

**Model Pengembangan Kawasan Wisata Pedesaan Melalui Pendekatan  
Partisipasi Masyarakat  
(Studi Kasus Desa Tegalwaru, Ciampea, Bogor)**

**Wawan Hari Subagyo<sup>1</sup> Dan Asti Andayani<sup>2</sup>**  
<sup>1,2</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dewantara

wawan.hari@dewantara.ac.id

**ABSTRACT**

*Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru (Tegalwaru Business Tourism Campoeng) is a rural tourism area model that empowers micro, small and medium enterprises (MSMEs) as the main tourist attraction. This tourist area synergizes between tourism and MSME business activities in the Tegalwaru village so as to increase the prosperity of the Tegalwaru village community. This study analyzes the condition of tourist areas, rating tourists, community participation and tourism development efforts. Tourists consider that there needs to be a souvenir kiosk in the village of Tegalwaru. Kampoeng Tegalwaru business tourism is a model of rural tourism that involves community participation starting from the planning, implementation and evaluation stages of the program so as to increase community income. The concept of community participation in the rural tourism area of Kampoeng Tegalwaru Business Tourism was initiated, guided, fostered and directed by change agents, namely Mrs. Tatiek Kancaniati. The results of the Analytical Hierarchy Process (AHP) show that the most important effort to develop the Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru is to expand product marketing.*

**Keywords :** *Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru; micro, small and medium enterprises (MSMEs); Analytical Hierarkhi Process (AHP)*

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang mampu meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD), termasuk kabupaten Bogor. Perkembangan dari tahun-ke tahun kontribusi sektor pariwisata (khususnya akomodasi dan makanan dan minuman) cenderung mengalami peningkatan. Hal ini bisa dilihat dari data tren peningkatan jumlah pendapatan sektor pariwisata kabupaten Bogor pada table berikut.

Tabel 1. Jumlah PAD dan pendapatan sektor Pariwisata Kabupaten Bogor

Tahun	PAD Murni	Pariwisata (Akomodasi & Makanan Minuman)
2011	685.121.399.928	2,492,689.000
2012	1.048.230.704.202	2,910,177.000
2013	1.258.766.010.000	3,396,062.000
2014	1.712.937.376.136	3,811,693.000
2015	1.904.144.073.927	4,293,745.000

Sumber : BPS Kab. Bogor

Kabupaten Bogor memiliki potensi pariwisata yang besar karena didukung oleh kondisi alam wilayah Bogor yang berdekatan dengan beberapa gunung yaitu gunung Gede, Pangrango dan Salak. Disamping wisata alam dan buatan tersebut, potensi wisata di kabupaten Bogor yang tidak kalah menarik adalah potensi kawasan wisata pedesaan. Wisata ini menawarkan kombinasi potensi alam wilayah pedesaan dan budaya masyarakat setempat. Hal yang berbeda dibandingkan wisata alam pada umumnya karena adanya interaksi dengan aktifitas keseharian serta budaya masyarakat setempat di kawasan tersebut. Lane (2005) dan Krippendorf (1987) menyatakan bahwa pengembangan dan pemanfaatan daerah pedesaan menjadi

daya tarik wisata tumbuh dengan pesat karena keinginan pasar untuk menghabiskan liburan yang unik untuk mencari pemandangan yang asli dan asri, ketenangan, kualitas lingkungan hidup yang baik serta perhatian secara personal yang ditawarkan usaha kecil. Inisiasi pemerintah setempat untuk mengembangkan daerah pedesaan menjadi kawasan wisata juga mendorong pembangunan kepariwisataan di daerah pedesaan semakin cepat.

Tegalwaru adalah salah satu contoh desa wisata pedesaan yang terletak di kecamatan Ciampea Kabupaten Bogor. Desa ini terkenal sebagai lumbung berbagai produksi pertanian serta wirausaha. Desa Tegalwaru yang memiliki 6 RW dan 38 RT dengan jumlah penduduk lebih 12.123 jiwa yang sebagian besar berprofesi sebagai petani dan wirausaha. Secara monografi Desa Tegal Waru terdiri dari 6 RW dan 38 RT, dan masing-masing RW memiliki spesifikasi usaha masyarakat (Ramijud, 2017).

