

ABSTRAK

Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat telah lama menjadi salah satu destinasi wisata yang banyak dikunjungi wisatawan. Dikenal sebagai kawasan budidaya berbagai jenis hortikultura, khususnya didominasi oleh komoditas florikultura. Memiliki julukan “Kota Kembang” dan “Desa Wisata Bunga Hias” dari pemerintah setempat, menjadikan wajah Parongpong sebagai produsen utama dalam memenuhi kebutuhan bunga potong di Indonesia. Meningkatnya kebutuhan akan bunga potong dari tahun ke tahun, serta diiringi perkembangan kawasan sebagai daerah wisata, memberi kesempatan bagi Parongpong untuk menjadikan florikultura sebagai daya tarik objek wisata yang baru. Dengan julukan yang semakin dikenal, namun belum adanya penataan wisata terpadu, sehingga Sentra Wisata Edukasi Florikultura menjadi perlu untuk dirancang dan dilengkapi dengan kegiatan edukasi terkait florikultura yang bermutu, serta bertujuan menjadi simbol atau *landmark* dari Kecamatan Parongpong. Menghadirkan tiga kegiatan utama yang merupakan implementasi dari bentuk subsistem agribisnis, yaitu budidaya, pelatihan merangkai bunga, dan perdagangan. Memadukan kegiatan dengan memanfaatkan segala sumber daya alam maupun manusia yang melimpah di Parongpong. Di sisi lain, mayoritas masyarakat yang ahli dalam budidaya masih melakukan usaha perseorangan. Padahal, hasil usaha tersebut dapat ditingkatkan apabila terdapat suatu sistem usaha terpadu, dimana menarik wisatawan ke dalam beberapa kegiatan yang segan untuk berdiri sendiri. Maka dari itu, kegiatan terpadu yang ditawarkan Sentra Wisata Edukasi Florikultura menjadi sebuah usaha dalam meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

Kata kunci: Sentra Wisata Edukasi Florikultura, *User-Experience*, Identitas Parongpong

ABSTRACT

Parongpong District, West Bandung Regency has long been one of destinations visited by many tourists. Known as the cultivation area of various types of horticulture, especially dominated by floriculture commodities. It has called "The City of Flower" and "Flower Tourism Village" by their government, making the image of Parongpong as the main producer in occupying the needs of cut flowers in Indonesia. The increasing need of cut flowers from year to year, and the development of the region as a tourist area, provides an opportunity for Parongpong to make floriculture as an attraction for new tourism objects. With an increasingly well-known epithet, but unfortunately there is no integrated tourism arrangement yet, so Floriculture Education Tourism Center becomes necessary to be designed and equipped with educational activities that related to the quality of floriculture, also aims to be a symbol or landmark of Parongpong District. Presenting three main activities which are the implementation form of the agribusiness subsystem, there are cultivation, flower arrangement training, and trade. Combining the activities by utilizing all abundant natural and human resources in Parongpong. On the other hand, the majority of people who are experts in agriculture still conduct their businesses individually. Even though, the results of these efforts can be increased if there is an integrated business system, which attracts tourists into several activities that are reluctant to stand alone. Therefore, integrated activities offered by the Floriculture Education Tourism Center also become an effort to improve the economy of the local community.

Keywords: *Floriculture Education Tourism Center, User-Experience, Identity of Parongpong*