

**ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) PENGUNJUNG  
DALAM UPAYA PENGEMBANGAN AGROWISATA “SWEETBERRY” DI  
KABUPATEN CIANJUR**

***WILLINGNESS TO PAY VISITORS IN DEVELOPMENT EFFORTS AGROWISATA  
"SWEETBERRY" IN CIANJUR DISTRICT***

**Tazyaa Aulia Pertiwi<sup>1\*</sup>, Dyah Ethika Noechdijati<sup>2</sup>, Budi Dharmawan<sup>2</sup>**

<sup>1\*</sup> Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Jenderal Soedirman

Email: tazyaauliapp@gmail.com

<sup>2</sup> Fakultas Pertanian, Universitas Jenderal Soedirman

Email: ethikadyah@gmail.com

<sup>3</sup> Fakultas Pertanian, Universitas Jenderal Soedirman

Email: budi.dharmawan@unsoed.ac.id

\*Penulis korespondensi: tazyaauliapp@gmail.com

**ABSTRACT**

*Nowadays there are many tourist attractions with the same theme as “Sweetberry” Agro-tourism in the Cianjur area, with more and more competitors. Existing facilities in “Sweetberry” Agro-tourism are still fairly simple, so “Sweetberry” Agro-tourism wants to develop to be able to compete with existing Agro-tourism in the Cianjur area and its surroundings. This study aims to: (1) identify the characteristics of visitors to “Sweetberry” agro-tourism, (2) identify the perceptions of “Sweetberry” agro-tourism visitors, (3) calculate the value of willingness to pay (*Willingness To Pay*) from visitors to “Sweetberry” agro-tourism, (4) Knowing the factors that affect the value of *Willingness To Pay* (WTP) of visitors “Sweetberry” Agro-tourism. The analytical method used is the analysis of visitor characteristics and perceptions, CVM analysis (*Contingent Valuation Method*), and Analysis of the Factors that Affect the WTP Value of “Sweetberry” Agro-tourism Visitors. The results showed: (1) Research based on visitor segmentation was dominated by men with an average age between 35 years, then the status is dominated by married consumers, with the highest education level is 16 years, the dominating occupation is private employees, the average respondent who has an income of Rp. 6. 862,000, and the number of dependents owned by respondents as many as 3 people, (2) Perceptions of visitors to “Sweetberry” Agro-tourism based on cognitive, affective and connective aspects can be concluded that they fall into the agreed category and each has an average of 3.97; 3.68 and 3.67, (3) The maximum average value of WTP visitors is IDR 23,443,038, this is an increase of IDR 8,443,038 from the initial entrance ticket of IDR 15,000, (4) Factors that significantly influence willingness to pay are the 95% confidence interval is level of gender, education, income, and number of family dependent.*

**Keywords:** *Agro-tourism, willingness to pay, factors that influence*

**ABSTRAK**

Sekarang ini banyak berkembang tempat wisata bertema yang sama dengan Agrowisata “Sweetberry” di kawasan Cianjur, dengan begitu semakin banyak pesaing. Fasilitas yang ada di Agrowisata “Sweetberry” masih terbilang sangat sederhana sehingga Agrowisata “Sweetberry”

ingin melakukan pengembangan untuk dapat bersaing dengan Agrowisata yang ada dikawasan Cianjur dan sekitarnya. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengidentifikasi karakteristik pengunjung Agrowisata “Sweetberry”, (2) Mengidentifikasi persepsi pengunjung Agrowisata “Sweetberry”, (3) Menghitung besarnya nilai kesediaan membayar (*Willingness To Pay*) dari pengunjung Agrowisata “Sweetberry”, (4) Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nilai *Willingness To Pay* (WTP) dari pengunjung Agrowisata “Sweetberry”. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Karakteristik dan persepsi pengunjung, Analisis CVM (*Contingent Valuation Method*), serta Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Besarnya Nilai WTP Pengunjung Agrowisata “Sweetberry”. Hasil penelitian menunjukkan: (1) Penelitian berdasarkan segmentasi pengunjung didominasi oleh laki-laki dengan rata-rata usia antara 35 tahun, kemudian status di dominasi oleh konsumen yang sudah menikah, dengan tingkat pendidikan tertinggi adalah 16 tahun atau Strata 1, pekerjaan yang mendominasi adalah pegawai swasta, rata-rata responden yang memiliki pendapatan sebesar Rp6.862.000, dan jumlah tanggungan yang dimiliki responden sebanyak 3 orang, (2) Persepsi pengunjung Agrowisata “Sweetberry” berdasarkan aspek kognitif, afektif dan konaitif dapat disimpulkan termasuk kedalam kategori setuju dan masing-masing memiliki rata-rata sebesar 3,97; 3,68 dan 3,67, (3) Nilai rata-rata maksimum WTP pengunjung sebesar Rp23.443,038 hal tersebut bertambah sebesar Rp8.443,038 dari tiket masuk awal yang sebesar Rp15.000, (4) Faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar secara signifikan pada selang kepercayaan 95% adalah jenis kelamin, tingkat pendidikan, pendapatan, dan jumlah tanggungan.

**Kata kunci:** Agrowisata, kesediaan membayar, faktor-faktor yang mempengaruhi.

## PENDAHULUAN

Agrowisata merupakan salah satu alternatif potensial untuk dikembangkan di desa. Kemudian batasan mengenai agrowisata dinyatakan bahwa agrowisata adalah suatu jenis pariwisata yang khusus menjadikan hasil pertanian, peternakan, perkebunan sebagai daya tarik bagi wisatawan (Yoeti, 2000).

Kabupaten Cianjur adalah salah satu Kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Barat. Kabupaten Cianjur di utara berbatasan dengan Kabupaten Bogor, Kabupaten Karawang dan Kabupaten Purwakarta, di selatan berbatasan dengan Samudera Hindia, di timur berbatasan dengan dengan Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat, dan Kabupaten Garut, serta di sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Sukabumi. Letak Kabupaten Cianjur yang menjadi persilangan jalur regional antara Bandung, Bogor dan Jakarta serta Bandung dan Sukabumi.

Kabupaten Cianjur sebagian besar terletak di dataran tinggi membuat tanah di sana subur untuk bercocok tanam, sehingga banyak berkembang tempat wisata yang bertemakan pertanian. Salah satu tempat Agrowisata di sana adalah Agrowisata “Sweetberry” yang menawarkan wisata petik buah dan sayur serta edukasi. Agrowisata ini berdiri pada tahun 2008 berada di Desa Cibadak, Kecamatan Sukaresmi, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat.

