



## PEMETAAN RANTAI NILAI PADA PENGEMBANGAN KAWASAN AGROWISATA GUNUNG MAS

Rike Penta Sitio

rikepenta@gmail.com

STKIP Mutiara Banten, PPM School of Management

Received: 12 Aug 2017

Final Accepted: 2 Nov 2017

Published Online: 31 January 2018

**Keywords:**

Agrotourism, Local Community, Welfare, Gunung Mas rocess

Corresponding Authors:

\* Rike Penta Sitio

**Abstract**

*The development of Gunung Mas Agrotourism is inseparable from other business links along the value chain of Tourism. The tourism value chain approach that supports small people is a way of thinking that tries to shift the mindset of a project that curbs the market into a mindset that has a significant impact on the market. Research on the impact of agro-tourism development of Gunung Mas from economic, social and cultural impacts is based on community perceptions and determines the impact of agro-tourism development seen from the level of income and prosperity. The results of this community perception will be used as part of an alternative development strategy in a sustainable region. The results show that the pattern of global control chain shape that occurs in Gunung Mas agro tourism in its value chain has five segments that allow the local community to contribute in tourism. The five segments are transportation, accommodation, food and entertainment, shopping events, and tourist guides. Maximum empowerment of the five segments will help local people to improve their income. The highest positive impact felt by surrounding communities involved in tourism is the increase in local tax revenues. It is shown from the high score of 199. As for the people who do not take advantage of the economic impact of tourism, the most important is the increasing number of public facilities in Tugu Selatan with a score of 203. The highest socio-cultural Impact for people who are actively involved in tourism is awareness to improve education by 171. While people who are not involved in tourism judge that the most negative impact they feel is the rampant prostitution in their area. The highest value for a positive environmental impact is Gunung Mas's agro-tourism which helps preserve the environment with a score of 199 and the negative impact is traffic congestion for both communities.*

Copyright JEBA 2017., All rights reserved

### ABSTRAK

Perkembangan Gunung Mas Wisata tidak terlepas dari keterkaitan bisnis lain di sepanjang rantai nilai Pariwisata. Pendekatan rantai nilai pariwisata yang mendukung orang-orang kecil adalah cara berpikir yang mencoba mengalihkan pola pikir sebuah proyek yang mengekang pasar menjadi pola pikir yang memberi dampak signifikan pada pasar. Penelitian tentang dampak pengembangan agrowisata Gunung Mas dari dampak

ekonomi, sosial dan budaya dilakukan berdasarkan persepsi masyarakat dan menentukan dampak pengembangan agrowisata yang dilihat dari tingkat pendapatan dan kemakmuran. Hasil persepsi masyarakat ini akan digunakan sebagai bagian dari strategi pengembangan alternatif di kawasan berkelanjutan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola bentuk rantai kontrol global yang terjadi pada agrowisata Gunung Mas dalam rantai nilainya memiliki lima segmen yang memungkinkan masyarakat setempat berkontribusi dalam pariwisata. Kelima segmen tersebut adalah transportasi, akomodasi, makanan dan hiburan, acara belanja, dan pemandu turis. Pemberdayaan maksimal pada kelima segmen tersebut akan membantu masyarakat setempat untuk memperbaiki pendapatan mereka. Dampak positif tertinggi yang dirasakan masyarakat sekitar yang terlibat dalam pariwisata adalah kenaikan penerimaan pajak daerah. Hal itu ditunjukkan dari skor yang tinggi yaitu 199. Sedangkan bagi masyarakat yang tidak memanfaatkan dampak ekonomi pariwisata, yang terpenting adalah meningkatnya jumlah fasilitas umum di Tugu Selatan dengan skor 203. Sosio budaya paling tinggi Dampak bagi orang-orang yang terlibat aktif dalam pariwisata adalah kesadaran untuk memperbaiki pendidikan dengan nilai 171. Sementara orang-orang yang tidak terlibat dalam pariwisata menilai bahwa dampak paling negatif yang mereka rasakan adalah pelacuran yang merajalela di wilayah mereka. Nilai tertinggi untuk dampak positif lingkungan adalah agrowisata Gunung Mas yang membantu melestarikan lingkungan dengan skor 199 dan dampak negatifnya adalah kemacetan lalu lintas untuk kedua kelompok masyarakat.

Kata Kunci: Agrowisata, Masyarakat lokal, Gunung Mas

## PENDAHULUAN

Agrowisata merupakan kegiatan yang berupaya mengembangkan sumberdaya alam suatu daerah yang memiliki potensi di bidang pertanian untuk dijadikan kawasan wisata. Pengembangan agrowisata sesuai dengan kapabilitas, tipologi, dan fungsi ekologis lahan akan berpengaruh langsung terhadap kelestarian sumber daya lahan dan pendapatan petani serta masyarakat sekitarnya. Kegiatan ini secara tidak langsung akan meningkatkan persepsi positif petani serta masyarakat sekitarnya akan arti pentingnya pelestarian sumber daya lahan pertanian. Pengembangan agrowisata pada gilirannya akan menciptakan lapangan pekerjaan, karena usaha ini dapat menyerap tenaga kerja dari masyarakat pedesaan, sehingga dapat menahan atau mengurangi arus urbanisasi yang semakin meningkat saat ini. Pemain kunci dalam agrowisata adalah petani, pengunjung, dan pemerintah atau institusi. Peran mereka bersama dengan interaksi mereka adalah penting untuk menuju keberhasilan dalam perkembangan agrowisata.

