

**VALUASI EKONOMI AGROWISATA KAMPOENG ANGGREK
DI DUSUN SUMBERPETUNG DESA SEMPU KECAMATAN NGANCAR
KABUPATEN KEDIRI DENGAN PENDEKATAN
INDIVIDUAL TRAVEL COST METHOD**

SKRIPSI

Oleh
FEBRY EKA FITRIANI

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG**

2017

**VALUASI EKONOMI AGROWISATA KAMPOENG ANGGREK
DI DUSUN SUMBERPETUNG DESA SEMPU KECAMATAN NGANCAR
KABUPATEN KEDIRI DENGAN PENDEKATAN
INDIVIDUAL TRAVEL COST METHOD**

Oleh

FEBRY EKA FITRIANI

135040118133001

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)**

JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG**

2017

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Valuasi Ekonomi Agrowisata Kampoeng Anggrek di Dusun Sumberpetung Desa Sempu Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri dengan Pendekatan *Individual Travel Cost Method*

Nama : Febry Eka Fitriani

Nim : 135040118133001

Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian

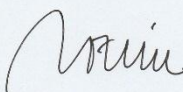
Program Studi : Agribisnis

Laboratorium : Ekonomi

Menyetujui : Dosen Pembimbing

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing



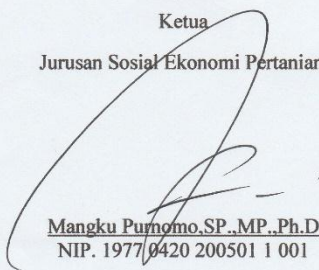
Dr. Ir. Suhartini, MP

NIP.1968 0401 200801 2 015

Mengetahui,

Ketua

Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian,



Mangku Purnomo, SP., MP., Ph.D

NIP. 19770420 200501 1 001

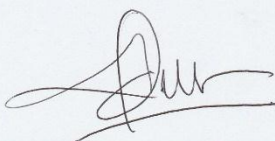
Tanggal Persetujuan:



LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan
MAJELIS PENGUJI

Penguji I



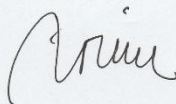
Andrean Eka Hardana, SP., MP., MBA
NIP. 201607900818 1001

Penguji II



Condro Puspo N., SP., MP.
NIP. 19880416 201404 1001

Penguji III



Dr. Ir. Suhartini, MP
NIP. 19680401 200801 2015

Tanggal Lulus:

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan bimbingan komisi pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengentahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



Malang, Agustus 2017

Febry Eka Fitriani





Skripsi ini ku persembahkan untuk

Bapak dan ibu
Mbah kakung, mbah putri, tante, om dan seluruh keluarga besar
Sahabat dan teman-temanku
Yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat,
Menjadi motivasi dan inspirasi tiada henti.
“tanpa keluarga, manusia, sendiri di dunia, gemetar dalam dingin”

RINGKASAN

Febry Eka Fitriani. 135040118133001. Valuasi Ekonomi Agrowisata Kampoeng Anggrek di Dusun Sumberpetung Desa Sempu Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri Dengan Pendekatan *Individual Travel Cost Method*. Di bawah bimbingan Dr. Ir. Suhartini, MP.

Lingkungan memiliki peran penting dalam proses pembangunan. Masalah penurunan kualitas lingkungan yang terjadi saat ini tidak terlepas dari aktivitas pembangunan berkelanjutan yang ingin dicapai. Pembangunan di masa lalu hanya berorientasi pada peningkatan pertumbuhan ekonomi tetapi tidak berkelanjutan secara lingkungan. Kesalahan dalam pengembangan wisata alam akan menyebabkan ketidakseimbangan lingkungan dan penurunan kualitas tempat wisata. Salah satu metode yang dapat dilakukan untuk menghitung nilai ekonomi sumberdaya alam dalam nilai uang adalah valuasi ekonomi. Metode valuasi ekonomi yang dapat digunakan dalam menghitung nilai ekonomi suatu kawasan wisata salah satunya adalah dengan *Travel Cost Method* (TCM). Nilai ekonomi dari wisata alam dilakukan dengan menghitung nilai guna yang tidak terlihat dari biaya yang dikeluarkan dalam kunjungan ke sebuah objek wisata berupa biaya perjalanan. Nilai ekonomi dapat dihitung dengan mengetahui permintaan jumlah kunjungan wisata yang dianalisis dari karakteristik pengunjung. Permintaan jumlah kunjungan wisata menggambarkan jumlah kunjungan yang dilakukan selama satu tahun terakhir.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui karakteristik dari pengunjung Agrowisata Kampoeng Anggrek, mengetahui persepsi pengunjung terhadap Agrowisata Kampoeng Anggrek, menganalisis faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan kunjungan, dan mengestimasi nilai ekonomi dari Agrowisata Kampoeng Anggrek. Penelitian ini dilakukan di Agrowisata Kampoeng Anggrek pada bulan April hingga Mei 2017 selama hari *weekday* dan *weekend*. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara pada 72 orang pengunjung dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Pengunjung diwawancarai dengan menggunakan kuisioner yang berisi pertanyaan mengenai karakteristik pengunjung, persepsi pengunjung, aktivitas wisata dan biaya perjalanan wisata ke Agrowisata Kampoeng Anggrek.

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yang digunakan adalah statistik deskriptif, statistik inferensial dan analisis kuantitatif. Penelitian akan dilakukan dengan mengambil data di lokasi wisata selama 2 bulan pada bulan April - Mei 2017. Pengambilan data dengan wawancara pengunjung dilakukan hari *weekday* dan *weekend* pada jam 09.00-15.00 WIB. Teknik penentuan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Pengambilan jumlah sampel dari pengunjung dilakukan menggunakan rumus *Linier Time Function*. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara terstruktur dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik dari pengunjung Agrowisata Kampoeng Anggrek mayoritas adalah wanita, sudah menikah, berusia antara 41 sampai 50 tahun, memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA, bekerja sebagai wirausaha, memiliki pendapatan berkisar Rp 2.000.000 hingga Rp 4.000.000 per bulan. Selain itu, mayoritas pengunjung melakukan wisata ke

Agrowisata Kampoeng Anggrek ini dengan motivasi *refreshing* atau rekreasi, menggunakan kendaraan pribadi, aktivitas utamanya adalah menikmati pemandangan, mengetahui Agrowisata Kampoeng Anggrek dari teman dan keluarga, melakukan wisata dengan keluarga dan menghabiskan waktu sebanyak 2-4jam. Pengunjung memiliki persepsi bahwa Agrowisata Kampoeng Anggrek merupakan tempat wisata yang mudah diakses, indah, aman, bersih, dan murah. Pengunjung juga merasa puas dan memiliki keinginan untuk berkunjung kembali ke Agrowisata Kampoeng Anggrek. Faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan dalam permintaan Agrowisata Kampoeng Anggrek secara signifikan adalah variabel umur responden, jumlah rombongan dan biaya perjalanan. Nilai surplus konsumen berdasarkan biaya perjalanan adalah Rp 349.163,545 per individu per tahun serta didapatkan nilai ekonomi Agrowisata Kampoeng Anggrek adalah Rp 2.094.966.000

Berdasarkan masukan dari pengunjung, fasilitas yang perlu ditambahkan di Agrowisata Kampoeng Anggrek antara lain, penghijauan, arena bermain anak-anak, fasilitas outbond, kolam renang, air mancur dan panggung live musik. Fasilitas yang perlu dibenahi antara lain, gazebo, tempat sampah, toilet, musholla, wastafel, tempat parkir, dan toko souvenir. Selain itu pihak pengelola juga bisa menambahkan fasilitas seperti penyediaan perahu kayu, kuda berkeliling di dalam objek wisata, penginapan, dsb. Pengelola juga harus lebih mengencangkan promosi melalui media-media yang disukai oleh pengunjung seperti halnya media elektronik dan sosial media dengan membuat website resmi Agrowisata Kampoeng Anggrek guna memudahkan pengunjung dari luar kota yang ingin berkunjung ke Agrowisata Kampoeng Anggrek, pengelola juga bisa membuat iklan seputar lokasi wisata yang nantinya akan diiklankan di radio-radio dan televisi lokal yang ada di daerah Karesidenan Kediri.

SUMMARY

Febry Eka Fitriani. 135040118133001. Kampoeng Anggrek Agrotourism Economic Valuation in Sumberpetung, Sempu, Ngancar, Kediri, East Java Conduct by Individual Travel Cost Method. Under the Guidance of Dr. Ir. Suhartini, MP.

The environment has an important role in the development process. The problem of environmental degradation that occurs today can not be separated from the sustainable development activities to be achieved. Development in the past has only been oriented towards economic growth but not environmentally sustainable. Errors in the development of nature tourism will cause environmental imbalances and decreased quality of tourist attractions. One method that can be done to calculate the economic value of natural resources in the value of money is economic valuation. Economic valuation method that can be used to calculate the economic value of a tourist area one of them is by Travel Cost Method (TCM). The economic value of nature tourism is done by calculating the invisible use value of the cost incurred in a visit to a tourist attraction in the form of travel expenses. The economic value can be calculated by knowing the demand of the number of tourist visits that are analyzed from the characteristics of visitors. The demand for the number of tourist visits reflects the number of visits made during the past year.

This study was conducted with the aim to know the characteristics of the visitors of Kampoeng Anggrek Agrotourism, to know the perception of visitors to Kampoeng Anggrek Agrotourism, to analyze the factors that influence the number of visits requests, and to estimate the economic value of Kampoeng Anggrek Agrotourism. This research was conducted at Kampoeng Anggrek Agrotourism in April to May 2017 during the day of weekday and weekend. This research was conducted by interviewing 72 visitors using accidental sampling method. Visitors were interviewed using questionnaires containing questions about visitor characteristics, visitor perceptions, tourism activities and travel expenses to Kampoeng Anggrek Agrotourism.

The research used in this research is a quantitative approach. Quantitative approach used is descriptive statistics, inferential statistics and quantitative analysis. Research will be conducted by taking data at tourist sites for 2 months in April - May 2017. Data collection by interviewing visitors conducted on weekday and weekend at 09.00-15.00 WIB. The technique of determining the sample using accidental sampling technique. The sampling number of visitors is done using Linear Time Function formula. Data collection in this study was conducted by conducting structured interviews and documentation.

The results of this study indicate that the characteristics of the visitors of Agro-tourism Kampoeng Anggrek majority are women, married, aged 41 to 50 years old, have last high school education, work as entrepreneur, have revenues ranging from Rp 2,000,000 to Rp 4,000,000 per month. In addition, the majority of visitors to tour Kampoeng Anggrek Agrotourism is with the motivation of refreshing or recreation, using a private vehicle, the main activity is enjoying the scenery, knowing Kampoeng Anggrek Agrotourism from friends and family, doing tours with family and spend as much as 2-4hours. Visitors have a perception that Kampoeng Anggrek Agrotourism is a tourist place that is easily

accessible, beautiful, safe, clean, and cheap. Visitors also feel satisfied and have the desire to visit back to Kampoeng Anggrek Agrotourism. Factors influencing the number of visits in Kampoeng Anggrek Agrotourism demand significantly is the age variable of respondent, the number of entourage and travel expenses. The value of consumer surplus based on travel cost is Rp 349,163,545 per individual per year and the economic value is Rp 2,094,966,000.

Based on input from visitors, the facilities that need to be added in Kampoeng Anggrek Agrotourism, among others, greening, children's playground, outbound facilities, swimming pool, fountain and stage live music. Facilities that need to be addressed, among others, gazebos, bins, toilets, mosques, washbasins, parking lots, and souvenir shops. In addition, the manager can also add facilities such as the provision of paddle boats, horse around in the tourist attraction, lodging, and so on. Managers should also be more diligent promotion through the media preferred by the visitors as well as electronic media and social media to create an official website of Kampoeng Anggrek Agrotourism to facilitate visitors from outside the city who want to visit Kampoeng Anggrek Agrotourism, the manager can also create ads around tourist sites Which will be advertised on local radio and television in the area of Kediri.



KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan segala puji dan syukur bagi Allah SWT atas segala rahmat dan kasih sayang-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Valuasi Ekonomi Agrowisata Kampoeng Anggrek Di Dusun Sumberpetung Desa Sempu Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri Dengan Pendekatan *Individual Travel Cost Method*”**. Skripsi ini disusun sebagai persyaratan menyelesaikan jenjang S-1 di Program Studi Agribisnis, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Universitas Brawijaya, Malang. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih atas segala dukungan yang telah diberikan oleh semua pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penelitian Valuasi Ekonomi Agrowisata Kampoeng Anggrek di Dusun Sumberpetung Desa Sempu Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri ini untuk menghitung nilai ekonomi berdasarkan *willingness to pay* wisatawan yang mengunjungi Agrowisata Kampoeng Anggrek, dengan menggunakan pendekatan biaya perjalanan *Individual Travel Cost Method*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik dan persepsi pengunjung, menganalisis factor-faktor social ekonomi yang mempengaruhi permintaan jumlah kunjungan dan menganalisis surplus konsumen pengunjung serta nilai ekonomi dari Agrowisata Kampoeng Anggrek. Penilaian ekonomi dilakukan secara individu pada barang dan jasa pengunjung yang nantinya akan diketahui selisih antara keinginan membayar dengan biaya untuk mensuplai barang dan jasa tersebut (surplus konsumen). Output dari penelitian ini adalah adanya pemanfaatan sumberdaya alam yang dapat dilakukan untuk meningkatkan permintaan jumlah kunjungan di Agrowisata Kampoeng Anggrek.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Dr. Ir. Suhartini, MP. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta masukan yang bermanfaat kepada penulis. Mangku Purnomo, SP.,M.Si.,Ph.D. selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Bapak Didik selaku Manager Agrowisata Kampoeng Anggrek dan segenap karyawan Agrowisata Kampoeng Anggrek yang telah berkenan untuk memberikan izin dalam melaksanakan

penelitian. Pengunjung Agrowisata Kampoeng Anggrek sebagai responden yang telah berkenan membantu dalam pelaksanaan penelitian. Kedua orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan doa dan dukungan demi kelancaran proses pembuatan skripsi ini. Semua teman-teman yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini serta pihak-pihak lain yang ikut membantu dalam terselesaikannya skripsi.

Penulis senantiasa menyadari bahwa dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi materi, sistematika, maupun susunan bahasanya. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembaca pada umumnya.

Malang, Agustus 2017

Penulis



RIWAYAT HIDUP



FEBRY EKA FITRIANI, dilahirkan di Kediri pada tanggal 22 Februari 1995. Anak tunggal dari pasangan Bapak Ali Sodik dan Ibu Rif Chiatul Khasanah. Penulis menyelesaikan pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah Desa Paron Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri pada tahun 2007. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 1 Gurah pada tahun 2007 dan tamat pada tahun 2010. Pada tahun 2010 – 2013 penulis melanjutkan pendidikan menengah atas di SMA Negeri 8 Kediri. Pada tahun 2013 penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi negeri, tepatnya di Universitas Brawijaya Malang, Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis.



DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR	v
RIWAYAT HIDUP	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Telaah Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Pariwisata.....	9
2.3. Agrowisata.....	10
2.4. Teori Permintaan Wisata.....	12
2.5. Valuasi Ekonomi.....	14
2.6. <i>Metode Travel Cost Method (TCM)</i>	15
2.7. Surplus Konsumen.....	17
III. KERANGKA PEMIKIRAN	19
3.1. Kerangka Teoritis.....	19
3.2. Hipotesis.....	22
3.3. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	22
IV. METODE PENELITIAN	32
4.1. Pendekatan Penelitian.....	32
4.2. Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
4.3. Teknik Penentuan Sampel.....	32
4.4. Teknik Pengumpulan Data.....	33
4.5. Teknik Analisis Data.....	34
4.6. Pengujian Hipotesis.....	38
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	41
5.1. Gambaran Umum Agrowisata Kampoeng Anggrek.....	41
5.2. Karakteristik dan Persepsi Responden.....	44
5.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Permintaan Agrowisata Kampoeng Anggrek.....	66
5.4. Nilai Ekonomi Agrowisata Kampoeng Anggrek.....	72
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	75
6.1. Kesimpulan.....	75



6.2. Saran.....

76

DAFTAR PUSTAKA.....

78

LAMPIRAN.....

81



DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	23
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal.....	45
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Responden.....	45
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	46
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..	46
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47
9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	48
10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Motivasi Berkunjung	48
11.	Karakteristik Responden Berdasarkan Aktivitas Utama.....	49
12.	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	49
13.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jarak Tempuh.....	50
14.	Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Tempuh.....	50
15.	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berkunjung.....	51
16.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Rombongan..	51
17.	Karakteristik Responden Berdasarkan Alat Transportasi.....	52
18.	Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya Perjalanan.....	52
19.	Persepsi Responden Terhadap Kemudahan Akses.....	53
20.	Persepsi Responden Terhadap Pelayanan.....	54
21.	Persepsi Responden Terhadap Penyediaan Informasi.....	54
22.	Persepsi Responden Terhadap Keamanan.....	55
23.	Persepsi Responden Terhadap Kebersihan.....	55
24.	Persepsi Responden Terhadap Taman Bunga.....	56
25.	Persepsi Responden Terhadap Wahana Permainan.....	56
26.	Persepsi Responden Terhadap Kolam Ikan.....	57
27.	Persepsi Responden Terhadap Musholla.....	57
28.	Persepsi Responden Terhadap Gazebo.....	58
29.	Persepsi Responden Terhadap Toilet.....	58
30.	Persepsi Responden Terhadap Tempat Sampah.....	59
31.	Persepsi Responden Terhadap Tempat Parkir.....	59
32.	Persepsi Responden Terhadap Toko Souvenir.....	60
33.	Persepsi Responden Terhadap Cafeteria.....	60
34.	Persepsi Responden Terhadap Green House Bunga.....	61
35.	Persepsi Responden Terhadap Spot Foto.....	61
36.	Persepsi Responden Terhadap Harga Tiket Masuk.....	62
37.	Persepsi Responden Terhadap Kepuasan Berkunjung.....	62
38.	Persepsi Responden Terhadap Keinginan Berkunjung Kembali.....	63
39.	Saran Pengunjung Untuk Agrowisata Kampoeng Angrek..	65
40.	Hasil Uji Multikolinearitas	66
41.	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	67
42.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	68



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Konsumsi Pariwisata.....	17
2.	Kerangka Pemikiran.....	21
3.	Struktur Organisasi Agrowisata Kampoeng Anggrek.....	43





DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuisioner Responden Pengunjung Agrowisata Kampoeng Anggrek.....	82
2.	Data Analisis.....	87
3.	Hasil Uji Analisis (SPSS)	90
4.	Dokumentasi Penelitian.....	93



I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Lingkungan memiliki peran penting dalam proses pembangunan. Masalah penurunan kualitas lingkungan yang terjadi saat ini tidak terlepas dari aktivitas pembangunan berkelanjutan yang ingin dicapai. Pembangunan di masa lalu hanya berorientasi pada peningkatan pertumbuhan ekonomi tetapi tidak berkelanjutan secara lingkungan. Sehingga proses pembangunan lingkungan hanya mementingkan sistem ekonomi tetapi tidak mementingkan dampak kerusakan lingkungan yang akan terjadi (Susilowati, 2009). Sistem ekonomi yang diterapkan terpisah dengan sistem lingkungan menyebabkan permasalahan baru dimana kegiatan ekonomi yang terus meningkat namun di satu sisi kualitas lingkungan juga terus-menerus menurun. Apabila penyedia sumberdaya lingkungan tidak dikelola dengan baik sehingga mengalami penurunan kualitas lingkungan maka kegiatan ekonomi pun akan terhenti, yang artinya pembangunan tidak berjalan secara berkelanjutan (Suparmoko, 2000).

Salah satu pembangunan berkelanjutan yang digunakan untuk memanfaatkan sumberdaya lingkungan adalah pembangunan pariwisata. Menurut (Premono dan Kunarso, 2010) pengembangan kegiatan pariwisata memiliki dampak positif, khususnya dalam bidang ekonomi, seperti peningkatan pendapatan, menambah pendapatan daerah dan pendapatan negara, serta membuka kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar. Selain itu, kegiatan kepariwisataan juga memiliki dampak positif dalam bidang konservasi, yakni dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya konservasi sumber daya alam.

Menurut (Darusman, 1991) ketidaksadaran masyarakat akan pentingnya pengetahuan konservasi sumber daya alam memberikan dampak munculnya sifat acuh atau tidak peduli terhadap lingkungan. Kecenderungan yang muncul akibat tidak dipedulikannya biaya serta manfaat dari jasa lingkungan adalah perilaku boros dan tidak peduli komponen-komponen ekosistem. Dalam pola pembangunan konvensional jasa lingkungan dari ekosistem yang tidak memiliki pasar mengakibatkan sumberdaya tersebut mengalami eksploitasi yang berlebihan. Hal ini dapat menjadi salah satu alasan mengapa pemberian nilai pada jasa-jasa lingkungan ini merupakan bagian penting dalam pembangunan.

Pembangunan dan pengembangan pariwisata yang tidak memperhatikan nilai manfaat dan fungsi lingkungan mengakibatkan terjadi kerusakan lingkungan.

Kerusakan lingkungan yang terjadi akibat perubahan alih fungsi lahan misalnya dari lahan perkebunan menjadi suatu kawasan wisata. Selain itu adanya penebangan pohon serta pembangunan jalan akses atau setapak membuat lahan menjadi keras dan tidak berfungsi sebagaimana mestinya.

Menurut (Darmono, 2001) Penyebab kerusakan lingkungan pada dasarnya disebabkan oleh adanya intervensi atau campur tangan manusia yang berlebihan terhadap keberadaan lingkungan secara alamiah. Kerusakan lingkungan dapat terjadi akibat pemanfaatan lahan dan masuknya bahan-bahan pencemar berbentuk padat dan cair ke lingkungan yang mana bahan-bahan ini bukan merupakan bagian dari komponen lingkungan asli. Kerusakan lingkungan dapat pula terjadi akibat proses eksploitasi terhadap lahan dan tanah, seperti yang terjadi pada proses penambangan timah, emas, batu bara, dan lain sebagainya. Secara alami tanah hanya akan mengalami pencemaran apabila terjadi erosi, namun pencemaran alami ini selalu diimbangi oleh proses pelapukan produk alami dan pembentukan tanah yang baru.