Daya tarik dari Agrowisata “Sweetberry” adalah pada pelayanannya yang terbilang baik. Terdapat pemandu yang akan mengedukasi pengujung, tidak hanya diedukasi pengunjung juga akan diberi praktik langsung untuk bercocok tanam, selain itu pengujung dapat merasakan langsung memetik buah dan sayur. Pengunjung datang dari berbagai macam daerah untuk memetik buah dan sayur hidroponik yang ada pada agrowisata tersebut. Harga yang ditawarkan untuk buah dan sayur hidroponik tidak terlalu mahal tergantung seberapa banyak dan jenis buah. Buah dan sayur kondisinya baik. Kondisi tempat sekitar yang sejuk karena berada didataran

tinggi menambah daya tariknya. Agrowisata Sweetberry berada didalam kompleks perumahan walaupun begitu akses untuk menuju kesana mudah, bila tidak ada kendaraan pribadi pengunjung dapat naik angkutan umum serta *taxi* dan ojek daring.

Agrowisata “Sweetberry” memiliki karyawan sebanyak 80 orang. Agrowisata “Sweetberry” difasilitasi dengan kebun stroberi, kebun jambu kristal, kebun sayur hidroponik, taman kelinci, kandang kambing, kandang angsa, kolam ikan, musholah, *toilet*, aula berkumpul, kantin dan *spot* berfoto. Sekarang ini banyak berkembang tempat wisata bertema yang sama dengan Agrowisata “Sweetberry” di kawasan Cianjur, dengan begitu semakin banyak pesaing. Wabah Covid-19 menambah penurunan jumlah pengunjung yang tadinya dalam sebulan rata-rata pengunjung sebanyak 2.829 orang sekarang ini berkurang 40 persen. Fasilitas yang ada di Agrowisata “Sweetberry” masih terbilang sangat sederhana sehingga Agrowisata “Sweetberry” ingin melakukan pengembangan untuk dapat bersaing dengan Agrowisata yang ada di kawasan Cianjur dan sekitarnya. Pengembangan yang dilakukan Agrowisata “Sweetberry” seperti perawatan sarana dan prasarana dengan melakukan pengecatan dan perbaikan fasilitas, pemeliharaan lingkungan, penambahan tempat sampah di beberapa titik, serta penambahan *spot* berfoto. Modal yang minim membuat Agrowisata “Sweetberry” sulit untuk mengembangkan tempat wisata dalam memperbaiki serta merawat sarana dan prasarana, modal awal yang dimiliki Agrowisata “Sweetberry” yaitu Rp200.000.000 hal tersebut juga tidak didukung dengan tiket masuk yang murah.

Demi meningkatkan sarana dan prasarana pada Agrowisata “Sweetberry” maka diperlukan pengidentifikasian masalah menjadi empat. Pertama mengidentifikasi karakteristik pengunjung Agrowisata “Sweetberry”, supaya diketahui obyek penelitian dengan lebih baik. Kedua mengidentifikasi persepsi pengunjung terhadap Agrowisata “Sweetberry”. Persepsi sendiri adalah proses pengamatan seseorang terhadap lingkungan dengan menggunakan indra-indra yang dimiliki sehingga ia menjadi sadar akan segala sesuatu yang ada di lingkungan (Asrori, 2009). Persepsi diketahui supaya Agrowisata “Sweetberry” dapat mengetahui bagaimana persepsi pengunjung tentang Agrowisata. Ketiga mengetahui biaya dari penambahan tiket masuk atau *Willingness To Pay* (WTP) Agrowisata “Sweetberry” yang pengunjung berikan untuk membayar pengembangan yang dilakukan Agrowisata “Sweetberry”. Pengunjung perlu membayarkan kepuasan berupa nilai yang diperoleh dari Agrowisata “Sweetberry”. Nilai yang dibayarkan berupa uang. Sarana serta prasarana nantinya dapat mempengaruhi permintaan kunjungan Agrowisata “Sweetberry”. Keempat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan pengunjung untuk *Willingness To Pay* (WTP). Berdasarkan latar belakang diatas Agrowisata “Sweetberry” dapat dilakukan penilaian kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) atau WTP karena termasuk ke dalam barang semi publik kategori agrowisata. Berdasarkan latar belakang diatas Agrowisata “Sweetberry” dapat dilakukan penilaian kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) atau WTP karena termasuk ke dalam barang semi publik kategori agrowisata. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Mengidentifikasi karakteristik pengunjung Agrowisata “Sweetberry”. 2) Mengidentifikasi persepsi pengunjung Agrowisata “Sweetberry”. 3) Menghitung besarnya nilai kesediaan membayar (*Willingness To Pay*) dari pengunjung Agrowisata “Sweetberry”. 4) Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nilai *Willingness To Pay* (WTP) dari pengunjung Agrowisata “Sweetberry”.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Desa Cibadak, Kecamatan Sukaresmi, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat. Pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan metode *Non-probability*

*sampling* lebih spesifiknya *incidental sampling* dengan mengambil 100 responden. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Karakteristik dan persepsi pengunjung, Analisis CVM (*Contingent Valuation Method*), serta Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Besarnya Nilai WTP Pengunjung Agrowisata “Sweetberry”. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis Karakteristik dan persepsi pengunjung.

Karakteristik pengunjung Agrowisata “Sweetberry” baik itu kondisi sosial atau ekonomi dianalisis dan diidentifikasi secara deskriptif. Karakteristik tersebut akan menjadi gambaran faktor-faktor yang akan berpengaruh terhadap kesiediaan membayar dari pengunjung terhadap Agrowisata “Sweetberry”.

Persepsi pengunjung dianalisis menggunakan analisis deskriptif. Persepsi yang dianalisis berupa sarana dan prasarana yang menunjang kegiatan serta kondisi alam dan lingkungan Agrowisata “Sweetberry”. Persepsi pengunjung tersusun atas tiga aspek yaitu aspek kognitif, aspek afektif dan aspek konatif. Menurut Azwar (2010) pengukuran persepsi dapat dilakukan dengan menggunakan Skala Likert dengan katagori sebagai berikut:

Tabel 1. Pengukuran persepsi

Sangat Setuju	SS
Setuju	S
Kurang Setuju	KS
Tidak Setuju	TS
Sangat Tidak Setuju	STS

Sumber : Azwar, 2010

2. Analisis CVM (*Contingent Valuation Method*)

Analisis yang digunakan untuk memperkirakan Ekspetasi *Willingness to Pay* (EWTP) dan besarnya total *Willingness to Pay* (TWTP). Dalam penelitian ini tedapat empat tahap:

a. Membuat Pasar Hipotesis

Skenario yang dapat dibuat pada penelitian ini adalah sebgai berikut:

Agrowisata “Sweetberry” merupakan suatu destinasi wisata yang berada di Desa Cibadak, Kecamatan Sukaresmi, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat. Agrowisata “Sweetberry” berada didataran tinggi sehingga udara disana sejuk. Terlebih lagi letaknya didalam kompleks perumahan sehingga tidak bising oleh kendaraan bermotor, walaupun begitu akses masuknya terbilang mudah, untuk pengunjung yang tidak membawa kendaraan pribadi Agrowisata “Sweetberry” dapat diakses dengan angkutan umum serta ojek dan *taxi* daring. Bagi pengguna kendaraan pribadi agrowisata ini juga menyediakan tempat parkir yang luas dan aman karena ada di dalam kompleks perumahan. Agrowisata “Sweetberry” difasilitasi dengan kebun stroberi, kebun jambu kristal, kebun sayur hidroponik, taman kelinci, kandang kambing, kandang angsa, kolam ikan, mushollah, *toilet*, aula berkumpul, kantin dan *spot* berfoto.

