

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA SAPI PERAH DI DESA MANDALAMEKAR, KECAMATAN CIMENYAN, KABUPATEN BANDUNG, JAWA BARAT MELALUI PENDEKATAN EKONOMI KREATIF

Dimas Maulana Irsan¹⁾, Fachrian
Anugrah Alam²⁾

^{1,2)} Magister Pariwisata Berkelanjutan,
Universitas Padjadjaran

Article history

Received : 17 Januari 2024

Revised : 18 Januari 2024

Accepted : 20 Januari 2024

*Corresponding author

dimas17009@mail.unpad.ac.id

Abstrak

Agrowisata peternakan sapi perah masih jarang dijumpai di Indonesia. Desa Mandalamekar di Kecamatan Cimenyan memiliki daya tarik Agrowisata peternakan sapi perah yang belum dikelola dengan baik sebagai objek wisata. Penelitian ini bertujuan untuk membuat strategi pengembangan Desa Mandalamekar dengan atraksi wisata susu sapi perah. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan pada 20 Desember 2022 di lokasi kandang sapi. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi dan wawancara sebagai data primer dan kajian pustaka sebagai data sekundernya. Penelitian ini menemukan bahwa masih banyak kekurangan yang bisa menjadi potensi baik jika dikembangkan oleh pengelola seperti fasilitas, penunjuk jalan, dan penerangan.. Maka dari itu, dibutuhkan strategi untuk dapat membuat kandang sapi perah ini menjadi sebuah destinasi pariwisata yang baik.

Kata Kunci: Agrowisata, Sapi Perah, Ekonomi Kreatif

Abstract

Dairy farming agrotourism is still rarely found in Indonesia. Mandalamekar Village in Cimenyan District has a dairy farming agrotourism attraction which has not been managed well as a tourist attraction. This research aims to create a strategy for developing Mandalamekar Village with dairy cow milk tourism attractions. This research was conducted using descriptive qualitative methods. Data was collected on December 20, 2022 at the cowshed location. The data collection technique uses observation and interviews as primary data and literature review as secondary data. This research found that there are still many shortcomings that could be good potential if developed by managers, such as facilities, signposts and lighting. Therefore, strategies are needed to make this dairy cow barn a good tourism destination.

Keywords: Agrotourism, Dairy Cattle, Creative Economy

Copyright © 20xx Author. All rights reserved

PENDAHULUAN

Pembangunan pariwisata di Indonesia adalah salah satu dari pembangunan nasional. Dalam penerapannya, pembangunan pariwisata melibatkan lima pemangku kepentingan kunci yakni pemerintah, masyarakat, pihak swasta, akademisi dan media. Karena dibangun oleh lintas sektor, diperlukan strategi perencanaan yang berkesinambungan (Sinaga and Kurniati, 2019). Pengembangan agrowisata di Indonesia adalah satu dari sekian potensi yang dimiliki negeri ini. Banyaknya kekayaan alam berupa pemandangan, pertanian maupun budaya masyarakat petani Indonesia adalah utamanya. Kegiatan agrowisata sendiri memiliki tujuan untuk menambah wawasan pengetahuan, pengalaman rekreasi dan hubungan usaha di bidang pertanian yang meliputi tanaman pangan, holtikultura, perkebunan, perikanan dan peternakan (Diana, 2019). Apabila agrowisata dikelola secara profesional, agrowisata tersebut dapat memberikan manfaat cukup luas terhadap lingkungan dan pengembangan ekonomi masyarakat (Sastrayuda, 2010). Agrowisata sendiri telah banyak dikembangkan baik di daerah pedesaan maupun destinasi yang sudah dirancang oleh pihak swasta. Sayangnya, penelitian agrowisata kebanyakan membahas mengenai pertanian dan lahan hijau sebagai daya tariknya (Kurniawan, Suganda and Hadian, 2019). Menurut buku

Consumer Behavior in Tourism oleh Swarbrooke & Horner (2007) bahwa pada umumnya, para eksekursi tidak ingin melakukan perjalanan terlalu jauh. Ini diakibatkan karena mereka hanya memiliki waktu satu hari atau kurang untuk kegiatan senggang mereka. Ini menunjukkan bahwa tempat wisata tidak perlu memiliki jarak tempuh yang jauh, tetapi nilai dari destinasi pariwisata adalah yang utama.

Kegiatan pemerah susu sapi sendiri adalah sebuah kegiatan yang sangat jarang bisa dilakukan para pekerja apalagi di kota besar. Karenanya, kegiatan yang identik dengan aktifitas tradisional ini dapat menjadi sebuah hiburan bagi wisatawan yang biasa menjalani kehidupan moderen. Ini juga telah menjadi salah satu bagian dari kegiatan wisata di Desa Wisata Alamendah sebagai salah satu atraksi wisata. Tak hanya pemerah susu sapi, di Desa Wisata Alamendah wisatawan juga dapat mencoba pengalaman baru berupa memandikan sapi dan juga mencoba susu segar yang baru diperas (Sinaga and Kurniati, 2019).