Salah satu pelaku dari agrowisata adalah PTPN VIII dengan unit bisnis agrowisata Gunung Mas. Dalam pengembangannya Unit Bisnis Agrowisata Gunung Mas PTPN VIII memiliki peran dalam meningkatkan ekonomi daerah, terutama peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal

sebagai bagian dari prinsip agrowisata dengan meminimalkan dampak kerusakan terhadap lingkungan.

Permasalahan yang ada saat ini adalah pengembangan agrowisata Gunung Mas saat ini belum melibatkan masyarakat secara optimal, masyarakat masih merupakan obyek, padahal masyarakat di daerah sekitar kawasan adalah pihak yang dipengaruhi secara langsung oleh adanya pengembangan pariwisata. Maka dari itu, diperlukan pendekatan rantai nilai agrowisata untuk memetakan aktor-aktor yang terlibat dalam bisnis agrowisata Gunung Mas. Pendekatan rantai nilai merupakan pendekatan yang berpihak kepada masyarakat lokal dan merupakan suatu cara berpikir bagai-mana memberikan dampak yang berarti bagi setiap aktor yang terlibat di dalam rantai. Rantai nilai yang dimaksudkan adalah berbagai kegiatan yang dibutuhkan untuk membawa wisatawan ke tempat tujuan wisata dengan menyediakan semua layanan jasa yang dibutuhkan. Layanan jasa yang dapat ditawarkan di sepanjang rantai meliputi transportasi, akomodasi, makanan dan hiburan, serta wisata berbelanja. Pendekatan ini memungkinkan masyarakat lokal untuk ikut berpartisipasi di berbagai titik kunci rantai nilai tersebut sehingga menambah penghasilan masyarakat itu sendiri. Bentuk partisipasi masyarakat yang terlibat dalam rantai nilai mengenai dampak yang diakibatkan dengan adanya pengembangan pariwisata penting untuk diketahui karena secara langsung mempengaruhi masyarakat sekitar kawasan wisata. Selain itu keberhasilan suatu tempat wisata yang berkelanjutan adalah terkait kesejahteraan masyarakat di sekitar lokasi wisata, maka dari itu perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui dampak kegiatan agrowisata bagi kesejahteraan masyarakat sekitar lokasi.

### **Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana gambaran rantai nilai pada PTPN VIII Agrowisata Gunung Mas?
2. Bagaimana partisipasi masyarakat dalam Kegiatan Agrowisata Gunung Mas?
3. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan masyarakat di sekitar kawasan agrowisata Gunung Mas ?

### **Tujuan Penelitian**

1. Mengidentifikasi kondisi Kawasan Agrowisata dalam rantai nilai sehingga diketahui permasalahan dalam pengembangan yang berkelanjutan.
2. Mengkaji bentuk partisipasi masyarakat yang memanfaatkan kegiatan agrowisata dan keinginan masyarakat terkait pengembangan kegiatan agrowisata Gunung Mas.

3. Mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan masyarakat di sekitar kawasan agrowisata Gunung Mas.

## **KAJIAN TEORI**

### **Rantai Nilai**

Rantai nilai merupakan rangkaian kegiatan bisnis dari penyedia/produksi primer, tranfrmsi, pemasaran sampai dengan konsumen akhir (Gereffi 2003). Ashley dan Mitchell (2007) mengemukakan bahwa tujuan dari analisis rantai nilai bertujuan untuk memetakan perekonomian pariwisata, dalam hal ini agrowisata, aliran pendapatan agrowisata dan penerima manfaat. Nilai di setiap rantai nantinya akan memperkirakan proporsi peranan aktor yang berbedan dan hambatan yang timbul ketika masyarakat berpartisipasi dalam rantai nilai. Rantai nilai pariwisata dimulai dari pesanan konsumen. Konsumen dalam hal ini wisatawan memiliki berbagai alternative pilihan produk pariwisata. Wisatawan menyusun rencana perjalanan dengan bantuan operator perjalanan wisata. Dalam hal ini, agen wisata memberikan penjelasan tentang paket wisata kepada calon wisatawan, maka disebut package tourists. Apabila calon wisatawan tidak menggunakan agen perjalanan disebut sebagai individual tourists dimana mereka bebas melakukan perjalanannya sendiri tanpa bantuan agen perjalanan. Agen wisata dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan dengan mengantarkan ke pelabuhan udara, pelabuhan lauh, stasiun kereta, dan sebagainya. Selain itu agen wisata juga meyediakan tempat penginapan selama perjalanan dan kegiatan lainnya sampai ke tujuan. Transportasi antara tempat asal wisatawan sampai ke tujuan wisata memegang peranan penting dalam rantai nilai pariwisata (Damanik dan Weber, 2006).