Pengelola juga menyediakan pemandu wisata untuk memberi edukasi dan teknik bercocok tanam bagi pengunjung. Pengunjung dapat memetik langsung buah dan sayur untuk dibeli dengan harga yang terjangkau. Agrowisata “Sweetberry” menyediakan tempat untuk membeli buah tangan seperti dodol stroberi, selai stroberi dan sambal stroberi. Agrowisata ini menetapkan tiket masuk sebesar Rp15.000 termasuk segelas jus strawberry.

Agrowisata “Sweetberry” mengalami penurunan pengunjung ditahun 2020 ini faktornya adalah persaingan dan juga wabah Covid-19. Fasilitas yang ada di Agrowisata “Sweetberry” masih terbilang sangat sederhana sehingga Agrowisata “Sweetberry” ingin melakukan pengembangan untuk dapat bersaing dengan Agrowisata yang ada dikawasan

Cianjur dan sekitarnya. Pengembangan yang dilakukan Agrowisata “Sweetberry” seperti perawatan sarana dan prasarana dengan melakukan pengecatan dan perbaikan fasilitas, pemeliharaan lingkungan, penambahan tempat sampah di beberapa titik, serta penambahan spot berfoto.

Pihak pengelola agrowisata berencana untuk memperbaiki sarana dan prasarana dan menambah fasilitas yang ada. Perbaikan sarana dan prasarana serta penambahan fasilitas membutuhkan biaya tambahan pada tiket masuk yang saudara bayarkan, maka dari itu apakah saudara bersedia membayar program pengembangan tersebut? Berapakah nilai harga tiket maksimal yang masih dapat saudara bayarkan untuk hal tersebut?

b. Mendapatkan Penawaran Besarnya Nilai WTP

Metode untuk mendapatkan nilai penawaran pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *Open-ended Question*, dimana pada metode ini responden diberi pertanyaan mengenai *Willingnes To Pay* maksimum yang bersedia dibayarkan, dengan catatan tidak adanya nilai tawaran lain yang diberikan. Sehingga responden diberi kebebasan untuk menyatakan nilai yang ingin dibayarkan.

c. Menghitung Rata-rata Nilai WTP

Nilai rata-rata yang akan dikeluarkan responden yang bersedia membayar dapat dihitung dengan menggunakan rumus dibawah ini:

$$EWTP = \frac{\sum WTP.Xi}{N}$$

Keterangan:

EWTP	=	Ekspetasi WTP (rupiah)
WTPXi	=	Nilai WTP tiap responden (rupiah)
N	=	jumlah responden (orang)

e. Mengestimasi Data

Setelah mendapatkan nilai rata-rata WTP maka selanjutnya menghitung nilai total WTP dari responden dengan menggunakan rumus:

$$TWTP = EWTP . Ni$$

Keterangan:

TWTP	=	Total WTP (rupiah)
EWTP	=	Ekspetasi WTP (rupiah)
Ni	=	Populasi (orang)

3. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Besarnya Nilai WTP Pengunjung Agrowisata “Sweetberry”.

Analisis faktor- faktor yang berpengaruh terhadap besarnya nilai WTP pengunjung Agrowisata “Sweetberry” dengan menggunakan regresi linier berganda. Persamaan regresi besarnya nilai WTP dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$WTP = \beta_0 + \beta_1 JK_i + \beta_2 TU_i + \beta_3 SP_i + \beta_4 TP_i + \beta_5 PK_i + \beta_6 PD_i + \beta_7 JT_i + \epsilon_i$$

WTP = Nilai WTP responden (Rp)

$\beta_0$  = Intersep

JK = Jenis Kelamin (bernilai 1 untuk pria dan 0 untuk wanita).

TU = Tingkat Usia (tahun)

TP = Tingkat Pendidikan (tahun)

PK = Pekerjaan (bernilai 1 untuk pegawai negeri sipil dan 0 untuk lainnya, bernilai 1 untuk pegawai swasta dan 0 untuk lainnya, bernilai 1 untuk wirausaha dan 0 untuk lainnya, bernilai 1 untuk ibu rumah tangga dan 0 untuk lainnya, bernilai 1 untuk mahasiswa dan 0 untuk lainnya, serta bernilai 1 untuk pekerjaan lain dan 0 untuk lainnya).

PD = Rata-rata Pendapatan Per Bulan (Rp)

JT = Jumlah Tanggungan (orang)

$\varepsilon$  = Galat atau *Error*

Variabel–variabel tersebut diduga mempengaruhi nilai WTP responden dalam upaya perbaikan sarana dan prasarana Agrowisata “Sweetberry”.

a. Koefisien Determinasi (Uji  $R^2$ )

Koefisien determinasi atau Uji  $R^2$  merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel–variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas dan sebaliknya jika nilai  $R^2$  mendekati 1 berarti variabel–variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2012).

b. Pengujian Hipotesis

Penelitian ini juga menggunakan uji hipotesis. Data yang diperoleh dari hasil penelitian diproses sesuai dengan jenis data yang didapatkan dan kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan metode statistik dengan menggunakan pengujian secara simultan (Uji–F) dan pengujian secara parsial (Uji-t).

c. Uji secara Simultan (Uji–F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat (Ghozali, 2012). Pengujian hipotesis ini menggunakan statistik F dengan dasar pengambilan keputusan yang digunakan dalam uji F adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5 persen ( $\alpha = 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti variabel bebas secara bersama–sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5 persen ( $\alpha = 0,05$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang berarti variabel bebas secara bersama–sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

Sehingga didapatkan hipotesis penelitian yang akan digunakan penulis adalah sebagai berikut :

$H_0$  : Tidak terdapat adanya pengaruh yang signifikan antara faktor-faktor terhadap besarnya nilai WTP pengunjung.