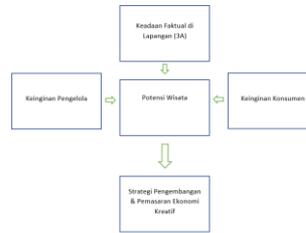
Sebelum membuat strategi pengembangan agrowisata susu sapi perah ini, maka diperlukan penelitian untuk menentukan langkah-langkah apa saja yang baik dilakukan kedepannya. Karena membutuhkan informasi mengenai kondisi aktual di lapangan, penelitian ini akan berlandaskan pada komponen dasar pariwisata 3A (*Accessibility, Amenities, and Attraction*) dari lokasi kandang susu sapi perah. Komponen 3A ini dicetuskan oleh Cooper dan dapat digunakan untuk menilai seberapa baik akses, amenitas dan atraksi dari sebuah daerah wisata (Cooper *et al.*, 2005). Penelitian ini juga memiliki tujuan untuk menggali potensi yang dimiliki daerah kandang sapi perah dan menggali potensi pengembangan usaha dari penduduk setempat. Pengembangan usaha ini dapat dicetus dari informasi hasil penemuan-penemuan baru sebagai landasan strategi pengembangan. Informasi ini kemudian dapat di ambil intisarinnya menjadi sebuah kesimpulan yakni kandang sapi perah di Desa Mandalamekar sebagai daya tarik wisata dan kegiatan pemerah susu sapi sebagai atraksi wisata dengan menggunakan pendekatan ekonomi kreatif.

Agrowisata susu sapi perah di Indonesia memang banyak diminati. Ini membuat permintaan pasar yang terus meningkat juga (Ramadanti and Oktariani, 2020). Dari sekian banyak desa yang memiliki kandang sapi perah di Kabupaten Bandung, ada sebuah lokasi kandang sapi perah yang menarik. Peneliti menemukan salah satu desa yang berlokasi tidak jauh dari hiruk pikuk Kota Bandung. Kandang sapi perah tersebut berlokasi di Desa Mandalamekar, Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung dan terletak di utara Kota Bandung. Sayangnya, kurangnya perencanaan yang matang membuat potensi ini belum bisa menjadi sebuah tren. Memang pada prakteknya, dalam mengelola kandang sapi perah pasti banyak menemukan rintangan (Khanal and Shrestha, 2019). Padahal, potensi ini sangat menarik untuk dikembangkan menjadi sebuah model yang dapat membangun ekonomi masyarakat sekitar. Seperti yang dijelaskan oleh Ritchie & Crouch (2003) bahwa daya tarik wisata tidak hanya terletak pada sebuah daerah kecil saja, tetapi juga ada pada skala yang bertingkat, mulai dari objek yang sangat kecil dan spesifik di dalam suatu lokasi tertentu sampai ke sebuah negara atau benua. Ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata bisa juga dikembangkan di lingkungan sekitar kandang sapi perah tersebut untuk meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar (Khanal and Shrestha, 2019). Terlebih lagi, proses pengolahan susu sapi menjadi bahan konsumsi lainnya memiliki potensi yang baik untuk dijadikan bisnis. Seperti pengolahan susu sapi menjadi susu pasteurisasi contohnya. Prospek bisnis ini dapat menjadi prospek yang sangat baik (Malaka *et al.*, 2021).

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini berpusat pada strategi pengembangan potensi wisata berbasis peternakan sapi di desa Mandalamekar. Desa ini terletak di Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung. Data primer yang telah terkumpul berasal dari kegiatan pengamatan lapangan dan wawancara mendalam pada pengelola (satu orang) dan konsumen susu sapi (dua orang). Sedangkan data sekundernya berasal dari studi pustaka.

Dari alur pengumpulan informasi dari penelitian ini, maka terbentuklah model konseptual yang dapat dipetakan sebagai berikut:



Gambar 1.

HASIL PEMBAHASAN

Kandang sapi Bapak Haji Eko yang terletak di Desa Mandalamekar, Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung ini memiliki jarak yang tidak jauh dari pusat Kota Bandung. Kondisi geografisnya pun tidak menyulitkan pengunjung untuk datang ke tempat ini. Hanya saja, ada beberapa hal yang sangat perlu untuk dikembangkan agar dapat menjadi sebuah destinasi pariwisata yang baik.

Kondisi Faktual Kandang Sapi Perah Bapak Haji Eko

Kandang sapi perah ini dimiliki oleh Bapak Haji Eko, seorang pelaku bisnis di bidang kuliner. Memiliki luas sekitar 15x30 meter, kandang ini memiliki kebersihan yang baik karena pengelolaannya yang baik pula. Kandang sapi ini sudah beroperasi lebih dari 3 tahun. Jumlah sapi saat ini dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Jenis Sapi	Jumlah Sapi
Sapi Perah	9
Sapi Perah yang Menghasilkan	5
Calon Sapi Perah	4

Dari segi produktifitas, kandang sapi perah ini dapat menghasilkan 60 hingga 100 liter dalam sehari. Jumlah ini dihasilkan dari 5 sapi perah yang secara aktif diperah susunya pagi dan sore. Sebelum sapi-sapi tersebut diperah, pengelola wajib memandikannya terlebih dahulu. Jadwal pengelola setiap harinya adalah memandikan di jam 5 pagi, kemudian memberi pakan ternak lalu pemerahan susunya. Setelah proses pemerahan susu, sapi-sapi kemudian kembali diberikan pakan berupa rumput. Di sore hari, alurnya juga sama dengan alur pagi hari. Ini adalah sebuah rutinitas yang baik. Karena, kesehatan sapi juga perlu diperhatikan agar susu yang dihasilkan juga memiliki kualitas yang prima (Ramadanti and Oktariani, 2020).

Menurut pengelola, susu hasil perahan bisa laku terjual sebanyak 10-20 liter saat hari biasa dan maksimal 100 liter terjual di hari libur. Selain dijual dan dikonsumsi secara langsung, susu dari kandang sapi perah ini juga memiliki jalur distribusi. Dapur kefir di daerah Cilengkrang adalah salah satu produsen yoghurt yang menjadi salah satu konsumen tetap dari kandang sapi ini.

Dari segi sumber daya manusia, sangat disayangkan karena jumlahnya masih kurang. Karyawan yang tinggal di sebelah kandang sapi tersebut berjumlah 4 orang. Tetapi, hanya 2 orang yang aktif untuk mengelola kandang sapi tersebut. Ini juga yang membuat beberapa pengembangan terhenti karena tidak ada yang bisa mengelola. Menurut pengelola, susu yang dijual sempat memiliki beberapa varian rasa dan juga kandang sapi ini sempat menjual gorengan. Sayangnya, kurangnya SDM

membuat kemunduran dalam pengembangan kandang sapi ini. Ide untuk mempekerjakan pemuda yang belum memiliki pekerjaan untuk mengelola kandang sapi ini adalah salah satu solusi yang baik (Khanal and Shrestha, 2019).

Hasil Observasi 3A

Attraction

Setelah melakukan wawancara mendalam dengan pengelola, ternyata banyak potensi atraksi dari tempat ini. Atraksi wisata yang dapat ditawarkan oleh tempat ini adalah:

1. Kegiatan pemerah susu sapi,
2. Edukasi cara pemerah susu sapi dan manfaat susu sapi murni serta jenis-jenis olahannya,
3. Memberikan rasa sendiri pada susu sapi yang telah diperah,
4. Menikmati hidangan susu sapi dan berbagai olahannya.

Sebenarnya, pengelola dan pemilik kandang sapi ini sudah pernah melakukan eksplorasi dan uji coba atraksi wisata dari kandang sapi perah ini. Pada tahun 2020, pandemi yang melanda tidak luput memberikan dampak negatif bagi keberlangsungan bisnis ini. Hal ini membuat beberapa eksplorasi dihentikan. Contohnya, sebelum pandemi melanda, tempat ini sempat menyediakan tempat duduk bagi mereka yang hendak minum susu segar sembari menikmati alam yang asri. Rasa dari susu segarnya pun bermacam-macam kala itu. Tetapi, pengembangan ekonomi kreatif ini kemudian dihentikan mengingat diberlakukannya PSBB dan PPKM. Kini, ide-ide cemerlang tersebut belum direalisasikan kembali karena kurangnya SDM untuk mengelolanya kembali.

Accessibility

Dari pusat Kota Bandung menuju ke lokasi memiliki jarak 9,3 kilometer untuk ditempuh. Membutuhkan waktu sekitar 30 menit menggunakan motor ke tempat ini. Akses untuk sampai ke lokasi ini cukup mudah. Jalannya terhitung cukup mulus dan sudah di cor. Meskipun jalannya tidak begitu lebar, mobil dapat berjalan secara bergantian. Sangat disayangkan petunjuk jalan dan nama jalan belum terpampang jelas. Hal ini membuat pengunjung yang baru pertama kali datang akan sulit menemukan arah menuju tempat ini. Namun, wilayah ini sudah bisa diakses menggunakan peta digital seperti Google Maps sehingga sangat mempermudah calon pengunjung.

