

BAB III

METODOLOGI

3.1. Lokasi dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sionggang Utara, Kecamatan Lumban Julu, Kabupaten Toba Samosir. Penelitian ini dilaksanakan dari 1 (satu) bulan yakni bulan Agustus-September 2022. Lokasi penelitian dilakukan dengan alasan bahwa Agrowisata Taman Eden 100 merupakan agrowisata yang memiliki atraksi pelestarian lingkungan dan salah satu agrowisata yang memberikan edukasi terhadap pelestarian lingkungan. Taman Eden 100 memiliki atraksi wisata alam, ditanami berbagai rempah khas Toba dan memproduksi berbagai produk turunan dari rempah khas Toba salah satunya adalah Andaliman dan pada saat pembentukannya Taman Eden 100 ditanami oleh 100 jenis tanaman.

3.2. Jenis Penelitian

Jenis data yang akan dikumpulkan untuk diolah dan dianalisis dalam penelitian ini meliputi data kuantitatif dengan analisis deskriptif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka sehingga peneliti dapat mengukur pengaruh variabel-variabel atas jawaban yang diperoleh sehingga memperoleh perbandingan dan dapat menarik kesimpulan yang lebih objektif berdasarkan data yang diperoleh. Penelitian dengan data kuantitatif dengan analisis deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis data kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif (Salim & Sahrum, 2012). Untuk pengambilan data menggunakan marketing research. Marketing research adalah proses dalam mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan situasi pasar tertentu dengan tujuan membantu Perusahaan dalam hal ini agrowisata Taman Eden 100 memahami pasar, konsumen, dan persaingan dalam mengoptimalkan strategi pemasaran.

3.3. Sumber Data

3.3.1 Sumber data primer

Data primer adalah data yang dihasilkan dan diolah langsung dari penelitian yang dilakukan, sehingga data tersebut relevan dan spesifik dengan tujuan penelitian. Untuk memperoleh data primer yang dilaksanakan melalui wawancara dengan menggunakan alat daftar kuesioner dan observasi langsung ada beberapa hal yang diperoleh yaitu sebagai berikut.

1. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar merupakan proses untuk mengidentifikasi target Pasar. Tujuannya adalah untuk memahami kebutuhan, keinginan, dan preferensi pelanggan yang berbeda-beda dan menyediakan produk atau layanan yang sesuai dengan setiap segmen pasar yang diidentifikasi.

Dalam segmentasi pasar, konsumen dibagi berdasarkan beberapa kelompok yaitu sebagai berikut.

- a. Demografi adalah cara untuk mendapatkan segmentasi pasar dimana memiliki kebutuhan dan preferensi yang berbeda, sehingga dapat

memberikan preferensi dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih terfokus dan efektif untuk dilaksanakan. Pada segmentasi demografi didalamnya memiliki karakteristik seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, pekerjaan dan lain sebagainya.

- b. Geografi adalah cara untuk mendapatkan target pasar dengan melihat preferensi konsumen berdasarkan lokasi geografisnya misalnya lokasi daerah tempat tinggal.
- c. Psikografis adalah teknik segmentasi pasar yang didalamnya merupakan karakteristik psikologis, seperti kepribadian, gaya hidup, dan sikap konsumen.

2. Bauran Pemasaran

1. Variabel produk mencakup semua produk atau jasa yang ditawarkan baik yang sudah ada ataupun yang baru yang tersedia. Melalui bauran Produk dapat menghasilkan sebuah cara untuk memperoleh preferensi kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen apakah sudah sesuai dengan karakteristik yang mereka inginkan. Untuk menghasilkan variabel produk ada beberapa indikator yang ditawarkan dan menjadi preferensi konsumen di dalam strategi pemasaran Agrowisata Taman eden 100 adalah sebagai berikut.
 - a. Indikator preferensi konsumen terhadap Agrowisata
 1. Pemandangan alam (Air Terjun, Tumbuhan langka, Bentang alam)
 2. Coffee shop
 3. Home stay
 4. Pertanian andaliman
 5. Oleh-oleh berupa bibit andaliman
 6. Camping ground
 7. Oleh-oleh olahan andaliman
 - b. Indikator preferensi konsumen terhadap kepuasan Fasilitas dan kebersihan Agrowisata Taman Eden 100
 1. Pusat informasi
 2. Warung
 3. Parkir
 4. Pondok istirahat
 5. Toilet
 6. Musholla
 7. Jalan setapak

c. Indikator preferensi konsumen terhadap pelayanan Agrowisata taman Eden 100

1. Tour Guide
2. Karyawan Taman Eden 100
3. Pelayanan resepsionis

2. Variabel Harga adalah sebuah faktor dalam mempertimbangkan penentuan harga yang tepat untuk produk yang ditawarkan. Harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Untuk menghasilkan preferensi konsumen ada beberapa indikator yang ditawarkan kepada konsumen terhadap Produk agrowisata Taman Eden 100.

a. Indikator preferensi konsumen terhadap biaya yang dikeluarkan dalam berwisata ke Agrowisata Taman Eden 100

1. Transport
2. Makan/ minum
3. Tiket masuk
4. Parkir
5. Penginapan
6. Oleh-oleh agrowisata Taman Eden 100

3. Variabel Tempat itu adalah sebuah pertimbangan yang terfokus pada penentuan keputusan strategis terkait dengan bagaimana tempat tersebut didistribusikan. Tempat menjadi salah satu keberhasilan pemasaran suatu produk atau jasa karena dapat mempengaruhi efektivitas pemasaran, efisiensi biaya, dan kepuasan konsumen.

Ada beberapa indikator yang dibuat terkait preferensi yang ditawarkan yang mudah di akses oleh konsumen.

a. Indikator preferensi konsumen terhadap aksesibilitas menuju Taman Eden 100.

1. Kendaraan pribadi roda 4
2. Kendaraan pribadi roda 2
3. Bus pariwisata
4. Angkutan umum sepeda
5. Jalan kaki

4. Variabel Promosi kegiatan yang dilakukan dalam memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen yang dipengaruhi oleh keputusan pembelian konsumen. Untuk mendapatkan hasil kepuasan konsumen melalui promosi ada beberapa indikator pertanyaan yang dilakukan untuk mendapatkan karakteristik pasar dan target konsumen yang dituju.

- a. Indikator preferensi konsumen terhadap informasi Agrowisata Taman Eden 100.
 1. Brosur
 2. Poster
 3. Instagram
 4. Facebook/ WhatsApp
 5. Keluarga
 6. Saudara
 7. Teman
 8. Sekolah
 9. Dari biro perjalanan wisata

3.3.2 Sumber data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang sumber pertama yang diperoleh. Data ini berupa data yang diperoleh dari sumber Pustaka, Sumber data sekunder, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Data sekunder ini diperoleh dari sumber pustaka, catatan dari pustaka ilmiah dan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Data sekunder pada umumnya digunakan untuk memberikan gambaran tambahan, gambaran pelengkap atau diproses lebih lanjut (Ibrahim, 2015). Data sekunder dapat berupa data yang tersaji dalam bentuk tabel, grafik, dan lain sebagainya yang berasal dari lembaga pemerintahan, lembaga swasta ataupun peneliti sebelumnya. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku-buku yang berkaitan dengan Agrowisata Taman Eden 100.

3.4 Metode Penentuan Responden

Pada penelitian ini menggunakan penentuan responden secara non-probability sampling dimana penentuan responden tidak ditentukan. Pada pengambilan responden penelitian, ada dua kuesioner yang dibuat yaitu bagi Pengunjung yang pernah berkunjung ke Taman Eden 100 dan agi calon pengunjung. Pengambilan sampel dilakukan dengan *non-probability sampling* dimana teknik sampling memberikan peluang dan kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik yang digunakan adalah teknik dalam pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan kuota *Sampling*. *Teknik Kuota Sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi.

Kuota sampling ini digunakan sebagai mengidentifikasi variabel atau karakteristik yang sesuai dengan kriteria sampel. Cara menentukan sampel dilakukan secara purposive sampling dimana dilakukan secara sengaja. Jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 201 orang yaitu untuk calon pengunjung jumlah responden yang dihasilkan sebanyak 78 responden sedangkan untuk jumlah responden yang pernah berkunjung yaitu sebanyak 123 responden. Untuk mendapatkan jumlah

responden dilakukan secara Purposive sampling.

3.5. Pengumpulan Data

3.5.1 Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data secara langsung dimana berinteraksi dengan responden untuk mendapatkan informasi melalui wawancara tersebut. Wawancara yang dilakukan adalah sebuah proses untuk memperoleh keterangan melalui tanya jawab dengan pihak yang bersangkutan, dengan mengajukan sebuah pertanyaan. Wawancara dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, seperti wawancara tatap muka, maupun telepon. Tujuannya adalah untuk menggali informasi dan pemahaman yang lebih mendalam tentang pandangan, persepsi, pengalaman dan pengetahuan responden terhadap topik penelitian yang berlangsung.

3.5.2 Observasi langsung

Observasi langsung adalah metode pengumpulan data secara langsung dilapangan. Observasi dilakukan melalui kegiatan pengamatan, penelitian, dan pengambilan data informasi terhadap aspek-aspek yang berkaitan dengan pengembangan dan pemasaran agrowisata, baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Pengumpulan data berdasarkan observasi langsung adalah metode di mana peneliti secara langsung mengamati dan mencatat berbagai peristiwa, dalam konteks yang diteliti.

3.5.3 Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Skala yang dipakai dalam penelitian ini adalah skala Likert dengan menggunakan lima jawaban alternatif dan diberi skor sebagai berikut:

1. Sangat tidak setuju (STS)
2. Tidak setuju (TS)
3. Kurang setuju (KS)
4. Setuju (S)
5. Sangat setuju (SS)

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang dipakai adalah analisis deskriptif dimana penelitian ini berfokus mengidentifikasi dan mendeskripsikan berbagai hasil variabel yang digunakan. Dalam penelitian ini analisis berdasarkan uraian hasil jawaban dari kuesioner yang telah disebarakan kepada pengunjung. Pada pengumpulan data dalam bentuk angka yang nantinya akan menggambarkan tentang karakteristik baik itu dalam bentuk mean, median, dan modus serta hubungan antar variabel dalam data penelitian.

3.7. Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan sebuah aplikasi yaitu Microsoft Excel. Data yang diperoleh dari hasil jawaban atas kuesioner yang menggunakan skala likert diolah menggunakan berbagai fitur Excel seperti mean, median, dan modus serta persentase setiap jawaban konsumen. Setelah itu dilakukan pembuatan tabel visualisasi data (diagram batang, diagram lingkaran, maupun grafik garis) dengan tujuan memudahkan dalam pembagian hasil jawaban setiap kelompok dan keterangan setiap masing-masing jawaban atas pertanyaan yang digunakan.

3.8. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan pada penelitian ini diambil dari rata-rata yang dikumulatifkan untuk menganalisis pertanyaan terkait objek wisata yang diminati, atraksi pada agrowisata, fasilitas yang ada pada agrowisata, dan media informasi yang digunakan, preferensi terhadap layanan, harga perolehan yang diinginkan oleh pengunjung saat berwisata. Kesimpulan juga didapatkan dengan kriteria dari calon konsumen terkait segmentasi konsumen seperti jenis kelamin, umur, pendidikan, pendapatan, pekerjaan.

BAB IV

DESAIN DAN SISTEM

4.1 Gambaran Umum Agrowisata Taman Eden 100

Tahun 1990-an, banyak seruan dan seminar-seminar tentang lingkungan hidup, tetapi sedikit yang berbuat nyata. Pada waktu masa kepemimpinan Gubsu Raya Inal Siregar sebuah program dikenal dengan Martabe (Marsipature Hutana-be) yang artinya membenahi kampung halaman masing-masing, telah menjadi inspirasi masyarakat untuk menyongsong hari depan, terutama dengan mengatasi kemiskinan dan memerangi pengrusakan alam. Hal ini sangat mendorong kami untuk bertindak nyata terlebih setelah membaca dan merenungkan Firman Tuhan dari Nats Kej. 2:15 (Usahakan dan Lestarkanlah Bumi). Tahun 1998 dibuatlah program Taman Eden 100. "Taman Eden 100" yang artinya: Manusia, tanaman, makhluk hidup lainnya hidup rukun di dalamnya, "100" artinya: seratus jenis tanaman pohon berbuah.

Tanggal 29 Desember 2007, Bank Pohon didirikan di Taman Eden 100 untuk menyuplai bibit-bibit di kawasan Danau Toba, dalam rangka penghijauan dan peningkatan ekonomi masyarakat. Bank pohon terbuka menerima Donor untuk membantu penyediaan bibit-bibit gratis kepada masyarakat penanaman pohon bagi para tamu yang berkomitmen dalam pelestarian alam bibit dan pamflet nama penanaman disediakan.

Taman Eden 100 merupakan satu satunya agrowisata yang ada di Desa Sionggang Utara dan terletak di dekat Kawasan Danau Toba dengan luas lahan \pm 50 ha. Taman Eden 100 menawarkan wisata pertanian dengan menanam berbagai jenis pohon berbuah dan menanam tanaman andaliman (*Zanthoxylum acanthopodium*) dengan luas \pm 4 ha. Taman Eden 100 dikelola oleh Marandus Sirait selaku pencetus dan pemilik agrowisata Taman Eden 100. Wilayah di sekitar Taman Eden 100 dikelilingi oleh pemandangan alami hutan perbukitan, sehingga sepanjang jalan untuk mencapai agrowisata ini jarang ditemui rumah penduduk. Taman Eden 100 terletak di atas ketinggian 1.100 sampai 1.750 meter di atas permukaan laut. Iklim yang mempengaruhi wilayah Taman Eden 100 adalah tropis basah dengan suhu rata-rata 17 derajat celcius sampai dengan 29 derajat celcius.

Berikut batas wilayah administratif Taman Eden 100 yaitu sebagai berikut.

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Ajibata, Kabupaten Simalungun
2. Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Uluan, Kecamatan Porsea Kabupaten Toba
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Danau Toba, Kecamatan Ajibata Kabupaten Simalungun
4. Di Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Asahan

Adapun yang menjadi atraksi di Taman Eden sendiri yang menjadi daya tarik berkunjung yaitu sebagai berikut.

1. Air terjun 2 tingkat, 500 meter dari posko dan selain air terjun ini, ada Air Terjun 7 tingkat (Air Terjun Jantung Rimba) sejauh 1,1 km dari posko, an Air Terjun di mulut Gua Kelelawar, sekitar 5 km dari posko.
2. Bukit Manja, dari tempat ini kita dapat bermanja dengan alam, dengan latar belakang Danau Toba nan luas serta pulau Samosir terlihat jelas, perjalanan

dari posko sekitar 2,5 jam (\pm 5 km).

3. Gunung Pangulubao, ketinggian \pm 2.150 m dpl, perjalanan 3,5 jam (\pm 6 km) dari posko. Perjalanan ke Gua Kelelawar, Bukit Manja, Gunung Pangulubao, dan Air Terjun 7 tingkat banyak melewati rintangan, dan sangat digemari oleh para petualang rimba dan pendaki gunung.
4. Berbagai jenis Flora di Taman Eden 100 seperti tahul-tahul (*Nepenthes*), Bunga Batak (*Macodes Petola*), Bunga Soripada (*Malaki sp.*) dan berbagai jenis anggrek langka. Ribuan kelelawar, di mulut gua ada tempat santai bagi pengunjung yang kelelahan.