$H_a$  : Terdapat adanya pengaruh yang signifikan antara faktor-faktor terhadap besarnya nilai WTP pengunjung.

d. Uji secara Parsial (Uji-t)

Menurut, Ghozali (2012) uji-t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan dalam uji-t adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5 persen ( $\alpha = 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima, yang berarti variabel bebas secara individual berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5 persen ( $\alpha = 0,05$ ) maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak, yang berarti variabel bebas secara individual tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Responden penelitian adalah pengunjung Agrowisata “Sweetberry” Desa Cibadak, Kecamatan Sukaresmi, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat. Karakteristik responden meliputi jenis kelamin, tingkat usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, rata-rata pendapatan per bulan, dan jumlah tanggungan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki dengan presentase 54 persen. Tingkat usia keseluruhan berada pada usia 24-27 tahun dan 32-35 tahun dengan presentase 19 persen. Tingkat pendidikan sebagian besar responden sudah menempuh pendidikan Strata 1 (S1) dengan persentase 46 persen. Pekerjaan sebagian besar responden bekerja sebagai pegawai swasta dengan presentase 46 persen. Rata-rata pendapatan perbulan sebagian besar responden memiliki pendapatan sebanyak 4.987.501 – 9.275.000 rupiah dengan presentase 52 persen. Jumlah tanggungan sebagian besar responden memiliki tanggungan sebanyak 3 orang dengan presentase sebanyak 36 persen.

### Persepsi Pengunjung

Persepsi merupakan bagaimana individu mengerti dan menilai lingkungan sekitarnya (Sarwono, 1992). Persepsi pengunjung dibutuhkan supaya pengelola dapat mengetahui penilaian yang diberikan pengunjung terhadap Agrowisata “Sweetberry” dan dapat menjadi bahan evaluasi. Penilaian dibagi menjadi tiga aspek yaitu aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek konatif.

Tabel 2. Rata – rata skor variabel X1

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Frek	Rata ket -Rata
		1	2	3	4	5		
1	Apakah Agrowisata “Sweetberry” termasuk agrowisata yang asri?	0	1	13	59	24	100	3,97 Setuju
2	Apakah Agrowisata “Sweetberry” memiliki keindahan dan daya tarik sebagai obyek wisata?	0	0	11	73	13	100	3,9 Setuju
3	Apakah Agrowisata “Sweetberry” mudah untuk diakses?	0	0	1	75	20	100	4,03 Setuju
Rata –Rata Skor Variabel X1								3,97 Setuju

Sumber : Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2, Rata–rata skor variabel X1, yaitu aspek kognitif pengunjung terhadap Agrowisata “Sweetberry” adalah dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang obyek. Menurut Walgito (2003), aspek kognitif tersusun atas dasar

pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang objek. Berkaitan dengan pikiran seseorang apa yang ada dalam pikiran konsumen. Kognitif bersifat rasional, masuk akal. Atas dasar ketiga indikator tersebut maka tersusun tiga pertanyaan seperti pada Tabel 2, Rata-rata skor variabel X1 sebesar 3,97 yang berarti pengunjung setuju dengan tiga pertanyaan yang diajukan. Menurut pengunjung Agrowisata “Sweetberry” termasuk agrowisata yang asri, memiliki daya tarik sebagai agrowisata dan keberadaannya mudah diakses. Hal tersebut dikarenakan letak Agrowisata “Sweetberry” itu sendiri yang berada di dataran tinggi dan berada di area perumahan.

Tabel 3. Rata – rata skor X2

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Frek	Rata -Rata	ket
		1	2	3	4	5			
1	Apakah Anda merasa senang mendapat pengalaman dan pengetahuan pada Agrowisata “Sweetberry”?	0	0	8	80	9	100	3,89	Setuju
2	Apakah anda merasa puas dengan pengelolaan Agrowisata “Sweetberry”?	0	0	28	56	13	100	3,73	Setuju
3	Apakah fasilitas yang disediakan Agrowisata “Sweetberry” sudah memuaskan?	0	1	50	46	1	100	3,41	Setuju
Rata –Rata Skor Variabel X2								3,68	Setuju

Sumber : Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 3, Rata-rata skor X2, Menurut Walgito (2003) aspek afektif dengan komponen yang berhubungan rasa senang dan rasa tidak senang, sifatnya evaluatif yang berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimiliki berkaitan dengan perasaan bersifat emosional. Aspek afektif wujudnya bisa berupa perasaan senang, sedih, ceria, dan gembira. Indikatornya adalah emosi, perasaan dan penilaian. Rata-rata skor variabel X2 sebesar 3,68 yang berarti pengunjung setuju dengan tiga pertanyaan yang diajukan. Menurut pengunjung Agrowisata “Sweetberry” pengetahuan yang didapat, pengelolaan dan fasilitas sudah baik. Hal tersebut dikarenakan pihak pengelola selalu mengevaluasi kinerja para karyawannya.



Tabel 4. Rata – rata skor X3

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Frek	Rata -Rata	ket
		1	2	3	4	5			
1	Apakah Anda datang ke Agrowisata “Sweetberry” karena keindahan alamnya?	0	0	11	69	17	100	3,94	Setuju
2	Apakah Anda datang ke Agrowisata “Sweetberry” karena promisi yang dilakukan pihak pengelola?	0	4	59	35	0	100	3,25	Kurang Setuju
3	Apakah Anda datang ke Agrowisata “Sweetberry” karena rekomendasi dari teman?	0	3	50	41	5	100	3,45	Setuju
4	Apakah Anda datang ke Agrowisata “Sweetberry” karena rasa penasaran dan keinginan sendiri?	0	1	4	77	16	100	4,02	Setuju
Rata –Rata Skor Variabel X3								3,67	Setuju

Sumber : Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4, Rata-rata skor X3, menurut Walgito (2013) aspek konatif merupakan kesiapan seseorang untuk bertindak laku yang berhubungan dengan obyek sikapnya dan berkaitan dengan tindakan. Wujudnya adalah tindakan seseorang terhadap obyeknya. Indikatornya adalah motivasi, sikap, kemasn, dan keinginan. Rata-rata skor variabel X3 sebesar 3,67 yang berarti pengunjung setuju dengan empat pertanyaan yang diajukan. Dapat dilihat pada Tabel 4 bahwa kurangnya promosi yang dilakukan pihak pengelola. Pengelola Agrowisata “Sweetberry” kurang memanfaatkan media sosial sebagai media untuk promosi.