Nilai manfaat lingkungan dari suatu kawasan wisata dapat diketahui dengan cara valuasi ekonomi. Penilaian (valuasi) adalah kegiatan yang berkaitan dengan pembangunan konsep dan metodologi untuk menduga nilai barang dan jasa (Djijono, 2002). Asumsi mendasar yang digunakan pada pendekatan *Travel Cost Method* adalah utilitas dari setiap konsumen terhadap aktivitas, misalnya rekreasi.

Oleh karena itu, fungsi permintaan kegiatan rekreasi tersebut tidak dipengaruhi oleh permintaan kegiatan lainnya seperti berbelanja, menonton dan lain-lain. Pendekatan dengan metode biaya perjalanan merupakan metode valuasi dengan cara mengestimasi jumlah uang yang dikeluarkan untuk menikmati manfaat dari wisata alam itu sendiri. (Premono dan Kunarso, 2010). Secara prinsip metode biaya perjalanan ini mengkaji biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk mendatangi tempat-tempat rekreasi. Dengan mengetahui pola pengeluaran dari konsumen ini, dapat dikaji beberapa nilai (value) yang diberikan konsumen kepada sumberdaya alam dan lingkungan. Nilai (*value*) merupakan persepsi seseorang adalah harga yang diberikan oleh seseorang terhadap sesuatu pada suatu

tempat dan waktu tertentu. Metode Biaya Perjalanan yang prinsipnya yaitu menggunakan biaya perjalanan untuk menghitung nilai permintaan rekreasi suatu sumberdaya alam yang tidak memiliki harga pasar. Pendekatan ini telah dipakai secara meluas untuk mendapatkan kurva permintaan rekreasi (Menz dan Wilton, 1983).

Analisis mengenai valuasi ekonomi terhadap tempat wisata telah dilakukan oleh beberapa peneliti, salah satunya yaitu Priambodo dan Suhartini (2016).

Menurut Priambodo dan Suhartini (2016), valuasi ekonomi adalah bentuk pengukuran jumlah maksimum seseorang untuk mengorbankan barang atau jasa yang dimiliki guna mendapatkan barang atau jasa lain yang diinginkan.

Sedangkan nilai ekonomi kawasan wisata merupakan bentuk pemberian nilai secara kuantitatif terhadap barang atau jasa yang dihasilkan oleh Sumber Daya Alam dan lingkungan. Nilai ekonomi wisata merupakan akumulasi surplus konsumen dari seluruh pengunjung suatu tempat wisata. Surplus konsumen menunjukkan besar maksimum nilai uang yang mau dibayarkan oleh pengunjung (*Willingness to Pay*) terhadap wisata yang dinikmati.

Sedangkan menurut Listiana (2014) nilai ekonomi total dikenal dalam ekonomi sumberdaya dan lingkungan yaitu suatu nilai yang berusaha menggambarkan nilai keseluruhan dari sumberdaya dan lingkungan pada suatu wilayah tertentu. Nilai tersebut merupakan penjumlahan dari nilai guna (*use value*) dan nilai non guna (*non use value*). Nilai jasa lingkungan untuk kegiatan pariwisata dikelompokkan sebagai nilai manfaat atau guna langsung (*direct use value*). Nilai ini direfleksikan oleh "harga" dari penggunaan suatu lokasi wisata.

Harga ini tidak hanya sejumlah tarif masuk yang dibayarkan, tetapi juga meliputi biaya perjalanan dan biaya waktu yang diperlukan untuk melakukan rekreasi.

Sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan merefleksikan WTP wisatawan untuk jasa rekreasi. Penilaian individu terhadap suatu kunjungan rekreasi didasarkan pada harapan akan adanya manfaat dari kegiatan tersebut.

Dalam rangka meningkatkan jumlah pengunjung, pengelola dituntut untuk dapat menawarkan wisata yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Sehingga mereka harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan wisata. Selain itu, surplus konsumen dari pengunjung dapat dihitung dengan

pendekatan biaya perjalanan (*Travel Cost Method*), karena kegiatan wisata merupakan salah satu kegiatan yang tidak tercermin dalam harga pasar. Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pengelola maupun pengembang wisata lain khususnya wisata yang memanfaatkan jasa sumber daya alam dan lingkungan, serta sebagai acuan dalam menentukan nilai pajak lingkungan, subsidi bagi masyarakat sekitar, menentukan harga tiket, maupun dapat digunakan investor untuk melakukan investasi dengan kriteria yang telah terintegrasi dengan lingkungan.

1.2. Perumusan Masalah

Masyarakat tidak sadar akan pentingnya konservasi sumber daya alam yang dapat memberikan dampak munculnya ketidakpedulian terhadap lingkungan. Dalam pola pembangunan konvensional jasa lingkungan dari ekosistem yang tidak memiliki pasar mengakibatkan sumberdaya alam tersebut mengalami eksploitasi yang berlebihan. Hal ini dapat menjadi salah satu alasan mengapa pemberian nilai ekonomi pada jasa-jasa lingkungan merupakan bagian penting dalam pembangunan. Pembangunan wisata adalah menjual daya tarik suatu kawasan, baik berupa keindahan alam, kenyamanan dan budaya yang khas. Pengembangan pariwisata yang tidak memperhatikan nilai manfaat dan fungsi lingkungan dapat mengakibatkan terjadi kerusakan lingkungan. Kerusakan lingkungan yang terjadi akibat perubahan alih fungsi lahan misalnya dari lahan perkebunan menjadi suatu kawasan wisata. Pembangunan kawasan wisata yang dibuat menjadi tempat parkir, bangunan untuk penginapan, fasilitas yang ditawarkan tempat wisata, area bermain serta banyaknya penebangan pohon membuat fungsi dari lingkungan sudah tidak berjalan dengan baik.

Penilaian manfaat intangible secara obyektif dan kuantitatif dapat dijadikan sebagai dasar perhitungan investasi yang realistis dan rasional. Pembangunan pariwisata membutuhkan investor yang bisa meningkatkan nilai ekonomi terhadap tempat wisata alam yang sedang dibangun. Hasil penilaian tersebut diharapkan dapat berguna sebagai masukan bagi pengelola lokasi wisata untuk merumuskan alokasi sumberdaya alam yang ada dan alokasi dana pembangunan optimum. Dalam rangka meningkatkan jumlah pengunjung, pengelola dituntut untuk dapat menawarkan atraksi wisata yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Sehingga

mereka harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan wisata dan bagaimana persepsi pengunjung. Selain itu, surplus konsumen dari pengunjung dapat dihitung dengan pendekatan biaya perjalanan (*Travel Cost Method*), karena kegiatan wisata merupakan salah satu kegiatan yang tidak tercermin dalam harga pasar.

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik pengunjung dan persepsi pengunjung terhadap lokasi penelitian?
2. Apa saja faktor-faktor sosial ekonomi yang mempengaruhi permintaan jumlah kunjungan di lokasi penelitian?
3. Berapa nilai ekonomi yang dihasilkan lokasi penelitian?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki 3 tujuan sesuai dengan rumusan masalah yang telah disusun, yaitu :

1. Mengidentifikasi karakteristik pengunjung dan memberikan gambaran mengenai persepsi pengunjung terhadap lokasi penelitian.
2. Menganalisis faktor-faktor sosial ekonomi yang mempengaruhi permintaan jumlah kunjungan di lokasi penelitian.
3. Menganalisis nilai ekonomi yang dihasilkan lokasi penelitian berdasarkan metode biaya perjalanan (*Individual Travel Cost Method*).

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pemerintah dan Stakeholder terkait, hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai pertimbangan dalam pengelolaan dan pengembangan sektor pariwisata, khususnya untuk wisata dengan basis agrowisata sehingga dapat digunakan untuk menentukan kebijakan yang tepat dalam rangka pembangunan daerah.
2. Bagi pengelola wisata, hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan perbaikan wisata yang dikelola sehingga dapat lebih menarik pengunjung.

3. Bagi peneliti, hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan tambahan dan rujukan untuk penelitian selanjutnya.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Telaah Penelitian Terdahulu

Studi mengenai pengukuran manfaat sumberdaya alam dan lingkungan dalam bentuk nilai moneter telah banyak dilakukan di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur manfaat yang diterima oleh seseorang yang melakukan kegiatan rekreasi. Pada umumnya metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode biaya perjalanan atau *Travel Cost Method*. Terdapat perbedaan pendekatan yang dipakai dalam penerapan metode tersebut diantaranya pendekatan zonasi dan pendekatan individual. Beberapa penelitian yang menggunakan metode zonasi diantaranya Djijono (2002) menggunakan metode biaya perjalanan dengan aplikasi Regresi Poisson. Sedangkan penelitian yang menggunakan pendekatan individu dilakukan oleh Indah (2004), Priambodo et al (2016), Aisyah (2016), dan Listiana (2014).

Djijono (2002), melakukan penelitian di salah satu Tahura di Indonesia yaitu Taman Hutan Raya Wan Abdul Rachman yang berlokasi di Propinsi Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dan besarnya pengaruh faktor-faktor sosial ekonomi dengan permintaan pengunjung di Taman Hutan Raya Wan Abdul Rachman. Penelitian ini menggunakan biaya perjalanan dengan teknik pendekatan zonasi dengan alat analisis regresi, zona dibagi berdasarkan daerah kecamatan tempat tinggal pengunjung.

Indah (2004), melakukan penelitian di Wisata Alam Curug Sewu Kabupaten Kendal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor sosial ekonomi dengan permintaan pengunjung di Wisata Alam Curug Sewu Kabupaten Kendal serta menghitung nilai surplus konsumen pengunjung dari Wisata Alam Curug Sewu Kabupaten Kendal. Penelitian ini menggunakan biaya perjalanan dengan teknik pendekatan individual dengan alat analisis regresi linear berganda dengan jumlah kunjungan individu sebagai variabel dependen dan enam variabel sebagai variabel independen.

Priambodo dan Suhartini (2016), melakukan penelitian di Kusuma Agrowisata Kota Batu, Jawa Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap fasilitas, pelayanan dan infrastruktur di Kusuma Agrowisata Kota Batu, Jawa Timur, menganalisis factor-faktor yang mempengaruhi

permintaan wisata di Kusuma Agrowisata Kota Batu, Jawa Timur dan mengestimasi nilai surplus konsumen dan nilai ekonomi dari Kusuma Agrowisata Kota Batu, Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan biaya perjalanan dengan teknik pendekatan individual dengan alat analisis regresi linear berganda dengan jumlah kunjungan individu sebagai variabel dependen dan delapan variabel sebagai variabel independen.

Aisyah (2016), melakukan penelitian di Wisata Alam Taman Wisata Selecta, Kota Batu, Jawa Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap fasilitas, pelayanan dan infrastruktur di Wisata Alam Taman Wisata Selecta, Kota Batu, Jawa Timur, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata di Wisata Alam Taman Wisata Selecta, Kota Batu, Jawa Timur dan mengestimasi nilai surplus konsumen dan nilai ekonomi dari Wisata Alam Taman Wisata Selecta, Kota Batu, Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan biaya perjalanan dengan teknik pendekatan individual dengan alat analisis regresi linear berganda dengan jumlah kunjungan individu sebagai variabel dependen dan delapan variabel sebagai variabel independen.

Listiana (2014), melakukan penelitian di wisata Kebun Kina Bukit Unggul Kabupaten Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor sosial ekonomi dengan permintaan pengunjung di wisata Kebun Kina Bukit Unggul Kabupaten Bandung serta menghitung nilai surplus konsumen dan nilai ekonomi di wisata Kebun Kina Bukit Unggul Kabupaten Bandung. Penelitian ini menggunakan biaya perjalanan dengan teknik pendekatan individual dengan alat analisis regresi.

Djijono (2002), Berdasarkan analisis yang dilakukan diketahui bahwa faktor yang berpengaruh nyata terhadap permintaan atau tingkat kunjungan adalah biaya perjalanan, jumlah penduduk dan waktu kerja. Penelitian yang dilakukan Indah (2004), bahwa faktor yang berpengaruh nyata terhadap permintaan atau tingkat kunjungan adalah tingkat penghasilan pengunjung. Penelitian yang dilakukan Priambodo dan Suhartini (2016), faktor yang berpengaruh nyata terhadap permintaan atau tingkat kunjungan adalah biaya perjalanan, tingkat pendidikan, pendapatan, dan jumlah rombongan. Penelitian yang dilakukan Listiana (2014), faktor yang berpengaruh positif terhadap permintaan atau tingkat kunjungan

adalah faktor pendapatan wisatawan per bulan serta lama mengetahui lokasi objek wisata. Dan Penelitian yang dilakukan Aisyah (2016), faktor yang berpengaruh nyata terhadap permintaan atau tingkat kunjungan adalah jenis kelamin, status menikah, waktu tempuh dan biaya perjalanan.

Dijiono (2002), Dari penelitian tersebut didapatkan surplus konsumen sebesar Rp 9.275 per 1000 penduduk dan nilai ekonominya adalah sebesar Rp 1.008.873.

Penelitian yang dilakukan Indah (2004), Dari penelitian tersebut didapatkan surplus konsumen sebesar Rp 896.734,9 per individu per tahun atau Rp 224.198,7 per individu per satu kali kunjungan. Penelitian yang dilakukan Priambodo dan Suhartini (2016), didapatkan surplus konsumen sebesar Rp 1.373.113,17 per individu per satu kali kunjungan. Nilai ekonomi Kusuma Agrowisata Kota Batu, Jawa Timur sebesar Rp 419.623.385.898. Penelitian yang dilakukan Aisyah (2016), didapatkan surplus konsumen sebesar Rp 271.003 per individu per satu kali kunjungan. Nilai ekonomi Taman Wisata Selecta sebesar Rp 213.739.295.392. Penelitian yang dilakukan Listiana (2014), didapatkan surplus konsumen wisatawan per kunjungan sebesar Rp 166.700 dan surplus konsumen tiap tahun yang menggambarkan nilai ekonomi dari Objek Wisata Kina Bukit Unggul adalah sebesar Rp 1.108.054.900.

Berdasarkan tinjauan studi terdahulu, penelitian terhadap manfaat rekreasi baru dihitung dari sisi permintaannya. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini selain mengkaji manfaat rekreasi dari suatu kawasan dari sisi permintaannya, juga mengkaji manfaat dari sisi penawarannya. Selain itu, lokasi penelitian yang digunakan juga berbeda yaitu Agrowisata Kampong Anggrek suatu kawasan wisata yang berbasis edukasi yang dulunya adalah perkebunan nanas lalu dibangun menjadi kawasan wisata. Adanya analisis mengenai hal tersebut sehingga dapat di valuasi nilai dari suatu kawasan wisata di lokasi penelitian. Hasil penelitian nantinya dapat direkomendasikan kebijakan untuk pengelolaan kawasan lokasi penelitian atau perumusan alokasi sumberdaya alam dan biaya pembangunan yang optimum sehingga pengunjung terus meningkat setiap tahunnya. Persamaan penelitian ini dengan studi penelitian terdahulu adalah metode yang digunakan yaitu Metode Biaya Perjalanan menggunakan pedekatan individual dengan alat analisis regresi linear berganda.

2.2. Pariwisata

Menurut Spillane (1987), Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

Menurut Pangemanan (1993), pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk kegiatan bisnis atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan untuk memenuhi keinginan yang beranekaragam. Pariwisata merupakan bentuk kegiatan manusia yang menitikberatkan pada perjalanan, sehingga pariwisata menimbulkan berbagai kebutuhan fisik seperti kebutuhan akan sarana transportasi, akomodasi, makanan dan minuman, hiburan dan sebagainya. Sarana inilah yang kemudian dikenal sebagai industri pariwisata karena dapat menghasilkan produk tertentu berupa barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan penginapan, angkutan wisata, restoran dan perusahaan hiburan serta perusahaan souvenir.

Menurut Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata Bab I Pasal 1, dinyatakan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Kemudian di dalam Undang-undang tersebut dijelaskan pula bahwa pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.

Pariwisata menurut Yoeti (1985) merupakan suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan hidup guna bertamasya dan rekreasi atau memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Institute of Tourism Britain menyatakan bahwa pariwisata adalah kepergian orang-orang sementara dalam jangka waktu pendek ke tempat-tempat tujuan di luar tempat tinggal dan bekerja sehari-hari dengan berbagai kegiatan selama

sehari atau lebih. Kegiatan wisata erat kaitannya dengan pengunjung. Pengunjung sendiri adalah orang-orang yang datang ke suatu kawasan rekreasi dengan maksud dan tujuan tertentu (Muntasib, 2007).

2.3. Agrowisata

Srimulyadi (2007), mendefinisikan secara sederhana pengertian agrowisata atau wisata agro yaitu kegiatan wisata yang berlokasi atau berada di kawasan pertanian secara umum, lebih dikhususkan pada areal hortikultura. Pengembangan agrowisata pada konsep universal dapat ditempuh melalui diversifikasi dan peningkatan kualitas sesuai dengan persyaratan yang diminta konsumen dan pasar global. Sedangkan pada konsep uniqueness, konsumen ditawarkan kepada produk spesifik yang bersifat unik.

Agrowisata adalah suatu jenis pariwisata yang khusus menjadikan hasil pertanian, peternakan, atau perkebunan sebagai daya tarik bagi wisatawan (Yoeti, 2000). Pengertian agrowisata tersebut adalah pengertian yang sesuai dengan rumusan Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Pertanian dengan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi Nomor 204/KPTS/MK050/4/1989, yaitu suatu bentuk kegiatan pariwisata dengan tujuan untuk memperkuat pengetahuan, pengalaman, rekreasi dan hubungan usaha di bidang agro atau pertanian dalam arti luas yaitu meliputi tanaman pangan, perkebunan, kehutanan, peternakan, dan perikanan. Agrowisata telah diberi batasan sebagai wisata yang memanfaatkan obyek-obyek pertanian.

(Tirtawinata dan Fachruddin, 1996) menjelaskan tentang manfaat agrowisata antara lain:

1. Meningkatkan Konservasi Lingkungan

Salah seorang pakar mengatakan bahwa pariwisata merupakan industri yang kelangsungan hidupnya sangat ditentukan oleh baik-buruknya lingkungan. Karena di dalam pengembangan pariwisata, asas pengelolaan lingkungan secara benar diperlukan untuk melestarikan kemampuan lingkungan dalam mendukung pembangunan yang berkelanjutan.

2. Meningkatkan Nilai Estetika Dan Keindahan Alam

Lingkungan alam yang indah dan tertata apik tentu akan membuat orang terpesona. Keindahan visual dapat diperoleh dari topografi, jenis flora dan

fauna, warna, dan arsitektur bangunan yang tersusun dalam suatu tata ruang yang serasi dengan alam. Setiap obyek agrowisata tentu memiliki daya tarik estetika tersendiri.

3. Memberi Nilai Rekreasi

Sebagai obyek pariwisata, agrowisata tentunya tidak dapat dipisahkan dengan kegiatan rekreasi. Rekreasi di tengah alam yang indah dan nyaman memang memiliki kepuasan tersendiri. Sebagai tempat rekreasi, pengelola agrowisata perlu membuat atau menyediakan fasilitas-fasilitas penunjang atau paket-paket acara yang dapat menimbulkan kegembiraan di tengah alam.

2. Meningkatkan Kegiatan Ilmiah Dan Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Kunjungan para wisatawan ke lokasi agrowisata tidak hanya sebagai sarana hiburan semata, tetapi dapat pula bernilai ilmiah. Kekayaan flora dan fauna dan seluruh ekosistem yang ada di dalam kawasan agrowisata tentunya sangat mengundang rasa ingin tahu dari para peneliti, ilmuwan, ataupun kalangan pelajar. Dengan demikian, kehadiran agrowisata akan sangat membantu mereka yang senantiasa haus dengan ilmu pengetahuan.

3. Mendapatkan Keuntungan Ekonomi

Selain memberikan nilai-nilai yang sulit diukur secara materi seperti rasa nyaman, kegembiraan, nilai ilmu pengetahuan, dan kelestarian alam, agrowisata juga memberikan keuntungan ekonomi. Keuntungan ekonomi ini tentunya sangat erat kaitannya dengan tujuan pengelolaan agrowisata itu. Keuntungan tersebut tidak hanya bagi pengelola agrowisata itu, tetapi juga bagi masyarakat sekitarnya, pemerintah daerah, dan negara pada umumnya.

Menurut Yoeti (1997) mendefinisikan wisatawan adalah seseorang tanpa membedakan ras, kelamin, bahasa, dan agama, yang memasuki wilayah suatu Negara yang mengadakan perjanjian yang lain dari pada negara dimana orang itu biasanya tinggal berada di situ kurang dari 24 jam dan tidak lebih dari 6 bulan, dalam jangka waktu 12 bulan berturut-turut, untuk tujuan non-imigran yang legal, seperti perjalanan wisata, rekreasi, olah raga, kesehatan, alasan keluarga, studi, ibadah keagamaan atau urusan usaha (business).

2.4. Teori Permintaan Wisata

Permintaan rekreasi terbagi kedalam dua bagian yaitu: 1) permintaan potensial (*potential demand*), yaitu seseorang yang memenuhi syarat minimal untuk melakukan perjalanan rekreasi karena mempunyai uang, keadaan fisik masih kuat, hanya belum memiliki waktu luang untuk bepergian sebagai wisatawan. 2) permintaan aktual (*actual demand*), yaitu seseorang yang sedang melakukan perjalanan rekreasi ke suatu daerah tujuan tertentu (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1990).

Menurut Vanhove (2005), merangkum faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata kedalam sembilan faktor, antara lain: faktor ekonomi, perbandingan harga, faktor demografi, faktor geografi, kondisi sosial dan budaya, mobilitas, pemerintah/peraturan pemerintah, media komunikasi, dan teknologi informasi dan komunikasi.

Menurut Syaukani (2006), menyatakan bahwa "ekoturisme" atau wisata alam kini telah menjadi tren pariwisata dunia dengan tujuan wisata untuk jelajah alam, melihat tumbuhan dan satwa liar, memasuki gua, berdialog dengan masyarakat asli, menikmati pemandangan alam, dan lain-lain. Semua ini menunjukkan betapa "alam yang asli" sebetulnya bisa dijual ke sektor pariwisata dan Indonesia sebagai negara yang memiliki keanekaragaman hayati dan budaya dapat memanfaatkan kekayaan alamnya untuk pengembangan pariwisata selanjutnya. Prinsip pokok dari pengembangan dan pengelolaan objek wisata alam adalah tetap mempertahankan kelestarian objek itu sendiri. Dikatakan pula bahwa pengembangan objek wisata alam bertujuan untuk didatangi masyarakat sehingga masyarakatlah yang berkepentingan dalam konservasi ini.

