

**ANALISIS *WILLINGNESS TO PAY* PENGUNJUNG TERHADAP TIKET
OPTIMUM AGROWISATA BUKIT WARUWANGI**

SKRIPSI

**Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Jurusan
Agribisnis**



IDAROYANTI

NIM : 4441170012

**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : ANALISIS *WILLINGNESS TO PAY* PENGUNJUNG TERHADAP
TIKET OPTIMUM AGROWISATA BUKIT WARUWANGI
Oleh : Idaroyanti
NIM : 4441170012

Serang, November 2022

Menyetujui dan Mengesahkan:

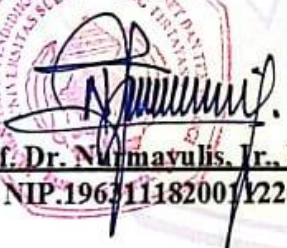
Dosen Pembimbing I,


Dr. Juwari Pancawati, S.P., M.Si.
NIP. 197502142003122001

Dosen Pembimbing II,


Dr. Ir. H. Suherman, M.M., M.Si.
NIP. 196702091999011001

Dekan,


Prof. Dr. Nurmawalis, Jr., MP.
NIP. 196311182001122001

Ketua Jurusan,


Dr. Ir. H. Suherman, M.M., M.Si.
NIP. 196702091999011001

Tanggal Sidang: 28 April 2022

Tanggal Lulus: 08 NOV 2022

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Idaroyanti

NIM : 4441170012

Menyatakan bahwa hasil penelitian saya berjudul :

ANALISIS *WILLINGNESS TO PAY* PENGUNJUNG TERHADAP TIKET OPTIMUM AGROWISATA BUKIT WARUWANGI

Adalah hasil saya sendiri dan bukan hasil jiplakan. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa hasil penelitian saya merupakan jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan hukum yang berlaku.

Serang, November 2022

Yang menyatakan,



Idaroyanti

ABSTRACT

Agrotourism is a type of tourism that relies on agricultural commodities as an attraction. Bukit Waruwangi Agrotourism is one of the agro-tourism located in Serang Regency. This study aims to identify the characteristics and perceptions of visitors then estimate the optimum individual admission price and identify the factors that influence the value of WTP. The research method used is the Contingent Valuation Method (CVM) and uses multiple linear regression analysis involving variables of age, education level, income, frequency of visits, travel costs, distance traveled and visiting time. The instrument used in this research is a questionnaire. The sample used in this study amounted to 84 people who are visitors over the age of 17 years. The analytical tools used are Microsoft Excel and SPSS 21.0 for Windows. Visitors are dominated by male tourists, aged 21 - 30 years and have the status of ever married. The majority of visitors have completed 16 years of formal education and work as civil servants. The majority of visitors have income levels above Rp4,000,000. Visitors' perceptions of Bukit Waruwangi Agrotourism are considered good. However, for several aspects such as road conditions in the Bukit Waruwangi Agrotourism area and toilets, it is considered not good. A total of 74 respondents or 88% of visitors stated that they were willing to have an individual ticket price increase policy. The results of the analysis of willingness to pay show the average value of the WTP is Rp. 9,000. WTP value is influenced by income and frequency of visits.

Keywords : CVM, WTP, Bukit Waruwangi

RINGKASAN

Idaroyanti, 2022. Analisis *Willingness To Pay* Pengunjung Terhadap Tiket Optimum Agrowisata Bukit Waruwangi, dibimbing oleh Juwarin Pancawati dan Suherman.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik dan persepsi pengunjung terhadap Agrowisata Bukit Waruwangi serta memperkirakan harga tiket masuk individu yang optimum.