### Kesediaan Membayar

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengujung diketahui bahwa tidak semua pengunjung bersedia membayar lebih dari harga tiket masuk Agrowisata “Sweetberry”. Alasan pengunjung ingin membayar lebih adalah karena pengunjung ingin menikmati fasilitas yang ada di Agrowista “Sweetberry” bila berkunjung kembali. Sedangkan pengunjung yang tidak bersedia membayar lebih beranggapan harga tiket masuk sudah termasuk mahal dan ingin berwisata dengan murah meriah. Sebanyak 79 orang pengunjung yang menyatakan bersedia membayar lebih dari harga tiket masuk Agrowisata “Sweetberry” saat penelitian. Pengunjung memiliki kesediaan membayar yang berbeda-beda. Sebaran kesediaan membayar pengunjung disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Sebaran kesiediaan membayar pengunjung

No	Nilai WTP (rupiah)	Jumlah Pengunjung (orang)
1	17.000	4
2	18.000	8
3	20.000	27
4	25.000	23
5	30.000	14
6	35.000	3
	Total	79

Sumber : Data Primer diolah, 2020

Tabel 5. Menunjukkan bahwa kesiediaan membayar pengunjung paling banyak ada pada harga Rp20.000, dengan kenaikan sebesar Rp5.000 dari harga tiket awal. Kesiediaan membayar (*Willingness To Pay*) pengunjung Agrowisata “Sweetberry” dianalisis menggunakan *Contingent Valuation Method* atau yang disingkat menjadi CVM. Analisis yang digunakan untuk memperkirakan nilai rata-rata *Willingness to Pay* (EWTP) dan besarnya nilai total *Willingness to Pay* (TWTP). Analisis CVM terdiri dari empat langkah yaitu :

1. Membuat pasar hipotesis

Responden diberikan informasi mengenai kekurangan dan kelebihan dari Agrowisata “Sweetberry” serta rencana pengelola Agrowisata “Sweetberry” untuk mengembangkan sarana dan prasarana. Responden dapat menentukan sejumlah uang yang bersedia dibayarkan dari gambaran pasar hipotesis yang dibangun. Pasar hipotesis yang dibuat untuk responden membuat responden mencermati masalah dengan baik sehingga dapat memberikan nilai maksimum yang sedia untuk dibayarkan untuk pengembangan Agrowisata “Sweetberry”.

2. Mendapatkan Penawaran Besarnya Nilai WTP

Besarnya nilai WTP konsumen diperoleh menggunakan metode *Open-ended Question*, dimana pada metode ini responden diberi pertanyaan mengenai *Willingness To Pay* maksimum yang bersedia dibayarkan, dengan catatan tidak adanya nilai tawaran lain yang diberikan. Sehingga responden diberi kebebasan untuk menyatakan nilai yang ingin dibayarkan.

3. Menghitung Ekspetasi WTP

Ekspetasi WTP atau *The Expected Willingness To Pay* yang dilambangkan dengan EWTP adalah rata-rata uang yang dikeluarkan oleh responden, fdiperoleh berdasarkan distribusi WTP dengan menggunakan perkalian antara nilai WTP dengan frekuensi relatif konsumen. Nilai WTP yang digunakan adalah nilai tengah atau median. Kemudian nilai tersebut dijadikan sebagai nilai WTP (harga awal produk). Ekspetasi WTP disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Ekspetasi WTP

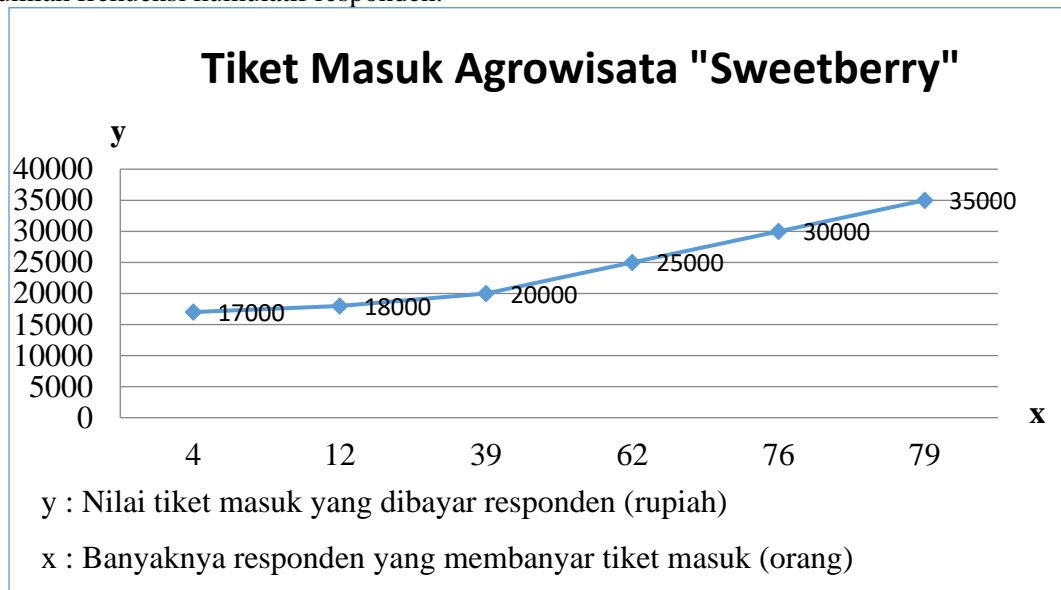
Harga Awal Tiket (Rp)	Rata-Rata Maksimum WTP (Rp)	Persentase Peningkatan (%)
15.000	23.443,038	56,28%

Sumber : Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 6, bahwa rata-rata maksimum WTP untuk tiket masuk Agrowisata “Sweetberry bila dibandingkan dengan nilai WTP untuk masuk Setiya Aji Flower Farm tergolong tidak begitu mahal. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Susilowati (2020), tentang *Willingness To Pay For The Development Of Agro-Tourism*

*Facilities In Bandungan District, Semarang Regency (A Case Study At The Setiya Aji Flower Farm)*, tiket masuk awal untuk berkunjung ke Setiya Aji Flower Farm sebesar Rp7.500 dengan rata-rata maksimum WTP sebesar Rp13.000. Sehingga pengunjung masih bersedia membayar lebih. Nilai WTP pada Agrowisata “Sweetberry” diperkirakan masih dapat dijangkau bagi masyarakat Indonesia.

Kurva WTP konsumen dibentuk menggunakan jumlah kumulatif dari jumlah individu yang memilih suatu nilai WTP. Kurva WTP memiliki dua sumbu yang menunjukkan hubungan antara nilai WTP yang bersedia dibayarkan responden dengan jumlah frekuensi kumulatif responden.