4.2 Visi dan Misi Agrowisata Taman Eden 100

Adapun Visi dan Misi dari Taman Eden 100 antara lain:

a. Visi:

Terpeliharanya kesaksian kebesaran Tuhan kepada semua orang melalui alam ciptaanNya yang mampu mendukung keutuhan ekosistem kawasan Danau Toba.

b.Misi:

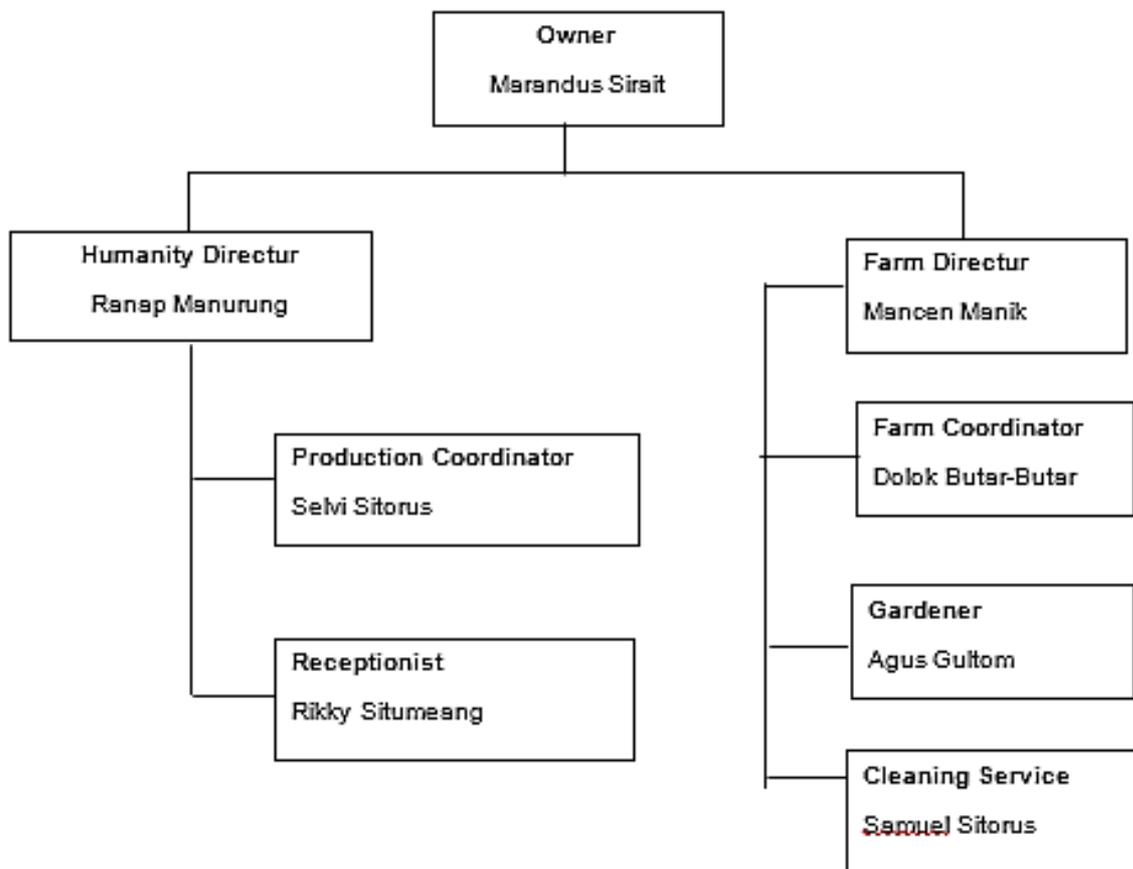
1. Membuat desa percontohan di bidang pertanian, peternakan dan pariwisata
2. Membuat proyek agrowisata rohani (Taman Eden)
3. Mengadakan penelitian di bidang pertanian dan lingkungan hidup
4. Membantu pemerintah dan masyarakat dalam usaha melestarikan dalam usaha melestarikan alam Danau Toba
5. Melestarikan hutan serta isinya yang ada di lokasi agrowisata rohani Taman Eden.

4.3 Struktur Organisasi Agrowisata Taman Eden 100

Dalam pelaksanaan kegiatan operasionalnya Taman Eden 100 dipimpin langsung oleh pemiliknya. Susunan organisasi terdiri atas 2 direktur, antara lain *humanity director* dan *farm director*. *Humanity director* bertugas untuk mengontrol dan memberikan pengarahan atau yang biasa disebut dengan *human resources department* dalam merekrut karyawan baru atau karyawan lama untuk melakukan *training* demi meningkatkan kualitas dan kemampuan sumber daya manusia di Taman Eden 100.

Fungsi pemasaran dilakukan oleh divisi *Production Coordinator* yang bertugas untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pengunjung Taman Eden 100 dengan berbagai cara seperti menentukan harga, tempat penjualan dan melakukan promosi Taman Eden 100. Divisi Receptionist bertugas untuk menerima panggilan telepon, memberikan informasi melalui panggilan telepon jika ada yang menanyakan perihal produk atau layanan dari perusahaan. Menyambut pengunjung yang datang dan mengarahkan informasi terkait tujuan kedatangan.

Farm director bertugas untuk memberikan pengarahan dan kebijakan yang berkaitan dengan seluruh kegiatan yang ada di kebun Taman Eden 100. Dalam kesehariannya Farm director akan berkoordinasi langsung dengan divisi farm director yang bertugas untuk mengontrol seluruh kegiatan yang ada di kebun dalam hal jenis tanaman yang akan ditanami, memastikan ketersediaan bibit dan pupuk, pemanenan dan penjualan produk pertanian. Divisi Gardener bertugas untuk merawat tanaman meliputi mengelola tanah, memupuk tanaman, menyiram tanaman, mengatur penempatan tanaman dan mengembangkan tanaman yang meliputi menyetek, mencangkok, menanam bibit tanaman. Divisi cleaning service bertugas untuk menjaga dan merawat kebersihan masing-masing area Taman Eden 100.



Gambar 4.1. Struktur Organisasi Agrowisata Taman Eden 100

4.4 Produk wisata Taman Eden 100

4.4.1 Desain Taman

Taman Eden 100 adalah salah satu Geosite yang berlokasi di Toba, dengan nama Desa Sionggang Utara, Kecamatan Lumban Julu. Pada kawasan ini ditemukan air terjun akan tetapi tidak setinggi air terjun Sipiso-piso. Taman Eden 100 ini merupakan kawasan hutan konservasi yang ditumbuhi oleh beraneka macam jenis tumbuhan. Kawasan Taman Eden 100 merupakan kawasan tanah adat yang diwariskan dari keluarga Leas Sirait yang suka mengoleksi berbagai spesies tanaman. Pegunungan yang dulunya tandus dan gersang, kini telah menjadi hamparan hijau yang sangat menarik. Di Tengah hutan ini, pengunjung dapat menyaksikan dan menikmati berbagai objek seperti air terjun, budidaya dan tanaman Andaliman, berbagai jenis tanaman Khas Batak Toba dan juga anggrek, Fauna, oleh-oleh Andaliman yang disediakan khusus pada galeri Andaliman seperti olahan andaliman bubuk, sik-arsik, bandrek andaliman, sambal andaliman dan berbagai jenis keripik. Pengolahan andaliman bubuk disediakan pada ruangan tersendiri dan juga pembuatan bubuk sik-arsik. Di taman eden juga disediakan juga berbagai fasilitas yang dapat dinikmati oleh pengunjung seperti coffee shop, home stay, toilet, mushola, pondok istirahat, camping ground, tempat sampah, rambu-rambu yang disediakan untuk mempermudah pengunjung saat berwisata, dan disediakan tempat parkir yang luas. Berikut disisipkan gambar desain Taman Agrowisata Taman eden 100.



Gambar 4.2 Desain Taman

4.4.2 Air Terjun

Lokasi wisata Air Terjun yang ada di Taman Eden 100 memiliki jarak 500 meter dari posko dan selain itu juga ada Air Terjun 7 tingkat (Air Terjun Jantung Rimba) sejauh 1,1 km dari posko. Selain itu juga, air terjun di Taman Eden 100 ini, dinamai air terjun "Tonggaran", namun seiring waktu berjalan dan dikelola oleh Taman Eden 100, maka air terjun ini pun disebut air terjun Taman Eden 100. Dalam perjalanan menuju Air Terjun ini, dari pintu gerbang atau posko Taman Eden 100, pengunjung wajib berjalan kaki. Sepanjang perjalanan sampai ke air terjun, di sekeliling jalan ditanami pohon langka. Pohon yang tumbuh di sini umumnya adalah pohon yang ditanam oleh pengunjung sebelumnya. Nama pengunjung itu, tercantum bersama nama jenis pohon yang ditanamnya.

Air terjun ini juga sering digunakan sebagai tempat prewedding. Khusus untuk prewedding ada biaya tambahan yang harus disepakati dengan pengelola. Adapun gambar Air Terjun akan disisipkan pada gambar berikut ini.



Gambar 4.3 Air Terjun Taman Eden 100

4.4.3 Tumbuhan Langka

Kawasan Taman Eden 100 merupakan kawasan tanah adat yang diwariskan dalam turun - temurun yang suka mengoleksi berbagai spesies tanaman. Hutan Taman Eden 100 yang terletak di Lumban Rang, Desa Sionggang Utara, Kecamatan Lumban Julu, Kabupaten Toba merupakan salah satu daerah penyangga kawasan Danau Toba. Lokasi ini ternyata memiliki potensi alam yang dapat dikembangkan menjadi daerah tujuan Agrowisata. Di kawasan Taman Eden 100, ditanami jenis Flora seperti Tahul-tahul (*Nepenthes* sp), Bunga batak (*Marcodes petola*), Bunga soripada (*Malaxis* sp), Bagit (*Arenga pinnata* Merr), Gala-gala (*Ficus variegata* Blume) dan berbagai anggrek langka lainnya serta ratusan jenis pohon berbuah, dan berbagai jenis fauna, jenis burung, babi huta, ikan batak, dan Binatang lainnya. Namun seiring berjalannya waktu kondisi tumbuhan langka ini mengalami perubahan dimana jenis pohon seperti Namanya 100 jenis pohon yang ditanami di Taman Eden tidak terpenuhi lagi, dikarenakan sudah sulit menemukan jenis pohonnya. Adapun gambar tumbuhan langka disisipkan pada gambar berikut ini.

4.4.4 Bukit Manja dan Gunung Pangulubao

Bukit Manja dan Gunung Pangulubao ini merupakan salah satu aksi yang akan memanjakan pengunjung dengan latar belakang Danau Toba. Gunung Pangulubao dengan ketinggian lebih 2.150 mdpl yang jaraknya sekitar 6 km dari posko. Untuk mencapainya banyak yang harus dilewati sehingga dapat digemari oleh petualang rimba dan pendaki gunung. Di lokasi itu juga, ada berbagai jenis tanaman khas seperti tahul-tahul, bunga batak, dan berbagai jenis anggrek langka. Namun, seiring berjalannya waktu, kedua pemandangan ini sudah jarang dilakukan oleh pengunjung karena system pengelolaan terutama pada jalan sudah tertutupi jauh lamanya. Untuk itu, diperoleh waktu lama untuk membenahi kembali untuk Kembali ke suasana semula seperti mendaki gunung dan camping di area tersebut. Berikut disisipkan gambar mengenai Bukit Manja dan Gunung Pangulubao.

4.4.5 Pertanian Andaliman

Andaliman (*Zanthoxylum acanthopodium*) merupakan salah satu tanaman penghasil rempah/bumbu yang dimanfaatkan oleh beberapa masyarakat khususnya masyarakat Batak. Pada awalnya andaliman adalah tumbuhan liar yang tumbuh disekitar hutan yang dijumpai di Tengah hutan yang dijumpai di Sumatera Utara. Untuk andaliman ini memiliki sifat yang sensitif dikarenakan selain lokasi tumbuhnya yang beragam, jenis andaliman juga beragam penanaman di beberapa lokasi. Selain itu, penyebab lain dari berkurangnya populasi andaliman adalah diakibatkan sulitnya biji andaliman untuk berkecambah walaupun kondisi tempat tumbuh yang sudah optimal.

Taman Eden 100 menjadi salah satu tempat yang membudidayakan tanaman andaliman dengan luas lahan untuk Tanaman Ini adalah diperkirakan 4 hektar. Kebun Andaliman di Taman eden 100 memiliki pesona tersendiri bagi para pengunjung. Para pengunjung akan diajak untuk melihat secara langsung pembibitan ataupun buah andaliman yang sudah masak di pohon. Tak hanya melihat buahnya saja, namun pengunjung akan diajak untuk mencicipi langsung buah Andaliman yang dipetik dari pohon. Pengunjung juga dapat membeli sebagai oleh-oleh dari Taman Eden 100. Harga perkilonya untuk andaliman mentah adalah Rp.92.000 harga diperoleh berubah-ubah tergantung musim panen. Berikut disisipkan gambar pertanian andaliman. Adapun gambar tanaman andaliman yang disajikan pada gambar berikut ini.



Gambar 4.4 Tanaman Andaliman

4.4.5 Oleh-oleh berbagai jenis tanaman

Taman eden 100, seperti namanya memiliki jenis tanaman dengan 100 jenis tanaman, tentunya taman eden juga memberikan buah tangan berupa jenis bibit tanaman yang dapat ditanami oleh pengunjung saat berwisata dan juga sebagai buah tangan yang dapat diterima oleh pengunjung. Taman Eden 100 juga mengadakan program seperti menanam pohon dengan membuat nama sebagai bentuk pelestarian lingkungan. Namun seiring berjalannya waktu, program pada kontribusi berupa tanaman atau pepohonan lainnya kecuali andaliman sudah dihentikan. Untuk setiap kontribusi penanaman pohon andaliman sekaligus perawatan tanaman kedepannya oleh pihak pengelola Taman Eden 100. Kunjungan ke Taman Eden 100 tidak hanya sekedar untuk menyaksikan alam dengan berbagai kekayaan flora dan faunanya saja. Untuk jenis tanaman yang ada di Taman Eden tentunya bukan hanya dijadikan program pelestarian lingkungan, akan tetapi pengunjung juga dapat membeli sebagai oleh-oleh yang dijadikan Taman Eden 100 sebagai salah satu mempermudah wisatawan jika memerlukan tanaman yang mau ditanam. Untuk jenis tanaman yang dijual berkisar

harga yang diberikan adalah Rp.5000 hingga Rp.25.000/polybag. Berikut disisipkan gambar mengenai oleh-oleh jenis bibit tanaman.



Gambar 4.5 Oleh-oleh jenis bibit tanaman pada Agrowisata

4.4.6 Oleh-oleh khas Toba

Setelah puas berkeliling berbagai spot wisata, para pengunjung tak hanya menikmati atraksinya, Taman Eden 100 menyediakan oleh – oleh khas Andaliman. CV. Andaliman merupakan salah satu program Taman Eden yang di dalamnya memasarkan produk UMKM dari Toba, baik itu seperti makanan khas Balige, Porsea, Jangga dolok dan lain sebagainya yang di dalamnya memberi kontribusi sebagai memperkenalkan makanan khas toba. Dengan dibukanya UMKM tersebut, dapat membantu Masyarakat Toba dalam segi pendapatan dan kreativitas. Produk dijual berupa sambal andaliman, bandrek andaliman, sasagun andaliman, kopi, keripik andaliman seperti kerupuk singkong, keripik pisang dan juga bubuk teh. Setiap jenis makanan yang dijual memiliki harga yang bervariasi dan tentunya masih sesuai dengan harga kantong oleh pengunjung. Untuk harga oleh-oleh yang dijual mulai Rp. 20.000 sampai dengan Rp.55.000 per bungkus tergantung jenis oleh-oleh yang dibeli oleh pengunjung. Adapun gambar yang disajikan berupa oleh-oleh dari galeri andaliman.



Gambar 4.8 Oleh-oleh di Taman Eden 100

4.4.8 Pusat Informasi

Pusat informasi pada suatu tempat memiliki peran yang sangat penting dalam mengetahui siklus didalam sebuah tempat. Begitu juga dengan Taman eden 100, dimana memiliki fasilitas pendukung seperti pusat informasi. Pusat informasi ini berfungsi sebagai sumber daya fisik yang ditawarkan kepada konsumen. Pada pusat informasi ini terdapat sebuah peta yang didalamnya terdapat objek wisata yang dapat dijelajahi oleh pengunjung saat berkunjung ke Agrowisata Taman Eden 100. Berikut disisipkan gambar berupa peta pusat informasi. Saat mau menjelah Agrowisata, pihak pengelola Taman eden juga memberikan sebuah edukasi bagi pengunjung dengan tujuan sebagai berwisata sambil penelitian terkait agrowisata. Berikut disisipkan gambar petunjuk informasi mengenai Taman eden 100.