Penelitian ini dilakukan di Agrowisata Bukit Waruwangi, Kecamatan Cinangka, Kabupaten Serang. Pada penelitian ini metode *accidental sampling* digunakan dalam pengambilan sampel, berdasarkan *linear time function* jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 84 responden yang merupakan pengunjung Agrowisata Bukit Waruwangi yang berusia mulai dari 17 tahun. Karakteristik dan persepsi responden diidentifikasi dengan menggunakan metode deskriptif. Sedangkan nilai kesediaan membayar pengunjung diestimasi dengan menggunakan metode *Contingent Valuation Method*. Variabel-variabel seperti usia, tingkat pendidikan, pendapatan, frekuensi kunjungan, biaya perjalanan, jarak tempuh dan waktu berkunjung dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nilai WTP.

Berdasarkan hasil analisis didapatkan responden mayoritas jenis kelamin laki-laki, berumur 21 - 30 tahun dan memiliki status pernah menikah. Mayoritas responden telah menempuh pendidikan formal selama 16 tahun, serta bekerja sebagai PNS. Mayoritas responden memiliki tingkat pendapatan di atas Rp4.000.000. Persepsi responden secara keseluruhan terhadap Agrowisata Bukit Waruwangi dinilai agak baik.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Analisis *Willingness To Pay* Pengunjung Terhadap Tiket Optimum Agrowisata Bukit Waruwangi”

Penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik juga berkat bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Juwarin Pancawati, SP., M.Si selaku dosen pembimbing satu yang telah memberikan arahan dan petunjuk dalam penulisan skripsi.
2. Dr. H. Suherman, Ir., MM., M.Si selaku dosen pembimbing dua yang telah berkenan memberikan arahan dalam penulisan skripsi ini dan juga selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
3. Nanah Sujannah S.Ag.,M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing penulis dari awal menjadi mahasiswa baru sampai penulis menyelesaikan penelitian ini.
4. Prof. Dr. Nurmayulis Ir., MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
5. Seluruh dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua dan adik-adik penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan baik moral maupun materi bagi penulis.
7. Fransjosia Simon Peterson Siboro,S.T yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis selama menyelesaikan penulisan skripsi.
8. PKK (Ka Sabet) dan SKK (Indah,Prita dan Debora) yang selalu memberi dukungan baik secara moral dan rohani kepada penulis.
9. Teman-teman dan adik-adik di kost Romulus, yang selalu mendukung dan menghibur penulis selama penulisan skripsi.

10. Silvia Indah Naomi yang menemani penulis sampai titik darah penghabisan selama menempuh semester akhir.
11. Seluruh teman-teman yang telah membantu dan memberikan semangat selama penulis menyelesaikan penulisan skripsi.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melindungi dan membalas kebaikan pihak-pihak yang selalu mendukung penulis. Semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Serang, November 2022

Penulis

RIWAYAT HIDUP



Idaroyanti dilahirkan di Jakarta pada 9 April 1999 dari pasangan bapak Jhontrius Sinaga dan ibu Hotmawati Hutagalung. Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara.

Penulis memulai pendidikan formal menengah pertama di SMPN 3 Kota Tangerang Selatan pada tahun 2011 – 2014 dan menengah atas di SMAN 3 Kota Tangerang Selatan pada tahun 2014 – 2017. Setelah lulus, pada tahun 2017 penulis melanjutkan pendidikannya ke Perguruan Tinggi Negeri di Provinsi Banten yang lolos melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN) di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian.

Selama menempuh pendidikan di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa penulis aktif dalam organisasi kampus, baik internal maupun eksternal. Pada tahun 2018 – 2019 penulis menjadi staff muda kaderisasi di Himpunan Mahasiswa Jurusan Agribisnis (Himagri). Kemudian, pada tahun 2019-2020 penulis bergabung dengan Dewan Pimpinan Mahasiswa (DPM) Fakultas Pertanian di Divisi Eksternal. Penulis juga aktif di organisasi Gerakan Mahasiswa Kristen Indonesia Cabang Serang (2017 - sekarang), dan menjadi Sekretaris Fungsional Kerohanian masa jabatan 2021 – 2022. Penulis telah Selain itu, penulis juga telah mengikuti Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) di Desa Tegalsari pada tahun 2020 dan melakukan Kuliah Kerja Profesi (KKP) sebagai Agronomist di Perusahaan Shimizu Nouen, Hokkaido, Jepang.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
RIWAYAT HIDUP.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Tujuan.....	8
1.5. Hipotesis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Kerangka Teoritis	10
2.1.1. Pariwisata....	10
2.1.2. Agrowisata... ..	14
2.1.3. Persepsi Konsumen	18
2.1.4. Konsep Contingent Valuation Method (CVM).....	22
2.1.5. Analisis Willingness to Pay (WTP)	25
2.2. Penelitian Terdahulu.....	28
2.3. Kerangka Pemikiran	30
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Objek dan Waktu Penelitian.....	33