### **Pengembangan Agrowisata**

Agrowisata merupakan wisata yang memanfaatkan obyek-obyek pertanian. Bahtiar dalam Pasaribu (2003) menyebutkan agrowisata sebagai rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan sector pertanian seperti perkebunan dan ladang pembibitan. Pengembangan agrowisata hendaknya memperhatikan aspek keberlanjutan dari agrowisatanya. Keberlanjutan suatu agrowisata diartikan sebagai suatu industri wisata agro yang mempertimbangkan aspek-aspek penting dalam pengelolaan seluruh sumberdaya yang ada, guna mendukung wisata secara ekonomi, sosial dan estetika yang dibutuhkan dalam memelihara kebutuhan budaya, pemeliharaan ekologi, keragaman biologi dan dukungan dalam system kehidupan (Inskeep, 1991). Pengembangan agrowisata yang berkelanjutan merupakan perubahan positif dari segi sosial ekonomi yang tidak merusak sistem

ekologi tempat dimana masyarakat serta komunitas sosialnya berada. Pengembangan ini akan berhasil implementasinya jika terdapat integrasi antara proses kebijakan, perencanaan, keberlangsungan politik yang kesemuanya bergantung kepada pemerintah serta dukungan masyarakat dan institusi sosial (Gunn, 1994). Manfaat dari pengembangan pariwisata menurut Suwanto (2004) adalah:

1. Bidang ekonomi
  - a. Meningkatkan kesempatan kerja dan berusaha baik secara langsung maupun tidak langsung.
  - b. Penghasil devisa, pariwisata dapat mendukung kelanjutan pembangunan di sector lain.
  - c. Meningkatkan dan pemeratakan pendapatan masyarakat melalui belanja wisatawan baik maupun tidak langsung melalui *multiplier effect*.
2. Bidang sosial budaya  
Pengembangan agrowisata harus mampu melestarikan dan mengembangkan budaya yang ada agar manfaat agrowisata lebih lengkap.
3. Bidang lingkungan hidup  
Pengembangan pariwisata akan memanfaatkan lingkungan yang menarik, namun senantiasa menjaga alam dan menghindari kerusakannya.

### **Dampak Agrowisata**

Yoeti (1996) menuliskan bahwa pariwisata, dalam hal ini juga termasuk agrowisata, merupakan katalisator dalam pembangunan. Hal ini dikarenakan dampak yang diberikan agrowisata terhadap kehidupan perekonomian di negara yang dikunjungi wisatawan. Menurut Sunarminto (2002) bahwa sekalipun relatif kecil, namun kegiatan ekowisata bahawri Pulau Menjangan Taman Nasional Bali Barat telah memberikan pendapatan langsung kepada masyarakat lokal sebesar 15% dari perkiraan nilai ekonomi ekowisata tahun 1996 yaitu sebesar 0,77 miliar.

### **Tinjauan Kesejahteraan**

Pengukuran tingkat kesejahteraan secara ekonomi adalah penting karena tujuan dan analisis ekonomi yaitu untuk menilai dampak tentang kebijakan tertentu sebagai perwujudan dari kebijaksanaan pembangunan terhadap peningkatan atau penurunan tingkat kesejahteraan masyarakat. Tingkat kesejahteraan tercermin dari makin banyak tersedianya kebutuhan fisik diikuti dengan perbaikan mutu kehidupan yang meliputi mutu lingkungan fisik, pola konsumsi, rasa aman,

tersedianya alternatif jenis pekerjaan yang dapat dimasuki. Dengan demikian upaya peningkatan kesejahteraan warga masyarakat lokal akan dapat tercapai dan semakin terbukanya kesempatan bagi warga desa untuk melakukan pengembangan diri.

Kesejahteraan tidak terlepas dari konsep kemiskinan, karena dengan demikian dapat ditentukan taraf hidup. Kemiskinan dapat didefinisikan sebagai suatu situasi serba kekurangan dari penduduk dan disebabkan oleh terbatasnya modal yang dimiliki, rendahnya pengetahuan dan keterampilan, rendahnya pendapatan, lemahnya nilai tukar hasil produksi orang miskin dan terbatasnya kesempatan untuk berperan dalam pembangunan.

Biro Pusat Statistik (1998) dalam menganalisis kesejahteraan masyarakat didasarkan kepada komponen-komponen kebutuhan hidup antara lain pendapatan, pemilikan barang tahan lama berikut fasilitasnya, tingkat kesehatan, kondisi lingkungan dan tempat tinggal, gizi, pendidikan, pangan, dan pakaian dan kebutuhan dasar manusia lainnya.

### **Kerangka Pemikiran Konsepstual**

Pengembangan agrowisata merupakan upaya terhadap pemanfaatan potensi atraksi wisata pertanian. Tujuan pengembangan agrowisata adalah untuk membina keselarasan hubungan antara kehidupan manusia dan lingkungannya melalui upaya pemanfaatan potensi alam untuk tujuan wisata, dengan mempertimbangkan aspek kelestarian alam lingkungannya, kondisi sosial ekonomi budaya masyarakatnya dan keinginan pengunjung, serta dapat meningkatkan kegiatan ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Salah satu pelaku dari agrowisata adalah PTPN VIII dengan Kawasan Wisata Agro Gunung Mas, Cisarua. Adapun visi dari PTPN VIII saat ini adalah menjadi perusahaan perkebunan yang tangguh dalam bidang agribisnis, agroindustri, dan agrowisata untuk memuaskan *stakeholder* (antara lain pelanggan, pemilik saham, karyawan dan masyarakat). Perusahaan tersebut memiliki misi untuk turut melaksanakan dan menunjang kebijakan program pemerintah di bidang ekonomi dan nasional pada umumnya, khususnya di sub sektor perkebunan dalam arti seluas-luasnya.