Gambar 2. WTP Tiket Masuk Agrowisata “Sweetberry”

Berdasarkan kurva WTP tiket masuk Agrowisata “Sweetberry”, diketahui bahwa terdapat 79 orang responden yang bersedia membayar lebih tinggi dari harga saat penelitian. Sebaran WTP tiket masuk Agrowisata “Sweetberry” dapat dilihat pada Tabel 7. Tabel 7. Sebaran WTP tiket masuk Agrowisata “Sweetberry”

Nilai tiket masuk yang dibayar responden (rupiah)	Banyaknya responden yang membayarkan tiket masuk (orang)
15.001 – 20.000	39
20.001 – 25.000	23
25.001 – 30.000	14
30.001 – 35.000	3
Total	79

Sumber : Data Primer diolah, 2020

Kurva WTP menunjukkan pergerakan mengarah ke atas kanan. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat Pengunjung yang bersedia membayar dengan harga yang semakin tinggi. Karena titik terendah merupakan nilai awal atau titik lelang dengan nilai terendah, maka pergerakan kurva ke atas menunjukkan nilai WTP yang semakin meningkat dan pergerakan kurva ke kanan menunjukkan bertambahnya jumlah pengunjung yang bersedia membayar. Kurva WTP tiket masuk Agrowisata “Sweetberry” memiliki kurva yang landai. Semakin besar selisih jumlah pengunjung pada suatu titik WTP ke titik

selanjutnya, maka semakin landai bentuk kurvanya. Sebaliknya, semakin sedikit selisih jumlah pengunjung pada suatu titik WTP ke titik selanjutnya, maka semakin curam bentuk kurvanya.

#### 4. Mengestimasi Data

Menghitung nilai total WTP dari responden dengan mengkalikan rata-rata antara nilai rata-rata WTP dengan populasi responden pada nilai WTP tersebut. Nilai total WTP penting untuk diketahui agar pengelola mendapatkan informasi mengenai nilai penjualan dengan harga maksimal yang bersedia dibayarkan pengunjung, yang dapat dihasilkan. Hasil perhitungan agregasi WTP dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Total WTP

Nilai WTP (Rp)	Total WTP (Rp)
17.000	68.000
18.000	144.000
20.000	540.000
25.000	575.000
30.000	420.000
35.000	105.000
<b>Total</b>	<b>1.852.000</b>

Sumber : Data Primer diolah, 2020

Biaya penambahan tiket masuk yang pengunjung sedia bayarkan untuk pengembangan Agrowisata “Sweetberry” yang dapat dari rata-rata maksimum WTP dikurangi dengan harga awal tiket adalah sebesar  $\text{Rp}23.443,038 - \text{Rp}15.000 = \text{Rp}8.443,038$ . Biaya perencanaan pengembangan yang dilakukan Agrowisata “Sweetberry” dapat dilihat pada Tabel 8. Biaya perencanaan pengembangan sebesar  $\text{Rp}47.470.000$  dan dapat dihasilkan bila pengunjung membayar penambahan tiket masuk. Banyaknya pengunjung yang harus membayar penambahan tiket masuk supaya biaya perencanaan pengembangan terpenuhi sebanyak 5.622,383 orang yang dibulatkan menjadi 5.623 orang. Menurut pengelola Agrowisata “Sweetberry” yaitu Bapak Heru, bila sudah dilakukan pengembangan pada Agrowisata “Sweetberry” tetap menerapkan tiket masuk yang baru, biaya penambahan sebagian dapat dikelola untuk perbaikan lingkungan dan sebagian lagi untuk biaya perawatan sarana dan prasarana.

Tabel 9. Biaya perencanaan pengembangan

No	Deskripsi	X	Kuantitas	Satuan	Harga (rupiah)	Total (rupiah)
1.	Perawatan sarana dan prasarana		5	Unit	1.000.000	5.000.000
2.	Biaya tranport dan instalasi	5	10	Hari orang kerja	75.000	3.750.000
3.	Biaya pemeliharaan lingkungan untuk area Agrowisata "Sweetberry"	2	10	Hari orang kerja	1.000.000	20.000.000
4.	Tempat sampah 100L		5	Unit	370.000	2.220.000
5.	Pembuata spot foto		5	Unit	3.000.000	15.000.000
6.	Biaya transport dan instalasi	4	5	Hari orang kerja	75.000	1.500.000
Total						47.470.000

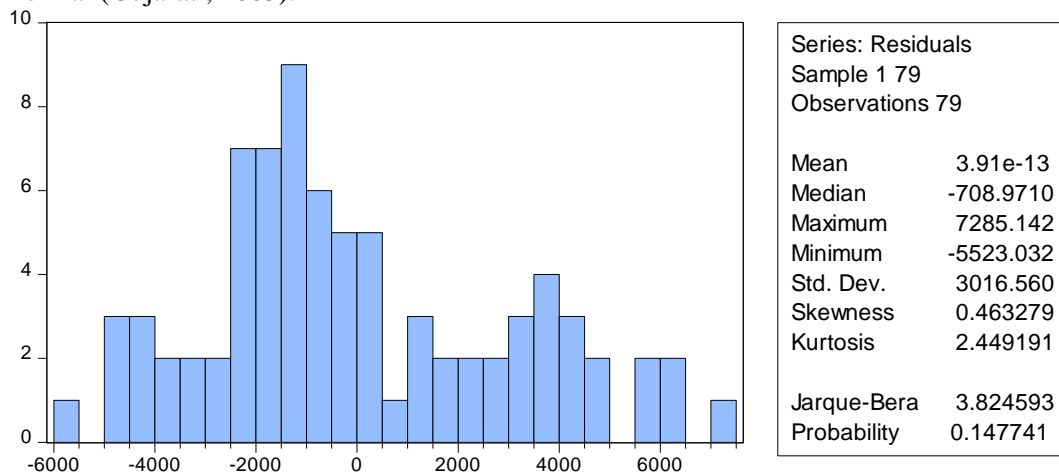
Sumber : Data Primer diolah, 2020.

### Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesiediaan Membayar

#### 1. Uji Asumsi Penyimpangan Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk menentukan bahwa data yang akan diuji merupakan data yang memiliki distribusi normal. Permasalahan data yang tidak berdistribusi normal tidak akan menjadi masalah apabila jumlah sampel sudah lebih dari 30 observasi, karena jumlah sampel yang lebih dari 30 akan mendekati distribusi normal (Gujarati, 2003).



Gambar 3. Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas data dalam penelitian menggunakan uji Jarque-Bera pada program eviews version 10.0. Berdasarkan hasil *output* di atas menunjukkan bahwa nilai Jarque-Bera 3,824593 dengan probabilitas 0,147741. Dengan nilai probabilitas

0,175201 yang lebih besar dari taraf signifikan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini telah berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan yang sempurna antar variabel bebas dalam model regresi atau dapat juga dikatakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Menurut Basuki (2015) apabila nilai VIF < 10 maka tidak terdapat multikolinieritas diantara variabel independen, dan sebaliknya jika nilai VIF > 10 maka terdapat multikolinieritas. Karena nilai VIF variabel bebas tidak lebih besar dari 10, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas berarti tidak terdapat korelasi antar variabel prediktor ketika dalam model regresi menggunakan lebih dari satu variabel prediktor.