3.2. Instrumen Penelitian	33
3.3. Metode Pengumpulan dan Pengolahan Data	34
3.3.1. Metode Pengumpulan Data	34
3.3.2. Teknik Pengambilan Sampel	35
3.3.3. Operasional Variabel.....	36
3.3.4. Analisis Data	37
3.3.4.1 Uji Validitas	37
3.3.4.2 Uji Reliabilitas	38
3.3.4.3 Analisis Karakteristik dan Persepsi Pengunjung	38
3.3.4.4 Analisis Nilai WTP Pengunjung Bukit Waruwangi	38
3.3.4.5 Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Besarnya Nilai WTP Pengunjung Bukit Waruwangi	41
3.3.5. Pengujian Parameter.....	41
3.3.5.1 Uji Normalitas.....	41
3.3.5.2 Uji Multikoleniaritas.....	42
3.3.5.3 Uji Heteroskedastisitas	42
3.3.5.4 Koefisien Determinansi (R ²)	43
3.3.5.5 Uji Statistik F	43
3.3.5.6 Uji Statistik t	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	45
4.1.1 Kabupaten Serang	45
4.1.2 Agrowisata Bukit Waruwangi.....	45
4.2 Visi dan Misi	46
4.3 Sejarah Agrowisata Bukit Waruwangi	46

