lingkungan*. 1(10): 1–10.
- Ramadhan DF, Said RN, Hantono D. 2023. Pengaruh pola massa bangunan terhadap sirkulasi kawasan wisata Kota Tua Jakarta. *Jurnal Potensi*. 3(1): 1–10.
- Riduwan. 2019. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru–Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Siregar S, Rangkuti K, Prandini EG. 2022. Agrowisata Kebun Jeruk Hijau Manis dan strategi pengembangannya. *Journal of Agribusiness Sciences*.
- Solihin MM, Lubis AR, Putra CP. 2021. Persepsi masyarakat terhadap Desa Wisata Tegalwaru di Ciampea Bogor. *Jurnal Penyuluhan Pertanian*. 16(1): 1–10.
- Suryadarmawan IGAG, Pragningrum TI, Giri IKS, Hermawan IPY, Sari PAP. 2024. Kajian efektivitas pola sirkulasi kawasan desa tradisional Penglipuran. *Ganec Swara*. 18(3): 1797–1803.
- Swastika IPD, Budhi MKS, Dewi MHU. 2017. Analisis pengembangan agrowisata untuk kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Petang, Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. 6(12): 4103–4106.
- Surata K, Vipriyanti U, Ismail D, Martiningsih E, Sustrawan A. 2016. *Pengelolaan DAS Tukad Pakerisan Berkelanjutan dan Berbasis Budaya*. Denpasar: Unmas Press.
- Umar H. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wu TC, Wang YS, Xie PF, Chen CP. 2024. Commercialization process

for developing agritourism: the use
of commodity chain analysis.
*Journal of China Tourism
Research.* 1–22.

[https://doi.org/10.1080/19388160.
2024.2354792](https://doi.org/10.1080/19388160.2024.2354792).