Potensi wisata pedesaan Tegalwaru perlu dikembangkan lagi agar mampu menarik lebih banyak wisatawan berkunjung ke desa tersebut. Untuk itu penelitian ini akan memformulasi model pengembangan kawasan wisata pedesaan yang paling tepat untuk kawasan desa Tegalwaru Ciampea Bogor dengan pendekatan partisipasi masyarakat (*community participation*).

## Tujuan

Dengan mempertimbangkan latar belakang dan rumusan penelitian di atas, maka tujuan penelitian ditetapkan sebagai berikut :

1. Mengetahui penilaian wisatawan terhadap destinasi wisata di desa Tegalwaru Ciampea Bogor.

2. Mengetahui kondisi kawasan wisata pedesaan di desa Tegalwaru Ciampea Bogor.
  3. Mengetahui partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata pedesaan di desa Tegalwaru Ciampea Bogor.
  4. Mengetahui upaya pengembangan wisata pedesaan di desa Tegalwaru Ciampea Bogor.
- Institusi pengelola kawasan wisata. Institusi ini bertanggungjawab dalam perencanaan SDM, pendidikan dan pelatihan SDM, strategi pemasaran dan program pelatihan, koordinasi dengan pembuat regulasi kepariwisataan, kebijakan investasi swasta, regulasi lingkungan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Pengembangan kawasan wisata harus mempertimbangkan berbagai komponen (sub sistem) pariwisata dan keterkaitan antar komponennya. Gambaran komponen-komponen pariwisata tersebut, menurut Inskeep (1991) meliputi :

- Atraksi dan aktifitas wisata, meliputi alam dan lingkungan sekitarnya, budaya, serta aktifitas-aktifitas khusus atau unik yang menarik wisatawan untuk datang berkunjung.
- Akomodasi, berupa hotel atau fasilitas lain yang memungkinkan wisatawan untuk tinggal selama perjalanan wisata.
- Fasilitas dan layanan wisata lainnya, seperti tour & travel, restoran atau rumah makan, toko souvenir, kerajinan, dan barang-barang unik lainnya, bank, money changer, atau fasilitas keuangan lainnya, layanan kecantikan dan kebugaran, layanan kesehatan, kantor polisi, pemadam kebakaran, serta imigrasi dan custom.
- Fasilitas dan layanan transportasi, meliputi akses menuju kawasan wisata, serta transportasi bagi bahan pendukung seperti air.
- Infrastruktur lain, meliputi suplai air, listrik, telekomunikasi, instalasi limbah dan sampah, serta pengaturan drainase.

Dutton dan Hall (1989) mengidentifikasi mekanisme-mekanisme yang dapat digunakan sebagai pedoman pencapaian suatu pendekatan berkelanjutan yang realistis untuk perencanaan pariwisata sebagai berikut:

1. Mendorong kerjasama dan saling perhatian untuk meningkatkan manfaat dari setiap pendekatan sehingga perencanaan pariwisata harus kooperatif dan didasarkan pada pengendalian terpadu.
2. Mengembangkan mekanisme koordinasi industri.
3. Meningkatkan kepedulian konsumen atas manfaat-manfaat perencanaan pariwisata berkelanjutan
4. Menggantikan pendekatan-pendekatan perencanaan konvensional dengan perencanaan strategik. Untuk itu disyaratkan semua pihak yang berkepentingan membuat komitmen yang pasti untuk tujuan-tujuan yang berkelanjutan.
5. Memberi perhatian yang lebih besar atas keperluan perencanaan kualitas pengalaman wisatawan, dengan suatu pandangan atas keberlanjutan jangka panjang dari produk wisata sekaligus memantapkan atraksi dari Kawasan tujuan wisata.