Adanya program pengembangan yang dilakkan PTPN VII di Kawasan Wisata Agro Gunung Mas melibatkan berbagai pihak yang memiliki tujuan serta kepentingan yang berbeda di sepanjang sistem rantai nilainya. Segala upaya peningkatan kualitas di sepanjang rantai akan berpengaruh terhadap tingkat keuntungan dari bisnis agrowisata itu sendiri. Identifikasi terhadap isu-isu permasalahan yang ada makan dapat dilakukan analisis terhadap kenyataan-kenyataan di lapangan sehingga dapat diketahui apakah visi dan misi telah tercapai atau belum. Kegiatan

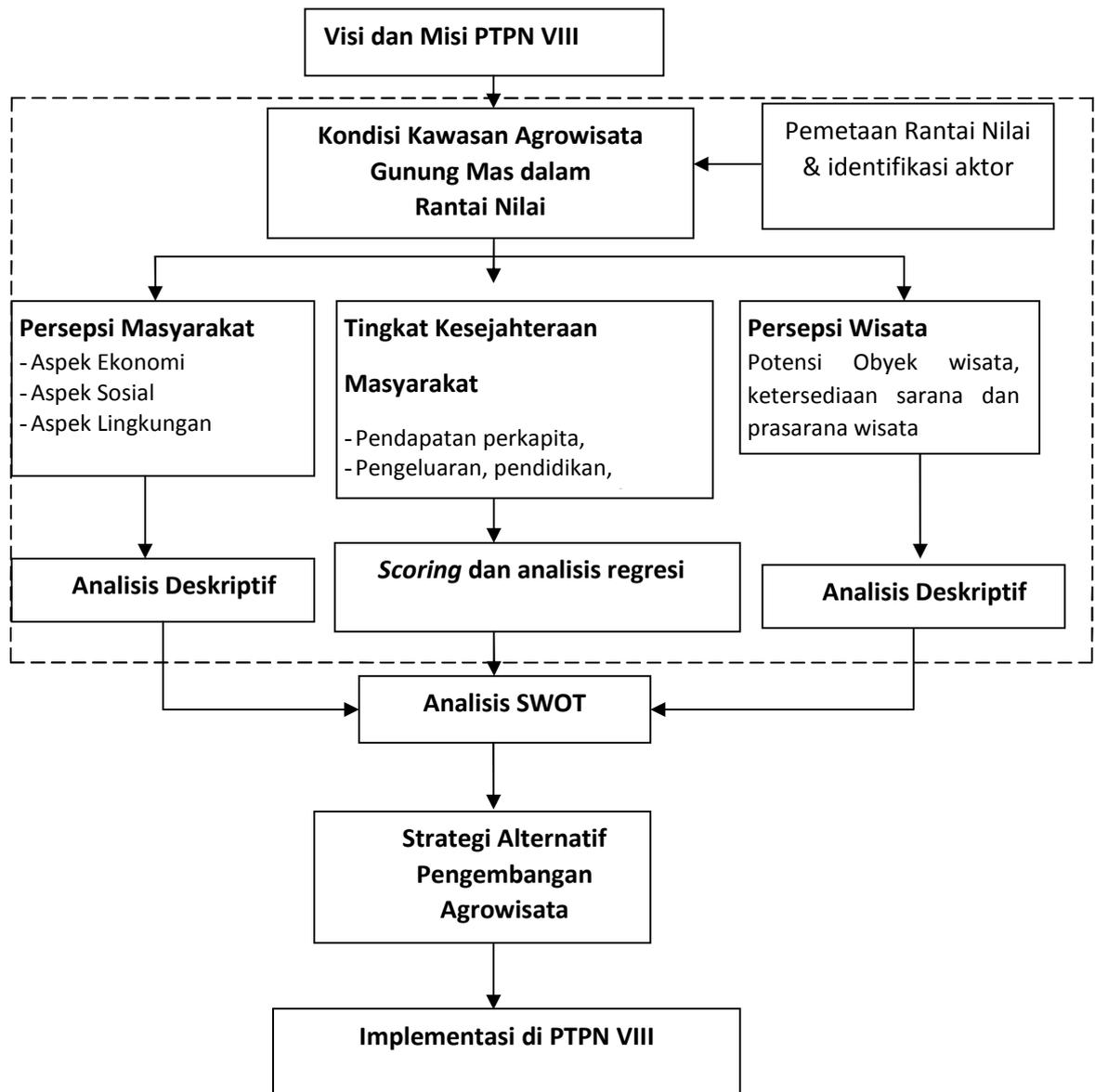
pengembangan juga memerlukan adanya penelitian untuk mengetahui apakah program pengembangan pariwisata, dalam hal ini agrowisata, dapat mendukung dan meningkatkan industri rakyat yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan di sekitar lokasi obyek wisata. Hal ini didasarkan pada prinsip agrowisata yang berkelanjutan adalah agrowisata yang mengalami perubahan positif dari sosial ekonomi yang tidak merusak sistem ekologi dan sosial dimana masyarakat dan kehidupan sosialnya berada.

Berangkat dari pemikiran tersebut, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji persepsi masyarakat yang terlibat langsung dengan kegiatan pengembangan wisata di Kawasan Wisata Agro Gunung Mas, baik yang terlibat di dalam kawasan obyek wisata maupun yang di luar kawasan wisata, bagaimana persepsi masyarakat terhadap dampak pengembangan agrowisata terhadap kondisi ekonomi, sosial, dan lingkungan masyarakat selama ini.