4.4 Gambaran Umum Responden.....	47
4.5.1. Karakteristik Responden	47
4.5.2. Karakteristik Kunjungan	52
4.5 Persepsi Pengunjung.....	59
4.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	59
4.6.2 Hasil Persepsi Peengunjung.....	60
4.6 Estimasi Nilai Kesiediaan Membayar (Willingness To Pay) Tiket Masuk Objek Wisata Agrowisata Bukit Waruwangi	66
4.7 Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi WTP	70
4.7.1. Deskripsi Variabel.....	70
4.7.2. Model Regresi Linear.....	71
4.7.3. Uji Asumsi Klasik.....	73
4.7.4. Uji F.....	75
4.7.5. Uji T.....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1. Kesimpulan.....	77
5.2. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah Wisatawan Mancanega dan Wisatawan Nusantara Ke Provinsi Banten Menurut Kabupaten/Kota Tahun 2019 dan Tahun 2020	3
Tabel 2 Persepsi Terhadap Harga Tiket.....	60
Tabel 3 Persepsi Terhadap Akses Menuju Lokasi Agrowisata Bukit Waruwangi	61
Tabel 4 Persepsi Terhadap Kondisi Jalan Dikawasan Agrowisata Bukit Waruwangi	61
Tabel 5 Persepsi Terhadap Penyediaan Fasilitas Umum	62
Tabel 6 Persepsi Terhadap Kualitas Tempat Parkir	63
Tabel 7 Persepsi Terhadap Toilet.....	64
Tabel 8 Persepsi Terhadap Mushola	65
Tabel 9 Persepsi Terhadap Kios/Warung.....	65
Tabel 10 Persepsi Terhadap Tempat Sampah	66
Tabel 11 Nilai WTP Responden Agrowisata Bukit Waruwangi	69
Tabel 12 Deskripsi Variabel.....	71
Tabel 13 Hasil Uji Multikolinearitas	74
Tabel 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74
Tabel 15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Agrowisata Bukit Waruwangi	4
Gambar 2 Fluktuasi Jumlah Pengunjung Agrowisata Bukit Waruwangi	5
Gambar 3 Proses Terbentuknya Persepsi	19
Gambar 4 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 5 Karakteristik Sosial Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Gambar 6 Karakteristik Sosial Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....	48
Gambar 7 Karakteristik Sosial Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	49
Gambar 8 Karakteristik Sosial Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	50
Gambar 9 Karakteristik Sosial Repsonden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	51
Gambar 10 Karakteristik Sosial Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	52
Gambar 11 Karakteristik Responden Kunjungan Responden Berdasarkan Sumber Informasi	52
Gambar 12 Karakteristik Kunjungan Responden Berdasarkan Waktu Kunjungan	53
Gambar 13 Karakteristik Kunjungan Responden Berdasarkan Alasan Utama Berkunjung.....	54
Gambar 14 Karakteristik Kunjungan Responden Berdasarkan Kegiatan	54
Gambar 15 Karakteristik Kunjungan Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	55
Gambar 16 Karakteristik Kunjungan Responden Berdasarkan Biaya Perjalanan .	56
Gambar 17 Karakteristik Kunjungan Responden Berdasarkan Jarak Asal Ke Bukit Waruwangi	57
Gambar 18 Karakteristik Kunjungan Responden Berdasarkan Waktu berkunjung	58
Gambar 19 Karakteristik Kunjungan Responden Berdasarkan Kesiediaan Berkunjung Kembali	58
Gambar 20 Persentase Kesiediaan Membayar Pengunjung Agrowisata Bukit Waruwangi	67
Gambar 21 Kurva WTP Responden Agrowisata Bukit Waruwangi.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 2 Uji Validitas.....	88
Lampiran 3 Uji Reliabilitas	88
Lampiran 4 Deskripsi Variabel	88
Lampiran 5 Uji Normalitas	89
Lampiran 6 Uji Multikolinearitas.....	89
Lampiran 7 Uji Glejser.....	90
Lampiran 8 Uji R^2	90
Lampiran 9 Uji F	90
Lampiran 10 Uji t.....	91
Lampiran 11 Identitas Responden.....	92
Lampiran 12 Variabel Penelitian	97
Lampiran 13 Dokumentasi.....	104

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara kepulauan di dunia sekaligus menempati posisi pertama sebagai negara kepulauan terbesar dengan jumlah pulau mencapai 17.504 pulau. Setiap pulau mempunyai sumber daya alam yang melimpah dan keindahan alam yang sangat berpotensi menjadi sumber perekonomian di Indonesia jika di kelola dengan benar. Salah satu caranya adalah dengan membangun sektor pariwisata.

Di Indonesia sektor pariwisata mempunyai peran yang cukup baik dalam kontribusi pembangunan perekonomian. Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata sektor pariwisata di Indonesia pada tahun 2019 berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional sebesar 4,8%. Sehubungan dengan perannya yang cukup baik dalam pembangunan nasional, pembangunan pariwisata dijadikan skala prioritas oleh Pemerintah. Upaya pembangunan pariwisata nasional diatur dengan kebijakan kebijakan seperti yang tertulis dalam Undang – Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan. Dalam Undang – Undang ini di jelaskan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Saat ini adalah wisatawan lebih memilih destinasi wisata yang dapat dinikmati keindahan alamnya dan pengolahan produk – produk pertanian. Hal ini mendorong meningkatnya permintaan akan wisata berbasis pertanian dan menambah peluang bagi sektor pertanian. Sumber daya alam yang melimpah membuat Indonesia mempunyai potensi untuk mengupayakan pembangunan pariwisata berbasis pertanian. Pariwisata berbasis pertanian atau biasa disebut Agrowisata adalah sebuah sistem kegiatan yang terpadu dan terkoordinasi untuk pengembangan pariwisata sekaligus pertanian, dalam kaitannya dengan pelestarian lingkungan, peningkatan kesejahteraan masyarakat petani (Sutjipta, 2001)