Tabel 10. Uji multikolinieritas

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	21833002	165.2460	NA
JK	791819.6	3.262008	1.486485
TU	3679.464	36.24713	1.736746
TP	71908.27	120.8022	2.038507
PK1	3010324.	3.172460	2.730725
PK2	2047355.	7.257468	3.858401
PK3	2610022.	3.250707	2.715780
PK4	3296225.	3.473761	2.990072
PK5	6463252.	1.238430	1.207077
PD	9.39E-09	5.802096	1.828967
JT	158772.2	13.05125	1.774902

Sumber : Data Primer diolah, 2021

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

Tabel 11. Uji heterokedisitas

F-statistic	1.272167	Prob. F(44,34)	0.2351
Obs*R-squared	49.14738	Prob. Chi-Square(44)	0.2745
Scaled explained SS	26.38516	Prob. Chi-Square(44)	0.9837

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 11, diketahui bahwa nilai nilai probabilitas Chi-Square sebesar 0,2745 variabel jenis kelamin, tingkat usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, rata-rata pendapatan per bulan, dan jumlah tanggungan adalah lebih besar dari 0,05.

Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas. Karena tidak terjadi ketidaksamaan variance dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain

Namun berdasarkan Pendeteksian heteroskedastisitas residual regresi data yang melebihi garis kepercayaan terdapat 23 data, maka data tersebut dapat dibuang karena itu data *outlier*. Maka data yang dianalisis dengan *Eviews* adalah sebanyak 56 data.

## 2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah analisis yang digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis atau linear antara variabel dependen dengan masing-masing predikturnya. Pada uji ini variabel independen yang digunakan adalah jenis kelamin, tingkat usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, rata-rata pendapatan per bulan, dan jumlah tanggungan terhadap satu variabel dependen yaitu *Willingness To Pay*.

### a. Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ )

Koefisien determinasi atau Uji  $R^2$  merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas dan sebaliknya jika nilai  $R^2$  mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali,2012).

Tabel 12. Koefisien determinasi (uji  $R^2$ )

R-squared
0.840391

Sumber : Data Primer diolah, 2021

$R^2$  ( $R^2$ ) menunjukkan angka sebesar 0,840391. Angka tersebut menunjukkan besarnya pengaruh variabel jenis kelamin, tingkat usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, rata-rata pendapatan per bulan, dan jumlah tanggungan sebesar 84,039 persen, sedangkan sisanya 15,961 persen dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel yang diteliti. Menurut Ghozali (2012) Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel. Nilai  $R^2$  pada Tabel 20 mendekati 1 berarti variabel-variabel bebas tersebut memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel *Willingness To Pay*. Dari situ dapat dilihat bahwa nilai  $R^2$  dapat dikatakan relatif cukup besar karena hanya terdapat 15,961 persen faktor di luar model yang mampu mempengaruhi *Willingness To Pay*.

### b. Uji secara Simultan (Uji-F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat (Ghozali, 2012).

Tabel 13. Uji secara simultan (Uji-F)

F-statistic
23.69387

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 13, bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 23,693.  $F_{tabel}$  dengan  $\alpha = 5\%$  yaitu sebesar 1,85.  $F_{hitung}$  sebesar 23,693 lebih besar dari  $F_{tabel}$  yaitu 1,85 maka dapat dikatakan bahwa variabel jenis kelamin, tingkat usia, tingkat pendidikan, pekerjaan,

rata-rata pendapatan per bulan, dan jumlah tanggungan dalam model tersebut serempak atau secara simultan memiliki pengaruh secara nyata terhadap variabel *Willingness To Pay*, yang artinya perbedaan jenis kelamin, tingkat usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, rata-rata pendapatan per bulan, dan jumlah tanggungan secara bersama-sama mempengaruhi besarnya nilai *Willingness To Pay* yang diberikan oleh responden.

c. Uji secara Parsial (Uji-t)

Menurut, Ghozali (2012) uji-t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian secara individual dalam menerangkan variabel dependen.

Tabel 14. Uji secara Parsial (Uji-t)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	10930.64	3514.911	3.109793	0.0032
JK	1420.426	576.8164	2.462528	0.0177
TU	27.38139	38.69333	0.707651	0.4828
TP	576.0052	218.1921	2.639900	0.0114
PK1	-1900.997	1145.494	-1.659544	0.1040
PK2	-1069.440	933.8551	-1.145188	0.2582
PK3	-649.8989	1072.561	-0.605932	0.5476
PK4	848.3745	1221.489	0.694541	0.4909
PK5	-1038.124	1423.988	-0.729026	0.4698
PD	0.000757	0.000108	7.025642	0.0000
JT	-909.4881	291.9844	-3.114851	0.0032

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil *output* pada Tabel 14, variabel independen yang memiliki pengaruh karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima, yang berarti variabel bebas secara individual berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Diketahui bahwa variabel Jenis Kelamin (JK), Tingkat Pendidikan (TP), Pendapatan (PD) dan Jumlah Tanggungan (JT) memiliki hubungan dan pengaruh nyata terhadap variabel dependen WTP.

Nilai  $t_{hitung}$  Jenis Kelamin (JK) sebesar 2,462 lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  sebesar 1,999 maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima, yang berarti variabel jenis kelamin secara individual berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *Willingness To Pay*. Jenis kelamin secara positif dan signifikan mempengaruhi pengunjung untuk bersedia membayar tiket masuk, nilai koefisien adalah 1420,426. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Diana (2013) Analisis *Willingness To Pay* (WTP) Pengunjung Terhadap Objek Wisata Kandang Sawahlunto Sumatera Barat menyimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi kesiediaan membayar salah satunya adalah jenis kelamin. Jenis kelamin laki-laki lebih ingin membayar lebih dari pada jenis kelamin perempuan.

Nilai  $t_{hitung}$  Tingkat Pendidikan (TP) sebesar 2,639 lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  sebesar 1,999 maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima, yang berarti variabel tingkat pendidikan secara individual berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *Willingness To Pay*. Tingkat pendidikan secara positif dan signifikan mempengaruhi pengunjung untuk bersedia membayar tiket masuk, nilai koefisien adalah 576,005. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fadilah (2011) yang meneliti tentang Analisis *Willingness To Pay* (WTP) Pengunjung Terhadap Paket Wisata Di Wana Wisata Curug Nangka (WWCN) Kabupaten Bogor, menyimpulkan bahwa lamanya pendidikan yang



ditempuh mempengaruhi besarnya nilai WTP, karena semakin tinggi pendidikan yang ditempuh semakin tinggi pula kesadaran akan pasar hipotesis yang dibangun.