Menurut Nicholson (1995), permintaan merupakan hubungan antara harga barang tertentu dengan jumlah yang diminta konsumen. Permintaan merupakan sejumlah barang atau jasa yang ingin dibeli oleh individu dan mampu untuk dibeli dengan harga tertentu dan waktu tertentu (Muntasib, 2007). Sedangkan permintaan masyarakat terhadap jasa-jasa lingkungan seperti tempat rekreasi alam juga sama dengan permintaan barang dan jasa. Permintaan rekreasi adalah banyaknya kesempatan rekreasi yang diinginkan oleh masyarakat atau gambaran keseluruhan partisipasi masyarakat dalam kegiatan rekreasi secara umum yang

dapat diharapkan, bila fasilitas-fasilitas yang tersedia cukup memadai dan dapat memenuhi keinginan masyarakat (Douglas, 1970).

Permintaan masyarakat terhadap barang dan jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga barang atau jasa lingkungan tersebut, selera konsumen, harga barang lain yang memiliki daya guna yang sama dan pendapatan (Vanhove, 2005). Apabila faktor yang mempengaruhi ini tetap sedangkan harga barang dan jasa naik, maka jumlah permintaan barang dan jasa lingkungan ini akan menurun, dan sebaliknya jika harga turun maka permintaan barang dan jasa akan naik. Begitu dengan permintaan terhadap jasa lingkungan wisata alam semakin dekat tempat tinggal seseorang maka akan semakin kecil biaya yang di keluarkan untuk dapat menikmati jasa lingkungan tersebut, tetapi sebaliknya jika tempat tinggal seseorang jauh dari lokasi wisata alam tersebut maka akan semakin besar biaya yang dikeluarkan untuk dapat menikmati jasa lingkungan wisata alam tersebut.

Permintaan wisata dapat dibagi menjadi :

1. *Effective (Actual) Demand*, yaitu jumlah orang yang melakukan kegiatan wisata sebagai jumlah orang yang melakukan perjalanan atau kunjungan.
2. *Suppressed (Potential) Demand*, yaitu suatu populasi orang yang tidak dapat melakukan perjalanan karena suatu keadaan tertentu (kurangnya daya beli atau *purchasing power* atau keterbatasan waktu liburan).

Knetsch dan Driver (1974) dalam Darusman (1991) mengemukakan bahwa permintaan rekreasi akan semakin meningkat sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk dan kemajuan teknologi. Perubahan kebutuhan rekreasi yang terjadi adalah sebagai akibat dari perubahan pola hidup, kenaikan standar hidup, penambahan waktu luang sebagai akibat efisiensi kerja, serta kemajuan transportasi, yang semuanya itu berubah sejalan dengan berkembangnya teknologi.

Lieber (1983) juga menyatakan bahwa terdapat lima unsur permintaan terhadap rekreasi alam terbuka, yaitu :

1. Mudah dimanfaatkan (dirasakan manfaatnya).
2. Kegiatan yang ada sesuai dengan gambaran yang diinginkan oleh pemakai.
3. Keadaan harus memungkinkan pengidentifikasian gambaran tersebut.
4. Terdapat kesempatan untuk mendemonstrasikan.

5. Memungkinkan suatu penggunaan yang menyenangkan dan efisien.

Apabila unsur-unsur tersebut dapat dipenuhi pada suatu kegiatan rekreasi, maka kegiatan tersebut akan dapat menjadi populer, sehingga pemerintah dan masyarakat dapat diukur.

2.5. Valuasi Ekonomi

Nilai (*value*) merupakan persepsi seseorang; adalah harga yang diberikan oleh seseorang terhadap sesuatu pada suatu tempat dan waktu tertentu. Kegunaan, kepuasan dan kesenangan merupakan istilah-istilah lain yang diterima dan berkonotasi nilai atau harga. Ukuran harga ditentukan oleh waktu, barang atau uang yang akan dikorbankan seseorang untuk memiliki atau menggunakan barang atau jasa yang diinginkan. Penilaian (*valuasi*) adalah kegiatan yang berkaitan dengan pembangunan konsep dan metodologi untuk menduga nilai barang dan jasa (Davis dan Johnson, 1987 dalam Djijono, 2002).

Fauzi (2004) menyatakan bahwa pengertian nilai atau *value*, khususnya yang menyangkut barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan memang bisa berbeda jika dipandang dari berbagai disiplin ilmu. Karena itu diperlukan suatu persepsi yang sama untuk penilaian ekosistem tersebut. Salah satu tolak ukur yang relatif mudah dan bisa dijadikan persepsi bersama berbagai disiplin ilmu adalah pemberian *price tag* (harga) pada barang dan jasa yang dihasilkan sumber daya alam dan lingkungan, dengan demikian kita menggunakan apa yang disebut nilai ekonomi sumber daya alam.

Secara umum, nilai ekonomi didefinisikan sebagai pengukuran jumlah maksimum seseorang ingin mengorbankan barang dan jasa untuk memperoleh barang dan jasa lainnya. Secara formal, konsep ini disebut keinginan membayar seseorang terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan. Dengan menggunakan pengukuran ini, nilai ekosistem bisa diterjemahkan kedalam bahasa ekonomi dengan mengukur nilai moneter barang dan jasa (Fauzi, 2004).

Valuasi ekonomi digunakan untuk menilai sumber daya alam yang tidak dapat dihitung sehingga mendapatkan nilai rupiah dari sumber daya alam tersebut.

Valuasi ekonomi merupakan usaha melakukan penilaian manfaat secara ekonomis, yang biasanya diterapkan dalam konteks pengelolaan sumber daya

alam (Handoko, 2011). Pada dasarnya nilai lingkungan sendiri dibagi dua penilaian, yang pertama nilai atas dasar pengguna dan nilai yang terkandung di dalamnya. Nilai dasar penggunaan menunjukkan kemampuan lingkungan apabila nilai yang melekat pada lingkungan. Nilai adalah persepsi manusia tentang makna suatu sumber daya alam tertentu, tempat, dan waktu tertentu (Siwi, 2010). Metode penilaian terhadap dampak lingkungan telah diterapkan di beberapa negara, guna mengetahui pengaruh yang diberikan dari beberapa proyek yang dijalankan.

2.6. Metode *Travel Cost Method* (TCM)

Travel Cost Method (TCM) dikembangkan untuk menilai kegunaan dari barang *non-market*, daerah yang letak geografisnya khusus dan lokasi yang dipergunakan untuk rekreasi. Misalnya, alam yang seringkali digunakan untuk rekreasi (kebun raya, hutan, pantai, danau, dll). Alam secara khusus tidak memegang harga dalam pasar sehingga kita harus menemukan alternatif yang dimaksudkan untuk memperkirakan nilainya (Pierce *et al*, 2006).

Menurut Hufschmidt *et al* (1987), pendekatan biaya perjalanan merupakan suatu cara menilai barang yang tidak memiliki harga. Di negara maju, pendekatan ini telah dipakai secara meluas untuk mendapatkan kurva permintaan barang-barang rekreasi. Rekreasi di luar (*outdoor recreation*) merupakan contoh yang biasa digunakan bagi barang-barang yang tidak memiliki harga. Secara prinsip, metode ini mengkaji biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk mengunjungi tempat rekreasi. Dengan mengetahui pola pengeluaran dari konsumen kepada sumber daya alam dan lingkungan.

Pendekatan biaya perjalanan berhubungan dengan tempat khusus dan mengukur nilai dari tempat tertentu dan bukan rekreasi pada umumnya (Hufschmidt *et al*, 1987). Secara umum terdapat dua teknik yang digunakan dalam menentukan nilai ekonomi berdasarkan TCM, yaitu *Zonal Travel Cost Method* (ZTCM) dan *Individual Travel Cost Method* (ITCM). ZTCM merupakan pendekatan yang relatif mudah dan murah. Pendekatan ini bertujuan untuk mengukur nilai dari jasa rekreasi dari sebuah tempat secara keseluruhan. ZTCM diaplikasikan dengan mengumpulkan informasi dari jumlah kunjungan ke tempat rekreasi dari berbagai daerah atau zona. Dalam hal ini, biaya perjalanan dan waktu akan meningkat seiring dengan meningkatnya jarak, maka informasi yang didapat

memungkinkan peneliti untuk memperhitungkan jumlah kunjungan di berbagai tempat. Informasi tersebut digunakan untuk membangun fungsi permintaan dan mengestimasi surplus konsumen, atau keuntungan ekonomi untuk jasa rekreasi dari sebuah tempat.

Peralihan metode biaya perjalanan dari ZTCM menjadi ITCM dalam menurunkan nilai surplus konsumen disebabkan beberapa hal, pertama sering analisa yang dilakukan didasarkan pada *willingness to pay* individual. Hal yang kedua adalah karena pengamatan sering kali teramat kecil dibandingkan dengan keseluruhan zona, ketiga sering ditemui situasi dimana sejumlah individu melakukan perjalanan dari daerah asal yang umum dan selanjutnya terdispersi dalam kelompok-kelompok kecil menuju lokasi wisata sekitarnya. Sebab lain yaitu karena individu tidak semata-mata ingin menikmati pariwisata saja tetapi mungkin kombinasi dari melihat-lihat, berburu, dan sebagainya. Metodologi ITCM secara prinsip sama dengan ZTCM (Mehmet dan Turker, 2006) namun ITCM menggunakan data dari survei setiap pengunjung dalam analisis statistik bukan data dari masing-masing zona. Sehingga metode ini memerlukan data yang lebih banyak dan analisis lebih rumit, tetapi akan memberikan hasil yang lebih tepat.

Sedangkan menurut Fauzi (2014), menjelaskan bahwa terdapat 3 pendekatan TCM yang dapat digunakan dalam analisis valuasi ekonomi yaitu :

1. *Individual Travel Cost Method* (ITCM)

Metode TCM yang didasarkan pada survei atas pengunjung ke tempat rekreasi. Data pengeluaran biaya perjalanan dan variabel sosio-ekonomi lainnya dijadikan sebagai variabel penjelas dari biaya perjalanan yang dikeluarkan.

2. *Zone Travel Cost Method* (ZTCM)

Pendekatan ZTCM merupakan pendekatan klasik yang didasarkan pada data sekunder dimana jumlah kunjungan di duga merupakan fungsi dari biaya perjalanan yang didasarkan pada zona wilayah relatif terhadap tempat wisata.

3. *Random Utility Model* (RUM)

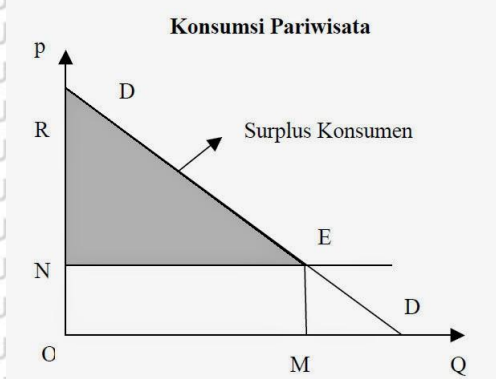
RUM merupakan pendekatan TCM secara kompleks dan memerlukan pendekatan ekonometrika yang kompleks.

2.7.Surplus Konsumen

Surplus konsumen merupakan perbedaan antara jumlah yang dibayarkan oleh pembeli untuk suatu produk dan adanya kesediaan membayar. Surplus konsumen mencerminkan manfaat yang diperoleh karena dapat membeli semua barang dan tingkat harga rendah yang sama (Pomeroy, 1992)

Selanjutnya Hufschmid, et al (1987) menyatakan bahwa permintaan rekreasi alam, semakin jauh tempat tinggal seseorang dari suatu tempat rekreasi tertentu maka permintaan rekreasi terhadap tempat tersebut semakin rendah, dan sebaliknya bila untuk para konsumen yang tempat tinggalnya dekat dengan rekreasi maka permintaannya akan semakin meningkat. Dalam kaitannya dengan surplus konsumen, para konsumen yang datang dari tempat jauh dengan biaya mahal akan dianggap memiliki surplus konsumen yang rendah. Sebaliknya bila mereka yang bertempat tinggal lebih dekat maka dengan biaya perjalanan yang rendah akan memiliki surplus konsumen yang lebih besar.

Surplus konsumen timbul karena konsumen menerima lebih dari yang dibayarkan dan bonus ini berakar pada hukum utilitas marginal yang semakin menurun. Sebab timbulnya surplus konsumen, karena konsumen mampu membayar untuk tiap unit berdasarkan nilai unit terakhir. Surplus konsumen mencerminkan manfaat yang diperoleh karena dapat membeli semua unit barang pada tingkat harga rendah yang sama. Secara sederhana, surplus konsumen dapat diukur sebagai bidang yang terletak di antara kurva permintaan dan garis harga (Samuelson dan Nordhaus, 1990 dalam Djijono, 2002).



Sumber: Djijono, 2002

Gambar 1. Konsumsi Pariwisata

Sumber : Djijono, 2002

Keterangan :

OREM = Total utilitas atau kemampuan membayar konsumen

ONEM = Biaya barang bagi konsumen

NRE = Total nilai surplus konsumen

Pada gambar 1, diketahui bahwa harga yang diberlakukan atas suatu barang adalah tetap dan tidak melihat jumlah permintaan konsumen. Sedangkan garis permintaan konsumen miring ke kiri atas ke kanan bawah karena semakin rendah harga yang ditawarkan akan mengakibatkan semakin tinggi permintaan konsumen. Daerah NRE pada gambar diatas terbentuk daerah di bawah garis harga dan daerah diantara garis harga dan garis permintaan konsumen. Daerah tersebut dinamakan daerah surplus konsumen.

Menurut Fauzi (2014), Surplus konsumen dapat diukur dengan formula :

$$SK = \int_{P_0}^{P_1} (a - bP x) dPx$$

Keterangan :

SK = Surplus Konsumen

Px = Fungsi biaya perjalanan hasil regresi



III. KERANGKA PEMIKIRAN

3.1. Kerangka Teoritis

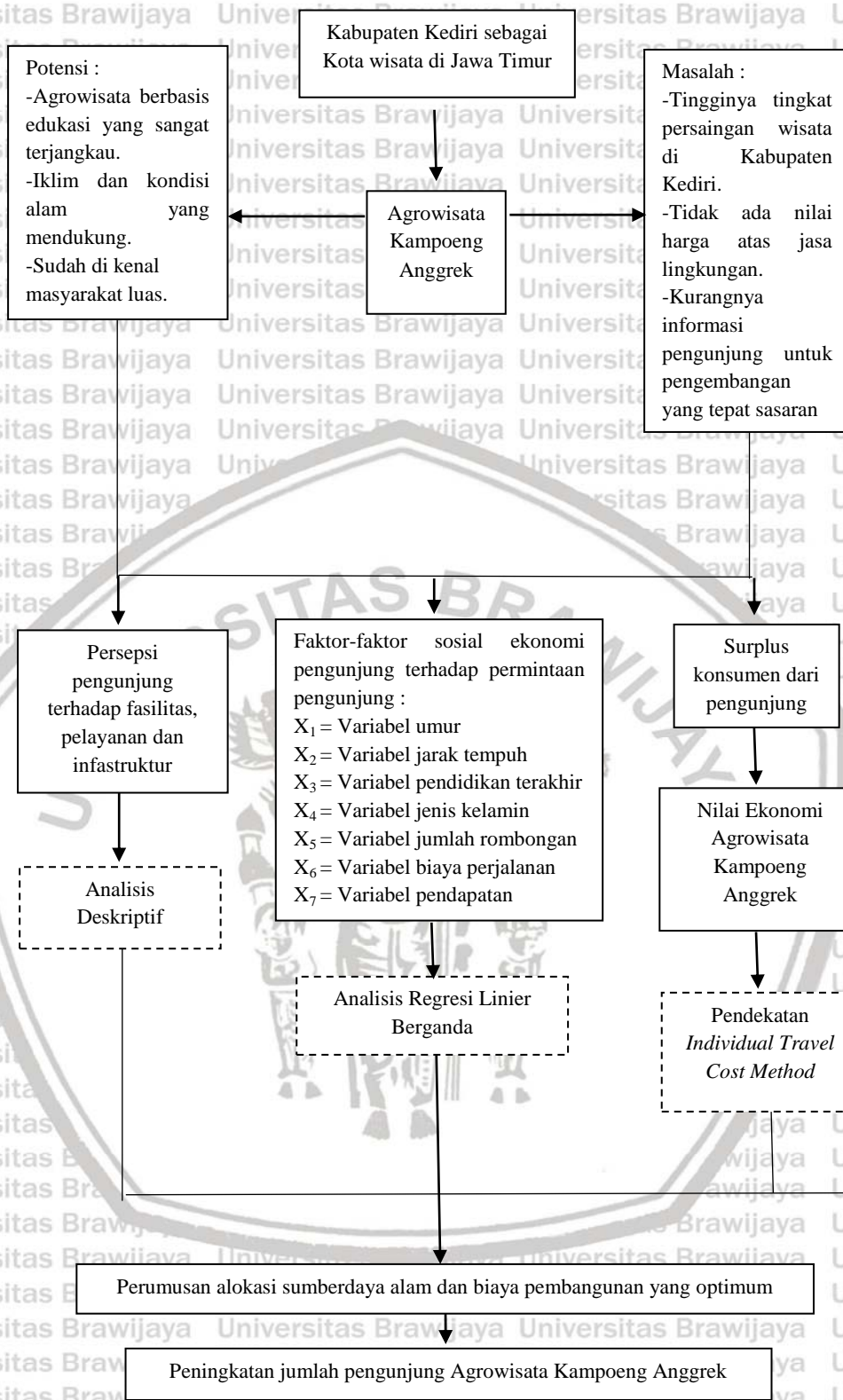
Kabupaten Kediri merupakan salah satu Kota di Jawa Timur yang memiliki sejarah panjang dimasa lampau. Kabupaten Kediri memiliki luas wilayah 963,21 km² diantara wilayah tersebut terdapat beberapa tempat wisata salah satunya adalah Agrowisata Kampoeng Anggrek yang terletak di Dusun Sumberpetung, Desa Sempu, Kecamatan Ngancar, Kabupaten Kediri. Kabupaten Kediri memiliki topografi terdiri dari dataran rendah dan pegunungan yang dilalui aliran sungai Brantas yang membelah dari selatan ke utara. Suhu udara berkisar antara 23°C sampai dengan 31°C dengan tingkat curah hujan rata-rata sekitar 1652 mm per hari.

Agrowisata Kampoeng Anggrek merupakan salah satu tempat wisata yang tergolong baru. Agrowisata Kampoeng Anggrek baru dibuka pada pertengahan tahun 2014 silam, tepatnya pada Agustus 2014. Semakin hari jumlah wisatawan Kampoeng Anggrek terus meningkat. Tingginya jumlah wisatawan, terutama di akhir pekan dan hari libur berdampak pada ketidaknyamanan yang diterima pengunjung Agrowisata Kampoeng Anggrek. Agrowisata Kampoeng Anggrek mempunyai 3 potensi yaitu agrowisata berbasis edukasi yang sangat terjangkau, iklim dan konsisi alam yang mendukung serta sudah dikenal masyarakat luas. Namun Agrowisata Kampoeng Anggrek juga memiliki masalah, diantaranya adalah tingginya tingkat persaingan wisata di Kabupaten Kediri, belum ada persepsi pengunjung tentang fasilitas yang di tawarkan, tidak adanya nilai atas jasa lingkungan yang dirubah menjadi tempat wisata serta kurangnya informasi segmentasi pengunjung untuk pembangunan Agrowisata Kampoeng Anggrek kedepannya yang tepat sasaran.

Setiap pengunjung yang melakukan kegiatan wisata pasti akan mengeluarkan biaya perjalanan yang terdiri dari biaya transportasi, dokumentasi, konsumsi, parkir dan biaya lainnya disamping biaya tiket masuk. Selain biaya perjalanan permintaan rekreasi juga dipengaruhi oleh faktor sosial ekonomi, diantaranya total pendapatan, tingkat pendidikan, umur, jarak dan waktu tempuh dari tempat tinggal menuju lokasi, jumlah rombongan, jenis kelamin, pengalaman berkunjung, waktu di lokasi dan lama mengetahui. Biaya perjalanan dan faktor-faktor sosial

ekonomi tersebut kemudian dimasukkan pada model regresi sehingga akan didapatkan fungsi permintaan rekreasi Agrowisata Kampoeng Anggrek. Dari estimasi ini akan didapatkan nilai surplus konsumen. Setelah mendapatkan surplus konsumen maka akan diperoleh manfaat rekreasi ke Agrowisata Kampoeng Anggrek. Hasil penelitian nantinya dapat direkomendasikan kebijakan untuk pengelolaan kawasan Agrowisata Kampoeng Anggrek atau perumusan alokasi sumberdaya alam dan biaya pembangunan yang optimum sehingga pengunjung Agrowisata Kampoeng Anggrek terus meningkat setiap tahunnya. Kerangka pemikiran ini lebih jelas dapat dilihat pada Gambar 2.





Keterangan : — Alur Pemikiran
 - - - - - Alur Analisis

Gambar 2. Kerangka Pemikiran



3.2.Hipotesis

Berdasarkan penelitian terdahulu serta teori-teori menunjang yang telah dijelaskan sebelumnya didapatkan hipotesis terdapat pengaruh antara biaya perjalanan terhadap permintaan jumlah kunjungan di lokasi penelitian, jarak tempuh terhadap permintaan jumlah kunjungan di lokasi penelitian, umur terhadap permintaan jumlah kunjungan di lokasi penelitian, pendidikan terakhir terhadap permintaan jumlah kunjungan di lokasi penelitian, pendapatan terhadap permintaan jumlah kunjungan di lokasi penelitian, jenis kelamin terhadap permintaan jumlah kunjungan di lokasi penelitian dan jumlah rombongan pengunjung terhadap permintaan jumlah kunjungan di lokasi penelitian.

3.3.Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur suatu variabel yang akan digunakan. Pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat tiga skala yaitu skala kontinyu atau rasio yang bersifat membedakan, mengurutkan serta mempunyai nilai nol mutlak, skala nominal yang bersifat mengkategorikan suatu data namun kategori tidak ada satupun urutan dan skala likert yang bersifat mengklarifikasikan suatu data dalam kategori berdasarkan kepuasan dari responden. Definisi operasional dan pengukuran variabel dijelaskan dalam tabel 1, dibawah ini.