Banten merupakan salah satu provinsi yang terletak di ujung barat Pulau Jawa. Provinsi Banten mempunyai wilayah seluas 9.662,92 Km² dan jumlah penduduk sebanyak 9.953.414 jiwa. Letak di ujung barat Pulau Jawa menjadikan Banten sebagai pintu gerbang Pulau Jawa dan Sumatera serta berbatasan langsung dengan daerah DKI Jakarta selaku Ibu Kota Negara Indonesia. Posisi geostrategis ini menjadikan Banten penghubung utama jalan perdagangan Sumatera– Jawa terlebih lagi menjadi bagian dari perputaran perdagangan Asia serta Internasional dan selaku posisi aglomerasi perekonomian serta permukiman yang potensial. Bandar udara yang melayani jalur internasional terbesar di Indonesia juga terletak di Provinsi Banten yang membuat banyak wisatawan asing berkunjung baik yang melakukan perjalanan wisata maupun perjalanan bisnis. Provinsi Banten memiliki sumber daya alam yang cukup melimpah dan keindahan alam yang menarik. Hal ini menyebabkan Provinsi Banten berpotensi menjadi pilihan destinasi wisata.

Provinsi Banten mempunyai daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Provinsi Banten tahun 2019 dan tahun 2020 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Provinsi Banten sebanyak 311.131 jiwa dan wisatawan nusantara sebanyak 19.357.727 jiwa. Kemudian pada tahun 2020, kunjungan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Provinsi Banten sebanyak 37.947 jiwa, jumlah ini berkurang dari tahun 2019 karena memang kondisi Pandemi yang membuat warga negara asing tidak bisa dengan mudah memasuki wilayah Indonesia. Jumlah kunjungan wisatawan nusantara ke Provinsi Banten sebanyak 22.384.023 jiwa, jumlah ini meningkat dari tahun 2019 yang artinya daya tarik wisatawan terhadap Provinsi Banten mengalami peningkatan.

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa kunjungan wisatawan di Provinsi Banten, Kabupaten Serang berada di posisi yang cukup diminati oleh wisatawan terutama wisatawan nusantara sehingga Kabupaten Serang menjadi salah satu wilayah yang sangat berpotensi untuk menjadi destinasi wisata di Provinsi Banten. Agrowisata merupakan pariwisata yang menjanjikan untuk dikembangkan di Kabupaten Serang karena sebagian besar masyarakatnya bermata pencaharian di sektor pertanian. Kondisi ini didukung juga dengan sebagian besar

wilayah Kabupaten Serang masih bernuansa pedesaan yang kental dan indah serta kondisi tanah di Kabupaten Serang yang cukup subur karena sebagian jenis tanahnya adalah endapan alluvial dan batu vulkanis kuartar. Kabupaten Serang juga dialiri 4 sungai yaitu Sungai Cidurian, Ciujung, Cibanten dan Cidanau.

Tabel 1 Jumlah Wisatawan Mancanega dan Wisatawan Nusantara Ke Provinsi Banten Menurut Kabupaten/Kota Tahun 2019 dan Tahun 2020