Nilai  $t_{hitung}$  Pendapatan (PD) sebesar 7,025 lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  sebesar 1,999 maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima, yang berarti variabel pendapatan secara individual berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *Willingness To Pay*. Pendapatan secara positif dan signifikan mempengaruhi pengunjung untuk bersedia membayar tiket masuk, nilai koefisiennya adalah 0,000757. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Annisa (2017) yang meneliti Kawasan Wisata Gua Pindul, Kabupaten Gunungkidul, yang menyimpulkan juga bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap nilai WTP, artinya setiap kenaikan jumlah pendapatan pengunjung akan meningkatkan nilai WTP. Pendapatan pengunjung mempengaruhi besarnya nilai WTP karena pendapatan yang tinggi akan memiliki dana lebih untuk mengeluarkan biaya lainnya, dalam hal ini yaitu untuk mendukung pengembangan Agrowisata.

Nilai  $t_{hitung}$  Jumlah Tanggungan (JT) sebesar -3,114 lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  sebesar (-1,999) maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima, yang berarti variabel jumlah tanggungan secara individual berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *Willingness To Pay*. Jumlah tanggungan secara negatif dan signifikan mempengaruhi pengunjung untuk bersedia membayar tiket masuk, nilai koefisiennya adalah -909,488. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian berjudul Kesiediaan Membayar untuk Membayar Peningkatan Kualitas Lingkungan Desa Wisata yang dilakukan oleh Prasetyo (2013), menyimpulkan bahwa jumlah tanggungan keluarga berpengaruh secara signifikan terhadap kesiediaan membayar dan memiliki koefisien yang negatif yang berarti bahwa jumlah tanggungan keluarga mempunyai pengaruh yang negatif terhadap kesiediaan membayar. Artinya bila jumlah tanggungan meningkat maka kesiediaan membayar akan menurun.

Berdasarkan Tabel 22, Uji secara Parsial (Uji-t) variabel tingkat usia dan pekerjaan memiliki nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari pada  $t_{tabel}$  yang menunjukkan  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak, sehingga variabel tingkat usia dan pekerjaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel *Willingness To Pay*. Artinya variabel tingkat usia dan pekerjaan tersebut secara individu tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesiediaan membayar (*Willingness To Pay*).

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Penelitian berdasarkan segmentasi pengunjung didominasi oleh laki-laki dengan rata-rata usia antara 35 tahun, dengan tingkat pendidikan tertinggi adalah 16 tahun atau Strata 1, pekerjaan yang mendominasi adalah pegawai swasta, rata-rata responden yang memiliki pendapatan sebesar Rp6.862.000, dan jumlah tanggungan yang dimiliki responden sebanyak 3 orang.
2. Persepsi pengunjung Agrowisata "Sweetberry" berdasarkan aspek kognitif, afektif dan konatif dapat disimpulkan termasuk kedalam kategori setuju dan masing-masing memiliki rata-rata sebesar 3,97; 3,68 dan 3,67.

3. Nilai rata-rata maksimum WTP pengunjung sebesar Rp23.443,038 hal tersebut bertambah sebesar Rp8.443,038 dari tiket masuk awal yang sebesar Rp15.000.
4. Faktor yang mempengaruhi kesiediaan membayar secara signifikan pada selang kepercayaan 95% adalah jenis kelamin, tingkat pendidikan, pendapatan dan jumlah tanggungan.

### Saran

Saran yang dapat diberikan sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pengelola harus lebih meningkatkan kualitas dan kuantitas dari fasilitas wisata agar pengunjung merasa nyaman dalam berwisata ke Agrowisata “Sweetberry”. Fasilitas yang ditambahkan dapat disesuaikan dengan target pasar dari Agrowisata “Sweetberry”. Pengunjung Agrowisata “Sweetberry” sebagian besar adalah pengunjung yang datang dengan keluarga, fasilitas yang ditambahkan dapat berupa tempat piknik untuk keluarga dan wahana permainan anak.
2. Sarana dan prasarana di Agrowisata “Sweetberry” perlu dilakukan perawatan yang berkelanjutan setiap bulannya hal ini bertujuan agar sarana dan prasarana tidak terbengkalai dan rusak.
3. Besarnya nilai rata-rata kesiediaan membayar responden dapat dijadikan acuan bagi pengelola dalam penetapan harga tiket masuk Agrowisata “Sweetberry”. Dimana pengelola dapat meningkatkan biaya tiket masuk Agrowisata “Sweetberry”.
4. Selain perbaikan dan penambahan fasilitas serta sarana dan prasarana promosi yang berkesinambungan terhadap Agrowisata “Sweetberry” juga diperlukan, kiranya seperti perbaikan *feed instagram* supaya lebih menarik dan juga lebih memanfaatkan fitur *Facebook Ads* serta *Instagram Ads* sebagai media promosi.

### DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, T. 2017. Analisis Kesiediaan Membayar (Wtp) Untuk Mendukung Ekowisata Berkelanjutan Di Kawasan Wisata Gua Pindul, Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Bumi Indonesia*, 6(4).
- Asrori, M. 2009. *Psikologi Pembelajaran*. Wacana Prima, Bandung.
- Azwar, S. 2010. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Basuki, A. T. 2015. *Ekonometrika Teori & Aplikasi*. Mitra Pustaka Nurani, Yogyakarta.
- Diana, M. 2013. Analisis Willingness To Pay (WTP) Pengunjung Terhadap Objek Wisata Kandi Sawahlunto Sumatera Barat. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Fadilah, S. D. 2011. Analisis Willingness To Pay (WTP) Pengunjung Terhadap Paket Wisata Di Wana Wisata Curug Nangka (WWCN) Kabupaten Bogor. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Bogor.

- Ghozali, I. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gujarati, D. 2003. *Ekonometri Dasar*. Erlangga, Jakarta.
- Prasetyo, N. 2013. Bagaimana Kesiapan Membayar untuk Membayar Peningkatan Kualitas Lingkungan Desa Wisata. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 14(2).
- Sarwono, S. W. 1992. *Psikologi Lingkungan*. Gramedia, Jakarta.
- Susilowati, I. 2020. Willingness To Pay For The Development Of Agro-Tourism Facilities In Bandungan District, Semarang Regency (A Case Study At The Setiya Aji Flower Farm. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian*, 4(2).
- Walgito, B. 2003. *Pengantar Psikologi Umum*. ANDI, Yogyakarta.
- Yoeti, O. 2000. *Ilmu Pariwisata*. Pertja, Jakarta.