Tabel 1. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
Persepsi Pengunjung adalah penilaian pengunjung terhadap kondisi fasilitas, jasa dan pelayanan yang ditawarkan pihak pengelola lokasi wisata serta menunjukkan tingkat kualitas jasa, pelayanan dan fasilitas yang ditawarkan.	Kemudahan akses	Kemampuan pengunjung untuk dapat menilai kemudahan akses menuju lokasi wisata atau kondisi jalan yang dilalui.	Skor diberikan berdasarkan kriteria: 5 = kondisi jalan bagus tidak berlubang dan berdebu 4 = kondisi jalan berdebu 3 = kondisi jalan sedikit berlubang 2 = kondisi jalan berlubang dan licin 1 = hanya bisa diakses dengan jalan kaki
	Pelayanan	Kemampuan pengunjung untuk dapat menilai pelayanan pengelola lokasi wisata.	Skor diberikan berdasarkan kriteria: 5 = petugas membaur ke lokasi wisata dengan pengunjung 4 = petugas menjelaskan dan membantu pengunjung untuk menikmati semua fasilitas 3 = petugas ramah 2 = petugas tidak ramah 1 = petugas acuh
	Penyediaan informasi	Kemampuan pengunjung untuk dapat menilai kelengkapan penyediaan informasi lokasi wisata.	Skor diberikan berdasarkan kriteria: 5 = papan petunjuk arah, denah lokasi, nama pohon atau tumbuhan di lokasi wisata terpampang 4 = papan petunjuk arah, denah lokasi wisata terpampang 3 = hanya ada satu spot petunjuk arah 2 = hanya ada denah lokasi 1 = tidak ada petunjuk arah sama sekali

Konsep

Variabel

Definisi Operasional

Pengukuran Variabel

Keamanan

Kemampuan pengunjung untuk dapat menilai keamanan dari petugas di lokasi wisata.

Skor diberikan berdasarkan kriteria:
 5 = lokasi wisata dikelilingi dinding pembatas serta penjagaan extra
 4 = petugas berjaga diseluruh spot wisata
 3 = petugas memberikan karcis dan kartu parkir
 2 = tidak ada penjagaan sama sekali
 1 = masyarakat umum keluar masuk secara bebas

Kebersihan

Kemampuan pengunjung untuk dapat menilai kebersihan lokasi wisata.

Skor diberikan berdasarkan kriteria:
 5 = tidak ada sampah sama sekali
 4 = sampah dari dedaunan
 3 = sampah dari dedaunan dan tempat sampah penuh
 2 = tempat sampah penuh berserakan
 1 = sampah berserakan dan bau

Taman bunga

Kemampuan pengunjung untuk menilai fasilitas Agrowisata.

Skor diberikan berdasarkan kriteria:
 5 = taman bunga menarik karena bunga yang ditanam beragam dan bagus
 4 = taman bunga menarik
 3 = taman bunga bagus dan menarik
 2 = taman bunga tidak rapih
 1 = taman bunga gundul

Wahana permainan

Kemampuan pengunjung untuk menilai fasilitas Agrowisata.

Skor diberikan berdasarkan kriteria:
 5 = wahana permainan lengkap dan baru
 4 = semua wahana permainan beroperasi
 3 = wahana permainan tiga jenis yang beroperasi

Konsep

Variabel

Definisi Operasional

Pengukuran Variabel

Kolam ikan

Kemampuan pengunjung untuk menilai fasilitas Agrowisata.

2 = wahana permainan hanya satu yang beroperasi
 1 = wahana permainan tidak beroperasi
 Skor diberikan berdasarkan kriteria:
 5 = kolam ikan bersih, jernih dan ikan terlihat
 4 = kolam ikan bersih dari sersah dedaunan
 3 = kolam ikan kotor sersah dedaunan
 2 = kolam ikan kotor sampah plastik dan makanan
 1 = kolam ikan kotor, berlumut dan berbau

Musholla

Kemampuan pengunjung untuk menilai fasilitas Agrowisata.

Skor diberikan berdasarkan kriteria:
 5 = kondisi musholla baru, bersih, nyaman, harum dan suci
 4 = kondisi musholla bersih dari sampah
 3 = kondisi musholla tidak berdebu
 2 = kondisi musholla kotor berdebu
 1 = kondisi musholla bau dan kotor

Gazebo

Kemampuan pengunjung untuk menilai fasilitas Agrowisata.

Skor diberikan berdasarkan kriteria:
 5 = gazebo bersih dan nyaman
 4 = gazebo bersih
 3 = gazebo ada sampah dedaunan
 2 = gazebo kotor banyak sampah plastik makanan
 1 = gazebo rusak tidak layak pakai

Toilet

Kemampuan pengunjung untuk menilai fasilitas Agrowisata.

Skor diberikan berdasarkan kriteria:
 5 = toilet ada banyak, bersih, harum dan nyaman
 4 = toilet bersih
 3 = toilet hanya ada satu
 2 = toilet antara laki-laki dan perempuan jadi satu
 1 = toilet kotor, tidak layak pakai dan berbau

Konsep

Variabel

Definisi Operasional

Pengukuran Variabel

Tempat sampah

Kemampuan pengunjung untuk menilai fasilitas Agrowisata.

Skor diberikan berdasarkan kriteria:
 5 = tempat sampah banyak dan dibedakan antara sampah organik dan non-organik
 4 = tempat sampah antara organic dan non-organik menjadi satu
 3 = tempat sampah terbatas
 2 = tempat sampah terbatas dan menumpuk
 1 = tempat sampah terbatas, menumpuk dan berbau menyengat

Tempat parker

Kemampuan pengunjung untuk menilai fasilitas Agrowisata.

Skor diberikan berdasarkan kriteria:
 5 = tempat parkir luas, bersih, dan teduh
 4 = tempat parkir rapih da nada penjaga yang mengawasi
 3 = tempat parkir tidak ada teduhan
 2 = tempat parkir tidak rapih antara motor dan mobil menjadi satu
 1 = tempat parkir tidak ada penjaga

Toko souvenir

Kemampuan pengunjung untuk menilai fasilitas Agrowisata.

Skor diberikan berdasarkan kriteria:
 5 = toko souvenir luas, terang dan bersih
 4 = toko souvenir tidak berdebu
 3 = toko souvenir bersih dan display rapih
 2 = toko souvenir gelap dan berdebu
 1 = toko souvenir tidak layak pakai

Konsep

Variabel

Definisi Operasional

Pengukuran Variabel

Cafeteria

Kemampuan pengunjung untuk menilai fasilitas Agrowisata.

Skor diberikan berdasarkan kriteria:
 5 = cafetaria luas, tertata rapih, menu beragam dan bersih
 4 = cafetaria luas dan rapih
 3 = cafetaria bersih dari sampah
 2 = cafetaria kotor
 1 = cafetaria tidak layal pakai

Green house

Kemampuan pengunjung untuk menilai fasilitas Agrowisata.

Skor diberikan berdasarkan kriteria:
 5 = green house luas, tertata rapih dan bersih
 4 = green house luas dan rapih
 3 = green house bersih dari sampah
 2 = green house kotor
 1 = green house tidak layal pakai

Spot foto

Kemampuan pengunjung untuk menilai fasilitas Agrowisata.

Skor diberikan berdasarkan kriteria:
 5 = spot foto unik, beragam dan tidak ada ditempat wisata lain
 4 = spot foto tidak ada ditempat wisata lain
 3 = spot foto beragam dan bersih
 2 = spot foto biasa saja dan banyak ditempat wisata lain
 1 = tidak ada spot fotoyang menarik sama sekali

Harga tiket

Kemampuan pengunjung untuk dapat menilai harga tiket masuk yang ditawarkan Agrowisata.

Skor diberikan berdasarkan kriteria:
 5 = harga tiket murah dan sangat terjangkau dibanding tempat wisata lain
 4 = harga tiket cocok untuk semua kalangan
 3 = harga tiket cukup murah dengan fasilitas yang ditawarkan

Konsep

Variabel

Definisi Operasional

Pengukuran Variabel

Kepuasan berkunjung

Kemampuan pengunjung untuk dapat merasakan kepuasan berkunjung di Agrowisata.

2 = harga tiket tidak murah karena masih membayar lagi untuk wahana permainan
1 = harga tiket mahal

Skor diberikan berdasarkan kriteria:
5 = ingin berkunjung kembali dalam waktu dekat dan merekomendasikan ke saudara dan teman terdekat
4 = ingin berkunjung kembali dalam waktu dekat
3 = ingin berkunjung kembali tetapi tidak tahu kapan
2 = tidak ada keinginan berkunjung kembali
1 = tidak merekomendasikan tempat wisata ini

Keinginan berkunjung kembali

Keinginan berkunjung kembali oleh pengunjung ke Agrowisata.

Dengan kriteria:
Ya = jika ingin berkunjung kembali
Tidak = jika tidak ingin berkunjung kembali

Jenis kelamin

Jenis kelamin merupakan jenis kelamin dari pengunjung yang menjadi responden. Variabel ini diukur menggunakan variabel dummy.

Jenis kelamin sebagai variabel dummy, dimana :
Nilai 1 jika perempuan
Nilai 0 jika laki-laki

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan jumlah kunjungan Agrowisata.

Umur

Umur pengunjung Agrowisata. Variabel ini diukur menggunakan skala kontinyu dengan satuan tahun (Tahun).

Umur pengunjung dalam satuan tahun.

Konsep

Variabel

Definisi Operasional

Pengukuran Variabel

<p>Pendidikan terakhir</p>	<p>Tingkat pendidikan terakhir Agrowisata. Variabel ini diukur menggunakan skala nominal dengan skala pengukuran (Tahun) :</p>	<p>Tingkat pendidikan diukur dengan skala : SD = 6 Tahun SMP = 9 Tahun SMA = 12 Tahun D1 = 13 Tahun D3 = 15 Tahun S1 = 16 Tahun S2 = 18 Tahun</p>
<p>Pendapatan</p>	<p>Pendapatan rata-rata per bulan pengunjung Agrowisata. Pendapatan tidak hanya yang bersumber dari pekerjaan utama, namun total pendapatan keseluruhan yang diterima pengunjung. Sedangkan untuk pengunjung yang belum bekerja, pendapatan merupakan uang saku yang diperoleh tiap bulan. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala kontinyu dalam satuan rupiah per bulan (Rp/bulan).</p>	<p>Pendapatan pengunjung dalam satuan rupiah per bulan.</p>
<p>Jarak tempuh</p>	<p>Jarak tempuh rumah pengunjung dengan Agrowisata Kampoeng Anggrek. Variabel ini diukur secara kontinyu dengan satuan kilometer (Km).</p>	<p>Jarak tempuh dalam satuan kilometer.</p>
<p>Jumlah rombongan</p>	<p>Jumlah rombongan merupakan jumlah pengunjung yang melakukan kunjungan bersama dengan pengunjung yang menjadi responden. Variabel ini diukur secara kontinyu dengan satuan orang.</p>	<p>Jumlah rombongan dalam satuan orang.</p>

Konsep Variabel Definisi Operasional Pengukuran Variabel

Nilai ekonomi SK $= \int_{P_0}^{P_1} f(P_x) dP$ x Jumlah Pengunjung	Biaya perjalanan	Keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mengunjungi Agrowisata Kampoeng Anggrek.	Biaya perjalanan dalam satuan rupiah per kunjungan.
	Jumlah Pengunjung	Banyaknya kunjungan yang dilakukan oleh wisatawan dalam satu periode waktu tertentu terhadap suatu tempat wisata.	Minimal kunjungan adalah satu kali.
	Biaya Transportasi	Biaya yang harus dikeluarkan oleh pengunjung responden untuk melakukan transportasi ke Agrowisata.	Tingkat biaya transportasi yang dibayarkan oleh responden dalam satuan rupiah per individu.
	Biaya Konsumsi	Biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung responden untuk membeli konsumsi baik dalam perjalanan menuju maupun selama berada di Agrowisata.	Tingkat biaya konsumsi yang dibayarkan oleh responden dalam satuan rupiah per individu.
	Biaya Tiket Masuk	Biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung responden sebagai syarat untuk memasuki Agrowisata.	Tingkat biaya tiket masuk yang dibayarkan oleh responden dalam satuan rupiah per individu.
	Biaya Parkir	Biaya yang dikeluarkan pengunjung responden untuk menitipkan kendaraannya di tempat parkir, baik dalam perjalanan menuju maupun selama berada di Agrowisata.	Tingkat biaya parkir yang dibayarkan oleh responden dalam satuan rupiah per individu.

Konsep

Variabel

Definisi Operasional

Pengukuran Variabel

Biaya Souvenir

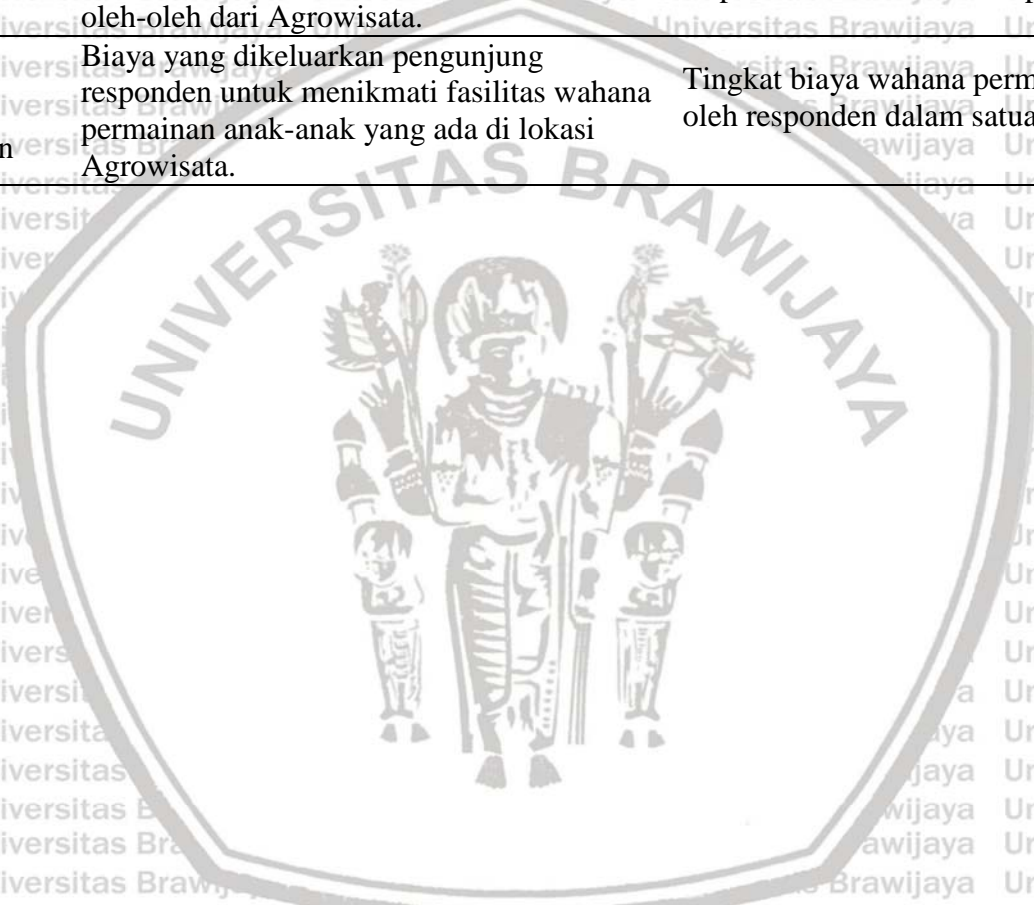
Biaya yang dikeluarkan pengunjung responden untuk membeli souvenir atau oleh-oleh dari Agrowisata.

Tingkat biaya souvenir yang dibayarkan oleh responden dalam satuan rupiah per individu.

Biaya Wahana Permainan

Biaya yang dikeluarkan pengunjung responden untuk menikmati fasilitas wahana permainan anak-anak yang ada di lokasi Agrowisata.

Tingkat biaya wahana permainan yang dibayarkan oleh responden dalam satuan rupiah per individu.





IV.METODE PENELITIAN

4.1.Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yang digunakan adalah statistik deskriptif, statistik inferensial dan analisis kuantitatif. Uji statistik deskriptif digunakan pada karakteristik responden dan persepsi responden terhadap lokasi penelitian. Uji statistik inferensial digunakan pada analisis regresi linear berganda dan uji asumsi klasik. Analisis kuantitatif digunakan pada perhitungan surplus konsumen dan nilai ekonomi atau valuasi ekonomi lokasi penelitian.

4.2.Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Agrowisata Kampoeng Anggrek, Dusun Sumberpetung, Desa Sempu, Kecamatan Ngancar, Kabupaten Kediri. Hal tersebut didasari karena Agrowisata Kampoeng Anggrek merupakan wisata berbasis edukasi yang masih baru. Selain itu, Agrowisata Kampoeng Anggrek telah terkenal di kalangan masyarakat lokal Kediri maupun luar kota sehingga memiliki peminat cukup banyak dan terus meningkat setiap tahunnya. Agrowisata Kampoeng Anggrek memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Penelitian akan dilakukan dengan mengambil data di lokasi wisata selama 2 bulan pada bulan April - Mei 2017. Pengambilan data dengan wawancara pengunjung dilakukan hari *weekday* dan *weekend* pada jam 09.00-15.00 WIB.

4.3.Teknik Penentuan Sampel

Objek dari penelitian ini adalah pengunjung dari Agrowisata Kampoeng Anggrek. Teknik penentuan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Kriteria responden tersebut adalah pengunjung dengan kategori dewasa yang ditemui pada lokasi penelitian dilaksanakan. Karakteristik sampel dari pengunjung Agrowisata Kampoeng Anggrek dipilih dengan pertimbangan bahwa pengunjung merupakan orang yang melakukan kegiatan wisata di Agrowisata Kampoeng Anggrek pada saat penelitian berusia 17 tahun ke atas. Penetapan batas usia dilakukan dengan pertimbangan bahwa pada usia tersebut individu sudah tergolong dalam orang dewasa dan dapat menentukan keputusannya sendiri (Nawawi, 1991).

Agar karakteristik dari objek menggambarkan kondisi keseluruhan populasi, pengambilan jumlah sampel dari pengunjung dilakukan menggunakan rumus *Linier Time Function*, jumlah responden ditentukan berdasarkan waktu yang efektif yang digunakan untuk melaksanakan penelitian karena jumlah populasi yang tidak diketahui (Sari, 1993). Rumus *Linier Time Function* dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$T = t_0 + t_1 N$$

$$N = \frac{T - t_0}{t_1}$$

Keterangan :

T = Waktu penelitian (menit)

T₀ = Periode waktu harian (menit)

T₁ = Waktu pengisian kuisioner (menit)

N = Jumlah responden

Waktu penelitian yang digunakan adalah 6 hari, yaitu 4 hari *weekend* dan 2 hari *weekday*. Penentuan hari tersebut memperhatikan jumlah kunjungan Agrowisata Kampoeng Anggrek yang relatif ramai pada hari *weekend*. Penelitian ini akan mempergunakan waktu selama 6 jam dalam sehari mempertimbangkan waktu efektif untuk pengumpulan data serta waktu ramai kunjungan. Estimasi waktu wawancara yang digunakan untuk satu responden adalah selama 25 menit, maka diperoleh perhitungan jumlah responden sebagai berikut :

$$N = \frac{(6 \text{ hari} \times 6 \text{ jam} \times 60 \text{ menit}) - (6 \text{ jam} \times 60 \text{ menit})}{25 \text{ menit}}$$

$$N = \frac{2160 - 360}{25}$$

$$N = 72 \text{ Responden}$$

Jadi dari teknik *Linier Time Function* tersebut diperoleh jumlah sampel sebanyak 72 responden.

4.4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara terstruktur dengan menggunakan kuisioner. Kuisioner terdiri dari 4 bagian yang berisi tentang karakteristik pengunjung, aktivitas wisata, biaya perjalanan wisata dan persepsi pengunjung tentang Agrowisata Kampoeng Anggrek. Data yang tertera dalam kuisioner terdiri atas karakteristik sosial

ekonomi pengunjung, biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mengunjungi wisata, dan persepsi pengunjung mengenai wisata.

Pengumpulan data selanjutnya dalam penelitian adalah dokumentasi. Dokumentasi diperoleh dari pengelola wisata Agrowisata Kampoeng Anggrek.

Selain dari pengelola wisata, data didapatkan juga dari jurnal, referensi, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Pengumpulan data secara dokumentasi yang dibutuhkan dalam penelitian antara lain gambaran umum lokasi wisata, berupa sejarah, keadaan fisik, luas wilayah, fasilitas, jumlah kunjungan tahunan wisatawan, jumlah tenaga kerja, jumlah unit usaha, serta informasi lain yang menunjang penelitian.

4.5. Teknik Analisis Data

4.5.1. Uji Statistik Deskriptif (Karakteristik dan Persepsi Pengunjung Agrowisata Kampoeng Anggrek)

Karakteristik pengunjung Agrowisata Kampoeng Anggrek diidentifikasi secara deskriptif. Karakteristik sosial ekonomi pengunjung selanjutnya dapat digunakan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan pengunjung untuk kawasan wisata. Penjelasan dari karakteristik pengunjung dilakukan secara deskriptif berdasarkan informasi dan data yang diperoleh melalui hasil wawancara dengan kuisisioner. Karakteristik pengunjung secara umum dideskripsikan dari responden yang digunakan dalam mengestimasi permintaan wisata dari Agrowisata Kampoeng Anggrek. Karakteristik pengunjung dilihat dari karakteristik sosial ekonomi pengunjung Agrowisata Kampoeng Anggrek dan persepsi mengenai Agrowisata Kampoeng Anggrek. Karakteristik sosial ekonomi pengunjung yang diteliti meliputi jenis kelamin, usia, status menikah, tingkat pendidikan, pekerjaan, tingkat pendapatan, asal tempat tinggal, frekuensi wisata, motivasi wisata, sumber informasi Agrowisata Kampoeng Anggrek, lama kunjungan serta jumlah rombongan yang datang.

Persepsi pengunjung dideskripsikan berdasarkan pertanyaan pada kuisisioner.

Persepsi pengunjung yang diteliti meliputi pendapat mengenai kemudahan akses, keindahan, fasilitas umum, keamanan, kebersihan, harga tiket masuk, kepuasan, dan keinginan untuk mengunjungi kembali Agrowisata Kampoeng Anggrek.

Fasilitas umum yang dinilai oleh pengunjung meliputi fasilitas musholla, toilet,

tempat sampah, warung, pusat informasi, spot foto, tempat istirahat, kolam ikan, taman bunga, greenhouse bunga, dan wahana permainan. Deskripsi persepsi pengunjung nantinya digunakan sebagai dasar pengembangan dari Agrowisata Kampoeng Anggrek.