Prinsip-prinsip dalam Community Based Development (CBT) adalah sebagai berikut :

1. *Small Scale*: mulaidari lapis bawah, menekankan pada pemenuhan *basic need* dan *self reliance*;

2. Proses pengambilan keputusan dilakukan oleh masyarakat, di mana otoritas tertinggi ada di masyarakat lokal;
  3. Memegang prinsip-prinsip kesamaan sekaligus perbedaan dan ketimpangan;
  4. Memanfaatkan secara optimal sumber daya lokal;
  5. Tidak mengabaikan identitas lokal (*local identity*);
  6. Menekankan pada *human capita* bukan *financia capital*;
  7. Menekankan pada manfaat dan distribusi produksi bukan akumulasi modal / kapital (www.jogjacultureandtourism.blogspot.co.id . Diunduh 2 Juni 2017).
2. Observasi, yaitu dengan mengadakan pengamatan secara langsung dilapangan (lokasi desa Tegalwaru).
  3. Wawancara, yaitu bertemu langsung dengan aparat pemerintah desa Tegalwaru, serta tokoh masyarakat dan pemuda untuk melakukan diskusi dan wawancara mendalam terkait tujuan penelitian. Wawancara dilakukan pada 3 (tiga) orang narasumber, yaitu :
    - Tatiek Kancaniati, pendiri Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru
    - Supiyah, ketua UMKM Olahan Tanaman Obat
    - Hernawati, Sekretaris Desa Tegalwaru
  4. Kuisisioner, yaitu daftar pertanyaan yang disiapkan oleh peneliti dimana tiap pertanyaannya berkaitan dengan tujuan penelitian. Kuisisioner tersebut diberikan kepada responden (wisatawan) untuk dimintakan jawaban.

## METODE

Penelitian ini dilaksanakan menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dan kuantitatif (campuran). Jenis penelitian kuantitatif untuk mengetahui penilaian wisatawan terhadap kawasan wisata pedesaan desa Tegalwaru, Ciampea, Bogor dan upaya pengembangan kawasan wisata pedesaan tersebut. Sedangkan penelitian kualitatif digunakan untuk mengetahui kondisi kawasan Tegalwaru, Ciampea, Bogor serta partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata pedesaan di Tegalwaru, Ciampea, Bogor.

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, maka metode yang digunakan adalah :

1. Studi Pustaka, pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literatur, jurnal, internet dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Jumlah wisatawan yang berkunjung kedesa Tegal waru sekitar 100-400 orang per bulan. Untuk keperluan penentuan sampel penilaian wisatawan, digunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$n = \frac{400}{1 + 400(0,1)^2}$$
$$n = \frac{400}{5} = 80$$

Jumlah respon dan sebanyak 80 orang.

Teknik analisis yang digunakan adalah disajikan pada bagian berikut ini.

1. Riset Survey Pasar terhadap Wisatawan

Survey pasar merupakan aktifitas untuk mengetahui kondisi pasar melalui angket, kuesioner atau

wawancara langsung dengan wisatawan. Beberapa kriteria yang perlu diketahui untuk menentukan bagaimana penilaian wisatawan terhadap kawasan wisata tersebut, sebagai berikut :

- a) Jenis Kelamin
  - b) Daerah Asal Wisatawan
  - c) Cara Datang Wisatawan
  - d) Bentuk Kunjungan Wisatawan (individu/kelompok)
  - e) Umur Wisatawan
  - f) Jenis Pekerjaan Wisatawan
  - g) Tingkat Pendapatan Wisatawan
  - h) Motif Kunjungan Wisatawan (alasan)
  - i) Daya Tarik Wisatawan (lokasinya)
  - j) Frekuensi Kunjungan Wisatawan
  - k) Lama Waktu Wisata
  - l) Media Informasi / Pemasaran (informasi dari mana)
  - m) Biaya Wisatawan (biaya nominal Rp)
  - n) Prioritas Pengeluaran Wisatawan (untuk apa)
  - o) Preferensi Wisatawan (likert)
    - Variasi Daya Tarik Wisatawan
    - Variasi Makanan dan Minuman
    - Ketersediaan Transportasi Umum
    - Citra Kawasan Wisata (pandangan /image)
    - Ketersediaan Materi Promosi
    - Harga Masuk Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang Terjangkau
    - Ketersediaan Souvenir
    - Ketersediaan Guide
2. Observasi Kawasan Wisata Pedesaan
- Observasi dilakukan untuk melihat ketersediaan beberapa atribut, sebagai berikut :
- a) Atraksi Wisata