Mengacu pada kajian ini dapat dikemukakan bahwa partisipasi positif terhadap pengembangan wisata yang dilakukan PTPN VIII dapat terjadi jika masyarakat memiliki persepsi yang positif pada dampak yang diakibatkan pada pengembangan tersebut. Secara umum, dengan adanya partisipasi masyarakat, maka peluang masyarakat untuk meningkatkan pendapatan akan semakin terbuka dan selanjutnya kesejahteraan akan meningkat.

Menelaah dukungan masyarakat di sepanjang rantai nilai agrowisata, maka dapat diketahui strategi yang tepat dalam mengembangkan agrowisata yang berkelanjutan. Guna menentukan strategi pengembangan agrowisata yang berkelanjutan diperlukan rantai nilai kegiatan wisata agro yang ada, karakteristik masyarakat sekitar, persepsi masyarakat terhadap dampak pariwisata, partisipasi masyarakat dalam kegiatan wisata dan keinginan masyarakat sekitar terhadap pengembangan agrowisata.

Untuk membatasi kajian penelitian, maka dilakukan studi kasus pada masyarakat wilayah Kawasan Agrowisata Gunung Mas berada, Desa Tugu Selatan. Penelitian didasari oleh visi dan misi Kawasan Agrowisata Gunung Mas. Kegiatan pertama adalah dengan memetakan rantai nilai agrowisata dan aktor-aktor yang berperan dalam rantai nilai berdasarkan hasil pengamatan di lapangan. Untuk mengetahui partisipasi masyarakat sebagai *stakeholder* dan persepsi mengenai dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan yang dirasakan menggunakan wawancara kuesioner.



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

## **METODE PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Desain penelitian ini merupakan riset deskriptif, artinya menggambarkan suatu kondisi yang ada pada suatu. Waktu uji. Data diambil dengan metode observasi, studi literatur, kuesioner, dan *indepth interview*.

## Teknik Pengambilan Data

Data primer dalam penelitian ini terdiri dari kegiatan agrowisata, karakteristik masyarakat, persepsi, partisipasi dan keinginan masyarakat terhadap pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas. Data mengenai kegiatan agrowisata, karakteristik, persepsi, partisipasi, dan keinginan masyarakat diperoleh melalui wawancara dengan metode *purposive sampling* terhadap pihak-pihak yang berkompeten terhadap pengembangan agrowisata di Kawasan Agrowisata Gunung Mas.

## Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan beserta sumbernya ( Tabel 1 ):

**Tabel 2 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data**

No	Tujuan Penelitian	Sumber data	Metode Pengambilan Contoh dan Responder	Metode dan Prosedur Analisis
1	Kondisi Agrowisata Gunung Mas dalam rantai nilai	Data primer dan sekunder	Judgement sampling n= 15 terdiri dari tour operator, Dinas Pariwisata, LSM, akademisi, praktisi pariwisata, masyarakat, tokoh masyarakat, Kelurahan Tugu Selatan.	1. Indepth interview 2. Observasi 3. Analisis deskriptif
2	Partisipasi dan keinginan masyarakat lokal terhadap pengembangan agrowisata Gunung Mas	Data Primer dan Sekunder	Non probability sampling (masyarakat lokal)  Jumlah total sampel = 100 keluarga  - yang memanfaatkan n = 50 - yang tidak memanfaatkan n = 50	1. Survey dengan kuesioner (dapat dilihat pada kuesioner) 2. In depth interview 3. Analisis Deskriptif
3	Pengaruh Pengembangan Agrowisata Gunung Mas terhadap kesejahteraan masyarakat yang memanfaatkan dan tidak memanfaatkan.	Data primer dan sekunder	Non probability sampling  Jumlah total sampel = 100 keluarga  - yang memanfaatkan n = 50 - yang tidak memanfaatkan n = 50	1. Survei dengan kuesioner 2. Analisis factor-faktor yang mempengaruhi pendapatan masyarakat dengan analisis regresi berganda menggunakan SPSS 20 3. Analisis Tingkat kesejahteraan rakyat digunakan indikator menurut SUSENAS dan Sajogyo.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Rantai Nilai Agrowisata Gunung Mas

Gambaran umum rantai nilai agrowisata Gunung Mas terdiri dari berbagai pelaku dan proses dari awal produksi hingga ke konsumen akhir:

1. Pemasok Input

Peranan pemasok input pada rantai nilai ini berfungsi memasok berbagai bahan-bahan dalam kegiatan pariwisata Agrowisata Gunung Mas misalnya bahan makanan berupa daging, sayuran, bumbu dan bahan makanan lain yang digunakan untuk kebutuhan konsumsi pengunjung terutama penginapan dan *tea corner*. Para pemasok input dan pengelola Agrowisata Gunung Mas ini bersifat tidak terikat dalam suatu bentuk kerjasama satu sama lain dimana kontak atau transaksi dengan pihak pemasok terjadi ketika proses jual beli saja. Para pemasok input bahan-bahan ini biasa ditemui berupa pedagang lokal pada pasar-pasar tradisional yang terdapat di sekitar wilayah Cisarua Puncak atau Cipanas.

## 2. Produsen Primer

Produsen primer pada rantai nilai agrowisata gunung mas terdiri dari PT Perkebunan Nusantara (PERSERO), pengelola akomodasi di sepanjang jalur/kawasan Puncak yang menampung wisatawan agrowisata, Restoran dan penyedia jasa catering Camelia yang merupakan supplier makanan dan minuman untuk sekitar agrowisata, penyedia jasa transportasi yang membawa wisatawan sampai ke tempat wisata. Penyedia jasa transportasi umum di sekitar kawasan agrowisata adalah angkutan umum, tour bis, rental mobil, dan ojek. Selain itu, produsen primer kawasan agrowisata adalah penyedia jasa atraksi seperti outbond dan kegiatan berkuda. Penyedia jasa ini biasanya berasal dari masyarakat sekitar. Produsen primer terakhir adalah pengecer, atau penjual warung-warung di sepanjang kawasan wisata.