4.5.2. Uji Statistik Inferensial (Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan jumlah kunjungan Agrowisata Kampoeng Anggrek)

4.5.2.1 Uji Asumsi Klasik

Agar penelitian ini dapat mengambil kesimpulan berdasarkan hasil regresi, maka model persamaan harus terbebas dari asumsi klasik. Oleh karena itu, dalam penelitian ini diperlukan uji asumsi klasik yang terdiri dari Uji Multikolinearitas, Uji Normalitas, dan Uji Heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Pada mulanya multikolinearitas berarti adanya hubungan linear (korelasi) yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Tepatnya istilah multikolinearitas berkenaan dengan terdapatnya lebih dari satu hubungan linear pasti dan istilah kolinearitas berkenaan dengan terdapatnya satu hubungan linear. Tetapi perbedaan ini jarang diperhatikan dalam praktek, dan multikolinearitas berkenaan dengan kedua kasus tadi (Gujarati, 2003).

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (Ghazali, 2006)

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi adalah sebagai berikut :

- a. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel bebas tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.
- b. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,80) mengindikasikan ada

multikolinearitas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel bebas tidak berarti bebas dari multikolinearitas, karena dapat disebabkan adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.

- c. Multikolinearitas terdapat juga dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas mana yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Tolerance mengukur variabilitas independen lainnya. Nilai tolerance yang rendah sama dengan VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan multikolinearitas adalah jika tolerance kurang dari 10 persen dan nilai VIF diatas 10, maka terjadi multikolinearitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada normal probabilitu plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal dan dengan melihat grafik histrogram. Jika data menyebar disekitar histrogramnya menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Gujarati, 2003).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghazali, 2006)

Salah satu cara untuk menguji apakah suatu model regresi terjadi heteroskedastisitas adalah dengan Uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Gujarati, 1988).

4.5.2.2. Analisis Regresi Linear Berganda

Setelah pengukuran semua variabel telah dilakukan maka langkah selanjutnya melakukan pengolahan data. Pengolahan data yang digunakan adalah model regresi linear berganda yang bertujuan untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Spesialisasi model yang digunakan (Gujarati, 2003) adalah :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7$$

Dimana :

Y = Jumlah Kunjungan Agrowisata Kampoeng Anggrek

β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi

X_1 = Variabel umur

X_2 = Variabel jarak tempuh

X_3 = Variabel pendidikan terakhir

X_4 = Variabel jenis kelamin

X_5 = Variabel jumlah rombongan

X_6 = Variabel biaya perjalanan ke Agrowisata Kampoeng Anggrek

X_7 = Variabel pendapatan

4.5.3. Uji Analisis Kuantitatif (Nilai Ekonomi Agrowisata Kampoeng Anggrek)

Menurut Fauzi (2014), Untuk menghitung nilai ekonomi pada Agrowisata Kampoeng Anggrek digunakan metode *Individual Travel Cost Method* (ITCM) yaitu dengan cara menghitung nilai surplus konsumen tiap individu pertahun.

Untuk menghitung nilai surplus konsumen dibutuhkan formulasi sebagai berikut :

$$Dx = a - bPx$$

Keterangan :

Dx = Permintaan jumlah kunjungan Agrowisata Kampoeng Anggrek

a = Konstanta

b = Koefisien regresi (hasil regresi permintaan dan biaya perjalanan)

Px = Fungsi biaya perjalanan

Persamaan diatas digunakan untuk menghasilkan surplus konsumen sebagai nilai ekonomi yang dirasakan oleh pengunjung Agrowisata Kampoeng Anggrek.

Untuk menghasilkan surplus konsumen per individu per tahun digunakan

perhitungan integral dengan batas bawah yaitu harga terendah dan batas teratas yaitu harga tertinggi sehingga dapat diinformasikan sebagai berikut :

$$SK = \int_{P_0}^{P_1} (a - bP x) dPx$$

Dimana :

SK = Surplus Konsumen

P1 = Biaya perjalanan tertinggi yang diperlukan dalam perjalanan menuju Agrowisata Kampoeng Anggrek

P0 = Biaya perjalanan terendah yang diperlukan dalam perjalanan menuju Agrowisata Kampoeng Anggrek

4.6. Pengujian Hipotesis

4.6.1. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji variabel X terhadap variabel Y secara simultan atau bersama-sama. Pengujian ini nantinya akan memberikan petunjuk apakah model regresi linier berganda yang digunakan sudah tepat atau belum. Dasar dalam pengambilan keputusan pengujian ini adalah :

- H0 diterima, apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$
- H0 ditolak, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bagaimana pengaruh variabel X (biaya perjalanan ke Agrowisata Kampoeng Anggrek, jarak tempuh, umur, pendidikan terakhir, pendapatan, jenis kelamin dan jumlah rombongan pengunjung pada Agrowisata Kampoeng Anggrek) secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel Y (permintaan jumlah kunjungan Agrowisata Kampoeng Anggrek)?

H0 = tidak ada pengaruh signifikan antara variabel X (biaya perjalanan ke Agrowisata Kampoeng Anggrek, jarak tempuh, umur, pendidikan terakhir, pendapatan, jenis kelamin dan jumlah rombongan pengunjung pada Agrowisata Kampoeng Anggrek) terhadap variabel Y (permintaan jumlah kunjungan Agrowisata Kampoeng Anggrek).

H1 = ada pengaruh signifikan antara variabel X (biaya perjalanan ke Agrowisata Kampoeng Anggrek, jarak tempuh, umur, pendidikan terakhir, pendapatan, jenis kelamin dan jumlah rombongan pengunjung pada

Agrowisata Kampoeng Anggrek) terhadap variabel Y (permintaan jumlah kunjungan Agrowisata Kampoeng Anggrek).

4.6.2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji variabel X terhadap variabel Y secara parsial atau individual. Dasar dalam pengambilan keputusan pengujian ini adalah :

- H_0 diterima, apabila t hitung $<$ t tabel
- H_0 ditolak, apabila t hitung $>$ t tabel

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel umur

- Apabila t hitung berada pada daerah terima H_0 berarti variabel umur tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel permintaan jumlah kunjungan Agrowisata Kampoeng Anggrek.
- Apabila t hitung berada pada daerah tolak H_0 berarti variabel umur mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel permintaan jumlah kunjungan Agrowisata Kampoeng Anggrek.

2. Variabel jarak tempuh

- Apabila t hitung berada pada daerah terima H_0 berarti variabel jarak tempuh tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel permintaan jumlah kunjungan Agrowisata Kampoeng Anggrek.
- Apabila t hitung berada pada daerah tolak H_0 berarti variabel jarak tempuh mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel permintaan jumlah kunjungan Agrowisata Kampoeng Anggrek.

3. Variabel pendidikan terakhir

- Apabila t hitung berada pada daerah terima H_0 berarti variabel pendidikan terakhir tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel permintaan jumlah kunjungan Agrowisata Kampoeng Anggrek.
- Apabila t hitung berada pada daerah tolak H_0 berarti variabel pendidikan terakhir mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel permintaan jumlah kunjungan Agrowisata Kampoeng Anggrek.

4. Variabel jenis kelamin

- Apabila t hitung berada pada daerah terima H_0 berarti variabel jenis kelamin tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel permintaan jumlah kunjungan Agrowisata Kampoeng Anggrek.

- Apabila t hitung berada pada daerah tolak H_0 berarti variabel jenis kelamin mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel permintaan jumlah kunjungan Agrowisata Kampoeng Anggrek.

5. Variabel jumlah rombongan

- Apabila t hitung berada pada daerah terima H_0 berarti variabel jumlah rombongan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel permintaan jumlah kunjungan Agrowisata Kampoeng Anggrek.

- Apabila t hitung berada pada daerah tolak H_0 berarti variabel jumlah rombongan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel permintaan jumlah kunjungan Agrowisata Kampoeng Anggrek.

6. Variabel biaya perjalanan

- Apabila t hitung berada pada daerah terima H_0 berarti variabel biaya perjalanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel permintaan jumlah kunjungan Agrowisata Kampoeng Anggrek.

- Apabila t hitung berada pada daerah tolak H_0 berarti variabel biaya perjalanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel permintaan jumlah kunjungan Agrowisata Kampoeng Anggrek.

7. Variabel pendapatan

- Apabila t hitung berada pada daerah terima H_0 berarti variabel pendapatan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel permintaan jumlah kunjungan Agrowisata Kampoeng Anggrek.

- Apabila t hitung berada pada daerah tolak H_0 berarti variabel pendapatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel permintaan jumlah kunjungan Agrowisata Kampoeng Anggrek.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Gambaran Umum Agrowisata Kampoeng Anggrek

Gambaran umum Agrowisata Kampoeng Anggrek merupakan penjelasan mengenai Agrowisata Kampoeng Anggrek yang memberikan informasi tentang organisasi secara umum. Agrowisata Kampoeng Anggrek merupakan sebuah Agrowisata baru di Kabupaten Kediri yang baru dibuka pada pertengahan tahun 2014 silam, tepatnya pada Agustus 2014. Agrowisata ini menyediakan sebuah wisata yang memberikan pengetahuan atau wisata edukasi. Sesuai dengan namanya, Kampoeng Anggrek memberikan pengalaman berwisata yang berorientasi seputar tanaman anggrek, disana juga menjual berbagai jenis tanaman anggrek serta jenis tanaman lainnya seperti kalanchu, krisan, dan kaktus.

Gambaran umum ini meliputi sejarah singkat perusahaan, visi dan misi, dan struktur organisasi. Dengan gambaran umum ini diharapkan pembaca mampu mengetahui Agrowisata Kampoeng Anggrek secara garis besar.

5.1.1. Sejarah Singkat Agrowisata Kampoeng Anggrek

Awal mula dibukanya Agrowisata Kampoeng Anggrek, pada saat itu PT. Perkebunan Sumber Sari Petung seluas 400 Ha yang berlokasi di Dusun Sumberpetung, Desa Sempu, Kecamatan Ngancar, Kabupaten Kediri ingin melakukan diversifikasi kebun mulai bulan Agustus 2014. CEO Perusahaan Saraswanti Group ingin mengembangkan Tanaman Anggrek. Setelah disepakati oleh Direktur PT. Perkebunan Sumber Sari Petung, mulai dilakukan proses budidaya tanaman anggrek melalui proses kultur jaringan. Karena proses budidaya tanaman anggrek yang lama dari proses kultur jaringan hingga tanaman berbunga maka pihak pengelola juga menyediakan berbagai jenis tanaman anggrek untuk dijual.

Bulan Juli 2015 pihak pengelola memutuskan dibuka untuk umum, antusiasme pengunjung baik dan terus bertambah. Setelah itu pihak pengelola sedikit demi sedikit membangun sarana dan fasilitas seperti taman, mushola, toilet, gazebo, cafetaria serta membuat spot foto yang unik dan menarik. Dengan adanya spot foto yang unik dan menarik serta penataan berbagai jenis bunga yang bagus maka pengunjung banyak yang berfoto dan mengunggahnya di social media. Pada tanggal 7 Mei 2016 di resmikan oleh Bupati Kediri. Pemberian nama Kampoeng

Anggrek sendiri berasal dari liputan khusus salah satu televisi swasta yang membuat kawasan diversifikasi lebih dikenal masyarakat.

Menyadari banyaknya jumlah pengunjung dari awal dan informasi tentang Kampong Anggrek yang cepat menyebar, pihak pengelola pun bekerja keras untuk melakukan perbaikan fasilitas dan jasa yang diberikan. Hal itu dilakukan juga karena untuk menjaga eksistensi Kampong Anggrek di dalam persaingan Agrowisata di Kabupaten Kediri yang semakin ketat. Sejauh ini Kampong Anggrek sudah mampu menarik perhatian banyak wisatawan, hal itu terbukti dengan data rata-rata jumlah pengunjung Kampong Anggrek di hari biasa (Senin-Jumat) sebanyak 300-500 orang, sedangkan untuk akhir pekan (Sabtu-Minggu) dan hari libur rata-rata jumlah pengunjungnya bisa mencapai 600-2000 orang.

5.1.2. Visi dan Misi Agrowisata Kampong Anggrek

Misi adalah suatu pandangan jauh tentang perusahaan, tujuan-tujuan perusahaan dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut pada masa yang akan datang. Visi dari Agrowisata Kampong Anggrek adalah :

“Menghasilkan Tanaman Anggrek Unggulan serta Membuat Anggrek Bisa Terjangkau Hingga Kalangan Masyarakat Bawah”

Dari visi yang disebutkan diatas, terlihat bahwa Agrowisata Kampong Anggrek ingin menjadi sebuah Agrowisata yang menghasilkan tanaman anggrek unggulan dengan harga terjangkau hingga kalangan masyarakat menengah kebawah.

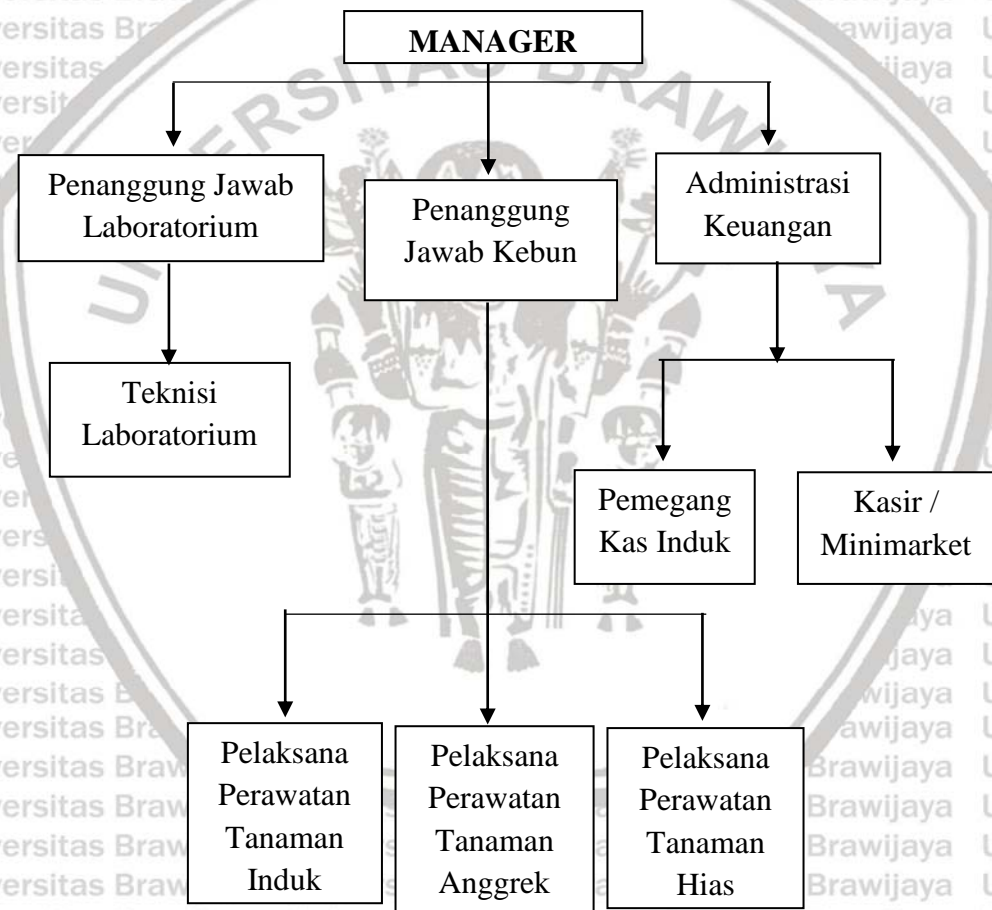
Untuk mencapai visi yang telah dijelaskan, perlu adanya sebuah misi. Misi merupakan pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh perusahaan dalam usaha mewujudkan visi. Misi yang dimiliki Agrowisata Kampong Anggrek yaitu:

1. Menghasilkan tanaman anggrek yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan banyak disukai masyarakat luas melalui koleksi dan persilangan tanaman indukan berkualitas.
2. Menghasilkan tanaman anggrek berkualitas ekspor melalui teknologi kultur jaringan.

3. Menyediakan tanaman anggrek di berbagai daerah dengan harga terjangkau seluruh lapisan masyarakat.
4. Melakukan kerjasama dengan berbagai pihak dalam hal pembinaan, pemasaran ataupun penyediaan induk-induk anggrek yang berkualitas dan bernilai ekonomi tinggi.

5.1.3. Struktur Organisasi Agrowisata Kampoeng Anggrek

Struktur organisasi adalah gambaran yang memperlihatkan suatu susunan logis, tertib, dan serasi, yang menunjukkan sebuah alur informasi, wewenang, dan tanggung jawab. Struktur organisasi Agrowisata Kampoeng Anggrek ditujukan pada gambar 5.



Gambar 5. Struktur organisasi dari Agrowisata Kampoeng Anggrek

Struktur organisasi dari Agrowisata Kampoeng Anggrek diatas menunjukkan posisi atau jabatan yang ada di dalam perusahaan dan menunjukkan alur wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing posisi. Setiap posisi tersebut diisi oleh



sejumlah orang yang apabila ditotal akan menunjukkan total sumberdaya manusia yang diperkerjakan oleh Agrowisata Kampoeng Anggrek.

5.2. Karakteristik dan Persepsi Responden

5.2.1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung atau wisatawan yang berkunjung ke Agrowisata Kampoeng Anggrek yang berjumlah 72 responden.

Karakteristik responden merupakan bagian terpenting dari suatu penelitian karena dengan mengetahui karakteristik responden, kita dapat mengenal objek penelitian ini dengan baik. Adapun karakteristik dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari 72 orang responden, pengunjung Agrowisata Kampoeng Anggrek didominasi oleh perempuan dengan persentase 61,1%, sedangkan laki-laki hanya berjumlah 38,9%. Beberapa pengunjung perempuan berpendapat bahwa lokasi terbaik yang ada di Agrowisata Kampoeng Anggrek adalah taman bunga, serta green house yang isinya beragam jenis bunga, terutama bunga anggrek. Pengunjung perempuan datang ke Agrowisata Kampoeng Anggrek karena tertarik dengan taman bunga, serta berfoto dengan background bunga. Berbeda dengan pengunjung perempuan, pengunjung yang berjenis kelamin laki-laki datang atas keinginan keluarga atau rekan kerjanya. Sebaran dari pengunjung berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	28	38,9
2	Perempuan	44	61,1
Jumlah		72	100

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

2. Karakteristik Berdasarkan Daerah Asal

Pengunjung Agrowisata Kampoeng Anggrek berasal dari berbagai kota di Jawa Timur. Mayoritas pengunjung yang datang adalah pengunjung dari luar kota Kediri yang berjumlah 33 orang. Mereka berasal dari kota tetangga seperti Nganjuk, Tulungagung, Ngadiluwih, Jombang, Malang dan Surabaya. Untuk pengunjung yang berasal dari wilayah Kabupaten Kediri berjumlah 32 orang, diantaranya mereka berasal dari desa sekitar Agrowisata Kampoeng Anggrek,

sedangkan untuk yang berasal dari dalam Kota Kediri berjumlah 7 orang.

Mayoritas pengunjung berpendapat bahwa kebanyakan dari mereka mempunyai hoby mengoleksi bunga anggrek, mereka datang ke lokasi untuk melihat berbagai jenis bunga anggrek dan membelinya jika ada yang cocok. Lokasi tempat tinggal yang jauh dari lokasi tidak mempengaruhi pengunjung untuk tetap melakukan wisata ke Agrowisata Kampoeng Anggrek. Sebaran dari pengunjung berdasarkan daerah asal dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal

No.	Daerah Asal	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Dalam Kabupaten Kediri	32	44,4
2	Dalam Kota Kediri	7	9,7
3	Luar Kabupaten Dan Kota Kediri	33	45,8
Jumlah		72	100

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

3. Karakteristik Berdasarkan Umur Responden

Berdasarkan tabel 4, pengunjung Agrowisata Kampoeng Anggrek terdiri dari berbagai usia, tetapi mayoritas pengunjung berusia antara antara 41-50 tahun dengan jumlah 22 orang. Pengunjung berusia antara 21-30 tahun berjumlah 21 orang menempati urutan kedua terbanyak dan pengunjung berusia 31-40 tahun yang berjumlah 16 orang menempati urutan ketiga terbanyak. Pengunjung berpendapat bahwa Agrowisata Kampoeng Anggrek merupakan destinasi wisata yang cocok untuk segala usia. Hal tersebut dikarenakan fasilitas yang disediakan sudah dapat mengakomodasi kebutuhan pengunjung, mulai dari anak-anak, pemuda hingga usia lanjut.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Umur

No.	Kategori Umur	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	≤ 20 Tahun	7	9,7
2	21-30 Tahun	21	29,1
3	31-40 Tahun	16	22,2
4	41-50 Tahun	22	30,5
5	51-60 Tahun	5	6,9
6	≥ 61 Tahun	1	1,3
Jumlah		72	100

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

4. Karakteristik Berdasarkan Status Pernikahan

Mayoritas dari pengunjung Agrowisata Kampoeng Anggrek adalah sudah menikah dengan persentase 61,1%, sedangkan yang belum menikah 38,9%.

Pengunjung yang sudah menikah berpendapat bahwa Agrowisata Kampoeng Anggrek sangat cocok untuk dijadikan sebagai destinasi wisata keluarga. Alasan Agrowisata Kampoeng Anggrek tepat untuk dijadikan sebagai lokasi bersama keluarga adalah fasilitas yang disediakan dapat memenuhi kebutuhan aktivitas seluruh anggota keluarga, dan untuk semua usia. Sebaran dari pengunjung berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan

No.	Status Pernikahan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Belum Menikah	28	38,9
2	Sudah Menikah	44	61,1
Jumlah		72	100

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

5. Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tabel 6, pengunjung dari Agrowisata Kampoeng Anggrek berasal dari berbagai latar belakang pendidikan yang berbeda. Mayoritas pengunjung memiliki latar belakang Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 37 orang. Selain itu, 16 orang memiliki latar belakang Strata 1 (S1), 14 orang lulusan Sekolah Menengah Pertama (SMP), 3 orang lulusan Diploma 3 (D3), 1 orang lulusan Strata 2 (S2), dan yang terakhir adalah 1 orang lulusan Sekolah Dasar (SD).