Gambar 4.7 Pusat Informasi

4.4.9 Homestay Taman Eden 100

Homestay Taman Eden 100 merupakan salah satu bukti fisik yang dapat dinikmati oleh pengunjung yang berkunjung. Homestay Taman Eden berada di tengah taman eden 100 berjarak 150 meter dari posko. Untuk harga penginapan di homestay, sekitar Rp.300.000 hingga Rp.350.000. Untuk fasilitas yang di dalamnya adalah seperti kasur tempat istirahat, kursi kayu sebagai memanjakan diri dengan alam, tempat dan peralatan masak lengkap dan dilengkapi dengan toilet di dalam homestay. Berikut disisipkan gambar home stay Taman eden 100.



Gambar 4.8 Penginapan Taman Eden 100

4.4.10 Pondok Istirahat

Pondok istirahat atau tempat penginapan sederhana untuk beristirahat biasanya memiliki pengaruh untuk bagi perjalanan wisata karena pengaruhnya sebagai kenyamanan saat rekreasi. Pengaruh pondok istirahat terhadap perjalan wisata sangat bergantung pada berbagai faktor seperti kualitas, lokasi, harga, fasilitas, dan pengalaman yang ditawarkan. Di Taman Eden 100, salah satu fasilitas yang dimiliki adalah pondok istirahat. Pondok-pondok yang dibangun terbuat dari kayu dan beberapa tempat duduk yang disediakan. Pondok istirahat yang dibangun memiliki fungsi sebagai tempat makan, tempat berkumpul bersama teman, keluarga, maupun tempat meditasi untuk diri sendiri dibantu dengan nuansa alam di sekitar Taman Eden 100.

4.4.11 Toilet

Toilet adalah fasilitas penting yang digunakan untuk berbagai tujuan terkait dengan kebutuhan manusia. Taman Eden 100 sendiri, tentunya memiliki fasilitas tersebut, karena fungsinya sangat penting untuk digunakan. Kita ketahui bahwa toilet adalah cerminan kebersihan dari objek wisata. Peran penting dengan adanya toilet memiliki pengaruh penting terhadap pengalaman dan keberhasilan destinasi agrowisata, dimana dapat memberikan kenyamanan pengunjung, kesehatan dan kebersihan, sebagai tempat pengalaman pengunjung saat melakukan perjalanan wisata. Ada beberapa hal yang biasanya di sebuah toilet yang dirancang untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung berwisata yaitu dilihat dari kebersihan, aksesibilitas atau mudah diakses oleh pengunjung, akses air bersih, kelengkapan di ruang toilet, ventilasi yang baik, privasi, desain yang menarik, symbol toilet bagi Perempuan dan laki-laki, perawatan rutin. Semua faktor di atas berkontribusi untuk menciptakan pengalaman yang nyaman bagi pengunjung berwisata. Pengelola tempat wisata harus memprioritaskan perawatan dan perencanaan fasilitas toilet agar dapat memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengunjung dengan baik.

4.4.12 Musholla

Di Taman eden 100 juga membangun sebuah tempat seperti musholla sebagai tempat ibadah kecil untuk umat muslim. Di Taman Eden 100 disediakan tempat musholla, akan tetapi fasilitas di dalamnya tidak disediakan. Jadi bagi pengunjung yang berkunjung dan beragama muslim, tentunya membawa perlengkapan masing-masing.

4.4.13 Parkir

Sebuah tempat wisata tidak jauh dari lahan parkir yang dimilikinya. fungsi parkir dalam area wisata sangat penting karena memiliki dampak besar pada pengalaman pengunjung dan manajemen area wisata. Parkir dapat dijadikan sebagai aksesibilitas, manajemen lalu lintas, sebagai keamanan kendaraan dan tentunya pengunjung tidak mengalami dan memikirkan kendaraannya saat menikmati sebuah perjalanan wisata. Taman Eden 100, menempatkan parkirnya di depan area posko saat registrasi. Untuk tarif parkir yang dibuat sesuai dengan harga tiket, jadi diluar itu tidak dikenakan tarif parkir tersendiri.



Gambar 4.9 Area Parkir

4.4.14 Camping ground

Camping atau berkemah menjadi salah satu kegiatan liburan favorit bagi sebagian orang. Jika pengunjung Taman eden 100 ingin berkemah, pengunjung bisa membawa peralatan menginap sendiri dengan membayar tiket Rp. 15.000/orang.



Gambar 4.10 Area Perkemahan (Camping)

4.4.15 Jalan ke Taman Eden 100

Jalan ke tempat wisata memiliki peran yang sangat penting dalam pengalaman pengunjung dan keberhasilan sebuah Agrowisata itu sendiri. Fungsi jalan kita ketahui dapat sebagai aksesibilitas yang memungkinkan pengunjung mudah mencapai tempat wisata, sebagai kenyamanan pengunjung dimana jalan yang baik memastikan kenyamanan perjalanan pengunjung dan keselamatan, dan jalan berfungsi sebagai akses untuk pengembangan wisata dan dapat memberikan pengalaman pengunjung sebagai bentuk promosi. Jalan menuju Taman eden 100 sudah lumayan memadai. Sayangnya, jarang sekali angkutan umum yang langsung ke area Agrowisata. satu-satunya cara adalah dengan membawa kendaraan pribadi. Untuk mencapai lokasi, pengunjung bisa menggunakan GPS atau Google Maps sebagai panduan rute. Jalan yang terawat dengan pemandangan alam yang menakjubkan dapat menarik kepuasan pengunjung sehingga nantinya dapat mempromosikan destinasi Agrowisata di media sosial sehingga berpotensi meningkatkan pengunjung. Oleh karena itu, pemeliharaan dan perbaikan jalan ke tempat wisata adalah hal yang sangat penting untuk mendukung pariwisata yang berkelanjutan dan memastikan pengalaman positif bagi pengunjung.

4.4.16 Tiket masuk Taman Eden 100

Pengunjung yang berkunjung ke Taman Eden 100, akan dikenai tiket masuk untuk menikmati Taman Eden 100. Biaya berlibur di taman ini disesuaikan dengan tujuan berkunjung dan jumlah peserta. Tiket masuk dibandrol tidak terlalu besar, bahkan relative murah dan hanya sekitar Rp. 10.000/ orang. Tarif tersebut termasuk biaya akses ke beberapa objek wisata. Kutipan biaya tersebut sebagai biaya perawatan lokasi wisata. Untuk tiket masuk di Taman Eden masih bersifat manual dan memiliki gaya tersendiri, berbeda dengan wisata lain.

4.4.17 Coffee Shop

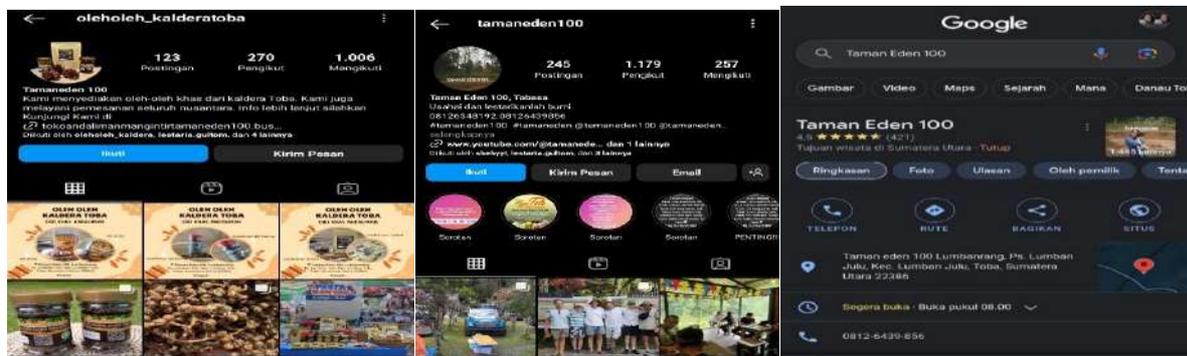
Coffee Shop merupakan sebuah gubuk kecil dari material kayu yang bangun oleh pihak Taman Eden sbgai tempat bersantai oleh pengunjung. Dengan beralaskan material kayu, cafe yang dibuat menjadi salah satu fasilitas tambahan yang bisa ditemukan pengunjung jika berwisata ke Taman Eden 100. Coffe Shop memiliki nama tersendiri yaitu "Shaky House" yang di dalamnya menyediakan olahan minuman saja. Namun kini, Shaky House sudah menyediakan menu baru, yaitu makanan ringan dan berat. Untuk harga minuman saja dibandrol dengan harga Rp. 10.000 hingga Rp, 25.000.



Gambar 4.11 Coffee Shop

4.4. 18 Media sosial Taman Eden 100

Bagi yang ingin melihat hal-hal terkait Taman eden 100 dalam video, bisa menyaksikan lewat channel Youtube, Facebook, Instagram dan juga berupa website Taman eden itu sendiri. Akses ini dapat mempermudah orang-orang dalam melihat dan menggali informasi terkait dengan Agrowisata Taman Eden 100 dengan berbagai akses sumber informasi Taman eden 100. Untuk lebih jauh menggali informasi tentang Agrowisata dapat mengakses link tersebut yang didalamnya berisikan tentang aktivitas, pengalaman, edukasi, objek tujuan, dan update mengenai informasi Taman Eden yaitu <https://tamaneden100.wordpress.com/> Berikut disisipkan gambar mengenai sumber informasi yang digunakan oleh Taman Eden 100 yaitu ada Facebook, Instagram, Website, dan Shoppe sebagai media penjualan produk oleh-oleh khas Toba.



Gambar 4.12 Media sosial Taman Eden 100

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Segmentasi Konsumen

5.1.1 Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini terdiri dari dua kelompok, yaitu pengunjung yang pernah berkunjung dan pengunjung yang belum pernah berkunjung ke Agrowisata Taman Eden 100. Adapun jumlah responden yang pernah berkunjung ke Taman Eden 100 diperoleh sampel sebanyak 123 responden dan sebanyak 78 responden adalah calon pengunjung Taman Eden 100. Proses pengumpulan data dilakukan melalui sistem wawancara langsung dengan pengunjung, dan yang belum berkunjung sebelumnya diperoleh dari wawancara langsung dan menggunakan link berupa google form dengan tujuan memperoleh jawaban responden. Proses pengumpulan data tersebut diberikan kesempatan untuk menyampaikan pengalaman, pandangan, dan pendapat mereka terkait pada Agrowisata Taman Eden 100. Adapun karakteristik umum responden sebagaimana segmentasi yang dapat dijelaskan sebagai berikut.

5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Informasi mengenai jenis kelamin dalam penelitian ini merupakan satu hal yang mempengaruhi keputusan pengunjung dalam berkunjung ke Agrowisata.

Tabel 5.1. Profil responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Yang Pernah Berkunjung		Calon Pengunjung	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Perempuan	76	61,8%	50	64,1%
Laki-laki	38	38,2%	28	35,9%
	123	100,0%	78	100,0%

Sumber: *Data Primer (2022)*

Berdasarkan tabel 5.1 di atas diketahui jumlah responden baik yang pernah berkunjung dan calon pengunjung adalah lebih banyak perempuan yaitu 76 orang (61,8%) dan 50 orang (64,1%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengunjung yang sudah pernah datang maupun calon pengunjung, perempuan memiliki minat yang lebih tinggi mengunjungi tempat Agrowisata Taman Eden 100 dibanding dengan laki-laki.

5.1.2 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan menjadi salah satu faktor dalam pemahaman dan pembelajaran saat seseorang melakukan perjalanan wisata. Pemahaman tentang aspek-aspek destinasi yang dikunjungi dan dapat memberikan pengaruh positif. Berikut dibawah ini profil responden berdasarkan pendidikan.

Tabel 5.2 Preferensi Konsumen Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Pengunjung		Calon Pengunjung	
	jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
SD	0	0,0%	0	0,0%
SMP	0	0,0%	0	0,0%
SMA/SMK	81	65,9%	59	75,6%
Diploma 3	14	11,4%	12	15,4%
Diploma 4/S1	28	22,8%	7	9,0%
S2	0	0,0%	0	0,0%
S3	0	0,0%	0	0,0%
	123	100,0%	78	100,0%

Sumber: *Data Primer (2022)*

Berdasarkan tabel 5.2 di atas pada preferensi konsumen berdasarkan pendidikan terlihat dengan jelas bahwa mayoritas baik pengunjung maupun calon pengunjung memiliki latar belakang pendidikan terakhir adalah SMA/SMK. Persentase terbesar pengunjung (65,9%) dan calon pengunjung (75,6%) dari karakteristik pendidikan. Pengunjung dengan latar belakang pendidikan SMA/SMK menunjukkan bahwa tempat wisata Taman Eden 100 memiliki daya tarik yang kuat bagi kalangan remaja dan dewasa. Ada beberapa faktor yang mempengaruhinya adalah aksesibilitas dimana siswa SMA/SMK memiliki waktu luang yang lebih fleksibel dan memiliki pendapatan terbatas. Minat dan pengaruh rekomendasi sering menjadi faktor utama dalam menentukan pilihan destinasi wisata.

5.1.3 Karakteristik Berdasarkan Umur

Dalam penelitian ini, informasi mengenai jumlah umur merupakan faktor pembeda pada setiap segmentasi konsumen dimana dapat mempengaruhi pengetahuan dan sikap dalam melakukan keputusan berkunjung maupun lebih memiliki keinginan dalam dunia travelling atau berwisata. Berikut dibawah ini hasil responden terhadap segmentasi umur.

Tabel 5.3 Profil responden berdasarkan umur

umur	pengunjung		calon pengunjung	
	jumlah	persentase	jumlah	persentase
17-23	28	22,8%	23	29,5%
24-34	48	39,0%	32	41,0%
35-45	27	22,0%	12	15,4%
46-56	13	10,6%	5	6,4%
57-66	7	5,7%	6	7,7%
	123	100,0%	78	100,0%

Sumber: *Data Primer (2022)*

Berdasarkan tabel 3 di atas, dari sebanyak 101 responden diperoleh data yang paling dominan ada pada wisatawan yang berusia 24-34 tahun (Generasi Y) dengan

jumlah persentasi 39,0%. Begitu juga dengan calon pengunjung sebanyak 41,0% berusia 24-34 tahun. Hal ini menunjukkan adanya persepsi yang berbeda berdasarkan umur terhadap keputusan untuk melakukan kunjungan ke Agrowisata Taman Eden 100. Hal ini senada dengan penelitian (Lestari & Dewanti, 2019) bahwa kelompok usia lebih muda dipengaruhi oleh waktu luang yang lebih banyak. Ada juga pengaruh dari rasa penasaran dan keingintahuan yang tinggi. Kelompok usia tersebut dapat dikatakan masih tahap eksplorasi dan mencari jati diri, sehingga mereka cenderung memiliki rasa penasaran dan keingintahuan yang tinggi terhadap hal-hal yang baru, termasuk tempat wisata yang belum pernah dikunjungi sebelumnya. Pengaruh selanjutnya adalah media sosial. Media sosial menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi karena banyak remaja atau anak muda yang terinspirasi dari cerita atau foto-foto dari teman-teman mereka di media sosial yang berkunjung ke tempat wisata tertentu dan ingin mencoba hal yang sama. Selanjutnya adalah pengaruh dari ketersediaan informasi dan kemampuan finansial.

Hal ini senada juga dengan sebuah penelitian dari Del Hawkins, dkk (2007:172), suatu generasi atau yang biasa disebut sebagai kelompok usia merupakan sekelompok orang yang telah mengalami kehidupan sosial, lingkungan politik, sejarah dan ekonomi. Disebut sebagai kelompok usia karena mereka telah berbagi sejarah, perilaku dan nilai bersama yang bersifat unik. Analisis kelompok merupakan suatu proses yang menggambarkan dan menjelaskan suatu sikap, nilai-nilai dan perilaku dari suatu kelompok umur serta memprediksi sikap, nilai dan perilaku di masa yang akan datang.

5.1.4 Karakteristik Berdasarkan Alamat

Salah satu informasi yang langsung mempengaruhi keputusan wisatawan dalam berkunjung adalah lokasi dari responden. Lokasi mempunyai pengaruh yang erat terhadap keputusan dalam melakukan berwisata dalam mencapai kesenangan dalam hidupnya.

Berikut adalah tabel hasil responden karakteristik berdasarkan alamat.