- b) Aksesibilitas
- c) Amenitas
  - Sarana Akomodasi
  - Pelayanan Makanan dan Minuman
  - Pelayanan Informasi Wisatawan
- d) Fasilitas Pendukung
  - Industri Kecil dan Informal
  - Pusat Berbelanjaan
  - Pusat Pelayanan Keuangan
  - Sarana keamanan (polisi/pemadam)

3. *In-depth Interview* Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Wisata Pedesaan

Bentuk partisipasi masyarakat pada pengembangan wisata dianalisis mendalam menggunakan metode wawancara mendalam dengan perangkat desa, UMKM dan tokoh masyarakat di desa Tegalwaru. Beberapa topik wawancara yang akan diperdalam antara lain :

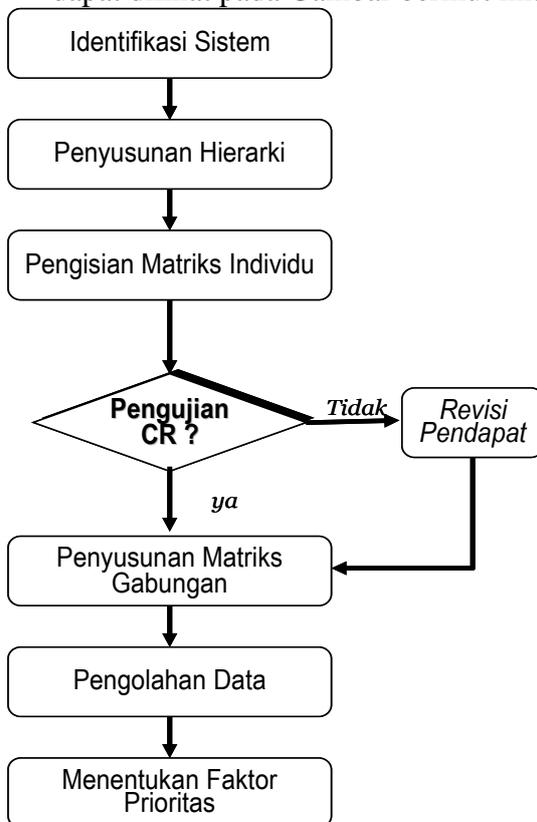
- Kontribusi Masyarakat
- Pengorganisasian Masyarakat
- Pemberdayaan Masyarakat

4. *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dalam Pengembangan Wisata Pedesaan

Mengacu kepada tujuan penelitian yang telah ditetapkan pada bagian sebelumnya, serta berdasarkan data maupun informasi yang diperoleh, diolah dan dianalisis, dilanjutkan dengan melakukan analisis menggunakan metode Proses Hierarki Analisis (PHA) atau *Analytical Hierarchy Process* (AHP).

Metode PHA ini merupakan salah satu teknik yang dilakukan untuk mengambil keputusan terhadap pengembangan wisata pedesaan. Adapun aluranalisis yang umum

digunakan dalam metode PHA ini dapat dilihat pada Gambar berikut ini.



Gambar 1. Alur Analisis dalam Metode PHA (diadaptasi dari Saaty dalam Maarif dan Tanjung, 2003)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru merupakan program pemberdayaan masyarakat yang dibentuk oleh Yayasan Kuntum Indonesia (YKI). YKI merupakan yayasan daerah pedesaan yang berlokasi di Desa Tegalwaru Kecamatan Ciampea Bogor. YKI bergerak dalam melayani masyarakat pedesaan terutama dalam membantu meningkatkan kapasitas pemberdayaan ekonomi. YKI didirikan pada tanggal 18 Juni 2008. Ibu Tatiek Kancaniati merupakan penduduk asli Desa Tegalwaru yang termasuk ke dalam pendiri YKI (Fachrudin, 2013).