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD	1	1,3
2	SMP	14	19,4
3	SMA	37	51,3
4	D3	3	4,1
5	S1	16	22,2
6	S2	1	1,3
7	Lainnya	0	0
Jumlah		72	100

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

6. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Pengunjung Agrowisata Kampoeng Anggrek berasal dari berbagai macam pekerjaan yang berbeda seperti yang ditampilkan pada tabel 6. Mayoritas pekerjaan pengunjung Agrowisata Kampoeng Anggrek adalah wirausaha yang

berjumlah 24 orang. Pekerjaan lainnya (ibu rumah tangga) merupakan jenis pekerjaan dari pengunjung mayoritas kedua yang berjumlah 21 orang. Pengunjung yang merupakan pelajar atau mahasiswa berjumlah 19 orang, dan yang merupakan pegawai negeri sipil (PNS) berjumlah 5 orang. Beragamnya pekerjaan dari pengunjung Agrowisata Kampoeng Anggrek disebabkan masing-masing individu memiliki persepsi dan motivasi tersendiri untuk melakukan wisata.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	19	26,39
2	PNS	5	6,94
3	Pegawai Swasta	3	4,17
4	Wirausaha	24	33,33
5	Lainnya (Ibu Rumah Tangga)	21	29,17
Jumlah		72	100

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

7. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan

Tingkat pendapatan dari pengunjung Agrowisata Kampoeng Anggrek bervariasi dari Rp 1.000.000 hingga Rp 7.000.000 per bulan. Pendapatan pengunjung yang bervariasi menunjukkan bahwa Agrowisata Kampoeng Anggrek merupakan tempat wisata yang terjangkau untuk semua kalangan. Jika dikategorikan, mayoritas dari pengunjung memiliki pendapatan berkisar Rp 2.000.000 hingga Rp 4.000.000 per bulan dengan jumlah 31 orang. Dilihat dari tingkat pendapatannya, kategori yang memiliki jumlah paling sedikit adalah pengunjung dengan tingkat pendapatan berkisar antara Rp 6.000.000 hingga Rp 8.000.000. sebaran karakteristik pendapatan dari pengunjung dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Pendapatan

No	Kategori Pendapatan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< 2.000.000	23	31,9
2	2.000.001 – 4.000.000	31	43
3	4.000.001 – 6.000.000	12	16,7
4	6.000.001 – 8.000.000	6	8,3
Jumlah		72	100

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

8. Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

Berdasarkan tabel 9, pengunjung sebanyak 25 orang melakukan wisata sebanyak 1-2 kali pertahun ke Agrowisata Kampoeng Anggrek, karena Agrowisata Kampoeng Anggrek memang tempat wisata yang tergolong baru di

Kediri. Mayoritas 27 orang pengunjung melakukan wisata ke Agrowisata Kampoeng Anggrek sebanyak 3-4 kali. Selanjutnya adalah pengunjung yang melakukan wisata sebanyak 7-8 kali ada 7 orang. Pengunjung berpendapat wisata merupakan sebuah hal yang penting dilakukan karena dapat menghilangkan penat yang diakibatkan oleh padatnya jadwal pekerjaan.

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

No	Frekuensi Kunjungan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	1-2 kali	25	34,7
2	3-4 kali	27	37,5
3	5-6 kali	13	18
4	6-7 kali	10	13,8
5	7-8 kali	7	9,7
	Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

9. Karakteristik Berdasarkan Motivasi Berkunjung

Motivasi dari seseorang dalam mengunjungi suatu kawasan wisata sangatlah beragam, begitu juga dengan pengunjung Agrowisata Kampoeng Anggrek. 100% pengunjung melakukan wisata di Agrowisata Kampoeng Anggrek ini adalah untuk rekreasi atau *refreshing*. Agrowisata Kampoeng Anggrek dinilai cocok dijadikan tempat wisata untuk rekreasi atau *refreshing* karena tempatnya yang bagus, menyenangkan serta tiket masuk yang relatif murah. Sebaran dari pengunjung berdasarkan motivasi pengunjung dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Motivasi Berkunjung

No	Motivasi Berkunjung	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Rekreasi/ <i>Refreshing</i>	72	100
2	Penelitian/Pendidikan	0	0
3	Lainnya	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

10. Karakteristik Berdasarkan Aktivitas Utama

Dengan berbagai macam fasilitas yang ditawarkan di Agrowisata Kampoeng Anggrek, maka banyak juga hal yang dapat dilakukan di Agrowisata Kampoeng Anggrek. Kegiatan dari pengunjung disajikan pada tabel 11. Sebanyak 80,56% dari pengunjung hanya berjalan-jalan sambil menikmati pemandangan. Mayoritas pengunjung berpendapat, bahwa daya Tarik utama dari Agrowisata Kampoeng Anggrek adalah pemandangan yang indah, udara yang segar, taman bunga serta

green house bunga anggrek. Daya Tarik tersebut mendorong pengunjung untuk datang dan berfoto di berbagai spot foto Agrowisata Kampoeng Anggrek.

Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Aktivitas Utama

No	Jenis Aktivitas Utama	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Menikmati Pemandangan	58	80,56
2	Lokasi Wisata Yang Dekat, Mudah Dan Murah	1	1,39
3	Memancing	0	0,00
4	Membeli Bunga	1	1,39
5	Berfoto	11	15,28
6	Lainnya	1	1,39
	Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

11. Karakteristik Berdasarkan Sumber Informasi

Pengunjung Agrowisata Kampoeng Anggrek umumnya mengetahui Agrowisata Kampoeng Anggrek dari keluarga/teman/saudara dengan jumlah 58,33%. Namun social media atau internet juga menjadi sumber informasi mengenai Agrowisata Kampoeng Anggrek ini dengan jumlah 37,50%. Informasi tersebut menyebutkan bahwa strategi promosi dari Agrowisata Kampoeng Anggrek yang efektif adalah dari mulut ke mulut namun tetap memperluas promosi lewat social media. Karakteristik berdasarkan sumber informasi dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi

No	Jenis Sumber Informasi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Keluarga/Teman/Saudara	42	58,33
2	Sosial Media/Internet	27	37,50
3	Media Cetak/Elektronik	1	1,39
4	Lainnya	2	2,78
	Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

12. Karakteristik Berdasarkan Jarak Tempuh

Jarak tempuh merupakan jarak yang ditempuh dari tempat tinggal pengunjung menuju Agrowisata Kampoeng Anggrek. Pengunjung memiliki jarak tempuh terpendek adalah 1 km dan jarak tempuh terpanjang adalah 134 km. Lama jarak tempuh bergantung pada tempat tinggal asal pengunjung. Mayoritas pengunjung

dari Agrowisata Kampoeng Anggrek mengalami jarak tempuh sejauh 10-29 km.

Sebaran dari pengunjung berdasarkan waktu tempuh dapat dilihat dari tabel 13.

Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Jarak Tempuh

No.	Jarak Tempuh	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	<10 km	4	5,5
2	10-29 km	23	31,9
3	30-49 km	19	26,3
4	50-69 km	14	19,4
5	70-89 km	0	0
6	90-109 km	8	11,1
7	110-129 km	0	0
8	130-149 km	4	5,5
Jumlah		72	100

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

13. Karakteristik Berdasarkan Waktu Tempuh

Waktu tempuh merupakan waktu yang ditempuh dari tempat tinggal pengunjung menuju Agrowisata Kampoeng Anggrek. Pengunjung memiliki waktu tempuh terpendek adalah 0,1 jam dan waktu tempuh terpanjang adalah 3,2 jam. Lama waktu tempuh bergantung pada tempat tinggal asal pengunjung. Mayoritas pengunjung dari Agrowisata Kampoeng Anggrek mengalami waktu tempuh selama <1 jam. Sebaran dari pengunjung berdasarkan waktu tempuh dapat dilihat dari tabel 14.

Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Tempuh

No.	Waktu Tempuh	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< 1 jam	36	50
2	1-2 jam	31	43
3	2-3 jam	5	6,9
4	3-4 jam	0	0
5	4-5 jam	0	0
Jumlah		72	100

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

14. Karakteristik Berdasarkan Lama Berkunjungan

Lama berkunjung merupakan berapa lama waktu yang dihabiskan pengunjung untuk berwisata di Agrowisata Kampoeng Anggrek. Mayoritas pengunjung sebanyak 70,8% berwisata selama 1-2,9 jam. Di posisi kedua sebanyak 27,8% pengunjung berwisata di Agrowisata Kampoeng Anggrek selama 3-4,9 jam.

Menurut pengunjung, jika cuaca di Agrowisata Kampoeng Anggrek dalam

keadaan sedikit mendung mereka akan betah berlama-lama berwisata sambil menikmati udara yang sejuk serta pemandangan yang indah. Namun jika cuaca di Agrowisata Kampong Anggrek sedang panas, pengunjung merasa kurang nyaman karena Agrowisata Kampong Anggrek sangat berdebu dan kurangnya pohon besar membuat suasana semakin panas yang mengakibatkan pengunjung tidak nyaman. Sebaran dari pengunjung berdasarkan lama berkunjung dapat dilihat dari tabel 15.

Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berkunjung

No.	Lama Berkunjung	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	1-2,9 jam	51	70,8
2	3-4,9 jam	20	27,8
3	5-6,9 jam	1	1,3
4	7-8,9 jam	0	0
5	9-10 jam	0	0
Jumlah		72	100

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

15. Karakteristik Berdasarkan Jumlah Rombongan

Jumlah rombongan merupakan banyaknya rombongan setiap kelompok pengunjung yang berwisata di Agrowisata Kampong Anggrek. Mayoritas pengunjung sebanyak 68% melakukan wisata dengan keluarganya, setiap keluarga biasanya berjumlah 2-10 orang. Baik menggunakan kendaraan bermotor maupun mobil pribadi. Pengunjung sebanyak 29,1% melakukan wisata dengan kelompok atau rombongan, berjumlah 20 hingga 60 orang menggunakan bus mini maupun bus besar. Agrowisata Kampong Anggrek merupakan tempat wisata yang cocok untuk acara berlibur keluarga, karena fasilitas yang ditawarkan cocok untuk segala usia. Sebaran dari pengunjung berdasarkan jumlah rombongan dapat dilihat dari tabel 16.

Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Rombongan

No.	Jumlah Rombongan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Sendiri	2	2,8
2	Keluarga	49	68
3	Kelompok / Rombongan	21	29,1
Jumlah		72	100

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

16. Karakteristik Berdasarkan Alat Transportasi

Berdasarkan tabel 17, jenis alat transportasi yang banyak digunakan oleh pengunjung untuk mencapai Agrowisata Kampong Anggrek adalah kendaraan

pribadi, baik motor maupun mobil pribadi. Jumlah pengunjung yang menggunakan kendaraan pribadi ialah 52 orang. Selain kendaraan pribadi, alat transportasi yang digunakan kedua terbanyak adalah kendaraan sewa, baik bus besar maupun bus kecil. Pengunjung yang mengunjungi Agrowisata Kampong Angrek dengan kelompok atau rombongan biasanya pergi dengan menggunakan bus. Dengan beragamnya jenis alat transportasi tersebut, maka dapat diketahui bahwa akses jalan yang dapat ditempuh untuk menuju Agrowisata Kampong Angrek tersedia dan bervariasi.

Tabel 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Alat Transportasi

No.	Jenis Alat Transportasi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Kendaraan Sewa	20	72,22
2	Kendaraan Pribadi	52	27,78
3	Kendaraan Umum	0	0
Jumlah		72	100

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

17. Karakteristik Berdasarkan Biaya Perjalanan Total

Biaya perjalanan merupakan total biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk melakukan wisata ke Agrowisata Kampong Angrek per pengunjung. Biaya perjalanan dihitung dengan menjumlahkan biaya yang dikeluarkan per orang. Biaya terendah yang dikeluarkan oleh pengunjung adalah Rp 135.625. Biaya tersebut tertinggi yang dikeluarkan oleh pengunjung yang dikeluarkan oleh pengunjung adalah Rp 671.063. Biaya tersebut bervariasi untuk tiap responden. Biaya perjalanan yang bervariasi dapat didasarkan pada tempat tinggal asal, jenis kendaraan yang dipakai, maupun upah per jam. Sebaran untuk biaya perjalanan total dapat dilihat dari tabel 18.

Tabel 18. Karakteristik Responden Berdasarkan Total Biaya Perjalanan

No.	Total Biaya Perjalanan (Rp)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	100.000-199.999	7	9,7
2	200.000-299.999	29	40,2
3	300.000-399.999	13	18
4	400.000-499.999	17	23,6
5	500.000-599.999	4	5,5
6	600.000-699.999	2	2,8
Jumlah		72	100

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

5.2.2. Persepsi Responden

1. Kemudahan Akses

Persepsi responden terhadap kemudahan akses didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,87. Hal ini menunjukkan bahwa menurut responden kemudahan akses jalan menuju ke lokasi Agrowisata Kampoeng Anggrek cukup mudah. Sudah terdapat petunjuk jalan yang jelas, namun kondisi jalan belum 100% baik karena masih banyak jalan yang kondisinya becek dan licin ketika musim hujan. Pihak pengelola Agrowisata Kampoeng Anggrek terus-menerus memperbaiki akses jalan menuju lokasi wisata, salah satunya dengan membangun jalan dengan sistem satu arah pada salah satu titik tikungan jalan menuju lokasi wisata. Pembangunan jalan searah pada titik tikungan ini tentunya agar memudahkan pengunjung serta meminimalisir adanya kecelakaan. Sebaran dari persepsi pengunjung mengenai kemudahan akses dapat dilihat pada tabel 19.

Tabel 19. Persepsi Responden Terhadap Kemudahan Akses

Persepsi Responden Terhadap Kemudahan Akses	Skala	Frekuensi	Nilai
Sangat Tidak Mudah	1	0	0
Tidak Mudah	2	1	2
Cukup Mudah	3	8	24
Mudah	4	62	248
Sangat Mudah	5	1	5
Jumlah		72	279
Rata-rata		3,87	

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

2. Pelayanan

Persepsi responden terhadap pelayanan petugas didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,52. Hal ini menunjukkan bahwa menurut responden kemudahan akses jalan menuju ke lokasi Agrowisata Kampoeng Anggrek cukup ramah. Banyak petugas yang bersiaga untuk mengarahkan pengunjung atau membantu pengunjung terutama untuk memilih jenis bunga anggrek yang bagus. Banyak juga petugas yang membaur dengan pengunjung untuk menjelaskan jenis bunga anggrek apa saja yang di budidayakan di Agrowisata Kampoeng Anggrek.

Sebaran dari persepsi pengunjung mengenai pelayanan petugas dapat dilihat pada tabel 20.

Tabel 20. Persepsi Responden Terhadap Pelayanan Petugas

Persepsi Responden Terhadap Pelayanan Petugas	Skala	Frekuensi	Nilai
Sangat Tidak Ramah	1	0	0
Tidak Ramah	2	4	8
Cukup Ramah	3	28	84
Ramah	4	38	152
Sangat Ramah	5	2	10
Jumlah		72	254
Rata-rata			3,52

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

3. Penyediaan Informasi

Persepsi responden terhadap penyediaan informasi didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,78. Hal ini menunjukkan bahwa menurut responden penyediaan informasi di lokasi Agrowisata Kampong Angrek cukup lengkap. Di lokasi wisata terdapat petunjuk arah yang lengkap sehingga pengunjung tidak bingung untuk mencari spot wisata yang ingin di tuju, terdapat pula denah lokasi wisata serta alur wisata yang sangat komunikatif dan sangat membantu pengunjung. Sebaran dari persepsi pengunjung mengenai penyediaan informasi dapat dilihat pada tabel 21.

Tabel 21. Persepsi Responden Terhadap Penyediaan Informasi

Persepsi Responden Terhadap Penyediaan Informasi	Skala	Frekuensi	Nilai
Sangat Tidak Lengkap	1	0	0
Tidak Lengkap	2	8	16
Cukup Lengkap	3	0	0
Lengkap	4	64	256
Sangat Lengkap	5	0	0
Jumlah		72	272
Rata-rata			3,78

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

4. Keamanan

Persepsi responden terhadap keamanan berada di lokasi wisata didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,80. Hal ini menunjukkan bahwa menurut responden

keamanan berada di lokasi Agrowisata Kampoeng Anggrek cukup aman.

Pengunjung merasa cukup aman berada di lokasi wisata karena untuk memasuki lokasi Agrowisata Kampoeng Anggrek harus membayar tiket seharga Rp 5.000, dan untuk keluar dari lokasi wisata harus menunjukkan tiket yang telah diberikan serta menunjukkan Surat Tanda Kendaraan Bermotor (STNK). Sebaran dari persepsi pengunjung mengenai keamanan berada di lokasi wisata dapat dilihat pada tabel 22.

Tabel 22. Persepsi Responden Terhadap Keamanan

Persepsi Responden Terhadap Keamanan	Skala	Frekuensi	Nilai
Sangat Tidak Aman	1	0	0
Tidak Aman	2	1	2
Cukup Aman	3	15	45
Aman	4	53	212
Sangat Aman	5	3	15
Jumlah		72	274
Rata-rata			3,80

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

5. Kebersihan

Persepsi responden terhadap kebersihan di lokasi wisata didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,37. Hal ini menunjukkan bahwa menurut responden kebersihan di lokasi wisata Agrowisata Kampoeng Anggrek cukup bersih. Menurut pengunjung, lokasi wisata tergolong bersih karena jenis sampah yang banyak ditemukan adalah sampah yang berasal dari dedaunan. Sebaran dari persepsi pengunjung mengenai kebersihan di lokasi wisata dapat dilihat pada tabel 23.

Tabel 23. Persepsi Responden Terhadap Kebersihan

Persepsi Responden Terhadap Kebersihan	Skala	Frekuensi	Nilai
Sangat Tidak Bersih	1	0	0
Tidak Bersih	2	0	0
Cukup Bersih	3	45	135
Bersih	4	27	108
Sangat Bersih	5	0	0
Jumlah		72	243
Rata-rata			3,37

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

6. Taman Bunga

Persepsi responden terhadap taman bunga di lokasi wisata didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,76. Hal ini menunjukkan bahwa menurut responden taman

bunga di lokasi wisata Agrowisata Kampoeng Anggrek cukup baik. Pengunjung menyarankan sebaiknya taman bunga diperbaiki lagi, hal ini dikarenakan menurut mereka masih banyak lahan kosong yang bisa dijadikan taman bunga serta kurangnya inovasi dari konsep taman bunga yang ada di Agowisata Kampoeng Anggrek. Sebaran dari persepsi pengunjung mengenai taman bunga yang ada di lokasi wisata dapat dilihat pada tabel 24.

Tabel 24. Persepsi Responden Terhadap Taman Bunga

Persepsi Responden Terhadap Taman Bunga	Skala	Frekuensi	Nilai
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	3	6
Cukup Baik	3	16	48
Baik	4	48	192
Sangat Baik	5	5	25
Jumlah		72	271
Rata-rata			3,76

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

7. Wahana Permainan

Persepsi responden terhadap wahana permainan di lokasi wisata didapatkan nilai rata-rata sebesar 2,78. Hal ini menunjukkan bahwa menurut responden wahana permainan di lokasi wisata Agrowisata Kampoeng Anggrek tidak baik. Mayoritas pengunjung menyarankan penambahan wahana permainan untuk anak-anak seperti kolam renang, outbond, taman pasir dan lain sebagainya. Menurut pengunjung wahana permainan yang ditawarkan masih sangat sedikit serta tambahan harga karcis sebesar Rp 7.000 dirasa cukup mahal dengan fasilitas 3 jenis permainan saja. Sebaran dari persepsi pengunjung terhadap wahana permainan yang ada di lokasi wisata dapat dilihat pada tabel 25.

Tabel 25. Persepsi Responden Terhadap Wahana Permainan

Persepsi Responden Terhadap Wahana Permainan	Skala	Frekuensi	Nilai
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	25	50
Cukup Baik	3	38	114
Baik	4	9	36
Sangat Baik	5	0	0
Jumlah		72	200
Rata-rata			2,78

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

8. Kolam Ikan Pemancingan

Persepsi responden terhadap kolam ikan pemancingan di lokasi wisata didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,11. Hal ini menunjukkan bahwa menurut responden kolam ikan pemancingan di lokasi wisata Agrowisata Kampong Angrek cukup baik. Menurut pengunjung konsep dari kolam ikan pemancingan cukup menarik karena diatas kolam terdapat gazebo yang bisa digunakan pengunjung untuk bersantai serta menikmati pemandangan. Namun sebaiknya kebersihan kolam lebih diperhatikan lagi agar pengunjung lebih merasa nyaman berada di lokasi wisata. Sebaran dari persepsi pengunjung terhadap kolam pemancingan yang ada di lokasi wisata dapat dilihat pada tabel 26.

Tabel 26. Persepsi Responden Terhadap Kolam Ikan Pemancingan

Persepsi Responden Terhadap Kolam Ikan Pemancingan	Skala	Frekuensi	Nilai
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	11	22
Cukup Baik	3	42	126
Baik	4	19	76
Sangat Baik	5	0	0
Jumlah		72	224
Rata-rata			3,11

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

9. Musholla

Persepsi responden terhadap keadaan Musholla di lokasi wisata didapatkan nilai rata-rata sebesar 4,95. Hal ini menunjukkan bahwa menurut pengunjung keadaan Musholla di lokasi wisata Agrowisata Kampong Angrek baik. Pengunjung menyatakan bahwa keadaan musholla di Agrowisata Kampong Angrek baik, namun sebaiknya ukuran musholla diperlebar karena jika sedang banyak pengunjung akan berdesak-desakan. Sebaran dari persepsi pengunjung keadaan Musholla yang ada di lokasi wisata dapat dilihat pada tabel 27.

Tabel 27. Persepsi Responden Terhadap Musholla

Persepsi Responden Terhadap Musholla	Skala	Frekuensi	Nilai
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	1	2
Cukup Baik	3	23	69
Baik	4	46	276
Sangat Baik	5	2	10
Jumlah		72	357

Rata-rata 4,95

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

10. Gazebo

Persepsi responden terhadap keadaan gazebo di lokasi wisata didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,05. Hal ini menunjukkan bahwa menurut pengunjung keadaan gazebo di lokasi wisata Agrowisata Kampoeng Anggrek cukup baik. Pengunjung menyarankan untuk gazebo jenis lesehan, kursi yang disediakan kurang banyak sehingga pengunjung kadang merasa tidak nyaman. Sebaran dari persepsi pengunjung keadaan gazebo yang ada di lokasi wisata dapat dilihat pada tabel 2

Tabel 28. Persepsi Responden Terhadap Gazebo

Persepsi Responden Terhadap Gazebo	Skala	Frekuensi	Nilai
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	11	22
Cukup Baik	3	46	138
Baik	4	15	60
Sangat Baik	5	0	0
Jumlah		72	220
Rata-rata			3,05

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

11. Toilet

Persepsi responden terhadap keadaan toilet di lokasi wisata didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,05. Hal ini menunjukkan bahwa menurut pengunjung keadaan toilet di lokasi wisata Agrowisata Kampoeng Anggrek cukup baik. Namun menurut pengunjung toilet di Agrowisata Kampoeng Anggrek kurang banyak serta kurang menyebar, sehingga jika berada didalam lokasi wisata pengunjung akan kejauhan untuk ke toilet. Sebaran dari persepsi pengunjung terhadap keadaan toilet yang ada di lokasi wisata dapat dilihat pada tabel 29.