Tabel 5.4 Karakteristik berdasarkan alamat responden

Alamat	Pernah Berkunjung Ke Agrowisata		Belum Pernah Berkunjung	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Kab. Toba	37	30,1%	45	57,7%
Kab. Simalungun	32	26,0%	3	3,8%
Kab. Asahan	4	3,3%	2	2,6%
Kab. Serdang Bedagai	3	2,4%	2	2,6%
Kab. Langkat	3	2,4%	1	1,3%
Kab. Labuhan Batu	4	3,3%	-	-
Kab. Humbang Hasundutan	1	0,8%	2	2,6%
Kab. Tapanuli Utara	2	1,6%	1	1,3%
Kab. Samosir	-	-	9	11,5%
Kab. Serang	1	0,8%	-	-
Kota Medan	28	22,8%	13	16,7%
Kota Sibolga	1	0,8%	-	-
Kota Pekanbaru	3	2,4%	-	-

Jakarta	4	3,3%	-	-
	123	100,0%	78	100,0%

Sumber: *Data Primer (2022)*

Berdasarkan pada tabel 5.4 di atas, sebagian besar responden yang pernah mengunjungi agrowisata berasal dari Kabupaten toba (30,1%) dan Kota Medan (22,8%). Sementara itu, sebagian besar calon pengunjung berasal dari Kabupaten Toba (55,7%). Tingginya minat masyarakat, terutama di Kabupaten Toba sendiri, menunjukkan potensi untuk pengembangan agrowisata. Pada tabel 5.4 di atas, terlihat juga jumlah persentase kota Medan memiliki hasil persentase tinggi yaitu 22,8%. Peran kota Medan menjadi salah satu penyumbang pengunjung yang cukup signifikan. Ini menunjukkan bahwa agrowisata di Toba juga menarik minat penduduk kota besar. Untuk itu, dengan fokus pada pengembangan produk wisata yang unik, promosi yang efektif, dan kerjasama dengan pemerintahan daerah, agrowisata di Toba dapat menjadi destinasi wisata yang lebih menarik dan berkelanjutan.

5.1.5 Karakteristik berdasarkan Pekerjaan

Berikut adalah penilaian responden terhadap karakteristik berdasarkan pekerjaan. Hasil yang diperoleh dari responden pengunjung dan calon pengunjung.

Tabel 5.5 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Pengunjung		Calon Pengunjung	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
TNI/POLRI	0	0,0%	0	0,0%
Pegawai Swasta	4	3,3%	2	2,6%
Pegawai Negeri/ASN	2	1,6%	1	1,3%
Tenaga Pengajar	23	18,7%	7	9,0%
Wiraswasta	42	34,1%	27	34,6%
Pelajar/Mahasiswa	25	20,3%	19	24,4%
Petani	9	7,3%	9	11,5%
Ibu Rumah Tangga	18	14,6%	13	16,7%
	123	100,0%	78	100,0%

Sumber: *Data Primer (2022)*

Pada tabel 5.5 hasil responden pada karakteristik pekerjaan, kebanyakan yang melakukan kunjungan adalah wiraswasta dan diikuti pelajar atau mahasiswa. Pelajar atau Mahasiswa kerap menjadi tamu Taman Eden 100 karena sesuai Visi dan Misi yaitu mengadakan penelitian dan lingkungan hidup. Secara keseluruhan, agrowisata Taman Eden 100 menawarkan kombinasi menarik bagi semua kalangan pekerjaan, tidak hanya menonjol pada satu pekerjaan akan tetapi semua bisa melakukan wisata di Taman eden 100 akan tetapi menurut survei atau hasil yang diperoleh pada penelitian ini lebih banyak wiraswasta untuk melakukan perjalanan wisatanya.

5.1.6 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan

Kemampuan dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk dipengaruhi oleh pendapatan konsumen. Semakin tinggi pendapatan yang diperoleh maka memungkinkan bahwa kemampuan untuk melakukan pembelian yang besar mampu dibeli baik itu dari segi kuantitas produknya maupun dari segi kualitas produk yang dibutuhkan. Dalam hal tersebut, suatu perusahaan harus mampu mengatasi kemampuan konsumen dalam melakukan pembelian dengan cara menerapkan strategi yang tepat sesuai dengan kondisi wilayah tempat melakukan kegiatan usaha terutama dalam menciptakan produk yang berkualitas serta sesuai dengan harga yang tidak memberatkan konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian.

Tabel 5.6 Penilaian responden berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Yang Pernah Berkunjung		Calon Pengunjung	
	jumlah	persentase	Jumlah	Persentase
< Rp. 2.000.0000	45	36,6%	55	70,5%
Rp. 2000.001 - Rp. 4.000.000	54	43,9%	19	24,4%
Rp. 4.000.001 - Rp. 6.000.000	21	17,1%	4	5,1%
Rp. 6.000.001 - Rp. 8.000.000	2	1,6%	0	0,0%
> Rp.8.000.000	1	0,8%	0	0,0%
	123	100,0%	78	100,0%

Sumber: *Data Primer (2022)*

Berdasarkan tabel 5.6 menunjukkan bahwa sebanyak 54 orang (43,9%) adalah memiliki pendapatan sekitar Rp. 2.000.000-Rp.4.000.000 dan begitu juga pada responden belum pernah berkunjung memiliki hasil pendapatan <Rp. 2000.000 dengan jumlah responden 55 orang (70,5%). %. Dilihat dari hasil pendapatan yang diperoleh oleh setiap pengunjung maupun calon pengunjung memiliki pengaruh terhadap sebuah tujuan perjalanan maupun perencanaan yang mereka ingin kunjungi. Pendapatan seseorang memiliki pengaruh terhadap proses wisata.

Tingkat pendapatan menentukan pilihan destinasi, jenis transportasi, dan aktivitas yang dilakukan, hingga berpengaruh pada cepat lamanya durasi liburan. Pada hasil pendapatan dapat dilihat bahwa kebanyakan memiliki pendapat di angka Rp.2.000.000-Rp.4.000.000 hal ini dipengaruhi oleh lokasi yang diperoleh adalah kebanyakan masih jangkauan lokasi terdekat hanya bisa dilalui 3-4 jam. Untuk itu, perlu strategi menarik pengunjung luar dalam memperkenalkan wisata alam yang ada di daerah-daerah guna membangun dan memajukan pariwisata yang ada di kawasan Danau Toba. Dengan memahami pengaruh pendapatan, industri pariwisata dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk menarik pengunjung dari berbagai segmen pasar.

5.2 Perilaku Berkunjung

5.2.1 Jumlah Kunjungan

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dihimpun terkait jumlah kunjungan ke Agrowisata Taman Eden 100 diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 5.7 Responden berdasarkan jumlah kunjungan

Jumlah Kunjungan (Kali)	Jumlah	Persentase
1	65	52,8%
2	27	22,0%
3	19	15,4%
4	8	6,5%
>5	3	2,4%
	1	0,8%
	123	100,0%

Sumber: *Data Primer (2022)*

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 52,8% merupakan jumlah pengunjung yang pernah berkunjung ke Taman Eden 100. Jumlah tersebut merupakan jumlah paling banyak melakukan kunjungan ke Taman eden 100. Hal ini menyebabkan ada beberapa yang menjadi pengaruh dalam melakukan kunjungan ke sebuah Agrowisata. Dilihat berdasarkan penelitian Sumarno (2009) dan Masjaya (2011) yang meneliti jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata alam, diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan antara lain seperti biaya perjalanan pengunjung ke obyek wisata, pendapatan pengunjung, umur pengunjung, tingkat pendidikan pengunjung, persepsi kualitas pengunjung terhadap obyek wisata serta ada tidaknya substitusi tempat wisata sejenis. Penelitian serupa oleh Purwanti dan Dewi (2014) juga mengatakan bahwa ada pengaruh kunjungan wisatawan yang berkunjung dapat menjadikan sektor pariwisata berpotensi meningkatkan pendapatan asli daerah yaitu melalui pendapatan sektor pariwisata (Pramana & Utama, 2021).

Salah satu faktor yang membuat seseorang untuk mengunjungi suatu daerah adalah karena adanya daya tarik wisata yang menarik untuk dikunjungi di daerah tersebut. Pengaruh jumlah kunjungan wisatawan juga sangat berarti untuk pengembangan industri pariwisata dan pendapatan asli daerah. Banyak wisatawan yang berkunjung menjadikan sektor pariwisata berpotensi meningkatkan pendapatan. Apabila terjadi sebuah peningkatan jumlah kunjungan maka akan memberikan dampak positif bagi Agrowisata di Taman Eden 100. Oleh karena itu, semakin tinggi arus kunjungan wisatawan, maka pendapatan sektor pariwisata di suatu daerah akan semakin meningkat. Hal ini juga tidak lepas dari peran pemerintah, untuk menciptakan atau membuka daya tarik wisata yang menarik untuk dikunjungi. Membangun suatu daya tarik merupakan salah satu, rancangan sedemikian rupa berdasarkan kriteria yang cocok dengan daerah wisata tersebut.

5.2.2 Waktu yang dihabiskan pengunjung Agrowisata Taman Eden 100

Berdasarkan hasil kuesioner penelitian dihimpun terkait lama yang dihabiskan dalam berwisata ke Agrowisata Taman Eden 100 adalah sebagai berikut.

Tabel 5.8. Responden berdasarkan waktu yang dihabiskan saat berwisata

Waktu Yang Dihabiskan	Jumlah	Persentase
< 1 Jam	3	2,4%
1 -< 2 Jam	17	13,8%
2 -< 3jam	24	19,5%

3 -< 4jam	39	31,7%
4 - < 5 Jam	25	20,3%
6 Jam	15	12,2%
	123	100,0%

Sumber: *Data Primer (2022)*

Pada tabel 5.8 menunjukkan bahwa sebanyak 31,7 % lama yang dihabiskan oleh pengunjung dalam berkunjung ke Agrowisata Taman Eden yaitu 3-<4 jam. Hal ini menunjukkan bahwa perbandingan yang diperoleh dalam waktu yang dihabiskan saat berwisata berpengaruh terhadap kenyamanan dan daya tarik wisata dalam berwisata. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi lama waktu yang dihabiskan oleh pengunjung dalam berwisata. Dalam penelitian (Syahadat, 2006) kaitannya dengan lama waktu yang dihabiskan dalam berwisata dipengaruhi oleh obyek wisatanya. Peningkatan pendapatan dalam suatu Agrowisata dipengaruhi oleh daya tarik pengunjung dalam berkunjung ke sebuah tempat. Keberhasilan tersebut nantinya akan berperan sebagai sektor yang sangat penting karena dapat dikenal dan menarik wisatawan dalam mengunjungi sebuah akses wisata. Selama para wisatawan menikmati kegiatan wisata mereka akan melakukan kegiatan konsumsi barang dan jasa untuk kebutuhannya. Kegiatan ini menjadi salah satu bentuk pengeluaran wisatawan sehingga memberikan dampak langsung maupun tidak langsung karena pengeluaran wisatawan dapat memberikan dampak positif terhadap pendapatan sebuah wisata (Asmari & Sutrisna, 2021).

5.2.3 Lama waktu perjalanan yang ditempuh

Berdasarkan hasil kuesioner penelitian dihimpun terkait lama waktu berkunjung ke Lokasi Taman Eden 100 adalah sebagai berikut.

Tabel 5.9 Profil responden berdasarkan lama waktu perjalanan yang ditempuh

Jarak tempuh yang dihabiskan	jumlah	persentase
< 1 jam	38	30,9%
1 -< 2 jam	35	28,5%
2 -< 3jam	15	12,2%
3 -< 4jam	18	14,6%
4 - < 5jam	16	13,0%
6 jam	1	0,8%
	123	100,0%

Sumber: *Data Primer (2022)*

Pada tabel 5.9 di atas, hasil responden terhadap lama waktu perjalanan yang ditempuh ke Agrowisata Taman Eden 100 memperoleh persentase 30,9% jarak tempuh yang diperoleh adalah 1-2 jam. Jarak tempuh yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jarak yang ditempuh pengunjung dari daerah keberangkatan sampai ke lokasi wisata Taman Eden 100 dalam satuan waktu /jam dengan sampel sebanyak 123 responden. Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner diketahui bahwa jarak tempuh paling jauh 6 jam dan paling dekat <1 jam. Dari hasil penelitian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dalam Peningkatan jarak tempuh yang semakin jauh berarti wisatawan memiliki pengorbanan waktu yang lebih tinggi untuk dapat menikmati

kawasan objek wisata kawasan Agrowisata Taman Eden 100. Sehingga dengan jarak tempuh yang lama, maka wisatawan akan bersedia membayar retribusi akan lebih tinggi.

Waktu perjalanan didefinisikan sebagai keseluruhan waktu yang dibutuhkan oleh moda atau kendaraan untuk menempuh suatu rute perjalanan dari daerah asal menuju tujuan. Waktu perjalanan adalah berapa lama suatu tempat yang menjadi tujuan dari tempat asal ke tempat tujuan, dimana setiap individu/pengunjung memiliki waktu perjalanan yang berbeda-beda sesuai dengan tempat asalnya, kondisi jalan, waktu istirahat dan kondisi yang tidak dapat diperkirakan lainnya. Maka dibutuhkan sebuah hitungan waktu perjalanan dimana data yang dibutuhkan untuk menjalani suatu arus jalan dan kecepatan kendaraan (Robert & Brown, 2004).

5.2.4 Perilaku Pengunjung

Perilaku pengunjung dalam melakukan sebuah kunjungan dengan membawa teman dekat, perilaku mereka dapat bervariasi tergantung pada dinamika kelompok atau jenis destinasi yang mereka kunjungi. Pengaruh ajakan dalam melakukan wisata dapat berpengaruh positif yaitu sebagai tempat interaksi sosial, kebebasan, dan dapat memberikan atau membangun kenangan bersama. Berikut hasil dari preferensi mengenai perilaku konsumen.



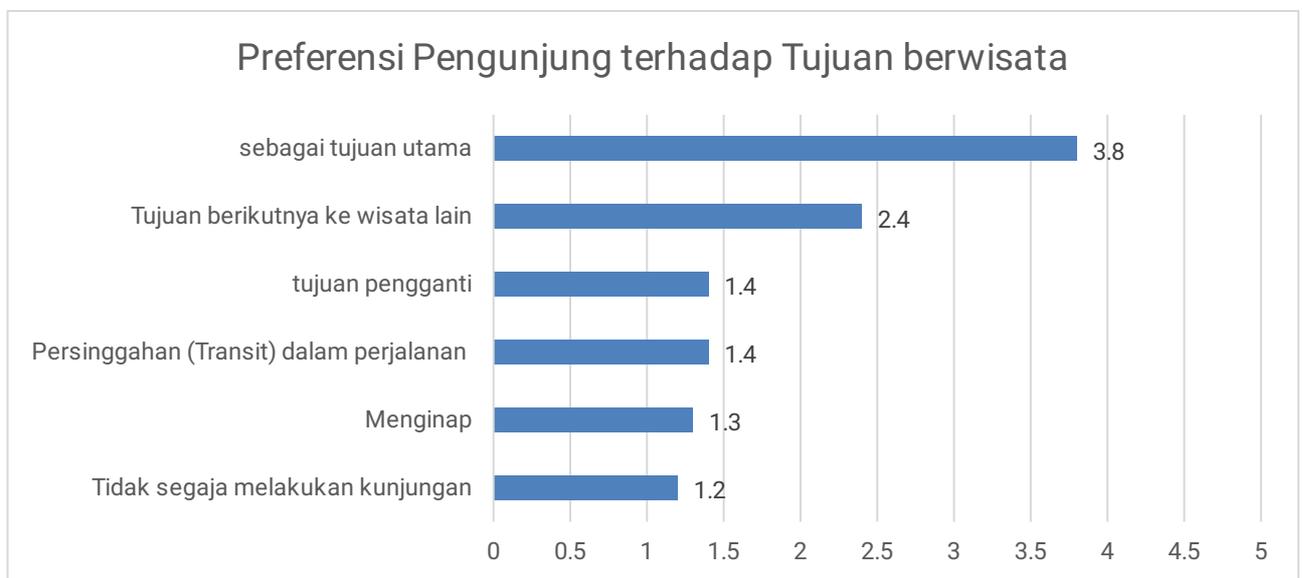
Gambar 5.1 Responden berdasarkan perilaku berkunjung

Pada hasil penelitian yang diperoleh dari responden sebanyak 123 menyatakan bahwa karakteristik perilaku pengunjung memilih untuk berkunjung ke Agrowisata Taman Eden 100 bersama teman dekat dan teman-teman. Untuk itu, pengaruh teman dalam melakukan sebuah kunjungan wisata dapat menjadi dampak yang signifikan pada keputusan seseorang untuk berwisata. Dalam arti teman dapat memberikan rekomendasi tempat wisata yang menarik, serta mempengaruhi persepsi dan minat seseorang terhadap suatu tempat wisata. Selain itu, keberadaan teman juga dapat meningkatkan pengalaman berwisata dengan cara berbagi pengalaman dan keceriaan bersama-sama. Selain itu, dengan adanya teman juga dapat meningkatkan rasa aman dan nyaman dalam melakukan perjalanan wisata. Oleh karena itu, kehadiran teman dapat menjadi faktor yang penting dalam mempengaruhi keputusan seseorang untuk berwisata.