KW Bisnis Tegalwaru berawal ketika Ibu Tatiek mengamati potensi masyarakat sekitar Tegalwaru. Sebagian besar penduduk Desa Tegalwaru memiliki usaha mikro atau usaha kecil berbasis home industry yang memproduksi berbagai macam produk yang berbeda-beda di antaranya tas, aneka kerupuk, obat herbal, peralatan rumah tangga dari anyaman bambu, aneka kerajinan tangan, serta peternakan domba dan kelinci. Produk yang dihasilkan oleh usaha-usaha tersebut memiliki kualitas dan kuantitas yang beragam, sehingga memiliki omset yang sangat variatif. (Fachrudin, 2013).

Berbekal pengalaman pemberdayaan masyarakat, pelatihan social entrepreneurship dari Dompot Dhuafa, dan diskusi dengan Rumah Kreatifitas Ekonomi-Mekar Mitra Mandiri sebagai Lembaga Sosial Masyarakat (LSM) yang fokus pada pemberdayaan ekonomi masyarakat, tercetuslah ide „Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru“ yang digagas oleh Ibu Tatiek Kancaniati. Pengunjung ditawarkan pengetahuan tentang berbagai macam usaha home industry dalam kampung wisata ini. Pelaku usaha memperoleh benefit atau keuntungan dengan adanya pengunjung baik sebagai konsumen produk maupun pemasar produk- produknya di lokasi asal mereka. Menurut Ibu Tatiek, Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru merupakan kampung wisata bisnis pertama di Indonesia. Kampoeng Wisata pertama yang menawarkan pengetahuan dan wawasan bisnis dalam hal ini usaha home industry yang dibangun oleh kerjasama masyarakat (Fachrudin, 2013).

Ide tersebut kemudian dikomunikasikan kepada pemerintah desa dan kecamatan setempat. Pemerintah desa menyambut baik ide

tersebut karena KW Bisnis Tegalwaru dapat mengembangkan pemasaran produk UMKM dan pencitraan desa Tegalwaru sebagai Desa Mandiri. Namun, pemerintah desa mensyaratkan bahwa kampung wisata bisnis harus mendapatkan persetujuan sejumlah masyarakat karena hal tersebut hanya dapat dibangun dengan kerja sama masyarakat. Pada tahun 2011 Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru dapat berdiri setelah Ibu Tatiek mendapatkan persetujuan dan dukungan dari sejumlah masyarakat, terutama seluruh pelaku UMKM. (Fachrudin, 2013).

#### **Penilaian Wisatawan**

Penilaian wisatawan yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan pendekatan parameter yang dikemukakan Inskeep (1991) untuk mengetahui apa saja hal-hal yang diinginkan oleh wisatawan selama berkunjung di Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru.

- a. **Jenis Kegiatan** wisatawan yang dilakukan di Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru adalah agrowisata. Sebagian besar pengunjung yang datang ke Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru memilih kegiatan untuk Agrowisata karena selain berwisata, mereka juga belajar dan memperoleh pengetahuan dan pelatihan berupa pengolahan hasil kebun.
- b. **Fasilitas yang diharapkan** wisatawan yang melakukan kunjungan di Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru adalah kios cinderamata. Kios cinderamata merupakan fasilitas paling diharapkan ada di Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru.
- c. **Kebersihan** Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru menurut wisatawan sudah baik (bersih).
- d. **Keindahan** lingkungan dan suasana di Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru menurut wisatawan sudah baik (indah). Hal ini dikarenakan Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru menjaga kebersihan dan menjaga kondisi keindahan desanya untuk menjadi desa unggulan.
- e. **Kenyamanan** Penilaian wisatawan terhadap kondisi kenyamanan di Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru, sudah nyaman, bagi mereka yang menginap ataupun berkeliling kesentra-sentra UMKM.
- f. **Keramahan** masyarakat di Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru, adalah sangat ramah. Warga tidak hanya memiliki sopan santun, namun juga bersedia dan sabar untuk memberikan ilmu yang mereka miliki dalam mengelola bisnis UMKM nya kepada pengunjung.
- g. **Daya Tarik** wisata wandi Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru, memiliki daya tarik yang tinggi, bahkan sangat menarik. Mereka mengatakan kegiatan untuk menggabungkan wisata dengan bisnis merupakan hal yang sangat menarik. Karena selain mereka berlibur diluar kegiatan bekerjanya, mereka juga bisa membawa ilmu baru dan tertantang untuk menciptakan usaha.
- h. **Ketersediaan restoran/rumah makan** di Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru, sebanyak 57,9% wisatawan menyatakan bahwa mereka tidak menemukan restoran di Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru. Karena seluruh kegiatan mereka diatur oleh pengelola termasuk penyediaan makanan sehari-hari.
- i. **Cinderamata** Penilaian wisatawan terhadap ketersediaan cinderamata di Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru, Makanan olahan (40,6) dan kerajinan khas lokal (32,8) merupakan 2