Tabel 29. Persepsi Responden Terhadap Toilet

Persepsi Responden Terhadap Toilet	Skala	Frekuensi	Nilai
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	11	22
Cukup Baik	3	46	138
Baik	4	15	60
Sangat Baik	5	0	0
Jumlah		72	220
Rata-rata			3,05

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

12. Tempat Sampah

Persepsi responden terhadap tempat sampah di lokasi wisata didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,12. Hal ini menunjukkan bahwa menurut pengunjung tempat sampah di lokasi wisata Agrowisata Kampong Angrek cukup baik. Pengunjung menyarankan kuantitas tempat sampah harus diperbanyak lagi yang bertujuan agar pengunjung tidak malas membuang sampah serta meminimalisir membuang sampah sembarangan. Sebaran dari persepsi pengunjung mengenai tempat sampah yang ada di lokasi wisata dapat dilihat pada tabel 30.

Tabel 30. Persepsi Responden Terhadap Tempat Sampah

Persepsi Responden Terhadap Tempat Sampah	Skala	Frekuensi	Nilai
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	13	26
Cukup Baik	3	37	111
Baik	4	22	88
Sangat Baik	5	0	0
Jumlah		72	225
Rata-rata			3,12

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

13. Tempat Parkir

Persepsi responden terhadap keadaan tempat parkir di lokasi wisata didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,12. Hal ini menunjukkan bahwa menurut keadaan tempat parkir di lokasi wisata Agrowisata Kampong Angrek cukup baik. Pengunjung menyatakan bahwa keadaan tempat parkir cukup baik namun sebaiknya lebih diperbaiki lagi dengan memaving jalan serta membuat teduhan agar terhindar dari panas dan hujan. Sebaran dari persepsi pengunjung mengenai tempat parkir yang ada di lokasi wisata dapat dilihat pada tabel 31.

Tabel 31. Persepsi Responden Terhadap Tempat Parkir

Persepsi Responden Terhadap Tempat Parkir	Skala	Frekuensi	Nilai
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	13	26
Cukup Baik	3	37	111
Baik	4	22	88
Sangat Baik	5	0	0
Jumlah		72	225
Rata-rata			3,12

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

14. Toko Souvenir

Persepsi responden terhadap keadaan toko souvenir di lokasi wisata didapatkan nilai rata-rata sebesar 2,95. Hal ini menunjukkan bahwa menurut pengunjung keadaan toko souvenir di lokasi wisata Agrowisata Kampong Angrek tidak baik. Pengunjung menyatakan sebaiknya toko souvenir ini diperbaiki lagi sehingga pengunjung lebih tertarik untuk membeli. Keadaan toko souvenir di lokasi tidak terlihat atau berada didalam lokasi cafeteria sehingga banyak pengunjung yang tidak tahu keberadaannya. Sebaran dari persepsi pengunjung mengenai toko souvenir atau oleh-oleh yang ada di lokasi wisata dapat dilihat pada tabel 32.

Tabel 32. Persepsi Responden Terhadap Toko Souvenir

Persepsi Responden Terhadap Toko Souvenir	Skala	Frekuensi	Nilai
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	16	32
Cukup Baik	3	45	135
Baik	4	11	44
Sangat Baik	5	0	0
Jumlah		72	211
Rata-rata		2,93	

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

15. Cafeteria

Persepsi responden terhadap keadaan cafeteria di lokasi wisata didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,90. Hal ini menunjukkan bahwa menurut pengunjung keadaan cafeteria di lokasi wisata Agrowisata Kampong Angrek cukup baik. Menurut pengunjung menu dan fasilitas yang ditawarkan cocok untuk semua jenis kalangan dan umur. Sebaran dari persepsi pengunjung mengenai cafeteria yang ada di lokasi wisata dapat dilihat pada tabel 33.

Tabel 33. Persepsi Responden Terhadap Cafeteria

Persepsi Responden Terhadap Cafeteria	Skala	Frekuensi	Nilai
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	1	2
Cukup Baik	3	13	39
Baik	4	50	200
Sangat Baik	5	8	40
Jumlah		72	281
Rata-rata		3,90	

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

16. Green House Bunga

Persepsi responden terhadap keadaan *Green house* bunga di lokasi wisata didapatkan nilai rata-rata sebesar 4,16. Hal ini menunjukkan bahwa menurut pengunjung keadaan *Green house* bunga di lokasi wisata Agrowisata Kampoeng Angrek cukup baik. *Green house* bunga yang dimiliki Agrowisata Kampoeng Angrek untuk display bunga yang diperjual-belikan memang menjadi salah satu daya tarik pengunjung untuk berkunjung ke lokasi wisata ini. Selain itu, pengunjung mengabadikan dengan berfoto pengunjung juga banyak yang membeli bunga, terutama bunga angrek. Sebaran dari persepsi pengunjung mengenai *green house* bunga yang ada di lokasi wisata dapat dilihat pada tabel 34.

Tabel 34. Persepsi Responden Terhadap *Green House* Bunga

Persepsi Responden Terhadap <i>Green House</i> Bunga	Skala	Frekuensi	Nilai
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	0	0
Cukup Baik	3	5	15
Baik	4	50	200
Sangat Baik	5	17	85
Jumlah		72	300
Rata-rata			4,16

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

17. Spot Foto

Persepsi responden terhadap spot foto yang ada di lokasi wisata didapatkan nilai rata-rata sebesar 4,19. Hal ini menunjukkan bahwa menurut pengunjung keadaan spot foto yang ada di lokasi wisata Agrowisata Kampoeng Angrek baik. Spot foto yang ditawarkan di Agrowisata Kampoeng Angrek menjadi daya Tarik utama pengunjung, namun pihak pengelola wisata tetap harus menambah serta berinovasi agar pengunjung tidak bosan. Sebaran dari persepsi pengunjung terhadap spot foto yang ada di lokasi wisata dapat dilihat pada tabel 35.

Tabel 35. Persepsi Responden Terhadap Spot Foto

Persepsi Responden Terhadap Spot Foto	Skala	Frekuensi	Nilai
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	1	2
Cukup Baik	3	12	36
Baik	4	31	124
Sangat Baik	5	28	140
Jumlah		72	302

Rata-rata

4,19

18. Harga Tiket Masuk

Persepsi responden terhadap harga tiket masuk yang ada di lokasi wisata didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,89. Hal ini menunjukkan bahwa menurut pengunjung harga tiket masuk yang ada di lokasi wisata Agrowisata Kampoeng Angrek cukup murah. Pengunjung menyatakan bahwa tiket masuk sebesar Rp 5.000 adalah tidak murah atau mahal. Hal tersebut dikarenakan masih ada beberapa wahana permainan yang masih berbayar lagi atau tidak termasuk dalam harga tiket sehingga menambah pengeluaran pengunjung. Dengan menambahnya pengeluaran pengunjung, maka secara akumulasi harga tiket masuk menjadi mahal. Sebaran dari persepsi pengunjung mengenai harga tiket masuk dapat dilihat pada tabel 36.

Tabel 36. Persepsi Responden Terhadap Harga Tiket Masuk

Persepsi Responden Terhadap Harga Tiket Masuk	Skala	Frekuensi	Nilai
Sangat Tidak Murah	1	0	0
Tidak Murah	2	2	4
Cukup Murah	3	13	39
Murah	4	48	192
Sangat Murah	5	9	45
Jumlah		72	280
Rata-rata			3,89

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

19. Kepuasan Berkunjung

Persepsi responden terhadap kepuasan berkunjung di Agrowisata Kampoeng Angrek didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,78. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung merasa cukup puas untuk berwisata di Agrowisata Kampoeng Angrek. Sebagian besar dari pengunjung menyatakan bahwa ingin berkunjung kembali. Sebaran dari persepsi pengunjung mengenai kepuasan berwisata dapat dilihat pada tabel 37.

Tabel 37. Persepsi Responden Terhadap Kepuasan Berkunjung

Persepsi Responden Terhadap Kepuasan Berkunjung	Skala	Frekuensi	Nilai
Sangat Tidak Puas	1	0	0
Tidak Puas	2	7	14
Cukup Puas	3	19	57
Puas	4	29	116
Sangat Puas	5	17	85

Jumlah	72	272
Rata-rata		3,78

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

20. Keinginan Berkunjung Kembali

Keinginan berkunjung kembali menggambarkan keinginan dari pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali ke Agrowisata Kampoeng Anggrek. 98,6% dari pengunjung berkeinginan untuk mengunjungi kembali, sedangkan 1,4% sisanya tidak menginginkan mengunjungi kembali. Bagi pengunjung yang melakukan kunjungan kembali, Agrowisata Kampoeng Anggrek merupakan lokasi yang sangat nyaman untuk dikunjungi. Menurut pengunjung yang tidak ingin melakukan kunjungan kembali, masih banyak tempat wisata yang belum dikunjungi sehingga Agrowisata Kampoeng Anggrek menjadi prioritas terakhir untuk dikunjungi. Sebaran dari persepsi pengunjung mengenai keinginan untuk melakukan kunjungan ulang dapat dilihat pada tabel 38.

Tabel 38. Persepsi Responden Terhadap Kesempatan Berkunjung Kembali

Persepsi Responden Terhadap Kesempatan Berkunjung Kembali	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Tidak	1	1,4
Iya	71	98,6
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

21. Saran

Saran yang diberikan oleh pengunjung paling banyak adalah penghijauan atau penanaman pohon-pohon besar. 33,3% pengunjung menyarankan adanya penambahan pohon besar di dalam Agrowisata Kampoeng Anggrek, hal tersebut didasarkan pada pertimbangan dimana Agrowisata Kampoeng Anggrek adalah tempat wisata *outdoor*. Menurut pengunjung lokasi wisata sangat panas dan berdebu sehingga pengunjung enggan berlama-lama mengelilingi lokasi wisata. Jika lokasi wisata rindang, pengunjung akan merasa lebih betah dan nyaman berada di lokasi wisata.

Selain penambahan pohon-pohon besar, 13,9% pengunjung menyarankan adanya penambahan kolam renang. Penambahan kolam renang dirasa perlu dilakukan karena Agrowisata Kampoeng Anggrek adalah tempat wisata keluarga. Mayoritas pengunjung yang datang membawa anak-anak mereka, fasilitas untuk anak-anak yang ditawarkan hanya wahana permainan saja dan itupun sangat

terbatas. Dengan adanya penambahan kolam renang, fasilitas yang ditawarkan untuk anak-anak semakin banyak sehingga aktivitas yang dilakukan di dalam lokasi wisata semakin lama. Durasi waktu berkunjung pengunjung akan berdampak positif terhadap pemasukan cafeteria atau pusat oleh-oleh Agrowisata Kampoeng Angrek, selain itu akan berdampak positif juga terhadap tingkat loyalitas pengunjung.

Pengunjung menyarankan untuk memperbanyak wastafel untuk cuci tangan dengan persentase 8,3%. Keadaan jalan didalam lokasi Agrowisata Kampoeng Angrek sebagian besar belum di paving sehingga udara menjadi berdebu. Hal tersebut berdampak pada ketidaknyamanan pengunjung yang ingin bersantai sambil makan di gazebo kesulitan untuk cuci tangan. Pengunjung juga menyarankan agar jalan di dalam lokasi wisata segera di paving sehingga frekuensi debu yang dihasilkan berkurang. Selain itu, jika jalan di paving dan tidak berdebu akan mempermudah pengunjung yang berusia lanjut untuk menikmati keindahan Agrowisata Kampoeng Angrek.

Saran yang diberikan oleh 5,5% pengunjung antara lain adalah penambahan tempat sampah. Menurut pengunjung, mereka masih jarang menemukan tempat sampah yang disediakan. Selain memudahkan pengunjung untuk membuang sampah, penambahan tempat sampah juga berfungsi untuk mengurangi pengunjung yang membuang sampah sembarangan. Selanjutnya adalah saran untuk memperindah dekorasi dari taman bunga. Dekorasi taman bunga dinilai masih standar karena masih banyak spot yang kosong. Jika dekorasi taman bunga diperbaiki, pengunjung akan lebih tertarik berkunjung ke Agrowisata Kampoeng Angrek untuk menikmati pemandangan serta mengabadikannya dengan berfoto. Pengunjung juga menganggap bahwa tempat istirahat atau gazebo yang disediakan kurang sehingga perlu ditambahkan. Kekurangan tempat istirahat sangat dirasakan pengunjung saat *weekend* dan hari libur.

Sebagian pengunjung juga menyarankan adanya tambahan air mancur serta panggung teater yang bisa digunakan untuk acara live musik atau kegiatan lainnya. Dengan adanya panggung tersebut pengunjung yang mempunyai acara seperti reuni keluarga, arisan, ataupun pertemuan yang lain bisa memanfaatkan fasilitas tersebut. Dengan penambahan fasilitas tersebut dirasa pengunjung akan

lebih tertarik untuk berkunjung ke Agrowisata Kampoeng Anggrek karena mampu memberikan fasilitas yang beda dari tempat wisata pada umumnya. Sebaran dari saran pengunjung mengenai pembangunan Agrowisata Kampoeng Anggrek dapat dilihat pada tabel 39.

Tabel 39. Saran Pengunjung Untuk Agrowisata Kampoeng Anggrek

No.	Saran	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Penghijauan	24	33,3
2	Tambahan kolam renang	10	13,9
3	Perbanyak wastafel cuci tangan	6	8,3
4	Jalan di paving	6	8,3
5	Perbanyak wahana permainan	6	8,3
6	Tambahan tempat sampah	4	5,5
7	Dekorasi taman lebih di perindah	4	5,5
8	Perbaikan tempat parkir (pemberian kanopi, paving)	3	4,1
9	Perbanyak gazebo atau kursi di gazebo lesehan	3	4,1
10	Perbanyak spot foto	1	1,3
11	Perbanyak toilet	1	1,3
12	Perluasan area musholla	1	1,3
13	Tambahan air mancur	1	1,3
14	Tambahan acara seperti live musik, akustik, dangdut, dsb	1	1,3
15	Kebersihan taman lebih ditingkatkan	1	1,3
Jumlah		72	100

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

5.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Permintaan Kunjungan

Agrowisata Kampoeng Anggrek

5.3.1. Analisis Uji Asumsi Klasik

Terdapat tujuh variabel bebas yang diduga menjadi faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan kunjungan pada Agrowisata Kampoeng Anggrek, yaitu umur, jarak tempuh, pendidikan, jenis kelamin, jumlah rombongan, biaya perjalanan dan pendapatan. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dapat diketahui dengan cara melihat hasil dari uji asumsi klasik lalu meregresikan variabel-variabel bebas yang sebelumnya sudah disebutkan. Uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah pengujian tentang kenormalan data. Asumsi yang harus dimiliki oleh data adalah bahwa data tersebut harus terdistribusi normal. Maksud data terdistribusi secara normal adalah bahwa data akan mengikuti bentuk distribusi normal yang terdapat sepanjang garis diagonal dalam grafik. Titik yang menyebar sepanjang garis diagonal adalah gambaran data yang diperoleh, semakin titik-titik tersebut mendekati garis dan menyerupai bentuk garis maka data dikatakan terdistribusi normal. Titik-titik menyebar sepanjang garis dan sangat mendekati garis diagonal maka dapat disimpulkan data dari hasil penelitian ini terdistribusi normal. (Lihat lampiran 1).

Uji Multikolinearitas

Untuk pengujian multikolinearitas dapat dilihat dari *variance inflation factor* (VIF). Pengujian ini penting dilakukan untuk melihat tingkat kevalidan variabel, indikator yang digunakan ialah jika nilai VIF berada di bawah 10. Hasil dari uji multikolinearitas untuk penelitian kali ini dijelaskan pada tabel 40.

Tabel 40. Hasil Uji Multikolinearitas

No.	Variabel	VIF
1	Umur	1.300
2	Jarak Tempuh	2.447
3	Pendidikan	1.130
4	Jenis Kelamin	1.306

5	Jumlah Rombongan	2.420
7	Biaya Perjalanan	1.799
8	Pendapatan	1.507

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

Kedelapan variabel memiliki nilai dibawah 10, dimana nilai paling besar adalah 2.447 yang terdapat pada variabel jarak tempuh dan nilai terkecil ada p variabel pendidikan yang bernilai 1.130. Rendahnya nilai VIF merupakan hal positif bagi sebuah data, karena jika nilai VIF tinggi berarti terjadi korelasi yang tinggi antara variabel terikat dan variabel bebas sehingga dapat mengakibatkan hubungan antara kedua variabel terganggu.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketiaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Uji Glejser.

Uji Glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual ($UbsUt$) sebagai variabel dependen dengan persamaan sebagai berikut :

$$UbsUt = a + bX^{t+vi}$$

Jika variabel independen secara signifikan mempengaruhi $UbsUt$ maka ada indikasi heteroskedastisitas, sebaliknya jika variabel independen tidak mempengaruhi $UbsUt$ maka tidak ada indikasi heteroskedastisitas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 42.

Tabel 42. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4.165	.521	.521		
Residual	34.157	.542	.542	.960	.475
Total	38.322				

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

Hasil output menunjukkan nilai sig. adalah $0.475 > 0.05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya masalah heteroskedastisitas. Setelah model yang dibuat lolos uji asumsi klasik, model diregresikan dengan tujuh variabel bebas yaitu umur, jarak tempuh, pendidikan, jenis kelamin, jumlah rombongan, biaya perjalanan dan pendapatan dengan variabel terikatnya jumlah permintaan wisata.

5.3.2. Analisis Regresi Linear Berganda

Terdapat tujuh variabel bebas yang diduga menjadi faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan kunjungan pada Agrowisata Kampong Angrek, yaitu umur, jarak tempuh, pendidikan, jenis kelamin, jumlah rombongan, biaya perjalanan dan pendapatan. Uji Regresi Linear Berganda yang dilakukan adalah uji koefisien determinasi R^2 , uji F, dan uji t.

Tabel 43. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t-statistik	Signifikansi
Konstanta	1.427	-1.276	.207
Umur	.030	2.247	.028**
Jarak Tempuh	.006	.910	.366
Pendidikan	.017	.283	.778
Jenis Kelamin	-.066	-.193	.848
Jumlah Rombongan	.060	5.643	.000***
Biaya Perjalanan	-1.59E-006	.993	.049**
Pendapatan	-1.1E-007	-1.129	.263

$R^2 = 64,9\%$

F-Hitung = 14.538 dengan tingkat signifikan 0.000

***= signifikan pada taraf 1%

** = signifikan pada taraf 5%

Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

Dari data hasil pengujian, selanjutnya dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1.427 + 0.030 X_1 + 0.006 X_2 + 0.017 X_3 - 0.066 X_4 + 0.060 X_5 - 0.00000159 X_6 - 0.00000011 X_7$$

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi merupakan uji dalam model regresi untuk menunjukkan seberapa besar variabel-variabel independent menjelaskan variabel dependent (multiple correlation coefficient). Koefisien determinasi ditunjukkan dengan symbol R Square (R^2). Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1 dan ditransformasikan ke dalam bentuk persen. Pada penelitian ini, nilai R^2 sebesar 0,649 atau mencapai 64,9%, angka tersebut menunjukkan bahwa kemampuan variabel independent dalam memberikan informasi untuk menjelaskan keragaman variabel terikat relatif tinggi. Nilai koefisien determinasi tersebut dapat

disimpulkan bahwa variabel independent (umur responden, jarak tempuh, tingkat pendidikan, jenis kelamin, jumlah rombongan, pengalaman berkunjung, biaya perjalanan dan pendapatan) memiliki pengaruh sebesar 64,9% terhadap jumlah kunjungan ke Agrowisata Kampong Angrek dan sisanya sebesar 35,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model.

2. Uji Simultan (F Test)

Pengujian secara simultan atau keseluruhan dari modul regresi dalam arti bahwa dari semua variabel yang terikat secara bersama-sama memberi pengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata. Jika hasil analisis SPSS didapat nilai F signifikansi $<$ dari ketentuan nilai signifikansi, maka variabel-variabel bebas tersebut dapat dikatakan berpengaruh terhadap variabel terikat.

Setelah melakukan pengujian, didapatkan nilai F signifikansi sebesar 0,000 yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan ketentuan nilai signifikansi $<$ 0,05. Jadi dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas (umur, jarak tempuh, pendidikan, jenis kelamin, jumlah rombongan, biaya perjalanan dan pendapatan) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap permintaan jumlah kunjungan Agrowisata Kampong Angrek sebagai variabel terikat.

3. Uji Parsial (t Test)

Uji parsial merupakan pengujian pada model regresi untuk melihat besar pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Suatu variabel independen dinyatakan berpengaruh nyata nilai signifikansinya kurang dari 0,01 atau 1% dan kurang dari 0,05 atau 5%. Adapun pembahasan uji signifikansi masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut :

1. Umur Responden

Pada variabel umur untuk hasil pengujian statistik didapatkan tingkat signifikansi sebesar $0,028 < 0,050$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel umur berpengaruh nyata dalam mempengaruhi permintaan jumlah kunjungan, dengan asumsi variabel pendidikan, jarak tempuh, biaya perjalanan, pendapatan, jumlah rombongan, dan jenis kelamin konstan. Nilai koefisien regresi yaitu positif sebesar 0,030, dapat diartikan setiap

penambahan umur pengunjung sebesar 1% akan menambah permintaan jumlah pengunjung sebesar 3%.

Hasil uji statistik juga didukung oleh karakteristik pengunjung saat dilokasi penelitian, bahwa didominasi pengunjung yang berusia antara 41-50 tahun. Selain itu, didukung oleh penelitian terdahulu Susilowati (2009) yang menyatakan bahwa semakin dewasa umur seseorang maka akan meningkat peluang rata-rata frekuensi kunjungan. Hal ini dapat disebabkan karena pengunjung Agrowisata Kampoeng Angrek semakin dewasa dengan beragam aktifitas membutuhkan waktu untuk berekreasi mengingat tujuan dari rekreasi adalah kembali ke kreatif.