## 3. Tour Operator

Berdasarkan pengamatan, salah satu *Inbound tour operator* yang berperan pada rantai nilai Agrowisata Gunung Mas merupakan tur operator lokal yang bekerjasama dengan *Outbound tour operator* internasional dengan sistem kontrak dan sistem komisi.

## 4. Agen Perjalanan Ritel

Tahapan ini juga tergolong dalam sistem distribusi tidak langsung dikarenakan konsumen atau wisatawan dalam memenuhi kebutuhan proses dan kegiatan wisatanya menggunakan satu atau lebih perantara antara wisatawan tersebut dengan pemasok jasa wisata. Pada rantai nilai yang terjadi di Agrowisata Gunung Mas, fungsi agen perjalanan ritel pada wisatawan domestik biasanya dilakukan bersamaan oleh *inbound tour operator*.

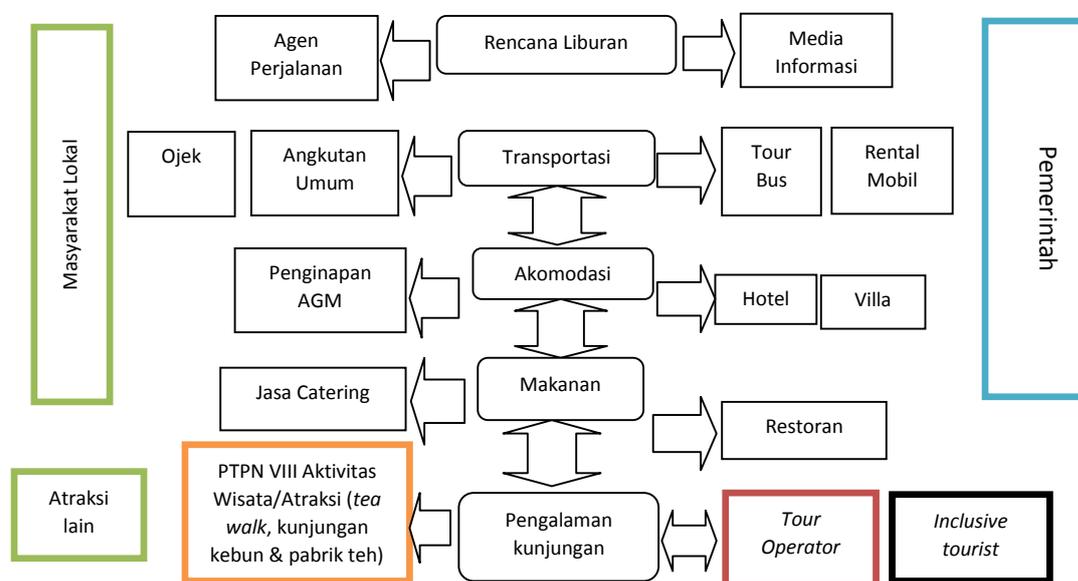
## 5. Konsumen

Pada rantai nilai Agrowisata Gunung Mas, sistem distribusi langsung ini terjadi terdapat pada contoh calon wisatawan untuk jenis pengunjung independen langsung membeli tiket lokasi pada pengelola Agrowisata Gunung Mas, mengikuti berbagai jenis program wisata

atau memesan penginapan Agrowisata Gunung Mas tanpa melibatkan pihak perantara atau sejenis tur operator. Berdasarkan wawancara dan pengamatan di lapangan, konsumen yang terdapat pada rantai nilai Agrowisata Gunung Mas terdiri dari wisatawan domestik dan wisatawan internasional baik yang tergolong dalam pengunjung inklusif maupun pengunjung independen.

#### 6. Pemerintah

Pada rantai nilai Agrowisata Gunung Mas juga terdapat keterlibatan pemerintah baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam hal ini pelaku pemerintah yang banyak berkaitan langsung dengan rantai nilai Agrowisata Gunung Mas adalah pihak Pemerintah Daerah Kabupaten Bogor sesuai dengan lokasi Agrowisata Gunung Mas yang terletak di Kabupaten Bogor. Beeton (1998) menjelaskan bentuk keterlibatan pemerintah daerah dalam pariwisata diantaranya dalam hal menyediakan infrastruktur dan jasa yang dibutuhkan publik seperti terminal bus, jalan raya, museum, pusat informasi pengunjung, pusat rekreasi umum, toilet umum, tempat pembuangan sampah, kebersihan jalan, taman umum, dan papan petunjuk.