cinderamata yang paling banyak dibeli oleh responden selama berkunjung ke Kampong Wisata Bisnis Tegalwaru.

### **Kondisi kawasan**

Kondisi kawasan atau Kampong Wisata Bisnis Tegalwaru akan diamati sesuai sebagai berikut :

1. Atraksi Wisata, Kampong Wisata Bisnis Tegalwaru memiliki atraksi berupa kondisi alam yang indah karena terletak di lereng gunung Salak. Di samping itu, Kampong Wisata Bisnis Tegalwaru memiliki atraksi wisata berupa sejumlah 35 UMKM berbagai bidang yang tersebar di desa Tegalwaru. Beberapa jenis UMKM yaitu : jamur tiram, olahan tanaman obat, peternakan sapi domba dan kelinci, usaha kerajinan tas, usaha kerupuk, ketrampilan aneka handicraft, serta pengolahan nata de coco. Atraksi apa saja yang disediakan di Kampong Wisata Bisnis Tegalwaru dapat dilihat juga di website [www.Kampoengwisatabisnistegalwaru.blogspot.com](http://www.Kampoengwisatabisnistegalwaru.blogspot.com) atau [www.tegalwarukreatif.com](http://www.tegalwarukreatif.com).
2. Aksesibilitas, Lokasi Kampong Wisata Bisnis Tegalwaru di desa Tegalwaru Ciampea Bogor memiliki akses yang mudah karena dilewati jalan raya Cibadak-Ciampea. Untuk mencapai Desa Tegalwaru, bisa menggunakan transportasi umum yang tersedia dari terminal Laladon atau terminal Bubulak. Transportasi tersebut berupa mobil umum yang tersedia mulai pukul 4 pagi hingga 12 malam, dengan jurusan ke Ciampea, Leuwiliang atau Jasinga yang ketiganya melewati Jalan Raya Cibadak – Ciampea. Saat ini, untuk menuju ke Kampong Wisata Bisnis Tegalwaru bisa
- membuka aplikasi google map dan mengetik Kampong wisata Tegalwaru Bogor, maka akan ditunjukkan lokasinya dengan tepat.
3. Amenitas
  - a. Sarana Akomodasi Kampong Wisata Bisnis Tegalwaru telah disiapkan oleh pengelola berupa *guest house* yang jumlahnya cukup banyak. Dengan memilih paket atraksi wisata yang telah disediakan, wisatawan dapat memilih *guest house* yang dikehendaki.
  - b. Pelayanan Makanan dan Minuman selama berkunjung di Kampong Wisata Bisnis Tegalwaru telah disiapkan oleh pengelola. Tidak terdapat rumah makan besar atau restoran, kecuali hanya terdapat 1 buah rumah makan sunda dan warung makan biasa (warteg) di desa Tegalwaru.
  - c. Pelayanan Informasi Wisatawan Informasi tentang Kampong Wisata Bisnis Tegalwaru bisa dilihat di website [www.kampoengwisatabisnistegalwaru.blogspot.com](http://www.kampoengwisatabisnistegalwaru.blogspot.com) atau [www.tegalwarukreatif.com](http://www.tegalwarukreatif.com).
4. Fasilitas Pendukung
  - a. Industri Kecil dan Informal Kampong Wisata Bisnis Tegalwaru memiliki 35 UMKM atau usaha mikro. UMKM ini yang mendukung keberadaan Kampong Wisata Bisnis Tegalwaru.
  - b. Pusat Berbelanjaan. Kampong Wisata Bisnis Tegalwaru tidak ada pusat perbelanjaan atau minimarket. Hanya ada toko-toko kelontong kecil yang menjual berbagai kebutuhan masyarakat desa Tegalwaru.
  - c. Pusat Pelayanan Keuangan.

Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru tidak terdapat pusat layanan keuangan seperti bank atau penukaran mata uang asing (money changer). Meskipun beberapa wisatawan datang dari Singapura atau Korea Selatan, tetapi frekuensi wisatawan luar negeri tidak banyak.

- d. Sarana Keamanan (polisi/pemadam). Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru tidak terdapat sarana kantor polisi atau pemadam kebakaran. Hal ini dikarenakan Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru tidak dibuka tiap hari untuk wisatawan.

### **Partisipasi Masyarakat**

Model partisipasi masyarakat di desa wisata Tegalwaru melibatkan agen perubahan yang memprakarsai, kemudian mengajak masyarakat desa secara bersama-sama untuk mewujudkan Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru yang memberikan peningkatan ekonomi masyarakat. Pada awalnya Ibu Tatiek membentuk Yayasan Kuntum Indonesia (YKI) untuk membuat program pemberdayaan masyarakat dan membantu peningkatan kondisi ekonomi masyarakat tersebut. Akhirnya terbentuklah Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru yang menawarkan kunjungan wisatawan ke usaha mikro kecil menengah (UMKM) atau usaha kecil berbasis *home industry* di desa Tegalwaru. Selain berwisata, pengunjung juga memperoleh pengetahuan dan keterampilan tentang berbagai produk UMKM di Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru.

Pada proses pengelolaan Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru,

masyarakat terlibat mulai dari perencanaan berupa pemberian persetujuan terhadap pendirian Yayasan Kuntum Indonesia (YKI), sebagai cikal bakal munculnya program Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru. Selanjutnya pada proses pelaksanaan, ibu Tatiek aktif berkunjung dan berdiskusi dengan masyarakat tentang berbagai peluang usaha yang mungkin bisa dilakukan untuk meningkatkan kondisi ekonomi masyarakat. Hal ini bisa dilihat dari semua ketika program Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru dimulai terdapat 14 UMKM, saat ini sudah menjadi 35 UMKM. Dalam hal ini ibu Tatiek berlaku sebagai agen perubahann yang mampu memberdayakan masyarakat di desa Tegalwaru. Masyarakat ikut berpartisipasi dalam melaksanakan program Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru karena merasakan manfaat berupa peningkatan pendapatan dan taraf kehidupan ekonominya.

### **Upaya Pengembangan**

Setelah dilakukan wawancara secara lengkap, akan dilanjutkan dengan pengisian kuesioner penilaian AHP. Komponen AHP pada penelitian ini terdiri dari 5 level hirarki yaitu fokus, faktor yang berpengaruh terhadap pengembangan kawasan wisata bisnis Tegalwaru, aktor yang berperan, tujuan yang ingin dicapai, dan strategi yang akan diterapkan untuk mengembangkan kawasan wisata bisnis Tegalwaru. Hasil analisis menggunakan AHP dengan bantuan software AHP dan Expert Choice diperoleh hasil prioritas pilihan masing-masing narasumber dengankonsistensirasio di bawah 10%, sebagai berikut.



Gambar 2. Hasil Analisis AHP Keseluruhan

Faktor sumber daya manusia merupakan faktor utama yang dapat mempengaruhi pengembangan kawasan wisata bisnis Tegalwaru. Aktor yang paling berperan adalah keberadaan usaha mikro, kecil dan menengah yang merupakan modal utama terciptanya program pemberdayaan masyarakat Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru. Dengan pemberdayaan tersebut, tujuan utama yang ingin dicapai adalah meningkatkan pendapatan masyarakat supaya berkecukupan dan hidup sejahtera. Sedangkan upaya pengembangan yang diprioritaskan adalah memperluas pemasaran produk. Saat ini sudah terdapat 35 UMKM yang memproduksi tiap hari. Produk-produk UMKM tersebut masih perlu untuk dipasarkan kelokasi yang lebih luas. Sesuai penilaian wisatawan bahwa di Tegalwaru perlu kios khusus cinderamata yang menampilkan semua produk-produk UMKM di Tegalwaru. Pembuatan kios cinderamata yang terintegrasi diharapkan dapat meningkatkan jumlah penjualan hasil produk-produk UMKM di desa Tegalwaru.