2. Jarak Tempuh

Pada variabel jarak tempuh untuk hasil pengujian statistik didapatkan tingkat signifikansi sebesar $0,366 > 0,050$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel jarak tempuh tidak berpengaruh nyata dalam mempengaruhi permintaan jumlah kunjungan, dengan asumsi variabel pendidikan, umur, biaya perjalanan, pendapatan, jumlah rombongan, dan jenis kelamin konstan. Nilai koefisien regresi yaitu positif sebesar 0,006, dapat diartikan setiap penambahan jarak tempuh pengunjung sebesar 1% akan menambah permintaan jumlah pengunjung sebesar 0,6%.

3. Tingkat Pendidikan

Pada variabel pendidikan untuk hasil pengujian statistik didapatkan tingkat signifikansi sebesar $0,778 > 0,050$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel pendidikan tidak berpengaruh nyata dalam mempengaruhi permintaan jumlah kunjungan, dengan asumsi variabel jarak tempuh, umur, biaya perjalanan, pendapatan, jumlah rombongan, dan jenis kelamin konstan. Nilai koefisien regresi yaitu positif sebesar 0,017, dapat diartikan setiap penambahan pendidikan pengunjung sebesar 1% akan menambah permintaan jumlah pengunjung sebesar 0,17%.

4. Jenis Kelamin

Pada variabel jenis kelamin untuk hasil pengujian statistik didapatkan tingkat signifikansi sebesar $0,848 > 0,050$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel jenis kelamin tidak berpengaruh nyata dalam mempengaruhi

permintaan jumlah kunjungan, dengan asumsi variabel jarak tempuh, umur, biaya perjalanan, pendapatan, jumlah rombongan, dan pendidikan konstan.

Nilai koefisien regresi yaitu negatif sebesar $-0,066$ dapat diartikan setiap penambahan jenis kelamin pengunjung sebesar 1% akan mengurangi permintaan jumlah pengunjung sebesar 6,6%.

5. Jumlah Rombongan

Pada variabel jumlah rombongan untuk hasil pengujian statistik didapatkan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel jumlah rombongan berpengaruh nyata dalam mempengaruhi permintaan jumlah kunjungan, dengan asumsi variabel pendidikan, jarak tempuh, biaya perjalanan, pendapatan, umur, dan jenis kelamin konstan. Nilai koefisien regresi yaitu positif sebesar $0,60$, dapat diartikan setiap penambahan jumlah rombongan pengunjung sebesar 1% akan menambah permintaan jumlah pengunjung sebesar 6%.

Hasil uji statistik juga didukung oleh karakteristik pengunjung saat dilokasi penelitian, bahwa didominasi pengunjung melakukan kegiatan wisata bersama keluarga atau rombongan. Selain itu, didukung oleh penelitian terdahulu Aprilian (2009) yang menyatakan bahwa semakin banyak jumlah keluarga atau jumlah rombongan melakukan kegiatan wisata bersama maka akan meningkatkan peluang rata-rata frekuensi kunjungan. Hal ini dapat disebabkan karena Agrowisata Kampoeng Anggrek merupakan tempat wisata yang cocok untuk wisata keluarga karena seluruh fasilitas yang ditawarkan cocok untuk segala umur pengunjung.

6. Biaya Perjalanan

Pada variabel biaya perjalanan untuk hasil pengujian statistik didapatkan tingkat signifikansi sebesar $0,049 < 0,050$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel biaya perjalanan berpengaruh nyata dalam mempengaruhi permintaan jumlah kunjungan, dengan asumsi variabel pendidikan, jarak tempuh, umur, pendapatan, jumlah rombongan, dan jenis kelamin konstan. Nilai koefisien regresi yaitu negatif sebesar $-0,00000159$, dapat diartikan setiap penambahan biaya perjalanan pengunjung sebesar 1% akan menambah mengurangi jumlah pengunjung sebesar $0,00000159\%$.

Hasil uji statistik juga didukung oleh karakteristik pengunjung saat dilokasi penelitian, bahwa biaya perjalanan pengunjung yang dikeluarkan didominasi sebesar Rp 200.000 hingga Rp 300.000. Selain itu, didukung oleh penelitian terdahulu Muntoro (2010), bahwa semakin besar biaya perjalanan yang dikeluarkan maka semakin kecil jumlah kunjungan ke lokasi wisata. Total biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung relatif murah jika pengunjung tidak membeli souvenir.

7. Pendapatan

Pada variabel pendapatan untuk hasil pengujian statistik didapatkan tingkat signifikansi sebesar $0,263 > 0,050$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel pendapatan tidak berpengaruh nyata dalam mempengaruhi permintaan jumlah kunjungan, dengan asumsi variabel jarak tempuh, umur, biaya perjalanan, jumlah rombongan, jenis kelamin dan pendidikan konstan. Nilai koefisien regresi yaitu negatif sebesar $-0,000000011$ dapat diartikan setiap penambahan pendapatan pengunjung sebesar 1% akan mengurangi permintaan jumlah pengunjung sebesar $-0,000000011\%$.

5.3. Nilai Ekonomi Agrowisata Kampong Angrek

Valuasi ekonomi adalah bentuk pengukuran jumlah maksimum seseorang untuk mengorbankan barang atau jasa yang dimiliki guna mendapatkan barang atau jasa lain yang diinginkan (Djijono, 2002). Sedangkan nilai ekonomi kawasan wisata merupakan bentuk pemberian nilai secara kuantitatif terhadap barang atau jasa yang dihasilkan oleh Sumber Daya Alam (SDA) dan lingkungan. Nilai ekonomi suatu daerah wisata memiliki hubungan searah dengan surplus konsumen dari pengunjung (Pearce dan Turner, 1990). Surplus konsumen menunjukkan besar maksimum nilai uang yang mau dibayarkan oleh pengunjung (*Willingness to Pay*) terhadap wisata yang dinikmati. Surplus konsumen dapat dihitung melalui *Individual Travel Cost Method (ITCM)*. Dalam penelitian ini, untuk menghitung nilai ekonomi digunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost*), yaitu dengan menghitung nilai ekonomi per individu per tahun. Hasil regresi antara permintaan jumlah kunjungan (Y) dengan variabel bebas menghasilkan model permintaan jumlah kunjungan seperti yang dijelaskan sebelumnya yang kemudian dari model tersebut dijadikan persamaan guna

menghasilkan nilai surplus konsumen. Persamaan tersebut dapat dilihat pada persamaan dibawah ini :

$$D_x = a - bP_x$$

$$D_x = 1,427 + 0,00000159 P_x$$

Selanjutnya dari persamaan diatas digunakan untuk menghasilkan surplus konsumen sebagai nilai ekonomi. Untuk menghasilkan surplus konsumen individu per tahun digunakan integral terbatas dengan batas atas sebesar

357.000,- (P1) dan batas bawah sebesar Rp. 30.000,- (P0) Untuk menghitung surplus konsumen digunakan persamaan berikut ini.

$$SK = \int_{P_0}^{P_1} (a - bP_x) dP_x$$

$$SK = \int_{30.000}^{357.000} (1,427 + 0,00000159) dP_x$$

$$SK = \int_{30.000}^{357.000} 1,427 - \frac{0,00000159}{2} x^2$$

$$SK = 499.814,045 - 150.650,5$$

$$SK = 349.163,545$$

Dari hasil perhitungan, maka diperoleh surplus konsumen per individu pertahun adalah Rp 349.163,545 atau sebesar RP 116.387 per individu per satu kali kunjungan. Pengunjung datang ke Agrowisata Kampoeng Angrek rata-rata telah berkunjung 3 kali ke tempat tersebut. Nilai keuntungan yang diperoleh pengunjung dalam satu kali kunjungan sebesar Rp 116.387 masih jauh lebih besar dari rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung senilai Rp 5.000. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi wisata tersebut memberikan manfaat lebih besar dibanding biaya yang dikeluarkan selama perjalanan agar dapat menikmati Agrowisata Kampoeng Angrek.

Total ekonomi Agrowisata Kampoeng Angrek didapatkan dari perkalian antara nilai surplus konsumen dengan total pengunjung pertahun sebanyak kurang lebih 18.000 pengunjung. Dari perkalian tersebut didapatkan hasil Rp 2.094.966.000 per tahun.

Berdasarkan perhitungan nilai ekonomi tersebut membuktikan bahwa keberadaan Agrowisata Kampoeng Angrek dengan nilai surplus konsumen per individu per satu kali kunjungan menunjukkan keuntungan yang diperoleh dari jasa keindahan wisata alam jauh di atas pengeluaran rata-rata pengunjung. Hal ini

berarti Agrowisata Kampoeng Anggrek memberikan manfaat jasa yang ditawarkan lebih besar terhadap para pengunjung dan juga biaya yang harus mereka keluarkan agar dapat menikmati Agrowisata Kampoeng Anggrek.

Agrowisata Kampoeng Anggrek yang memanfaatkan sebagai jasa yang diberikan kepada pengunjung memiliki nilai ekonomi yang sangat besar. Dalam upaya untuk menjaga sumber daya alam dan lingkungan dapat dilakukan dengan menerapkan sistem pembangunan lahan yang baik dan benar sehingga tidak memberikan dampak negatif terhadap alam. Selain itu, untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang datang dapat dilakukan dengan meningkatkan pelayanan dan sarana prasarana sehingga dapat lebih memanjakan pengunjung. Berdasarkan kritik dan saran yang diberikan pengunjung responden, mayoritas pengunjung menginginkan penghijauan, tambahan wahana permainan bermain anak-anak serta perbaikan taman bunga.

Upaya peningkatan jumlah pengunjung juga dapat dilakukan dengan lebih meningkatkan strategi promosi tentang Agrowisata Kampoeng Anggrek kepada pengunjung potensial. Berdasarkan wawancara, pengunjung banyak yang mendapatkan informasi mengenai Agrowisata Kampoeng Anggrek dari keluarga, teman dan media cetak. Dari hasil tersebut pengelola lebih mengencangkan promosi melalui media-media yang disukai oleh pengunjung seperti halnya media elektronik dan sosial media dengan membuat website resmi Agrowisata Kampoeng Anggrek guna memudahkan pengunjung dari luar kota yang ingin berkunjung ke Agrowisata Kampoeng Anggrek, pengelola juga bisa membuat iklan seputar lokasi wisata yang nantinya akan diiklankan di radio-radio dan televisi lokal yang ada di daerah Karesidenan Kediri.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden yang paling sering mengunjungi Agrowisata Kampoeng Anggrek adalah pengunjung dengan rentang umur 41-50 tahun baik laki-laki maupun perempuan yang sudah menikah dan bekerja sebagai wirausaha dengan penghasilan Rp 2.000.000,00 sampai Rp 4.000.000,00 dan tingkat pendidikan terakhir adalah Sekolah Menengah Atas (SMA) dan kendaraan yang digunakan untuk mencapai lokasi adalah kendaraan pribadi baik sepeda motor atau mobil. Menurut para pengunjung, mereka mengetahui objek wisata ini melalui informasi yang diperoleh dari keluarga, teman maupun keluarga dan berkunjung dengan motivasi rekreasi atau *refreshing* sambil melihat koleksi bunga yang banyak. Agrowisata Kampoeng Anggrek cukup aman dengan fasilitas yang cukup memadai namun para pengunjung menyarankan untuk lebih menambah fasilitas yang ditawarkan agar para pengunjung lebih nyaman dan betah berada di lokasi wisata. Pelayanan yang dilakukan petugas serta penyediaan informasi untuk mencapai lokasi wisata juga sudah cukup baik namun pengunjung banyak yang tetap menyarankan untuk terus membenahi dan menambah semua fasilitas yang ditawarkan. Meskipun begitu, pengunjung masih tetap menikmati kegiatan wisata dan masih ingin kembali untuk melakukan kunjungan ulang ke tempat wisata ini di lain hari. Untuk harga tiket masuk sebesar Rp 5.000,00 dirasa sudah sangat murah bagi pengunjung.

Terdapat tiga faktor sosial ekonomi yang berpengaruh nyata terhadap fungsi permintaan kunjungan pada Agrowisata Kampoeng Anggrek, yaitu umur, jumlah rombongan dan biaya perjalanan. Ketiga faktor tersebut berpengaruh nyata karena pengunjung Agrowisata Kampoeng Anggrek semakin dewasa dengan beragam aktifitas membutuhkan waktu untuk berekreasi mengingat tujuan dari rekreasi adalah kembali ke kreatif dan semakin besar biaya perjalanan yang dikeluarkan maka semakin kecil jumlah kunjungan ke lokasi wisata, total biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung relatif murah jika mereka tidak membeli souvenir. Rekomendasi perbaikan dapat dilakukan dengan menciptakan wahana permainan anak-anak yang lebih beragam karena jumlah rombongan pengunjung

mempengaruhi permintaan jumlah kunjungan ke Agrowisata Kampoeng Anggrek, pengunjung cenderung lebih mengharapkan Agrowisata Kampoeng Anggrek menjadi wisata keluarga yang menarik.

Berdasarkan hasil perhitungan maka dapat diketahui jika nilai surplus konsumen sebesar Rp 349.163,545 individu per tahun dengan menggunakan *Individual Travel Cost Method* dan untuk nilai ekonomi dari Agrowisata Kampoeng Anggrek diperoleh sebesar Rp 2.094.966.000. Besarnya nilai ekonomi menunjukkan bahwa masyarakat masih memiliki keinginan untuk mempertahankan Agrowisata Kampoeng Anggrek sebagai salah satu destinasi wisata favorit di Kabupaten Kediri.

6.2.Saran

Surplus konsumen yang menggambarkan manfaat lingkungan yang diperoleh pengunjung dari kegiatan wisata di Agrowisata Kampoeng Anggrek masih cukup tinggi. Salah satu upaya meningkatkan perolehan manfaat bagi pengelola adalah melalui peningkatan harga tarif masuk ke objek wisata, namun hal ini harus diikuti dengan penambahan dan pembenahan fasilitas di Agrowisata Kampoeng Anggrek, seperti perbaikan akses jalan menuju lokasi dan meningkatkan kebersihan. Berdasarkan masukan dari pengunjung, fasilitas yang perlu ditambahkan di Agrowisata Kampoeng Anggrek antara lain, penghijauan, arena bermain anak-anak, fasilitas outbond, kolam renang, air mancur dan panggung live music. Fasilitas yang perlu dibenahi antara lain, gazebo, tempat sampah, toilet, musholla, wastafel, tempat parkir, dan toko oleh-oleh. Selain itu pihak pengelola juga bisa menambahkan fasilitas seperti penyediaan perahu kayuh, kuda berkeliling di dalam objek wisata, penginapan, dsb.

Pengelola harus lebih mengencangkan promosi melalui media-media yang disukai oleh pengunjung seperti halnya media elektronik dan sosial media dengan membuat website resmi Agrowisata Kampoeng Anggrek guna memudahkan pengunjung dari luar kota yang ingin berkunjung ke Agrowisata Kampoeng Anggrek, pengelola juga bisa membuat iklan seputar lokasi wisata yang nantinya akan diiklankan di radio-radio dan televise local yang ada di daerah Karesidenan Kediri.

Pengelola Agrowisata Kampoeng Angrek diharapkan dapat menjaga sumber daya alam dan lingkungan kawasan wisata sehingga dapat meningkatkan nilai ekonomi wisata dan dapat meningkatkan pemasukan Agrowisata Kampoeng Angrek.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah penggalan data biaya perjalanan pengunjung dapat lebih diperinci sehingga dapat menghasilkan nilai surplus konsumen dan nilai ekonomi yang lebih valid.



DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Larasati (2016). *Valuasi Ekonomi Wisata Alam Taman Wisata Selecta, Kota Batu, Jawa Timur*. Skripsi. Malang : Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya.
- Andrianto, R. 2003. *Analisis Permintaan Dan Surplus Konsumen Taman Bunga Nusantara Sebagai Tempat Rekreasi Dengan Metode Biaya Perjalanan*. Skripsi. Bogor : Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Ariyanto, 2005. *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta : Erlangga.
- Darmono, 2001. *Lingkungan Hidup dan Pencemaran*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia, Press.
- Darusman, R. 1991. *Studi Permintaan Terhadap Manfaat Intangible Dari Taman Nasional Gunung Gede Pangrango*. Bogor : Laporan Penelitian, Fakultas Kehutanan, Institut Pertanian Bogor.
- Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan. 1990. *Kamus Istilah Pariwisata*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Djijono. 2002. *Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Method Taman Hutan Wisata Di Taman Wan Abdul Rahman, Propinsi Lampung*. Tesis. . Bogor : Program Pascasarjana. Institut Pertanian Bogor.
- Douglas, J. R. 1970. *Forest Recreation*. Mcgraw Hill Book Company. New York.
- Famytyas. 2014. *Peranan Sektor Pariwisata Dalam Perekonomian Indonesia : Analisis Input-Output*. Jurnal. Ekonomi Pembangunan Trisakti.
- Fauzi, A. 2014. *Ekonomi Sumber Daya Alam Dan Lingkungan, Teori Dan Aplikasi*. Jakarta : Pt. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghazali, Imam. 2006. *Analisis Multivariat Dengan Menggunakan SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 1988. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta : Erlangga.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonometrika Dasar*. Terjemahan Sumarno Zain. Jakarta : Erlangga.
- Handoko, W. 2011. *Valuasi Ekonomi Sumberdaya Arkeologi Dan Penerapannya Di Indonesia*. [Iaaipusat.Wordpress.Com/2012/04/19/Valuasi-Ekonomi-Sumberdaya-ArkeologiDan-Penerapannya-Di-Indonesia/](http://Iaaipusat.wordpress.com/2012/04/19/Valuasi-Ekonomi-Sumberdaya-ArkeologiDan-Penerapannya-Di-Indonesia/). Di akses Tanggal 1 April 2017.
- Hufschmidf, M. M, Et Al. 1987. *Lingkungan Sistem Alami Dan Pengembangan Terjemahan Gadjah Mada*. Yogyakarta : University Press.

Indah, Susilowati. 2004. *Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal Dengan Pendekatan Travel Cost*. Jurnal. *Dinamika Pembangunan*.

Karyono, A. Hari. 1997. *Kepariwisataaan*. Jakarta: Grasindo.

Lieber, S. 1983. *Recreation Planning And Management*. E And F N Soon Ltd : London.

Listiana, Wanti Widya. 2014. *Analisis Nilai Ekonomi Wisata Kebun Kina Bukit Unggul Kabupaten Bandung*. Jurnal. *Ekonomi Pertanian , Sumberdaya Dan Lingkungan*.

Mehmet, P And Turker, M. F. 2006. *Estimation Of Recreational Use Value Of Forest Resources By Using Individual Travel Cost Method And Contingent Valuation Method*. *Journal Of Applied Sciences*, Vol. 6: 1-5.

Menz, Cf And D. P. Wilton. 1983. *Alternative Ways To Measure Recreation Values By The Travel Cost Method*. *American Journal Of Agricultural Economics*, Vol. 6:332-336.

Muntasib, H. 2007. *Diktat Mata Kuliah Rae*. Bogor : Fakultas Kehutanan, Ipb.

Nawawi, N.H. 1991. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.

Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat.

Nicholson, W. 1995. *Teori Mikroekonomi*. Jakarta : Penerbit Binarupa Aksara.

Nurdini. 2004. *Analisis Permintaan Ekoturisme Hutan Mangrove Muara Angke Dengan Metode Biaya Perjalanan*. Skripsi. Bogor : Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.

Pangemanan, P. A. 1993. *Aplikasi Model Biaya Perjalanan Untuk Menduga Fungsi Permintaan Dan Manfaat Rekreasi Di Taman Nasional Bunaken Sulawesi*

Pearce, D., & Turner, R. K. 1990. *Economics of Natural Resources and The Environment*. Harvester Wheatsheaf.

Pierce, D Et Al. 2006. *Cost-Benefit Analysis And The Environment, Recent Development*. Oecd Publishing. France.

Pomeroy, R S. 1992. *Economic Valuation : Available Methods Dalam Chua T. E Dan L. F. Scrua*. Us Coastal Resources Management Project.

Premono, T, Dan Kunarso, A. 2010. *Valuasi Ekonomi Taman Wisata Alam Puntik Kayu Palembang*. Jurnal. Volume Vii No. 1 : 13-23.

Priambodo, O. dan Suhartini. 2016. *Valuasi Ekonomi Kusuma Agrowisata Kota Batu, Jawa Timur*. Jurnal Habitat. Volume 27 No. 3 : 122 -132.

Samuelson, Paul A. Dan Nordhaus William D. 1996. *Makro Ekonomi*. Edisi Ke-17. Cetakan Ketiga. Jakarta : Erlangga.

Sayukat, Y dan Wanti, L.W. 2014. *Analisis Nilai Ekonomi Wisata Kebun Kina Bukit Unggul Kabupaten Bandung*. Jaree : Journal of Agriculture, Resource, and Environmental Economics.

Siwi, Y. 2010. *Valuasi Ekonomi Wisata Alam Gunung Mahawu*. Skripsi. Manado : Program Studi Ilmu Kehutanan. Universitas Sam Ratulangi.

Spillane, James. 1987. *Ekonomi Pariwisata Sejarah Dan Prospeknya*. Yogyakarta : Kanisius.

Srimulyadi. 2007. *Peran Media Massa Dalam Pengembangan Wisataagro*. 2007. Hal 1. [Http://Srimulyadi.Blogspot.Com/2007/03/Peran-Media-Massa-Dalam-Pengembangan.Html](http://Srimulyadi.Blogspot.Com/2007/03/Peran-Media-Massa-Dalam-Pengembangan.Html). di akses tanggal 1 April 2017 .

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

Suparmoko, 2000. *Keuangan Negara: Teori dan Praktek*. Yogyakarta : BPFE.

Susilowati, I, M. 2009. *Valuasi Ekonomi Manfaat Rekreasi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda Dengan Menggunakan Pendekatan Travel Cost Method*. Bogor : Skripsi Institut Pertanian Bogor.

Syaukani. 2006. *Wisata Alam, Otonomi Daerah, Pad. Dalam Situs Sinar Harapan*. [Www.Sinarharapan.Co.Id/Berita/0405/06/Nas06.Html](http://www.Sinarharapan.Co.Id/Berita/0405/06/Nas06.Html). di akses tanggal 1 April 2017.

Tirtawinata, Reza, Fachrudin. 1996. *Daya Tarik Dan Pengelolaan Agrowisata*. Jakarta : Penebar Swadaya.

Vanhove, N. 2005. *The Economics Of Tourism Destination*. Elsevier, Oxford.

Yoeti, O. A. 1985. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung : Penerbit Angkasa.

_____. 2000. *Ekowisata Pariwisata Berwawasan Lingkungan Hidup*. Jakarta : PT. Pertja.