Amenity

Selain menyediakan susu sapi yang segar, di area kandang sapi ini juga tersedia kamar mandi dan tempat duduk. Sayangnya, kamar mandinya belum begitu terawat dan kurang pencahayaan. Fasilitas tempat duduk yang disediakan sudah cukup banyak, ada di kawasan *indoor* maupun *outdoor*. Hanya saja, tempat duduk ini dalam kondisi yang tidak terawat, banyak sampah ranting dan daun yang menutupinya. Sedangkan, tempat duduk yang ada di kawasan *indoor* masih kurang pencahayaan.

Di sekitar lokasi kandang sapi perah ini, terdapat masjid yang berjarak 600 meter. Selain itu tersedia juga toko-toko milik warga yang menyediakan kebutuhan dasar. Bagi pengunjung yang mau menginap pun tersedia penginapan berupa vila yang berjarak 750 meter dari lokasi kandang sapi. Terdapat juga lahan parkir yang cukup untuk menampung 10 kendaraan roda dua. Sayangnya, tidak ada lahan yang cukup untuk menampung kendaraan roda 4.

Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif

1. Menambah karyawan yang ahli di bidang pemasaran dan pengembangan.
2. Menambah penerangan jalan.

3. Menambah penunjuk jalan yang jelas untuk mempermudah pengunjung untuk sampai di lokasi.
4. Menjalankan pemasaran melalui media sosial untuk membangun pengetahuan masyarakat akan adanya destinasi ini.
5. Memperbaiki fasilitas seperti kamar mandi, tempat duduk, dan pencahayaan.
6. Menambah rasa susu sapi dan menyediakan olahan susu sapi lainnya.
7. Menyediakan infografis untuk edukasi anak-anak.

KESIMPULAN

Dari data yang telah terkumpul di lapangan, masih banyak hal-hal yang perlu diperhatikan untuk dapat mengembangkan Kandang Sapi Perah Bapak Haji Eko menjadi destinasi pariwisata yang baik. Peminat dari atraksi wisata ini sudah ada jika dilihat dari jumlah liter susu yang terjual, maka jika dapat melakukan pengembangan yang lebih baik, destinasi ini memungkinkan untuk menjadi destinasi yang populer.

DAFTAR PUSTAKA

- Cooper, C. *et al.* (2005) *Tourism: Principles and Practice*. Pearson Education. Available at: <https://books.google.co.id/books?id=OWonlWCgp34C>.
- Diana, W. (2019) 'Faktor-faktor yang sangat dominan memengaruhi daya tarik Destinasi pariwisata Lubuk Minturun di Kota Padang', *Jurnal Menara Ilmu*, XIII(4), pp. 163–168.
- Khanal, S. and Shrestha, M. (2019) 'Agro-tourism: Prospects, importance, destinations and challenges in Nepal', *Archives of Agriculture and Environmental Science*, 4(4), pp. 464–471. Available at: <https://doi.org/10.26832/24566632.2019.0404013>.
- Kurniawan, A.R., Suganda, D. and Hadian, S.D. (2019) 'MODEL DESA WISATA BERBASIS PETERNAKAN SAPI PERAH DI DESA', *Tornare - Journal of Sustainable Tourism Research*, 1(1), pp. 1–6.
- Malaka, R. *et al.* (2021) 'Business prospects of pasteurized milk diversification in the new normal era post Covid-19 through PPUPIK', *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 788(1). Available at: <https://doi.org/10.1088/1755-1315/788/1/012103>.
- Ramadanti, A. and Oktariani, A. (2020) 'Does Local Dairy Agro-tourism Business Model in Indonesia concern Animal Health?: Lesson Learned from Sentulfresh and Cibugary', 19(2010), pp. 14–17. Available at: <https://doi.org/10.2991/isessah-19.2019.5>.
- Ritchie, J.R.B. and Crouch, G.I. (eds) (2003) *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*. Wallingford: CABI. Available at: <https://doi.org/10.1079/9780851996646.0000>.
- Sastrayuda, G.S. (2010) *Konsep Pengembangan Kawasan Agrowisata*. Bandung.
- Sinaga, E.K. and Kurniati, C. (2019) 'Penyusunan Paket Wisata Pedesaan Untuk Meningkatkan Kompetensi Masyarakat Desa Alamendah Kabupaten Bandung', *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 2, pp. 694–700. Available at: <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v2i0.570>.
- Swarbrooke, J. and Horner, S. (2007) *Consumer Behaviour in Tourism*. Routledge. Available at: <https://doi.org/10.4324/9780080466958>.