5.2.5 Pendapat Responden terhadap Obyek Wisata

Pentingnya tujuan dalam berwisata sangat mempengaruhi pengalaman perjalanan seseorang, karena tujuan tidak hanya memberikan arah fisik ke destinasi yang akan dikunjungi, tetapi juga memberikan makna pada sebuah perjalanan. Dengan memiliki tujuan yang jelas, pengunjung yang akan berkunjung dapat merencanakan perjalanan yang lebih baik, memilih aktivitas yang sesuai dengan minatnya, dan dapat mengeksplorasi destinasi dengan caranya tersendiri. Tujuan yang dicapai dapat menginspirasi penjelajahan lebih lanjut, membuka pintu bagi pengalaman-pengalaman baru dan pemahaman yang lebih dalam tentang dunia yang luas. Dengan demikian, pentingnya tujuan dalam berwisata adalah bahwa tujuan tersebut tidak hanya menjadi tempat yang akan dicapai, tetapi juga menjadi pemandu, inspirasi, dan arti dari perjalanan itu sendiri.

Berikut adalah hasil preferensi dari responden mengenai tujuan berkunjung ke obyek wisata Taman Eden 100.



Gambar 5.2 Responden berdasarkan tujuan berwisata

Berdasarkan pendapat konsumen terhadap alasan berkunjung ke Agrowisata Taman Eden 100 pada tabel bahwa alasan berkunjung ke Agrowisata adalah paling dominan sebagai tujuan utama. Pada gambar tabel diatas terlihat bahwa pengunjung mengatakan bahwa dalam berwisata ke Agrowisata Taman Eden 100 berwisata sebagai tujuan utama dan diikuti dengan aktivitas tujuan berikutnya ke wisata lain. Responden juga menyatakan bahwa mereka jarang menggunakan Taman Eden sebagai tujuan pengganti/alternatif atau sebagai persinggahan dalam perjalanan wisata yang dilakukan. Selain itu juga, responden juga jarang menginap di Taman Eden 100.

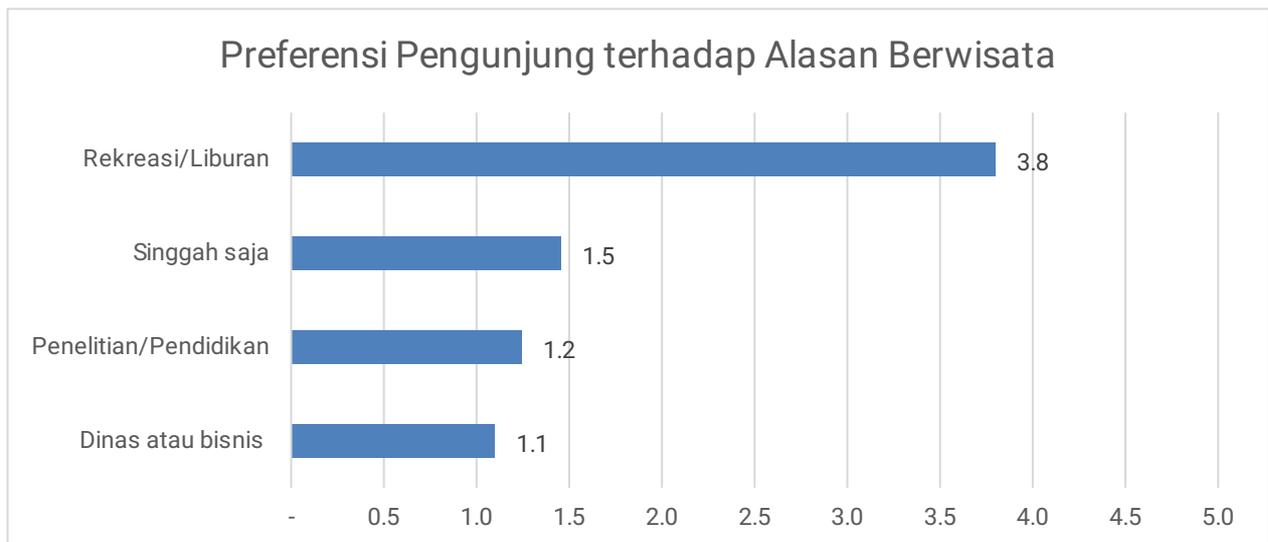
Hal ini menunjukkan bahwa Taman Eden 100 memang menjadi pilihan utama bagi para wisatawan dalam berwisata. Ada beberapa hal yang mempengaruhi alasan melakukan kunjungan wisata adalah ingin melepaskan diri (escape), keinginan untuk penyegaran (relaxation), ingin menikmati kegembiraan melalui berbagai permainan dimana pemunculan kembali sifat kekanak-kanakan dan melepaskan diri sejenak dari urusan serius (play), ingin mempererat hubungan kekerabatan (strengthening family bonds), interaksi sosial (social interaction), keinginan bertemu dengan orang yang bisa memberikan suasana romantis (romance), serta keinginan untuk melihat sesuatu yang

baru (educational opportunity). Dengan adanya faktor pendorong tersebut, maka seseorang ingin melakukan perjalanan wisata tetapi belum jelas wisata mana yang akan dituju maka dari hal tersebut seseorang melakukan perjalanan di motivasi oleh beberapa hal. Dengan cara tersebut, sebuah wisata mampu meningkatkan daya tarik dan popularitasnya sebagai tujuan utama.

Dalam keseluruhan hasil responden menunjukkan bahwa Agrowisata Taman Eden 100 memiliki daya tarik yang kuat sebagai tujuan utama dan tujuan berikutnya setelah berkunjung ke Agrowisata lainnya. Namun, ada beberapa yang harus diperhatikan yaitu, tempat ini jarang dipilih sebagai tujuan pengganti atau alternatif, serta jarang digunakan sebagai tempat persinggahan dan begitu juga dengan tempat menginap dalam jangka waktu lama. Hal ini perlu diperhatikan dengan memperoleh perubahan yaitu seperti meningkatkan promosi agar lebih dikenal sebagai tujuan pengganti atau dapat digunakan sebagai bentuk persinggahan, mengembangkan program dan paket menarik dan juga memperkaya fasilitas di ruang Agrowisata Taman Eden 100.

5.2.6 Perilaku konsumen berdasarkan alasan berkunjung

Alasan berkunjung dalam berwisata memiliki dampak yang signifikan pada pengalaman perjalanan. Alasan atau motivasi seseorang untuk berwisata dapat membentuk seluruh dinamika perjalanan dan tujuan yang ingin dicapai. Selain itu, alasan berwisata juga menciptakan makna pada perjalanan itu sendiri. Berikut hasil penelitian berdasarkan alasan berkunjung ke agrowisata Taman Eden 100



Gambar 5.3 Profil responden berdasarkan tujuan melakukan kunjungan

Hasil tanggapan responden terhadap tujuan berwisata adalah sebagai rekreasi atau liburan. Sementara itu, tujuan pengganti, persinggahan (transit) tidak sengaja melakukan kunjungan, dan menginap di Agrowisata Taman Eden 100 sangat jarang dilakukan oleh responden. Hal ini merupakan salah satu potensi yang baik bagi Agrowisata Taman Eden 100 sebagai destinasi yang menarik.

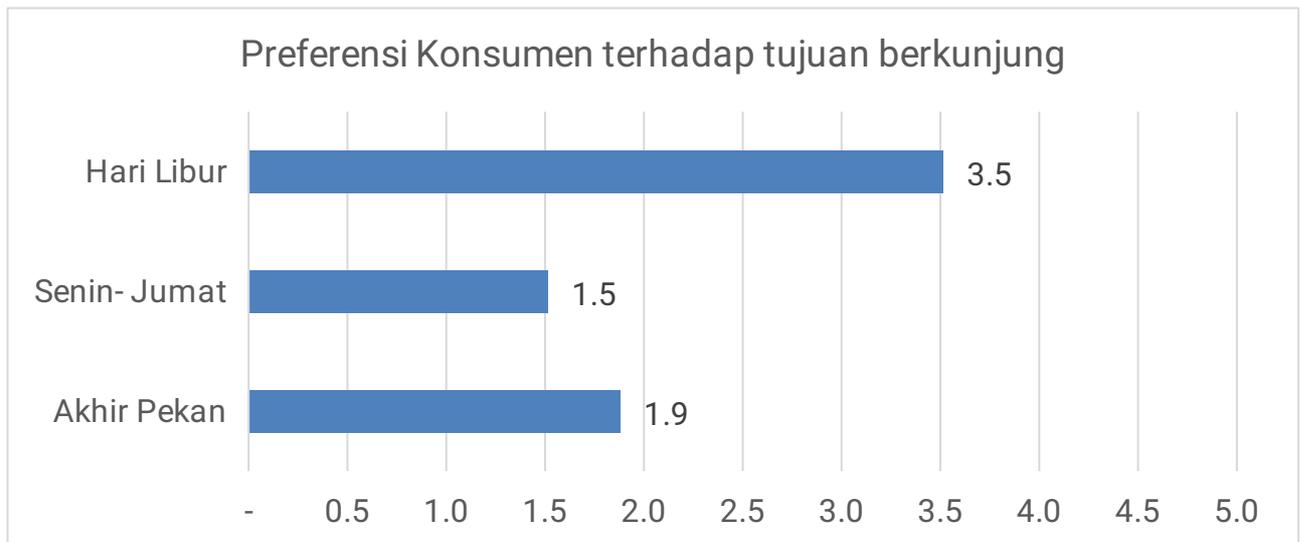
Dalam mempertahankan posisi sebagai destinasi wisata yang menarik, pengelola Agrowisata Taman Eden 100 perlu memperhatikan kepuasan pengunjung dengan menyediakan fasilitas dan program yang sesuai dengan tujuan rekreasi yang

ada. Pengelola juga dapat melakukan promosi yang menarik sebagai cara memperkenalkan keunikan dan keindahan yang dimiliki Agrowisata Taman Eden 100 dalam mengembangkan program dan fasilitas, pengelola Agrowisata Taman Eden 100 juga harus mempertimbangkan untuk memberikan sebuah edukasi tentang pertanian yang ada. Hal ini menjadi nilai tambah bagi pengunjung yang tertarik untuk belajar dan menambah pengetahuan tentang Agrowisata Taman Eden 100. Oleh karena itu, pengunjung mungkin tidak terbatas oleh kegiatan-kegiatan semacam itu saat mereka berwisata. Namun demikian, terdapat juga pengunjung yang sengaja melakukan kunjungan wisata dengan tujuan pendidikan atau penelitian, sehingga kegiatan tersebut menjadi bagian penting bagi mereka.

5.2.7 Pendapat Konsumen terhadap Tujuan berkunjung

Alasan atau motivasi seseorang untuk berwisata dapat berpengaruh besar pada pemilihan waktu atau hari perjalanan. Selain itu, alasan berwisata juga bisa mempengaruhi durasi perjalanan, misalnya, seseorang yang berwisata untuk urusan bisnis mungkin hanya tinggal selama beberapa hari, sedangkan yang berwisata untuk berlibur bisa menghabiskan lebih banyak waktu. Jadi, alasan yang mendasari perjalanan seseorang seringkali menjadi faktor utama dalam menentukan kapan dan berapa lama mereka akan berwisata.

Berikut hasil penelitian berdasarkan tujuan berkunjung ke Agrowisata Taman Eden 100.



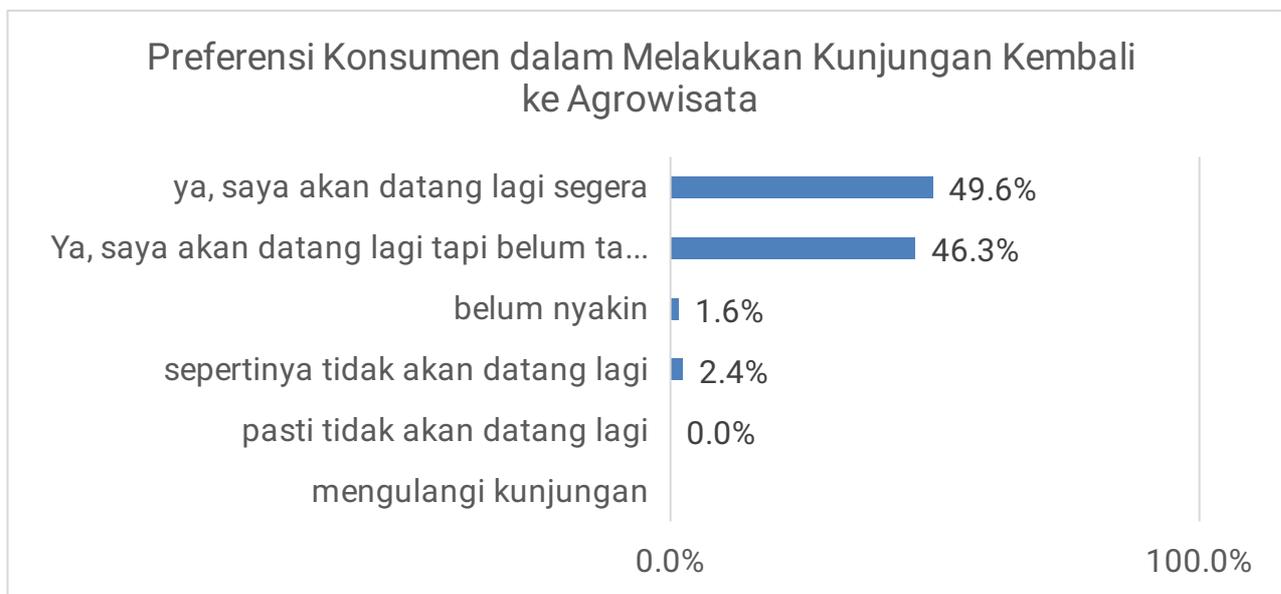
Gambar 5.4 Preferensi Konsumen Terhadap Tujuan Kunjungan

Pada gambar 5.4 diatas, hasil responden pada karakteristik alasan tujuan berkunjung ke Agrowisata yang paling diminati adalah pada hari libur, dapat dilihat bahwa kebanyakan Agrowisata Taman Eden 100 datang pada hari libur dengan rata-rata 3,5. Sedangkan untuk kunjungan pada akhir pekan dan hari kerja memiliki rata-rata yang sangat rendah dengan kategori sangat jarang. Hal ini menunjukkan bahwa Agrowisata Taman Eden 100 lebih banyak dikunjungi oleh pengunjung pada hari libur. Hal ini perlu juga, pengelola Agrowisata dapat mempertimbangkan hal ini dalam mengembangkan dan memasarkan program fasilitas yang dapat diakses dan pastinya memiliki ketertarikan yang dapat dinikmati oleh pengunjung.

Menawarkan paket liburan dapat memberikan kepuasan dan memenuhi kebutuhan pengunjung yang berkunjung ke tempat Agrowisata tersebut. Hal ini menyebabkan bahwa waktu kunjungan dapat mempengaruhi pengalaman dan kepuasan wisatawan dalam berwisata. Pengalaman dan kepuasan dipengaruhi oleh tingkat keramaian, cuaca, serta aktivitas. Dalam waktu kunjungan keramaian berpengaruh terhadap pada hari-hari libur atau musim liburan, tempat wisata cenderung lebih ramai dan membuat pengalaman wisatawan tidak nyaman. Sebaliknya, kunjungan di hari-hari biasa dapat memberikan pengalaman wisata yang lebih tenang dan nyaman.