## KESIMPULAN

Kawasan wisata bisnis Tegalwaru merupakan kawasan wisata agrobisnis yang bersih, indah, menarik, nyaman, ramah penduduknya dan perlu dilengkapi dengan kios cinderamata dan menambah jumlah rumah makan.

Kondisi Kawasan wisata bisnis Tegalwaru memiliki UMKM sebanyak 35 buah, dengan akses menuju lokasi dilalui jalur jalan raya Cibadak-Ciampea dan bisa dimasuki bus besar. Kawasan wisata bisnis Tegalwaru memiliki sarana akomodasi berupa guest house di rumah-rumah penduduk, sedangkan untuk makanan dan minuman disiapkan oleh pengelola. Sarana informasi bisa dilihat di website [www.kampoengwisatabisnistegalwaru.blogspot.com](http://www.kampoengwisatabisnistegalwaru.blogspot.com) atau [www.tegalwarukreatif.com](http://www.tegalwarukreatif.com). Sedangkan lokasi pusat perbelanjaan dan sarana keamanan belum ada.

Pemberdayaan dan partisipasi masyarakat dalam kawasan wisata bisnis Tegalwaru dimotori dan dibina oleh ibu tatiek kancaniati sebagai agen perubahan

dengan membentuk Yayasan Kuntum Indonesia yang melahirkan program pemberdayaan masyarakat Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru. Program ini membuat paket-paket wisata bisnis yang mendatangkan wisatawan ke desa Tegalwaru.

Upaya pengembangan kawasan wisata bisnis Tegalwaru yang diprioritaskan adalah memperluas pemasaran produk. Pembuatan kios cinderamata yang menampilkan semua produk-produk UMKM di Tegalwaru perlu dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk-produk hasil UMKM di desa Tegalwaru.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anonim. Tabel Keuangan Daerah. [internet]. [Diacu 2 Juni 2017]. Tersedia dari :<http://pusdalibang.jabarprov.go.id/pusdalibang/indikatormakro-29.html>
- Anonim. Kabupaten Bogor dalam Angka Tahun 2016. [internet]. [Diacu 2 Juni 2017]. Tersedia dari : [https://bogorkab.bps.go.id/new/website/pdf\\_publicasi/Kabupaten-Bogor-Dalam-Angka-2016.pdf](https://bogorkab.bps.go.id/new/website/pdf_publicasi/Kabupaten-Bogor-Dalam-Angka-2016.pdf)
- Anonim. Definition. [internet]. [Diacu 2 Juni 2017]. Tersedia dari :[www2.unwto.org/content/about-us-5](http://www2.unwto.org/content/about-us-5)
- Bramwell, Bill and Lane, Bernard (2005). From niche to general relevance?: Sustainable tourism, research and the role of tourism journals. *Journal of Tourism Studies*, Vol. 16, No. 2, Dec 2005: 52-62.
- Dutton, M. and C.M. Hall (1990) Making tourism sustainable: The policy/practice conundrum. In *Environment, Tourism and Development: An Agenda for Action? Workshop Papers*, 4–10 March, 1990, Valetta, Malta. Centre for Environmental Management and Planning, Aberdeen, Scotland.
- Hermawan, Hary (2017). Perencanaan dan Pengembangan Kawasan Wisata Secara Umum. [internet]. [Diacu 2 Juni 2017]. Tersedia dari :<http://jogjacultureandtourism.blogspot.co.id/2015/11/perencanaan-dan-pengembangan-kawasan.html>.
- Inskeep, Edward. 1991. *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand Reinhold, New York.
- Krippendorf, Jost (1987). Ecological approach to tourism marketing. *Journal of Tourism Management*, Vol 8, Issue 2, June 1987: 174-176
- Saaty, Thomas L. (2008), Decision Making with Analytic Hierarchy Process, *Int. J. Services Sciences* Vol. 1 No. 1 pp. 83-98, Inderscience Enterprises Ltd.
- Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata.