Perencanaan Pengembangan Pariwisata Kuliner Puncak Parabon dengan Menerapkan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)

Desty Paramudita*, Luthfi Nurwandi, Hirawati Oemar

Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*destyparamudita@gmail.com,luthfi.nurwandi@unisba.ac.id, Hirawatio@yahoo.co.id

Abstract. Puncak Parabon Coffee Tourism is a culinary tourism place that opened in 2019 during the pandemic. The problem with this tourist spot is that information about the existence of this tour is still limited, so it is only known by the people of Samarang-Garut, and the number of tourist visitors is still below the expected number of tourist targets. This study aims to determine the model to be used, the influential variables, and the priority of the development strategy of Puncak Parabon Culinary Tourism by using the Marketing Mix Strategy of Product. The sample used as many as 40 respondents of tourists who had visited Puncak Parabon Tourism. The method used is Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS SEM) to test the fit of the model, test the effect and test the correlation.

Keywords: *Culinary Tourism, Partial Least Squares Structural Equation Modeling, Importance Performance Map Analysis*.

Abstrak. Pariwisata Kopi Puncak Parabon merupakan suatu tempat wisata kuliner yang dibuka pada tahun 2019 pada saat pandemi. Permasalahan pada tempat wisata ini adalah informasi mengenai keberadaan wisata ini masih terbatas sehingga hanya dikenal oleh masyarakat Samarang-Garut, serta jumlah pengunjung wisatawan masih dibawah dari jumlah target wisatawan yang diharapkan. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan model yang akan digunakan, variabel yang berpengaruh dan prioritas strategi pengembangan Pariwisata Kuliner Puncak Parabon dengan menggunakan Strategi Bauran Pemasaran Produk. Sampel yang digunakan sebanyak 40 responden wisatawan yang pernah berkunjung ke Pariwisata Puncak Parabon. Metode yang digunakan adalah *Partial Least Square Structural Equation Modelling* (PLS SEM) untuk menguji kecocokan model, melakukan uji pengaruh dan melakukan uji korelasi**.**

Kata Kunci: *Pariwisata Kuliner, Marketing Mix, Partial Least Squares Structural Equation Modeling.*

Corresponding Author
Email: luthfi.nurwandi@unisba.ac.id

A. Pendahuluan

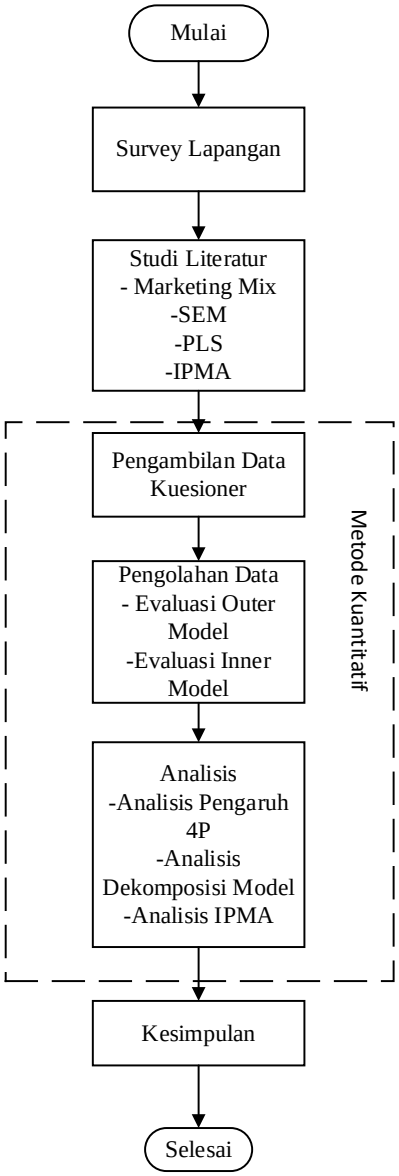
Kabupaten Garut merupakan kota yang memiliki potensi dalam bidang pariwisata yang cukup banyak, khususnya pariwisata dibidang kuliner. Keberagaman kuliner Garut memiliki pengaruh besar bagi perkembangan pariwisata, salah satunya yaitu Pariwisata Puncak Parabon. Wisata Kopi Puncak Parabon adalah wujud dari peraturan daerah Kabupaten Garut Nomor 2 Tahun 2019 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Daerah Garut Tahun 2019-2025 mengenai pengembangan pariwisata kuliner di daerah Garut yang memiliki potensi sesuai dengan yang definisi diatas. Lokasi Pariwisata puncak parabon di Jl. Raya Kamojang yang merupakan jalan alternatif Garut-Bandung. Bertepatan dengan lokasinya yang berada di kawasan ekowisata dataran tinggi di daerah Samarang- Garut. Pariwisata Puncak Parabon memiliki konsep pariwisata pegunungan dan *rest area*. Selain itu Pariwisata Puncak Parabon juga berdekatan dengan destinasi wisata alam seperti Kamojang Eco Park, Kamodjang Village, Pusat Konservasi Elang dan Wisata Kawah Kamojang. Pariwisata puncak parabon ini sangat cocok untuk pengunjung yang berekreasi di akhir pekan dan melakukan kegiatan *refreshing* dan pengunjung yang merupakan pelaku perjalanan yang tengah melintas jalur alternatif tersebut, dapat menjadikan pariwisata ini sebagai lokasi istirahat untuk menikmati sajian kopi khas daerah tersebut yaitu kopi khas daerah yang diberi nama Kopi Akarwangi sebagai produk unggulan dari Pariwisata Puncak Parabon. Selain *coffee Shop* , disini juga dibangun restoran dan kios-kios UMKM yang dikelola oleh masyarakat, serta spot wisata *selfie* yang menampilkan keindahan panorama alam pegunungan hasil kreasi warga.

Berdasarkan kondisi saat ini di tempat pariwisata bahwa Pariwisata Puncak Parabon ini memiliki keunggulan untuk menonjolkan ciri khasnya dengan membuat pariwisata yang berbasis agrowisata berdasarkan lokasi pariwisata yang dekat dengan kebun kopi. Pengelola wisata Puncak Parabon sampai saat ini belum melakukan sebuah perencanaan pengembangan dengan konsep pemasaran. Lokasi pariwisata Puncak Parabon merupakan kawasan yang terbilang cukup strategis, namun terlihat bahwa belum banyak pengunjung atau wisatawan domestik yang mengetahui keberadaan Wisata Puncak Parabon, hal tersebut terjadi dikarenakan lokasi pariwisata tersebut tidak berada dalam jaringan transportasi umum. *Branding* yang dilakukan wisata Puncak Parabon juga belum dilakukan secara maksimal karena informasi mengenai keberadaan pariwisata ini masih terbatas, dan hanya dikenal oleh warga sekitar saja, maka dari itu untuk menemukan kesinambungan Pariwisata Puncak Parabon kedepan dibutuhkan sebuah evaluasi yang dibuat dengan konsep perencanaan dengan memperhatikan konsep pemasaran.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang matrix strategi yang mempengaruhi pengembangan pariwisata kuliner dengan menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). PLS SEM dalam penelitian ini sebagai pendekatan yang digunakan untuk menganalisis jalur dan pemodelan hubungan kausal antara Variabel Produk dengan Pengembangan Pariwisata Puncak Parabon. Serta dilakukan simulasi terhadap hasil uji statistik untuk menciptakan strategi dalam bentuk matrix yang akan digunakan dalam pengembangan Pariwisata Puncak Parabon.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* dan aplikasi SmartPLS dengan menggunakan variable Bauran Pemasaran Produk menurut Kotler. Data yang digunakan merupakan data hasil penyebaran kuesioner yag disebarkan terhadap 40 responden wisatawan yang pernah berunjung ke tempat Pariwisata Puncak Parabon.Berikut merupakan kerangka pemikiran dari penelitian ini yang ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Beberapa indikator dari setiap kriteria yang dipakai dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Variabel Operasional

Variabel X	Sub-Variabel	Indikator	Kode	Deskriptor
(X_1) Produk (Kotler,2007)	Physical Good features (Zeithaml & Bitner, 2000)	Makanan yang berkualitas (Alroaia dkk, 2019)	X_{11}	Rasa kopi yang khas
			X_{12}	Produk kopi bersertifikat halal
			X_{13}	Expire Date
	Product Line (Zeithaml & Bitner, 2000)	Buah Tangan (Alroaia dkk, 2019)	X_{14}	Kearifan Lokal
		Kuliner Lokal (Alroaia dkk, 2019)	X_{15}	Kuliner Lokal pada daftar menu
	Branding (Zeithaml & Bitner, 2000)	*Branding* food products (Alroaia dkk, 2019)	X_{16}	Interpretasi Produk
		Standarisasi Unit Penerimaan Tamu (Alroaia dkk, 2019)	X_{17}	Tourist Information

Penentuan sampling yang dipakai dalam pengambilan data pertama menggunakan *Sampling insidental* yang mana merupakan metode dalam menetukan sampel yang didasari oleh siapa saja yang bertemu dengan peneliti serta orang tersebut cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2019). Jumlah penyebaran kuesioner pada pengambilan data diantaranya dihitung menggunakan persamaan menurut hair dkk untuk memutuskan jumlah sampel yang diambil. Perhitungan jumlah sampel dengan jumlah variabel sebesar 5 dapat dilihat berikut:

n = (Jumlah Variabel – 1) x 10

n = $(5 - 1)\ x\ 10$

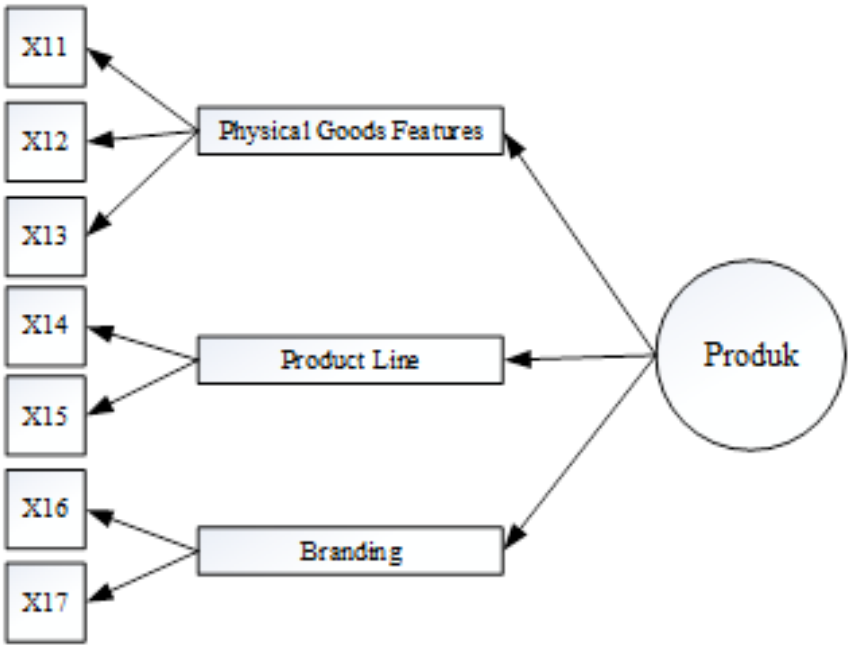
n = 40

Berdasarkan perhitungan nilai n yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa penyebaran kuesioner pendahuluan disebarkan kepada 40 responden atau 40 pengunjung Wisata Kopi Puncak Parabon. Pengambilan data sebanyak 40 data responden akan dilakukan selama empat hari dalam dua minggu, diantaranya hari Sabtu dan Minggu pada pukul 07.00 sampai pukul 08.00 WIB. WIB.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Model Pengembangan Variabel Produk

Berikut merupakan hasil penguraian model pengembangan pariwisata puncak parabon salah satunya adalah model pengembangan untu variable produk yang akan disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Model Pengembangan Produk

Evaluasi *Outer Model* (Evaluasi Model Pengukuran)

Evaluasi *Outer Model* yaitu menilai validitas dengan *outer loading* dan reliabilitas dengan nilai *composite reliability* dari suatu model melalui proses iterasi algoritma, parameter model pengukuran (validitas konvergen, validitas diskriminan, composite reliability dan *cronbach's alpha*) diperoleh, termasuk nilai R^2 sebagai parameter ketepatan model prediksi (1). Parameter yang digunakan pengujian validitas bahwa nilai *outer loading* > 0,7, dan *Rule of thumb* nilai *alpha* atau *Composite reliability* harus lebih besar dari 0,7 meskipun nilai 0,6 masih dapat diterima (2). Berikut merupakan tabel hasil pengujian validitas dan pengujian reliabilitas yang akan ditampilkan pada Tabel 2 dan Tabel 3.

Tabel 2. Uji Validitas

Indikator	Nilai *Outer Loading*	Keterangan
X_{11}	0,821	Valid
X_{12}	0,856	Valid
X_{13}	0,723	Valid
X_{14}	0,897	Valid
X_{15}	0,936	Valid
X_{16}	0,878	Valid
X_{17}	0,878	Valid

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Sub Variable Produk	*Composite Reliability*	Keputusan
Physical Goods Features	0,843	Reliabel
Product Line	0,913	Reliabel
Branding	0,870	Reliabel

Evaluasi *Inner Model* (Evaluasi Model Struktural)

Evaluasi *Inner Model* atau Model struktural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan R^2 untuk konstruk dependen, nilai koefisien path atau t-values tiap path untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model struktural (1). Dalam pengukuran ini dilakukan 3 jenis pengukuran model diantaranya uji kecocokan model (Uji F), uji pengaruh (Uji T) dan uji korelasi (Uji R^2) Setelah dilakukan perhitungan dengan rumus interpolasi dengan tingkat ketelitian sebesar 4,9% didapatkan nilai F_{tabel} adalah sebesar 2,6675 dengan hipotesis model dikatakan cocok apabila $F_{hit} < F_{tab}$. Adapun nilai F_{tabel} didapatkan berdasarkan hasil perhitungan interpolasi dimana sebagai berikut:

Diketahui : $F_{Tabel\ (0,025;35;4)}$ = 3,188
$F_{Tabel\ (0,05;35;4)}$ = 2,6478
$F_{Tabel\ (0,049;35;4)}$ = X

α	F
0,025	3,188
0,049	X
0,05	2,6478

maka,

$$= \frac{3,188-x}{0,025-0,049} = \frac{x-2,6478}{0,049-0,05}$$

$$= \frac{3,188-x}{-0,024} = \frac{x-2,6478}{-0,001}$$

= -0,001 (3,188- X) = -0,024 (X – 2,6478)

= 0,003188 + 0,001x = -0,024x + 0,0635

= 0,001x+ 0,024x = 0,0635 + 0,003188

0,025 x = 0,06668

$$X = \frac{0,06668}{0,025}$$

X = 2,6675

Maka diketahui nilai F_{Tabel} dengan taraf signifikan 4,9% adalah sebesar 2,6675, Selanjutnya nilai T_{tabel} juga didapatkan dengan hasil perhitungan interpolasi yang dilakukan sebagai berikut ini:

Diketahui : $T_{tabel\ (0,025;48)}$ = 2,02439
$T_{tabel\ (0,05;48)}$ = 1,68595
$T_{tabel\ (0,049;48)}$ = X

α	T
0,025	2,02439
0,049	X
0,05	1,68595

0,05	1,68595

maka,

$$= \frac{2,02439-x}{0,025-0,049} = \frac{x-1,68595}{0,049-0,05}$$

$$= \frac{2,02439-x}{-0,024} = \frac{x-1,68595}{-0,001}$$

= -0,001 (2,02439- X) = -0,024 (X – 1,68595)

