

## 1 PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pengembangan sektor peternakan dan pertanian menjadi area wisata merupakan konsep bisnis yang sangat menarik dan menguntungkan, hal ini dapat memanfaatkan dua hal sekaligus dalam pelaksanaannya yaitu bisnis pelayanan jasa wisata dan penjualan hasil olahan. Dengan sistem wisata para pebisnis yang bergerak di bidang *on farm* bisa menciptakan nilai tambah pada perusahaan mereka dengan menawarkan keindahan dan kenyamanan di area tempat wisata. Selain itu, pemanfaatan nilai pariwisata dalam sektor peternakan dan pertanian merupakan bisnis yang memiliki prospek yang sangat tinggi serta kebutuhan manusia terhadap liburan menjadikan wisata di sektor peternakan dan pertanian ini sangat berpeluang besar dan menjadi pilihan bagi para peternak dan petani untuk memulai usaha.

Agrowisata merupakan perpaduan antara pariwisata dengan kegiatan *farm* baik pada sektor peternakan maupun pertanian yang dikombinasikan menjadi suatu destinasi yang menarik dan tempat pembelajaran bagi masyarakat. Dengan sistem seperti ini masyarakat dapat berlibur dan belajar mengenai peternakan dan pertanian, mencoba beberapa wahana dan menikmati keindahan serta kenyamanan area wisata. Agrowisata menjadi pilihan wisata yang tepat bagi masyarakat perkotaan yang ingin menikmati suasana pedesaan dan jenuh dengan aktivitasnya.

Agrowisata D’Kandang Amazing Farm merupakan salah satu tempat wisata edukasi mengenai peternakan dan pertanian dengan nilai-nilai edukasi yang dapat menunjang program pendidikan sekolah. Terletak di Sawangan, Depok, Jawa Barat dan memiliki akses jalan yang mudah sehingga memberikan nilai tambah tersendiri untuk menjadikan tempat wisata ini sebagai pilihan liburan yang mengedukasi. Harga tiket masuk yang terjangkau dan pelayanan yang ramah, serta ketentuan minimal pengunjung yang hanya 20 orang untuk pengunjung paket dan tidak ada minimal pengunjung untuk pengunjung umum atau perorangan menjadikan Agrowisata D’Kandang Amazing Farm sebagai salah satu tempat yang perlu dipertimbangkan untuk dikunjungi. Agrowisata D’Kandang Amazing Farm aktif pada tahun 2015, selama 5 tahun wisata ini berjalan terjadi penurunan dan kenaikan jumlah pengunjung setiap tahunnya, data pengunjung Agrowisata D’Kandang Amazing Farm disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Data kunjungan D’Kandang Amazing Farm

Tahun	Jumlah pengunjung (orang)	Persentase (%)
2017	121.264	100,00
2018	86.044	70,96
2019	120.693	99,53
Rata-rata	109.334	90,16

Sumber: D’Kandang Amazing Farm (2020)

Tabel 1 menunjukkan penurunan jumlah pengunjung pada tahun 2018 menjadi 86.044 pengunjung dari tahun sebelumnya dan mengalami kenaikan kembali pada tahun 2019 menjadi 120.693 pengunjung. Konsistensi kunjungan



setiap tahunnya perlu dilakukan dengan menjaga kualitas pelayanan kepada pengunjung dan melakukan kegiatan promosi melalui berbagai media atau alat promosi yang dapat membangun citra Agrowisata D’Kandang Amazing Farm di mata calon wisatawan.

Membangun agrowisata tidak cukup hanya mengembangkan sektor peternakan dan pertanian saja namun juga mampu membawa agrowisata tersebut menjadi suatu bisnis yang memiliki citra yang kuat. Citra yang kuat tentang agrowisata harus dapat dikomunikasikan kepada calon wisatawan sehingga citra tersebut dapat menjadi daya tarik yang akan disesuaikan dengan motivasi masing-masing wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Daya tarik wisata merupakan sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berwujud keanekaragaman, kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan para wisatawan (Utama dan Junaedi 2018). Daya tarik wisata dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu daya tarik wisata alamiah seperti keindahan alam sekitar dan daya tarik wisata buatan yang merupakan hasil karya manusia seperti kerajinan tangan atau suvenir.

Suvenir adalah objek yang menghubungkan secara batiniah (ingatan, hayalan, imajinasi) seseorang tentang kawasan wisata yang pernah dikunjungi (Casey 2006). Suvenir merupakan karya seni yang berfungsi sebagai kenang-kenangan dari tempat wisata tertentu dan memiliki potensi untuk dikembangkan. Selain itu, suvenir juga berfungsi sebagai salah satu media promosi wisata dengan memberikan ciri khas dari suatu objek wisata yang nantinya akan memotivasi wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali ke tempat wisata. Beberapa hal yang menjadi pertimbangan dalam pembuatan suvenir sangat perlu diperhatikan seperti desain yang menarik, harga terjangkau, serta fungsi produk yang nantinya akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Mengembangkan model desain suvenir pariwisata yang berkarakter akan meningkatkan segmen pasar pariwisata (Zulkifli 2010). Pemilihan desain bernuansa peternakan dan pertanian ini sesuai dengan karakter Agrowisata D’Kandang Amazing Farm dan diharapkan mampu memberikan citra yang kuat dan meningkatkan kunjungan wisatawan serta dapat menunjang eksistensi tempat wisata secara berkelanjutan.

Kemajuan suatu bangsa, negara dan daerah tak terlepas dari peran dunia pendidikan (Djanali 2004). Memajukan dunia pariwisata terkait dengan desain produk suvenir juga tidak dapat dipisahkan dari peran anak tingkat pendidikan sekolah dasar yang mendominasi segmen pengunjung D’Kandang Amazing Farm. Dalam menentukan desain pada pengembangan bisnis ini mempertimbangkan tingkat kesenangan yang memberikan memorial pada tempat wisata seperti wahana yang memberikan edukasi dan pengalaman bagi anak-anak. Sehingga desain suvenir berupa gambar wahana edukasi dapat menjadi daya tarik pada pengembangan bisnis ini. Selain desain yang berkarakter, fungsi produk suvenir juga merupakan hal yang perlu dipertimbangkan seperti pemilihan baju sebagai sesuatu yang dibutuhkan untuk kegiatan wisata *outdoor games* dan pemilihan gantungan kunci sebagai aksesoris yang mampu memperkenalkan D’Kandang Amazing Farm kepada calon wisatawan. Dengan adanya pengembangan bisnis ini diharapkan mampu mengembangkan segmen pengunjung, meningkatkan kunjungan wisatawan, memperkuat citra perusahaan, dan mendatangkan pendapatan secara mandiri serta meningkatkan penerimaan perusahaan.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengemukakan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

## 1.2 Tujuan

Tujuan penulisan kajian pengembangan bisnis ini adalah:

1. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dihadapi Agrowisata D’Kandang Amazing Farm melalui analisis SWOT.
2. Menyusun strategi pengembangan bisnis souvenir dengan metode *business model canvas*.
3. Menganalisis penerimaan dan pendapatan Agrowisata D’Kandang Amazing Farm sebelum dan sesudah adanya pengembangan bisnis souvenir dengan menggunakan analisis parsial laba rugi dan *R/C ratio*.

## 2 METODE KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS

### 2.1 Lokasi dan Waktu PKL

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan di Agrowisata D’Kandang Amazing Farm yang terletak di Jalan Penarikan RT/RW 001/002, Kelurahan Pasir Putih, Kecamatan Sawangan, Depok, Jawa Barat 16519. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan selama 12 minggu yaitu pada tanggal 20 Januari 2020 sampai 11 April 2020.

### 2.2 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penulisan laporan akhir Kajian Pengembangan Bisnis (KPB) terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari kegiatan selama PKL di Agrowisata D’Kandang Amazing Farm yaitu melalui wawancara dengan pembimbing lapang dan karyawan serta melakukan survei langsung kepada para pengunjung. Data sekunder diperoleh dari data yang sudah ada sebelumnya seperti laporan perusahaan, buku-buku dan internet.

### 2.3 Metode Kajian

Metode analisis yang digunakan dalam kajian pengembangan bisnis ini adalah metode kuantitatif dan metode kualitatif. Data kuantitatif adalah data yang diukur dengan skala numerik, meliputi biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menilai suatu kelayakan pengembangan bisnis secara finansial. Data kualitatif yaitu dengan menggunakan *business model canvas* yang dievaluasi dengan analisis SWOT untuk menentukan ide pengembangan bisnis.