**Gambar 2. Pola Rantai Nilai Gunung Mas**

#### Karakteristik Umum Responden

Analisis karakteristik umum responden ini menggunakan analisis deskriptif yang dapat menggambarkan kondisi demografi masyarakat Desa Tugu Selatan. Karakteristik

responden meliputi usia kepala keluarga, pendidikan terakhir kepala keluarga, pengeluaran dan pendapatan yang merupakan indikator yang dapat mempengaruhi tingkat kesejahteraan suatu keluarga. Rata-rata usia kepala keluarga yang berada di Desa Tugu Selatan adalah 40 tahun untuk kelompok yang aktif terlibat dalam kegiatan pariwisata/agrowisata di daerah setempat dan 44 tahun untuk usia kepala keluarga yang tidak terlibat dalam kegiatan pariwisata. Usia pendidikan rata-rata kepala keluarga adalah 9 tahun untuk rumah tangga yang terlibat di dalam pariwisata, artinya rata-rata kepala keluarga yang terlibat dalam pariwisata menamatkan SMP, sedangkan kepala keluarga yang tidak terlibat dalam kegiatan pariwisata rata-rata hanya menamatkan pendidikan tingkat SD. Rata-rata anggota keluarga yang dimiliki oleh satu keluarga sejumlah 4 orang bagi keluarga yang terlibat di kegiatan pariwisata sedangkan untuk keluarga yang tidak terlibat dalam pariwisata berjumlah 5 orang. Pendapatan per kapita dalam keluarga yang memanfaatkan pariwisata adalah Rp. 437.183 dan yang tidak memanfaatkan pariwisata pendapatan per kapita dalam keluarga adalah Rp. 231.437.

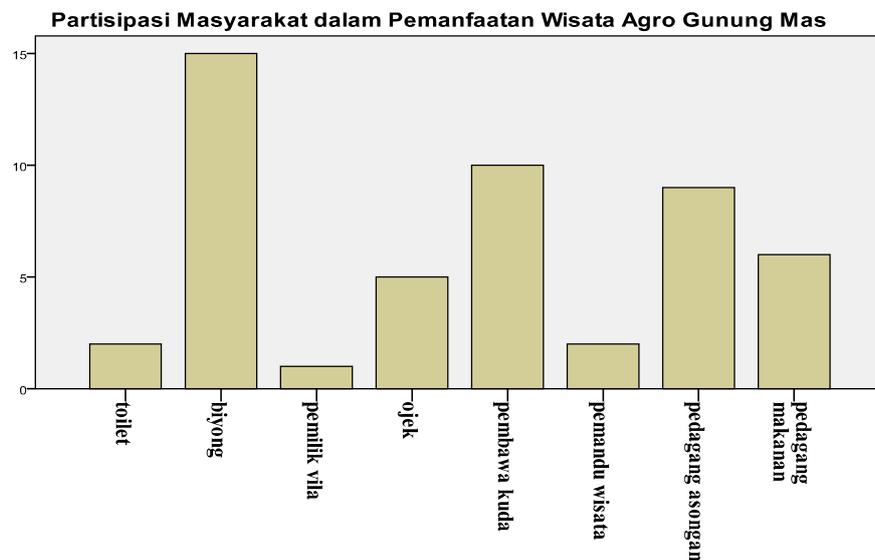
**Tabel 2. Nilai rata-rata Peubah Karakteristik antara Masyarakat yang Aktif Memanfaatkan dengan Masyarakat yang Tidak Aktif Memanfaatkan Potensi Wisata**

Variabel	Peubah Rataan Per Kelompok	
	Aktif dalam pariwisata	Tidak aktif
Umur (tahun)	40	44
Pendidikan (tahun)	9	7
Anggota keluarga (jiwa)	4	5
Pendapatan/kapita (Rp)	437.183	231.437

## Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan Agrowisata Gunung Mas

### a. Bentuk Partisipasi

Bentuk partisipasi masyarakat dalam aktivitas agrowisata di Gunung Mas dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu partisipasi di dalam kawasan dan di luar kawasan wisata.



**Gambar 3. Bentuk Partisipasi Masyarakat**

Mayoritas responden yang berpartisipasi dalam pariwisata bekerja sebagai *biyong* (pengantar tamu ke vila) sebanyak 29,4 persen dan pembawa kuda sebanyak 19,6 persen.

#### **b. Alasan tidak Berpartisipasi**

Masyarakat yang tidak terlibat dalam pariwisata memiliki beberapa alasan tidak ikut terlibat dalam pariwisata.

**Tabel 3. Alasan tidak berpartisipasi**

Alasan	Persentase
Tidak ada bimbingan	10
Tidak ada kesempatan	50
Tidak ada modal	28
Lingkungan Kerja Berbeda	8
Tidak tertarik	4

Tabel 3 menunjukkan bahwa sebenarnya ada keinginan responden untuk terlibat dalam pariwisata, namun 50 persen responden mengatakan tidak ada kesempatan yang diberikan Agrowisata Gunung Mas untuk berperan dalam pariwisata di daerah wisata

tersebut. Responden sebesar 28 persen mengatakan kekurangan modal yang menghalangi mereka untuk berpartisipasi dalam pariwisata.

### c. Keinginan Masyarakat terhadap Pengembangan Agrowisata

Keinginan responden yang aktif dalam pariwisata menginginkan pengembangan agrowisata Gunung Mas dibiarkan alami (26%). Umumnya yang menjawab pilihan ini adalah pemandu wisata dan pembawa kuda. Responden diatas beranggapan nilai jual yang penting dari Kawasan Agrowisata adalah hamparan kebun teh yang hijau. Responden beranggapan apabila potensi wisata ingin ditingkatkan, akan lebih baik apabila ditingkatkan ke wisata yang mengarah kepada wisata alam, jadi tidak perlu dibangun wahana atraksi seperti di kawasan wisata yang lain. Hal tersebut dilakukan untuk menjaga kelestarian lingkungan. Responden sebanyak 20% menginginkan peningkatan perekonomian masyarakat sebagai fokus dari pengembangan agrowisata Gunung Mas kedepannya.

Sedangkan keinginan masyarakat yang tidak aktif terlibat dalam agrowisata, 26% menginginkan keterlibatan masyarakat lebih dioptimalkan oleh pihak Agrowisata Gunung Mas serta 20% menginginkan adanya pelatihan yang diberikan pemerintah ataupun PTPN VIII untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam keterlibatannya kelak di industri pariwisata, dalam hal ini agrowisata.

Terdapat perbedaan antara masyarakat yang memanfaatkan agrowisata dan yang tidak memanfaatkan agrowisata dari sisi pembatasan pengunjung kawasan wisata. Walaupun masyarakat yang memanfaatkan agrowisata ingin kawasan perkebunan dibiarkan alami, namun mereka tidak menginginkan adanya pembatasan pengunjung. Padahal pembatasan pengunjung perlu dilakukan agar kawasan wisata alam tidak rusak.

**Tabel 4. Keinginan Masyarakat Desa Tugu Selatan terhadap Pengembangan Kegiatan Agrowisata Gunung Mas.**

No	Keinginan	Memanfaatkan	Tidak Memanfaatkan
		%	%
1	Kawasan perkebunan dibiarkan alami	26	12
2.	Adanya pembatasan pengunjung	0	10

3.	Masyarakat perlu dilibatkan	8	26
4.	Pemerintah perlu memberikan pelatihan-pelatihan	14	20
5.	Perekonomian masyarakat perlu ditingkatkan	20	14
6.	Potensi di kawasan wisata ditingkatkan	14	4
7.	Akses jalan yang diperbaiki	18	14

### Analisis Faktor-faktor yang Mem-pengaruhi Pendapatan Masyarakat

Dampak dari kegiatan pariwisata terhadap kesejahteraan masyarakat dianalisis dengan pendekatan per kapita per bulan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan per kapita masyarakat, yaitu umur, pendidikan, jumlah anggota keluarga, jumlah pengeluaran perkapita, serta keikutsertaan dalam memanfaatkan potensi pariwisata (*dummy*).

**Tabel 5. Hasil Analisis Data Variabel-Variabel yang Mem-pengaruhi Pendapatan Masyarakat di Sekitar Kawasan Wisata**

Variabel	Koefisien	Nilai t	Signifikansi
<b>Konstanta</b>	-1,298E5	-1,294	0,199
<b>Usia (X1)</b>	15,7	0,012	0,911
<b>Jumlah anggota keluarga (X2)</b>	1350,853	0,095	0,924
<b>Pendidikan (X3)</b>	9413.373	2,343	0,021
<b>Pengeluaran (X4)</b>	1,587	9,497	0,000
<b>Pemanfaatan wisata (D)</b>	57247,058	1,688	0,095
<b>R-Sq = 0,637</b>	Uji F – nilai p (0,000)		

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa variabel-variabel yang berpengaruh nyata terhadap pendapatan adalah, pendidikan dan pengeluaran.

### SIMPULAN

Kondisi Agrowisata Gunung Mas saat ini dalam rantai nilai belum dapat secara maksimal memberdayakan keterlibatan masyarakat dalam lima segmen rantai nilai yaitu

transportasi, akomodasi, makanan dan minuman, wisata berbelanja, dan atraksi wisata lainnya. Lima segmen rantai nilai yang bila dikembangkan secara optimal oleh Kawasan Agrowisata Gunung Mas dan pelaku usaha di sepanjang rantai nilai dapat digunakan masyarakat untuk meningkatkan pendapatan.

Mayoritas responden yang berpartisipasi dalam agrowisata bekerja sebagai *biyong* (pengantar tamu ke vila) sebanyak 29,4 persen dan pembawa kuda sebanyak 19,6 persen. Sedangkan masyarakat yang tidak memanfaatkan agrowisata sebagai mata pencahariannya, 50 persen diantaranya mengatakan tidak ada kesempatan yang diberikan Agrowisata Gunung Mas untuk berperan dalam agrowisata yang mengakibatkan mereka tidak terlibat di dalam kegiatan agrowisata. Variabel yang berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat adalah pendidikan dan pengeluaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ashley, C. Mitchell, J. 2007. *Assessing How Tourism Revenues Reach The Poor. ODI Briefing Paper*. Overseas Development Institute. United Kingdom.
- Damanik, J. Weber, H. 2006. *Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: PUSPAR UGM dan Andi
- Gereffi, G dan John H. 2003. *The Governance of Global Value Chains*. Review of International Political Economy. Sturgeon, Timothy.
- Gunn CA. 1994. *Tourism Planning Basics, Concepts, Cases*. Washington DC: Taylor & Francis, USA.
- Inskip E. 1991. *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. VNR Tourism and Commercial Recreation Series. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Pasaribu, I. 2003. *Analisis IFE-EFE dan Matriks TOWS dalam Penetapan Strategi Bisnis Agrowisata pada Perkebunan Dusun Kunjani*. (Tesis Magister Manajemen). Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Sunarminto, T. 2002. *Dampak Ekoturisme Wisata Bahari Pulau Menjangan- Taman Nasional Bali Barat terhadap Ekonomi Masyarakat dan Kelestarian Kawasan Konservasi*. (Disertasi). Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Suwantoro, G. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Yoeti, AO. 1996. *Anatomi Pariwisata*. Bandung: Angkasa.