= 0,00204 + 0,001x = -0,024x + 0,0404628

= 0,001x+ 0,024x = 0,0404628+ 0,00204

$$0{,}025\ x = 0{,}0425028$$

$$X = \frac{0{,}0425028}{0{,}025}$$

$$X = 1{,}7001$$

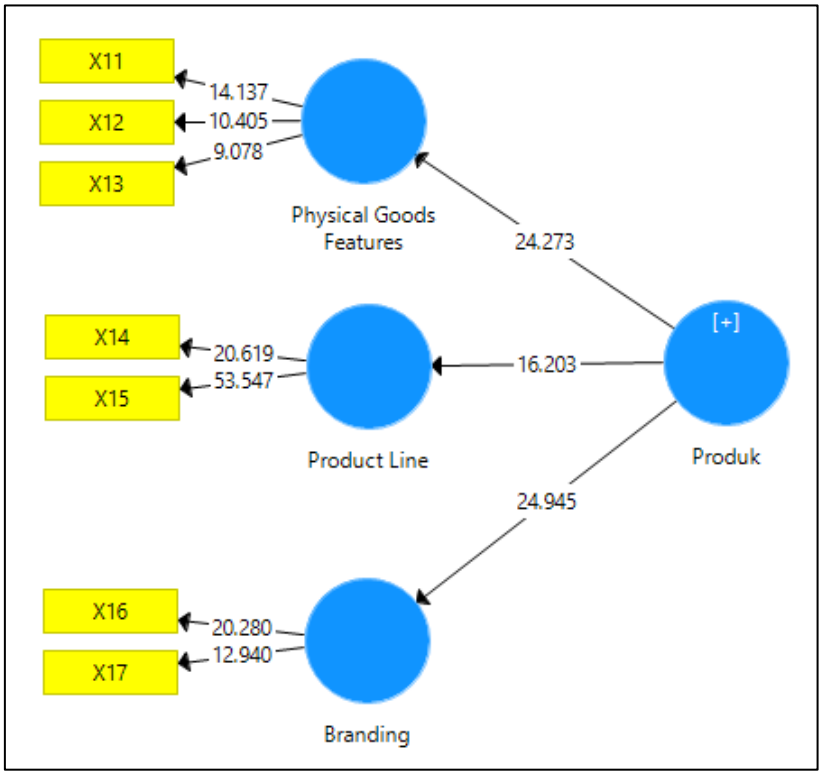
Maka diketahui nilai T_{tabel} dengan taraf signifikan 4,9% adalah sebesar 1,7001

Dan didapatkan nilai T_{tabel} sebesar 1,7001 dengan hipotesis variabel memiliki pengaruh apabila nilai $T_{hit} > T_{tab}$. Berikut merupakan hasil perhitungan Uji F dan Uji T pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji F dan Uji T

Sub Variable Produk	Uji F	Uji T
Physical Goods Features	2,148	27,341
Product Line	1,461	16,688
Branding	2,445	24,680

Berikut merupakan *path diagram* yang menunjukan tingkat signifikasi pengaruh variabel independen secara keseluruhan. *Path diagram* dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. *Path Diagram* Model Pengembangan Variabel Produk

Selanjutnya dilakukan pengujian korelasi (Uji R^2), pengujian korelasi dilakukan untuk mengetahui besarnya indikasi variabel bebas yaitu Produk, Lokasi, Harga dan Lokasi terhadap Pengembangan Pariwisata Puncak Parabon. Nilai R merupakan nilai kekuatan korelasi sedangkan nilai R^2 menunjukan besar kontribusi terhadap model pengembangan variabel Produk. Berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan Smart PLS nilai *R-Square* yang dihasilkan diantaranya tersaji pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji R^2

Sub Variable Produk	*R Square*	R
Physical Goods Features	82,2%	0,907
Product Line	68,1%	0,825
Branding	85,7%	0,926

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dihasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji kecocokan model (Uji F) menunjukan bahwa model pengembangan Produk dalam penelitian ini memiliki konstruk yang memiliki kecocokan terhadap model Pengembangan Produk. Berdasarkan hal tersebut maka model Pengembangan Produk dapat digunakan dalam pengembangan Pariwisata Kopi Puncak Parabon.
2. Berdasarkan hasil uji pengaruh (uji T) menunjukan bahwa ketiga subvariabel diantaranya *Physical Good Features, Product Line* dan *Branding* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap model pengembangan produk. Berdasarkan hal tersebut maka ketiga sub variabel tersebut dapat menjadi faktor yang digunakan dalam pengambangan Pariwisata Kopi Puncak Parabon.

Acknowledge

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak Pariwisata Puncak Parabon, terutama kepada *Manager* BUMDES yang telah membantu peneliti dalam membimbing peneliti melakukan observasi, serta memberikan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.

Daftar Pustaka

[1] Hartono, P. J. Konsep & Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris (4th ed.). 2019.

[2] Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarsted, M. A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Long Range Planning* (Vol. 46, Issues 1–2). 2013.

[3] Ringle, C. M., & Sarsted, M. *Industrial Management & Data Systems*. 2016.

[4] Assylla Shafa, Nugraha (2022). Perancangan Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Analisis SWOT dan Metode TOPSIS. Jurnal Riset Teknik Industri 2(2). 129 – 140. https://doi.org/10.29313/jrti.v2i2.1283.