5.2.8 Preferensi Responden terhadap Keinginan Berkunjung Kembali

Memberikan feedback saat berwisata adalah hal yang sangat penting karena ini dapat membantu meningkatkan pengalaman wisata Anda dan juga memberikan informasi berharga kepada penyedia layanan dan destinasi wisata. Selain itu, memberikan feedback yang positif juga dapat memberikan motivasi kepada penyedia layanan untuk terus melakukan yang terbaik dan memberikan pelayanan lebih baik. Dengan memberikan feedback yang baik, pengunjung juga dapat mengekspresikan niat dalam kembali berkunjung, yang dapat membantu mendapatkan pengalaman yang lebih baik di masa mendatang. Berikut hasil responden terhadap pandangan mengenai berkunjung Kembali ke Agrowisata Taman Eden 100.



Gambar 5.5 Responden berdasarkan keinginan berkunjung kembali

Pada gambar 5.5 diatas menunjukkan hasil dari penelitian tentang kecenderungan responden dalam mengulangi kunjungan ke Agrowisata Taman Eden 100 menyatakan bahwa dalam tanggapan terhadap mengulangi kunjungan kembali ke Taman eden sebanyak 49,6% mengatakan akan akan datang lagi segera, sedangkan tanggapan mengenai akan datang lagi tetapi belum tau kapan adalah sekitar 46,3%. Hal ini menyebabkan bahwa pengunjung akan mengunjungi suatu obyek wisata secara berulang-ulang itu tergantung pada kesan pertama kunjungan wisatawan. Ketika obyek wisata tersebut meninggalkan kesan yang baik pada wisatawan, maka wisatawan akan

kembali datang kembali untuk berkunjung. Selain itu, ketika pihak tempat wisata mengembangkan potensi tempat wisata tersebut, mereka akan mendapatkan keuntungan dengan semakin banyak wisatawan yang akan penasaran dan meluangkan waktu untuk kembali ke tempat wisata tersebut.

Dari hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden masih tertarik untuk kembali berkunjung ke Agrowisata Taman Eden 100, meskipun mereka belum menentukan kapan. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan kualitas dan pelayanan dapat menjadi faktor penting dalam meningkatkan peluang kedatangan kembali oleh pengunjung yang ingin berkunjung maupun calon pengunjung.

Ada beberapa alasan yang menjadi pengaruh untuk berkunjung kembali yaitu:

1. Menunggu waktu yang tepat
2. Mencari informasi lebih dulu
3. Melihat situasi dan kondisi

Untuk itu, perlu diketahui bahwa alasan orang untuk kembali berkunjung ke suatu tempat wisata bersifat subjektif dan dapat bervariasi tergantung pada preferensi, kebutuhan, dan situasi masing-masing individu.

5.2.9 Hasil Responden Berdasarkan Keinginan Menceritakan Agrowisata

Menceritakan pengalaman saat berwisata memiliki peran penting dalam berbagi kebahagiaan dan pelajaran yang diperoleh selama perjalanan. Ketika kita menceritakan pengalaman kita kepada teman, keluarga, atau bahkan melalui media sosial, kita tidak hanya berbagi kenangan yang berharga, tetapi juga dapat menginspirasi orang lain untuk menjelajahi tempat-tempat baru dan mengalami budaya yang berbeda. Menceritakan pengalaman dapat menjadi motivasi untuk kembali berkunjung ke tempat yang sama atau menjelajahi destinasi baru. Dengan berbagi cerita, kita juga dapat memperkuat hubungan dengan orang-orang di sekitar kita dan memberikan wawasan berharga tentang dunia yang luas, sehingga menciptakan pengalaman berwisata yang lebih kaya dan berarti bagi diri kita sendiri serta orang lain.

Berikut hasil tanggapan responden terhadap menceritakan Agrowisata Taman Eden 100 setelah melakukan kunjungan.



Gambar 5.6 Responden berdasarkan keinginan menceritakan agrowisata

Berdasarkan gambar 5.6 diatas hasil responden yang diperoleh, tanggapan responden terhadap menceritakan agrowisata Taman Eden 100 setelah melakukan kunjungan sebanyak 61,8% berpendapat akan ajak orang lain untuk datang dan 23,6% akan menyarankan untuk datang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas dengan fasilitas yang disediakan oleh Taman Eden serta juga

adanya obyek wisata yang menjadi daya tarik oleh wisatawan untuk berencana mengajak orang lain merasakan pengalaman yang sama.

Hal ini berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan terhadap fasilitas dan objek wisata yang ada dan disediakan oleh tempat wisata. Namun demikian, meskipun jumlah responden yang banyak yang menyatakan untuk merekomendasikan tempat wisata Taman Eden 100, masih ada sekitar 6% yang menyatakan bahwa mereka masih merasa ragu untuk merekomendasikan empat tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa faktor lain yang mungkin menjadi salah satu yang harus diperhatikan, sama seperti halnya bisa oleh harga tiket masuk yang mahal atau kurangnya fasilitas pendukung, pengaruh informasi dan promosi terhadap Agrowisata sehingga kurang dikenal oleh masyarakat luas. Pengaruh biaya perjalanan juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi dalam keinginan berkunjung kembali ke Agrowisata tersebut. Wisatawan harus menyiapkan biaya perjalanan lebih jika ingin mengunjungi obyek wisata Taman Eden 100 dan juga dapat diteliti bahwa wisatawan memiliki selera dan cara yang berbeda-beda ketika akan melakukan perjalanan wisata ke suatu daerah tujuan wisata. Hal ini menunjukkan bahwa Indikator yang dihasilkan dalam penelitian ini yaitu berpengaruh terhadap obyek wisata yang mereka peroleh secara nyata, sehingga mempengaruhi keinginan dalam menceritakan Agrowisata tersebut ke orang lain.

5. 2 Perilaku Calon Pengunjung

5.2.1 Karakteristik Psikografi pada Calon Pengunjung

Berikut hasil preferensi responden terhadap Agrowisata

Tabel 5. 10 Preferensi terhadap Keingintahuan Mengenai Agrowisata

Apakah Anda Tahu Tentang Agrowisata?	Jumlah	Persentase
Tidak tahu	42	53,8%
Pernah dengar	15	19,2%
Tahu, tetapi belum pernah berkunjung	15	19,2%
Tahu dan pernah berkunjung	6	7,7%
	78	100,0%

Sumber: *Data Primer (2022)*

Tabel 5.10 menunjukkan hasil responden terhadap pengetahuan informasi tentang agrowisata sebanyak 53,8% mengatakan bahwa tidak tahu. Dengan kata lain responden sasaran tidak mengetahui apa itu agrowisata, namun sebagian menjawab bahwa mereka mengetahui tentang agrowisata. Hal ini menunjukkan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kurangnya minat. Beberapa orang mungkin tidak tertarik dengan wisata peternakan karena mereka menyukai kegiatan yang berkaitan dengan pertanian atau peternakan. Kajian ini dilatarbelakangi oleh pembahasan tentang ciri-ciri yang menjadi alasan mengapa wisata pertanian kurang dikenal dibandingkan dengan nama wisata berupa wisata pertanian. Faktor-faktor ini termasuk kurangnya iklan dan informasi. Beberapa agrowisata mungkin tidak memiliki anggaran yang cukup untuk melakukan kampanye, sehingga tidak dikenal oleh masyarakat, dan juga mempengaruhi informasi agrowisata, sehingga kurangnya akses mempengaruhi akses ke tujuan agrowisata.

5.2.2 Karakteristik Pandangan Calon Responden Tentang Kunjungan dalam Berwisata Ke Taman Eden 100

Berikut tabel dibawah ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen mengenai

Pandangan Calon Pengunjung terhadap Agrowisata Taman Eden 100.

Tabel 5.11 Preferensi calon pengunjung terhadap Agrowisata Taman Eden 100

Pengetahuan tentang agrowisata Taman Eden 100?	jumlah	persentase
Tidak tahu	53	67,9%
Pernah mendengar	4	5,1%
Tahu, tetapi belum pernah berkunjung	21	26,9%
	78	100,0%

Sumber: *Data Primer (2022)*

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 5.11 dalam karakteristik tentang agrowisata Taman Eden 100, tanggapan calon pengunjung terhadap informasi mengenai Agrowisata Taman Eden 100 beranggapan bahwa mereka tidak tahu dengan jumlah persentase 67,9%. Untuk itu, ini adalah salah satu strategi untuk mempromosikan Agrowisata Taman Eden 100 lebih luas lagi karena sangat berpengaruh terhadap pengunjung dan kunjungan berikutnya dalam sebagai calon pengunjung yang berkeinginan melakukan wisata. Untuk mencapainya diperlukan dan dibutuhkan kesadaran masyarakat tentang agrowisata dalam penyediaan informasi lebih baik, serta peningkatan fasilitas dan aksesibilitas. Selain itu juga, agrowisata dapat memperluas jenis kegiatan yang ditawarkan dalam upaya meningkatkan dan mengembangkan wisata.

5.3 Produk Agrowisata

5.3.1 Objek Wisata Taman Eden 100

Produk wisata, termasuk objek wisata yang ingin dikunjungi, memiliki peran sentral dalam industri pariwisata. Objek wisata yang menarik tidak hanya menjadi daya tarik utama bagi para wisatawan, tetapi juga merupakan tulang punggung yang memungkinkan industri pariwisata untuk berkembang dan memberikan manfaat yang signifikan bagi berbagai aspek kehidupan. Berikut adalah hasil responden pada pandangan mengenai atraksi-objek wisata Taman Eden 100. Produk wisata juga berkontribusi pada pemahaman lintas budaya. Melalui kunjungan ke obyek wisata, wisatawan memiliki kesempatan untuk memahami sejarah, budaya, dan nilai-nilai masyarakat lokal. Hal ini menciptakan interaksi antarbudaya yang positif, meningkatkan toleransi, dan mempromosikan tempat.



Gambar 5.7 Preferensi pengunjung terhadap Obyek wisata

Berdasarkan hasil penelitian responden, dapat dilihat bahwa daya tarik terhadap objek wisata yang berada pada Taman Eden 100 semua menarik. Pengunjung Agrowisata Taman Eden 100 memiliki minat yang tinggi terhadap pemandangan alam, pertanian budidaya andaliman, air terjun, coffee shop, homestay di tengah hutan, wisata outdoor, oleh-oleh andaliman dan olahan lain. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung Agrowisata Taman Eden 100 memiliki minat yang tinggi terhadap pengalaman alam dan budaya di sekitar lokasi. Namun, ada beberapa yang perlu diperhatikan terkait dengan obyek wisata Taman eden 100, yaitu nilai terendah pada preferensi konsumen yaitu berada pada pertunjukkan budidaya setempat dikarenakan pengunjung yang berkunjung ke Taman eden budaya setempat yang ada di daerah tersebut. Pada gambar di atas menunjukkan bahwa oleh-oleh di Agrowisata tersebut menarik. Meskipun demikian, penting bagi pengelola obyek wisata untuk memperhatikan dan meningkatkan kualitas obyek wisata agro supaya dalam meningkatkan kualitas obyek wisata dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dan dapat memenuhi minat pengunjung karena pengaruh dari respon pengunjung mengenai pengelolaan Agrowisata sangat berpengaruh bagi peningkatan wisata di Agrowisata Taman Eden. Hal ini menjadi salah satu Wisata mampu memenuhi kebutuhan pengunjung dengan baik akan memperoleh umpan baik dan meningkatkan daya tarik destinasi untuk berkunjung kembali.

5.3.2 Atraksi di Agrowisata Taman Eden 100

Atraksi wisata, termasuk obyek wisata yang ingin dikunjungi, memiliki peran sentral dalam menarik wisatawan dan memperkaya pengalaman perjalanan. Keberadaan obyek wisata yang menarik dan beragam adalah salah satu faktor kunci dalam memikat dan mempertahankan minat para wisatawan. Kunjungan ke obyek wisata seringkali memicu minat untuk menjelajahi destinasi lain dan menciptakan pengalaman berwisata. Berikut dibawah ini hasil penelitian berdasarkan pandangan konsumen terhadap atraksi obyek Wisata Taman Eden 100.



Gambar 5.8 Preferensi Konsumen terhadap Atraksi Agrowisata

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, calon pengunjung beranggapan bahwa obyek wisata yang ada di Taman eden 100 menarik. Untuk obyek wisata atau daya tarik memegang peran penting dalam menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Hal ini akan berpengaruh terhadap pengunjung sebagai alasan utama dalam berkunjung. Pengunjung datang untuk mengalami dan menikmati keindahan, keunikan, dan daya tarik yang ditawarkan oleh obyek wisata tersebut. Hal ini senada dengan jurnal (Iwan Setiawan, 2019) menyatakan bahwa obyek wisata yang menarik dapat meningkatkan popularitas dan meningkatnya kunjungan destinasi wisata tersebut. Oleh karena itu, obyek wisata yang menarik dan berkualitas menjadi faktor penting dalam menarik minat pengunjung dan meningkatkan kunjungan ke suatu destinasi wisata. Pengelola destinasi wisata perlu memperhatikan keunikan dan daya tarik obyek wisata yang dimiliki, serta memastikan bahwa wisata tersebut dapat memberikan pengalaman yang tak terlupakan bagi wisatawan.

5.3.4 Fasilitas Agrowisata

Fasilitas di sekitar obyek wisata yang ingin dikunjungi memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kenyamanan, keamanan, dan kualitas pengalaman perjalanan. Berikut dibawah ini hasil penelitian berdasarkan pandangan konsumen terhadap Fasilitas Obyek Wisata Taman Eden 100.



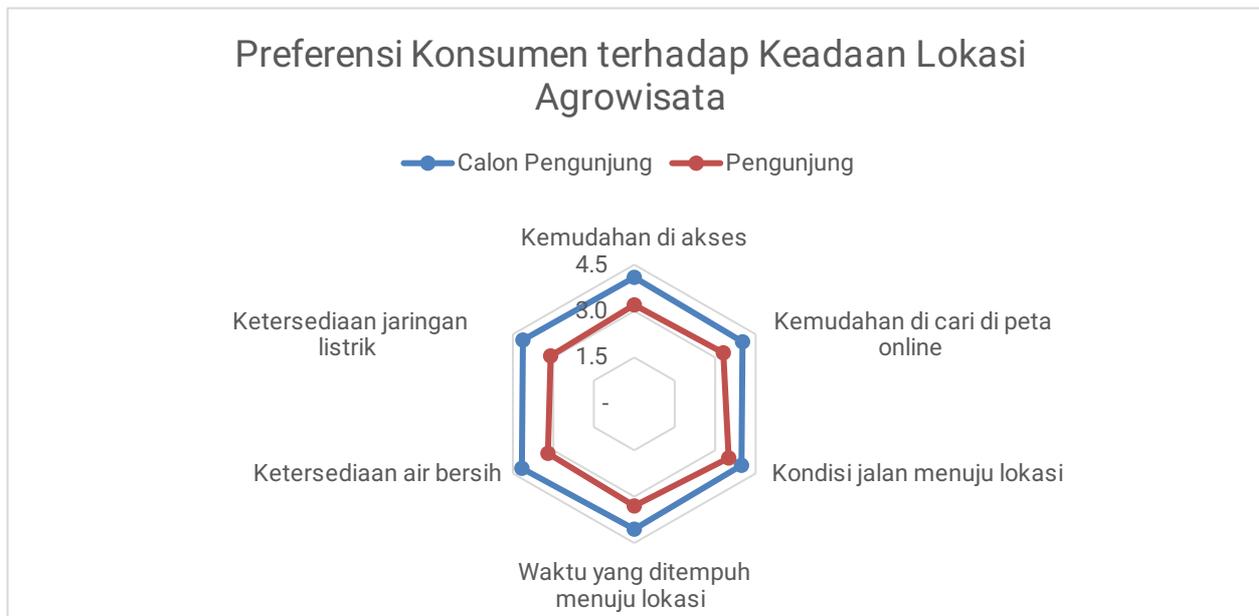
Gambar 5.9 Preferensi Konsumen terhadap Fasilitas Agrowisata

Pada hasil penelitian diperoleh bahwa preferensi konsumen terhadap fasilitas keinginan keseluruhan fasilitas yang ada di Taman Eden 100 memiliki nilai yang tinggi yaitu penting. Hal ini berbeda dengan hasil responden yang pernah berkunjung, pengunjung menilai bahwa toilet menjadi nilai terburuk pertama, diikuti musholla dan pusat informasi saat melakukan wisata. Hal ini menjadi saran yang sangat penting bagi pengelola, karena pentingnya fasilitas untuk dinikmati oleh pengunjung berpengaruh terhadap pengalaman berkunjung. Pengelola harus lebih melihat manajemennya, seperti perencanaan dalam melakukan perawatan setiap fasilitas yang ada pada wisata tersebut. sama halnya dengan pusat informasi wisata dan panduan lokal juga sangat berharga bagi para pengunjung. Mereka dapat memberikan wawasan tentang destinasi, aktivitas yang tersedia, dan informasi praktis lainnya yang membantu wisatawan merencanakan perjalanan mereka dengan lebih baik. Panduan lokal juga bisa memberikan panduan ahli tentang tempat-tempat menarik dan pengalaman unik yang mungkin terlewatkan tanpa bantuan mereka.