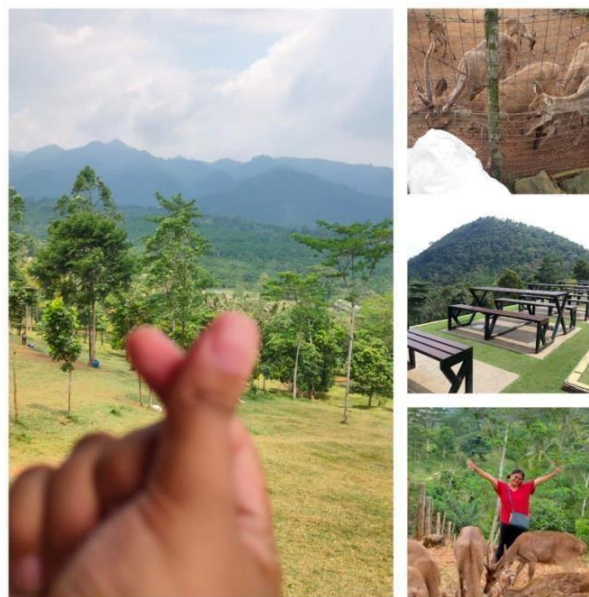
KABUPATEN / KOTA	2019		2020	
	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara
Kabupaten Lebak	362.257	151	179.550	38
Kabupaten Pandeglang	1.499.751	1.562	1.190.919	1.816
Kabupaten Serang	594.173	8.878	1.102.761	3.919
Kabupaten Tangerang	415.959	7.275	116.844	-
Kota Cilegon	701.599	28.906	83.450	3.470
Kota Serang	12.790.576	631	18.762.206	36
Kota Tangerang	1.032.441	221.019	252.318	19.785
Kota Tangerang Selatan	1.956.971	42.709	695.975	8.882
TOTAL	19.353.727	311.131	22.384.023	37.946

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi Banten (2020)

Menurut Salah (2003) terdapat dua faktor yang mempengaruhi kedatangan wisatawan pada suatu objek wisata, yang pertama adalah faktor irrasional (dorongan bawah sadar) yang meliputi lingkup pergaulan dan ikatan keluarga, tingkah laku prestise, pengaguman pribadi, perasaan – perasaan keagamaan, hubungan masyarakat dan promosi pariwisata, iklan dan penyebaran serta kondisi ekonomi. Sedangkan faktor yang kedua merupakan faktor rasional, meliputi sumber – sumber wisata, fasilitas wisata, kondisi lingkungan, susunan kependudukan, situasi politik dan keadaan geografis.

Bukit Waruwangi adalah salah satu agrowisata yang terletak di Kabupaten Serang, tepatnya di Kecamatan Cinangka yang luasnya mencapai 100 hektar. Bukit Waruwangi merupakan agrowisata berbasis ruminansia dimana pengunjung akan dimanjakan dengan pemandangan hijaunya bukit, padang sabana, aliran sungai serta berinteraksi dengan hewan ternak. Selain itu masih banyak fasilitas lain yang bisa dinikmati oleh pengunjung seperti toilet, mushola, penginapan, areacamping, berkumpul di *caffee*, kolam berenang. Pengelola menetapkan biaya tiket masuk Rp 5.000 per orang, untuk roda dua Rp 5.000 dan untuk roda empat Rp 15.000.