Oleh karena itu, fasilitas di sekitar obyek wisata memiliki peran yang tidak dapat diabaikan dalam mendukung industri pariwisata dan menciptakan pengalaman perjalanan yang berkesan bagi para pengunjung. Mereka meningkatkan kenyamanan, membantu dalam merencanakan perjalanan, dan memberikan dukungan yang diperlukan untuk memastikan kunjungan wisatawan menjadi pengalaman yang positif dan berharga.

5.3.5 Keadaan Agrowisata

Pengalaman terhadap keadaan agrowisata, seperti obyek wisata yang ingin dikunjungi, memiliki peran penting dalam mengenalkan wisatawan pada sisi pertanian, alam, dan lingkungan yang beragam. Berikut preferensi konsumen terhadap keadaan lokasi agrowisata.



Gambar 5.10 Preferensi konsumen terhadap keadaan lokasi.

Pada hasil penelitian, berdasarkan pada tabel di atas menyatakan bahwa hasil yang diperoleh adalah penting. Hasil ini merupakan hal yang sangat penting dilakukan oleh usaha-usaha wisata karena berpengaruh terhadap aksesibilitas pengunjung dalam melakukan kunjungan. Aksesibilitas atau kemudahan akses menjadi faktor penting dalam harapan pengunjung agrowisata karena memudahkan pengunjung untuk berkunjung, menghemat waktu dan biaya pengunjung dan juga berpengaruh terhadap tingkat dan pengalaman pengunjung dalam berkunjung ke tempat wisata. Oleh karena itu, aksesibilitas atau kemudahan akses menjadi faktor yang diinginkan oleh pengunjung agrowisata. pengelola agrowisata perlu memperhatikan faktor ini dan memastikan agrowisata mudah di akses, baik melalui transportasi umum maupun kendaraan pribadi. Dalam hal ini nantinya, pengelola agrowisata dapat meningkatkan tingkat kunjungan dan memenuhi harapan pengunjung agar pengalaman wisata menjadi lebih baik (Ricky, 2022).

5.3.6 Kebersihan

Kebersihan objek wisata yang ingin dikunjungi adalah faktor yang sangat penting dalam memastikan pengalaman perjalanan yang positif dan berkesan. Kebersihan mencakup berbagai aspek, termasuk kebersihan lingkungan, sanitasi, dan fasilitas umum, dan memiliki dampak yang signifikan pada pengalaman para wisatawan. Berikut dibawah ini hasil penelitian berdasarkan pandangan konsumen terhadap kebersihan objek wisata Taman Eden 100.



Gambar 5.11 Preferensi Konsumen terhadap Kebersihan Agrowisata

Dari hasil penelitian yang diperoleh pada tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak tanggapan terhadap kebersihan Taman Eden 100, seperti parkir dan jalan setapak beranggapan baik, sedangkan pada toilet, pondok istirahat, warung hasil tanggapan responden buruk dengan nilai rata-rata 2,4. Hal ini perlu diperhatikan oleh Pengelola terhadap kebersihan Agrowisata karena berpengaruh besar terhadap kepuasan pengunjung. Fasilitas dapat diartikan sebagai sarana untuk melancarkan pelaksanaan sesuatu atau yang memberi kemudahan dalam melakukan sesuatu. Fasilitas agrowisata adalah sarana dimana fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan agar dapat menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang telah tersedia di Agrowisata tersebut. Maka hal ini berpengaruh terhadap Agrowisata perlu menyediakan berbagai fasilitas yang dibutuhkan dengan tujuan untuk kemudahan dan kelancaran dalam berwisata.

Pada penelitian (Violina & Suryawan, 2016) Pengunjung cenderung mencari tempat wisata yang bersih dan terawat dengan baik karena hal ini dapat memberikan kesan yang positif tentang tempat wisata tersebut. Jika tempat wisata yang terlihat kotor dan tidak terawat dengan baik, wisatawan mungkin akan kehilangan minat mereka dan beralih ke tempat wisata lain yang lebih bersih dan juga terawat. Selain itu, kebersihan juga berdampak pada kesehatan pengunjung, sehingga penting bagi tempat wisata untuk memastikan kebersihan lingkungan dan fasilitas yang digunakan oleh pengunjung karena perlu melakukan tindakan perhatian lebih terhadap kebersihan fasilitas tersebut agar dapat memenuhi standar kebersihan yang diinginkan oleh pengunjung.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan jumlah responden 101 orang, hasil yang diperoleh berdasarkan harapan pengunjung mengenai agrowisata adalah memiliki nilai rata-rata 4,44 dengan pengaruh positif (setuju) dapat dilihat pada tabel yang artinya bagi pengunjung itu merupakan pertimbangan dalam mengunjungi tempat wisata. Kebersihan, keamanan, kenyamanan, pelayanan, dan fasilitas pendukung merupakan faktor penting dalam harapan pengunjung agrowisata karena dapat meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung dan meningkatkan tingkat kunjungan sehingga

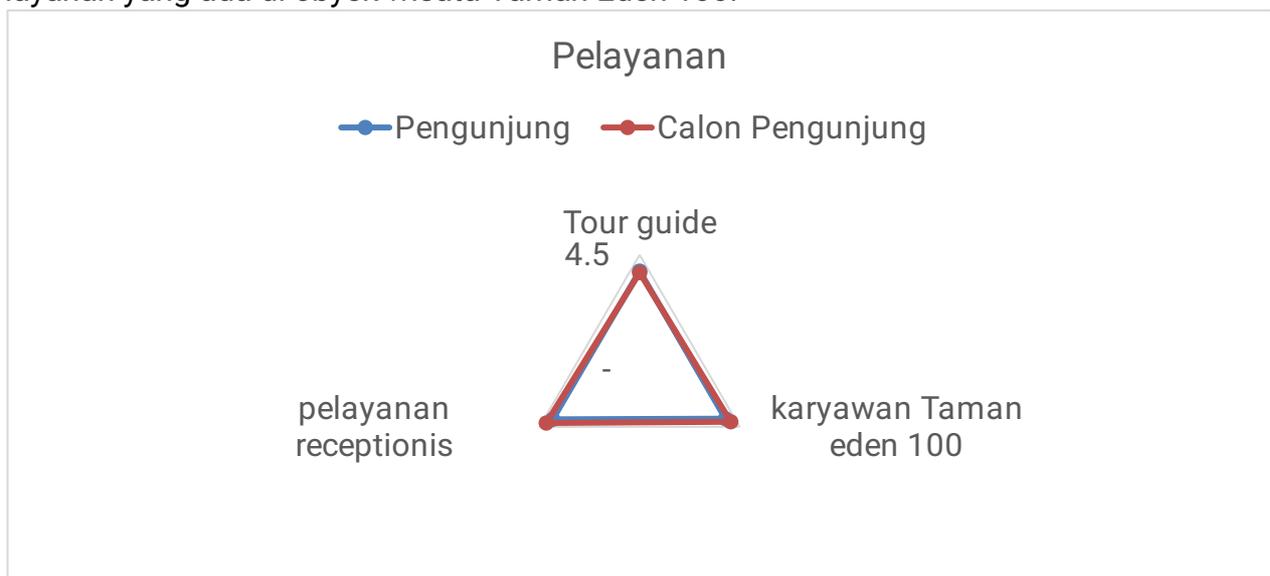
nantinya pengunjung cenderung puas dalam berkunjung dan juga dapat menjaga citra dan reputasi agrowisata.

Maka oleh karena itu, pengelola agrowisata perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut dalam mengelola agrowisata. Dalam memenuhi harapan pengunjung, pengelola agrowisata harus memperhatikan aspek-aspek yang berkaitan ada beberapa yang perlu diperhatikan seperti halnya dengan kebersihan, keamanan, kenyamanan, pelayanan, dan fasilitas pendukung agar pengalaman pengunjung menjadi lebih baik dan agrowisata dapat mempertahankan tingkat kunjungan yang tinggi.

5.3.7 Layanan

Layanan tour guide dan interaksi dengan para karyawan di obyek wisata yang ingin dikunjungi memiliki peran yang sangat penting dalam mengenalkan pengunjung pada aspek-aspek unik dan mendalam dari destinasi tersebut. Tour guide, sebagai pemandu wisata yang berpengetahuan, memberikan wawasan yang berharga tentang sejarah, budaya, dan cerita di balik obyek wisata. Mereka membantu pengunjung memahami konteks dan makna dari apa yang mereka lihat, menciptakan pengalaman yang lebih kaya dan bermakna. Interaksi dengan karyawan di obyek wisata, termasuk petugas tiket, pramutamu, dan pemandu lokal, menciptakan suasana yang ramah dan selamat datang. Ini memberikan pengalaman yang lebih personal dan memungkinkan pengunjung untuk merasa dihargai dan dihormati. Mereka dapat memberikan informasi tambahan, saran, dan panduan praktis yang memudahkan perjalanan wisatawan.

Berikut dibawah ini hasil penelitian mengenai preferensi konsumen terhadap layanan yang ada di obyek wisata Taman Eden 100.



Gambar 5.12 Preferensi konsumen terhadap Pelayanan di Agrowisata

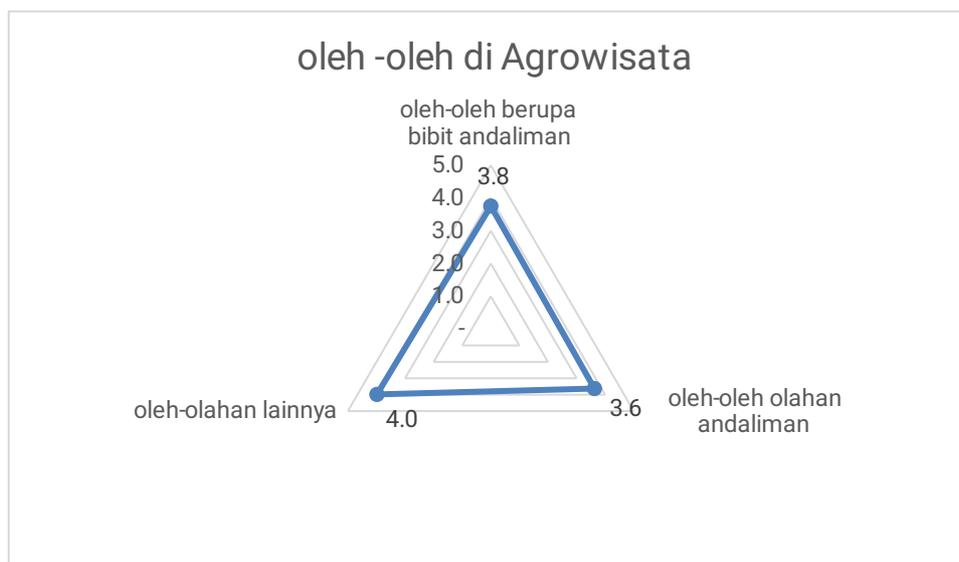
Berdasarkan hasil penelitian terhadap pelayanan di Agrowisata pengunjung beranggapan baik. Dengan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa Agrowisata Taman Eden 100 berhasil dalam memberikan layanan yang memuaskan bagi pengunjung. Menurut Zeithaml (2006), kualitas layanan dari destinasi wisata sangat berbeda dari kualitas produk, dikarenakan kualitas layanan lebih susah untuk dideskripsikan dan diukur dikarenakan adanya interrelationship dan ekspektasi yang berbeda-beda dari setiap

individu atau konsumen. Maka dari hal tersebut, jika seseorang telah menganggap kualitas layanan yang diberikan oleh destinasi wisata tersebut sesuai dengan ekspektasinya hal tersebut akan meningkatkan intensinya untuk mengunjungi destinasi wisata dan juga berpengaruh terhadap meningkatkan kualitas layanan pengunjung. Pelayanan yang baik juga dapat meningkatkan kepercayaan pengunjung terhadap tempat wisata. Layanan merupakan kegiatan yang bertujuan sebagai memberikan kemudahan, kenyamanan, atau keselamatan kepada pengunjung selama tinggal dan dalam setiap acara kunjungannya dalam melakukan wisata.

Ketika pengunjung merasa lebih nyaman dan dihargai maka akan cenderung akan memiliki feedback dalam mengunjungi kembali tempat tersebut. Penilaian yang baik pada aspek pelayanan dapat menunjukkan pengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini dikarenakan pelayanan yang baik dapat meningkatkan kualitas wisata dan menarik minat wisatawan untuk kembali berkunjung kembali. Oleh karena itu, pengelola destinasi harus terus memperhatikan dan meningkatkan pelayanan yang diberikan untuk menjaga kepuasan pengunjung dan meningkatkan jumlah kunjungan wisata.

5.3.8 Oleh-oleh Agrowisata

Oleh-oleh yang tersedia di objek wisata yang ingin dikunjungi memiliki peran yang sangat penting dalam memperkaya pengalaman perjalanan dan mendukung ekonomi lokal. Hal ini memberikan nilai tambah bagi pengalaman berwisata, mengingatkan mereka akan momen indah yang telah mereka habiskan di tempat tersebut.



Gambar 5.13 Preferensi konsumen terhadap oleh-oleh Agrowisata

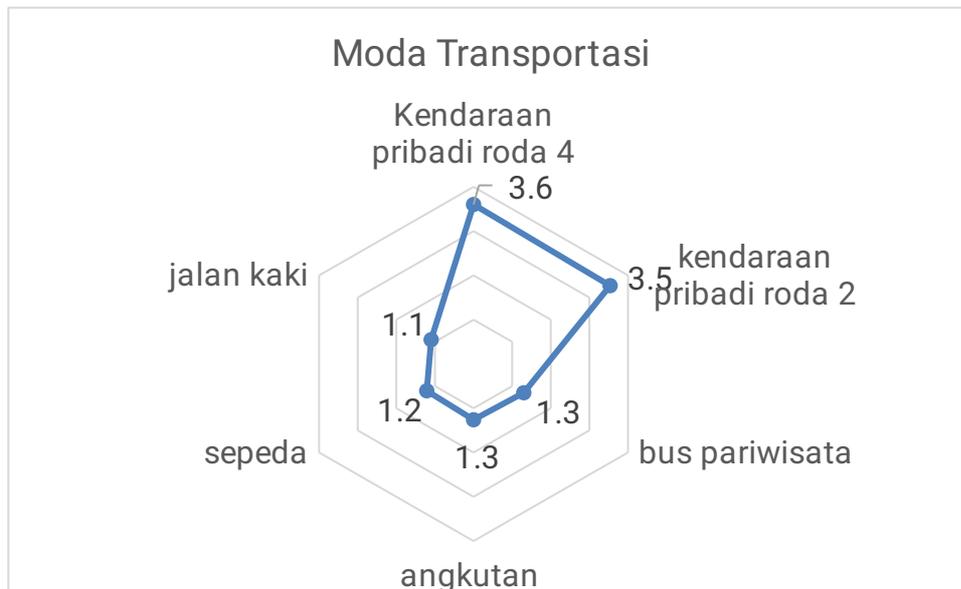
Pada preferensi konsumen terhadap penyediaan oleh-oleh di sebah wisata memiliki nilai sangat menarik. Membeli oleh-oleh adalah cara bagi para wisatawan untuk membawa pulang kenangan dari destinasi mereka, seperti produk lokal, souvenir, atau karya seni. Oleh-oleh juga memiliki peran dalam mempromosikan budaya dan tradisi lokal. Mereka sering kali mencerminkan identitas dan kekayaan budaya suatu daerah, seperti makanan khas, kerajinan tangan, atau produk unik lainnya. Oleh karena itu, membeli oleh-oleh adalah cara bagi pengunjung untuk menghormati dan menghargai warisan budaya yang ada di destinasi tersebut. Begitu juga dengan Taman

Eden 100, oleh-oleh juga bisa menjadi alat dalam mempromosikan keberlanjutan lingkungan. Beberapa destinasi wisata menawarkan oleh-oleh berkelanjutan, seperti produk lokal yang ramah lingkungan atau yang mendukung pelestarian alam. Dengan memilih oleh-oleh yang berkelanjutan, wisatawan dapat turut berperan dalam menjaga keindahan alam dan lingkungan di destinasi tersebut.

5.4 Tempat

5.4.1 Aksesibilitas Lokasi

Aksesibilitas lokasi wisata yang ingin dikunjungi adalah faktor kunci dalam menjadikan pariwisata inklusif dan memungkinkan berbagai orang untuk menikmati keindahan destinasi tersebut. Kemudahan dalam mencapai obyek wisata menciptakan peluang bagi semua lapisan masyarakat, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan fisik, ekonomi, atau mobilitas yang terbatas, untuk mengalami pengalaman wisata yang berharga. Hasil penelitian berdasarkan aksesibilitas oleh pengunjung Agrowisata Taman Eden 100.



Gambar 5.14 berdasarkan moda transportasi pengunjung berwisata

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan bahwa moda transportasi yang paling banyak digunakan oleh pengunjung dalam melakukan kunjungan ke Agrowisata Taman eden 100 adalah menggunakan kendaraan pribadi roda 4 dan diikuti dengan kendaraan pribadi roda 2. Hal ini bahwa menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung Agrowisata Taman Eden 100 lebih memilih menggunakan kendaraan pribadi untuk melakukan destinasi perjalanan berwisata. Hal ini bisa dijadikan pertimbangan oleh pengelola untuk menyediakan area parkir yang cukup besar dan memperhatikan aksesibilitas bagi kendaraan pribadi. Upaya peningkatan aksesibilitas dapat dilakukan melalui perbaikan infrastruktur jalan dan transportasi, serta juga memberikan sejumlah informasi yang jelas mengenai cara menuju ke tempat wisata tersebut.

Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian (Rifansyah & Sihombing, 2022) menyatakan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh sangat penting dalam kunjungan wisatawan. Semakin mudah akses ke suatu tempat wisata, semakin besar kemungkinan jumlah kunjungan pengunjung yang akan datang. Sebaliknya jika suatu tempat wisata sulit diakses, misalnya hanya dapat dicapai melalui jalan yang terjal atau

terlalu jauh dari pusat kota, maka akan menyebabkan berkurangnya minat pengunjung dalam mengunjungi sebuah lokasi tersebut.

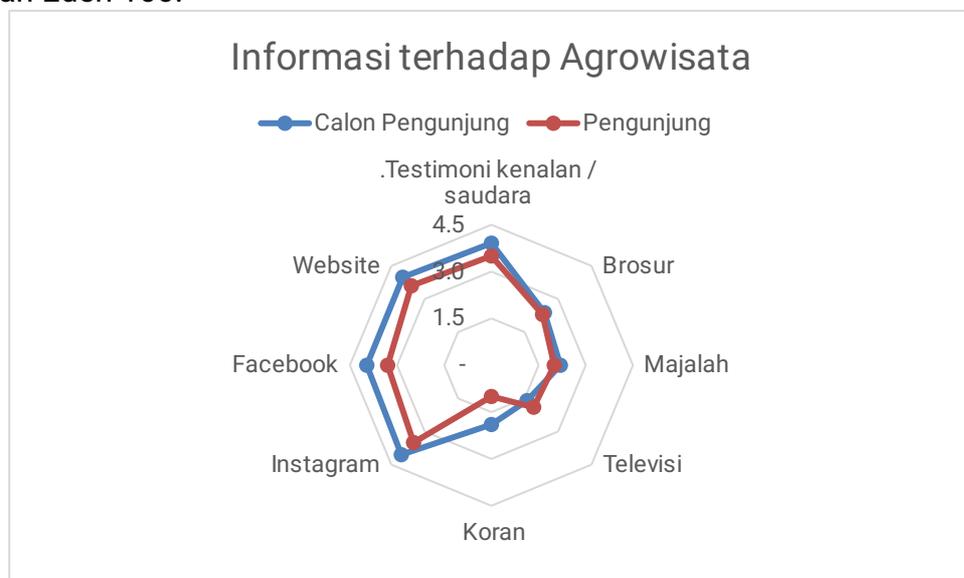
Oleh karena itu, perlu diperhatikan aksesibilitas dalam pengembangan tempat wisata sangat penting untuk meningkatkan jumlah kunjungan. Upaya peningkatan aksesibilitas dapat dilakukan melalui perbaikan infrastruktur jalan dan transportasi, serta juga memberikan sejumlah informasi yang jelas mengenai cara menuju ke tempat wisata tersebut.

5.5 Promosi

5.5.1 Perolehan informasi

Informasi wisata memberikan gambaran umum tentang destinasi tersebut, termasuk atraksi utama, aktivitas yang tersedia, dan budaya lokal. Ini membantu wisatawan untuk memahami apa yang mereka harapkan dan bagaimana mereka dapat merencanakan perjalanan mereka sesuai dengan minat dan preferensi mereka. Dan kita ketahui juga bahwa Informasi wisata juga sangat penting dalam menghindari masalah dan komplikasi selama perjalanan. Dengan memahami potensi risiko atau tantangan yang mungkin dihadapi, wisatawan dapat merencanakan tindakan pencegahan yang tepat dan menghindari situasi yang tidak diinginkan.

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan pandangan responden terhadap berbagai sumber informasi yang mereka gunakan untuk mendapatkan informasi tentang Taman Eden 100.



Gambar 5.15 Preferensi konsumen terhadap perolehan informasi agrowisata

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pada variabel promosi dalam indikator mendapatkan informasi mengenai Agrowisata dengan tujuan obyek wisata mudah diakses. Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa sumber informasi yang paling banyak digunakan oleh responden adalah dari teman-teman dengan pandangan yang artinya merek sering kali mendapatkan informasi tentang Agrowisata Taman Eden 100 dan di ikuti melalui media sosial tersebut. Sementara itu juga, ada beberapa lagi yang menjadi sumber informasi yang didapatkan responden namun memiliki nilai rendah dalam mendapat informasi tersebut yaitu dari brosur dan poster. Brosur dan poster tidak terlalu sering digunakan oleh responden karena dengan alasan akses susah didapatkan oleh responden dan begitu juga melalui informasi dari keluarga, saudara,

sekolah, dan juga biro perjalanan wisata dengan keterangan pernah satu kali.

Maka dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial seperti halnya itu Facebook, WhatsApp, Instagram, dan pengaruh Teman dikatakan lebih efektif dalam menyampaikan informasi mengenai Agrowisata Taman Eden 100. Untuk selanjutnya perlu melakukan validasi mengenai peningkatan promosi di kalangan media sosial karena sangat berpengaruh terhadap peningkatan pengunjung dan calon pengunjung yang ingin berkunjung ke Agrowisata Taman Eden 100.

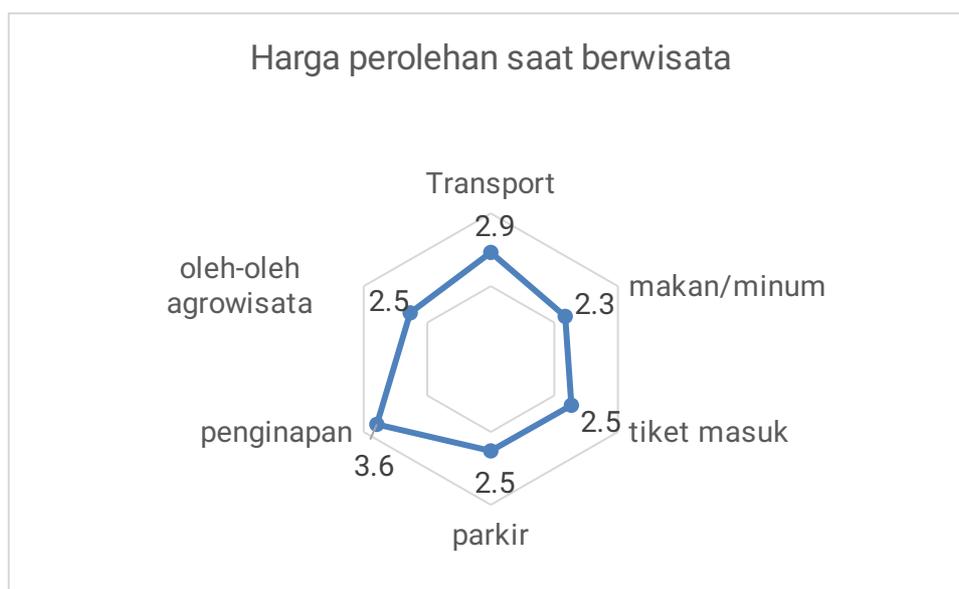
Untuk itu, variabel promosi memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pendapat pengunjung terhadap agrowisata. Promosi yang dilakukan dengan baik dan tepat sasaran dapat memberikan pengaruh positif pada persepsi dan juga pendapat pengunjung terhadap agrowisata namun demikian, promosi yang berlebihan atau tidak sesuai dengan realita yang ditawarkan oleh agrowisata dapat berdampak negatif pada pendapat pengunjung dan berdampak merugikan agrowisata.

5.6 Harga

5.6.1. Harga

Perolehan harga wisata yang ingin dikunjungi memiliki peran yang sangat penting dalam perencanaan perjalanan yang efisien dan berkelanjutan. Harga adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi, akomodasi, dan aktivitas selama perjalanan mereka. Pentingnya perolehan harga pertama-tama terlihat dalam pengaruhnya terhadap anggaran perjalanan.

Berikut adalah tabel yang menunjukkan pandangan dan keterangan dari beberapa aspek yang dinilai oleh responden dalam penelitian di Taman Eden 100 adalah sebagai berikut.



Gambar 5.16 Berdasarkan Harga perolehan saat berwisata

Hasil yang diperoleh dari harga perolehan saat berwisata, pengunjung beranggapan bahwa untuk harga makan/minum yang diperoleh saat berwisata di Taman Eden 100 murah, akan tetapi biaya pada penginapan di Taman eden 100 mahal. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah kualitas, pemilihan, harga dan

ketersediaan menu. Namun nilai ini juga bisa dibilang nilai yang cukup baik, karena nilai ini lumayan tapi tidak menarik perhatian pengunjung. Dalam hal ini, peningkatan kualitas transportasi dan aspek makanan/minuman mungkin diperlukan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung. Tampilan variabel harga memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pengunjung. Hal ini disebabkan pengaruh harga yang berhasil membujuk wisatawan untuk memutuskan berkunjung. Hal ini dapat dibuktikan dengan jawaban yang diberikan oleh mayoritas responden yang pada prinsipnya setuju dengan indikator harga yaitu: Keterjangkauan, harga sesuai dengan kualitas produk (jasa), daya saing harga, harga sesuai manfaat.

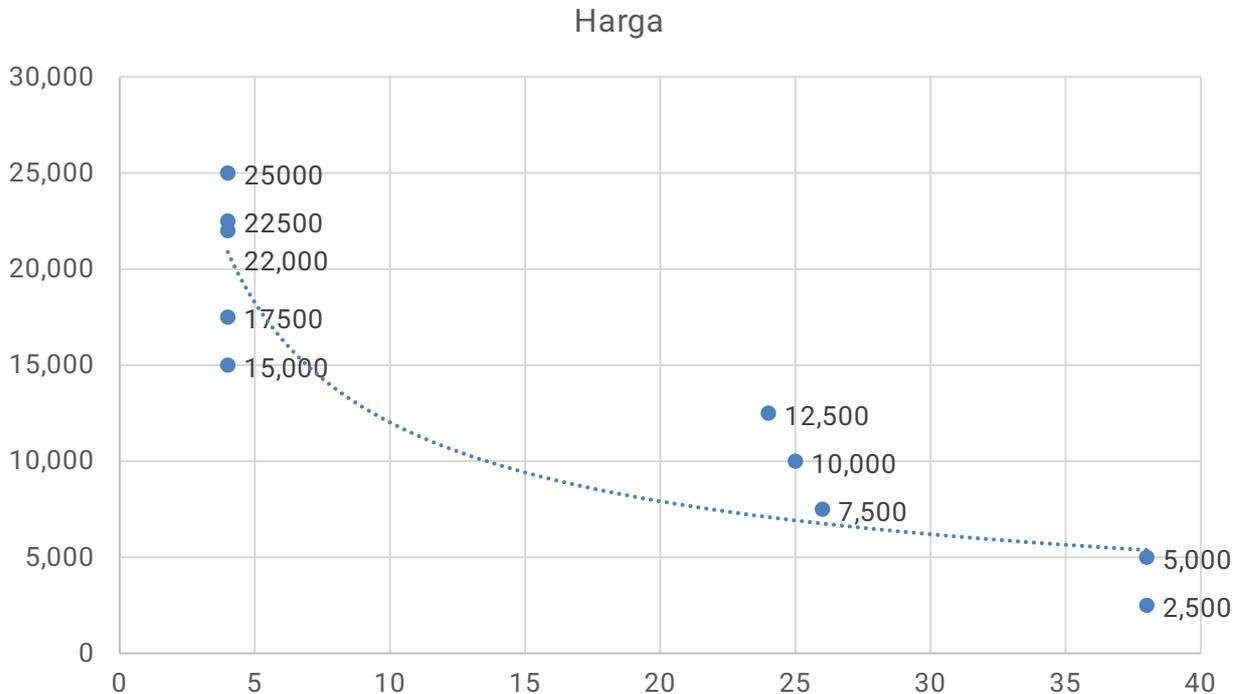
5.6.2 Pengaruh Ketersediaan Harga

Pada tabel dibawah ini adalah hasil penelitian berupa responden dari calon pengunjung terhadap harga perolehan yang ingin diberikan oleh pengunjung terhadap harga tiket Taman Eden 100.

Tabel 5.12 Preferensi konsumen terhadap ketersediaan harga yang ditawarkan saat berwisata

Harga	Jangkauan	Jumlah	Nilai Penjualan	Potensi
2.500	101	1	252500	
5.000	100	20	500000	
7.500	80	3	600000	
10.000	77	56	770000	
12.500	21	3	262500	
15.000	18	14	270000	
17. 500	4	0	70000	
22.000	4	0	88000	
22. 500	4	0	90000	
25. 000	4	4	100000	

Berikut hasil dalam bentuk grafik pengaruh harga terhadap layanan tiket Agrowisata Taman Eden 100.



Gambar 5.17 Preferensi terhadap ketersediaan harga tiket yang ingin dibayar

Pada tabel di atas menjelaskan bahwa pengaruh harga terhadap informasi Agrowisata Taman Eden, hasil yang diperoleh adalah pengunjung menyetujui dengan harga Rp. 10.000 dengan revenue sebesar Rp770.000. Harga memainkan peran penting dalam informasi agrowisata karena dapat mempengaruhi keputusan pengunjung untuk mengunjungi atau tidak mengunjungi tempat wisata tersebut. Jika harga terlalu tinggi, pengunjung mungkin akan mencari tempat alternatif lain yang lebih terjangkau. Namun, jika harga terlalu rendah, mungkin akan mengurangi persepsi kualitas dari agrowisata tersebut. Selain itu, informasi mengenai harga juga membantu pengunjung untuk merencanakan anggaran mereka sebelum berkunjung ke agrowisata. Oleh karena itu, penting bagi agrowisata untuk memberikan informasi harga yang jelas dan transparan untuk menarik minat pengunjung dan memberikan pengalaman wisata yang positif. Keputusan pembelian merupakan sebuah keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, budaya, produk, harga, lokasi, promosi dan proses, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk segala informasi dan mengambil keputusan oleh pengunjung berupa respon yang muncul mengenai produk atau jasa yang mau dibeli. Begitu juga mengenai keputusan berkunjung pada suatu wisata merupakan sebuah keputusan atau tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau beberapa orang guna mengunjungi sebuah wisata yang bertujuan sesuai dengan keinginan seorang pengunjung (berkreasi, rekreasi atau sebagai liburan) sehingga dapat mempengaruhi budaya baru di tempat tersebut.