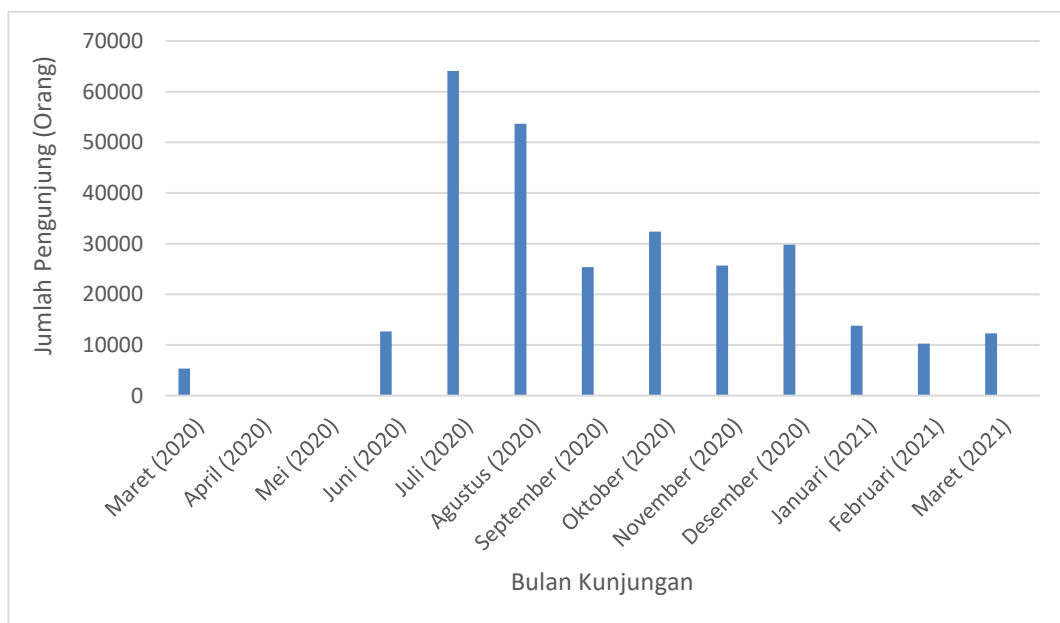
Keunikan yang ada pada Bukit Waruwangi ini membuat Bukit Waruwangi menjadi tujuan wisata yang banyak diminati oleh wisatawan terutama kaum milenial. Daya tarik dari Bukit Waruwangi ini yaitu lokasinya yang menawarkan pemandangan perbukitan yang indah seperti konsep padang Savana di Negara New Zealand yang terdapat banyak hewan *ruminansia* berkeliaran dengan bebas. Hewan *ruminansia* yang berkeliaran dan disediakan oleh pengelola ada kerbau, sapi, dan rusa membuat pengunjung dapat berinteraksi langsung dengan hewan tersebut seperti memberi makan dan berfoto bersama hewan – hewan tersebut.



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2020

Gambar 1 Agrowisata Bukit Waruwangi

Belum genap tiga tahun tempat ini dibuka dan masih banyak pengembangan yang dilakukan oleh pengelola seperti pembangunan infrastruktur jalan, baik jalan menuju objek wisata maupun jalanan di dalam objek wisata kemudian pembangunan jalan untuk pintu keluar wisatawan dan penambahan area wisata lainnya. Melihat minat wisatawan yang cukup tinggi terutama pada saat akhir pekan dan hari libur maka pengembangan ini perlu dilakukan untuk menambah kenyamanan pengunjung dan seiring berjalannya waktu pengunjung tidak bosan dengan fasilitas yang telah ada, maka pengelola membutuhkan biaya pemeliharaan dan pengembangan yang lebih banyak dibandingkan dengan biaya pemeliharaan rutin yang sebelumnya.



Sumber : Pengelola Agrowisata Bukit Waruwangi, 2021

Gambar 2 Fluktuasi Jumlah Pengunjung Agrowisata Bukit Waruwangi

Agrowisata Bukit Waruwangi merupakan objek wisata di Kabupaten Serang yang terbilang masih baru. Meskipun demikian objek wisata ini dapat dengan cepat menarik perhatian wisatawan. Menurut data yang telah diberikan oleh pengelola, jumlah wisatawan yang datang ke agrowisata Bukit Waruwangi berfluktuasi dengan jumlah rata – rata 20.000 pengunjung per bulan (Gambar 2). Walaupun jumlah ini relatif besar, namun perlu diperhatikan, bahwa di Kabupaten Serang tidak hanya Bukit Waruwangi yang menjadi objek wisata yang

berbasis alam, perlu dilakukan pengembangan, perbaikan dan penambahan sarana serta prasarana sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan juga pengunjung mau untuk datang kembali.

Walaupun sekarang ini Bukit Waruwangi sedang naik daun, namun objek wisata ini masih perlu dilakukan pengembangan guna menambah dan meningkatkan fasilitas – fasilitas yang ada (Febranadya,2020). Pengembangan ini bertujuan agar jumlah pengunjung yang datang bisa terus bertambah dan objek wisata ini tidak terkesan monoton.

Dalam upaya pengembangan Bukit Waruwangi jelas membutuhkan dana yang tidak sedikit. Pihak pengelola membutuhkan dukungan dalam bentuk dana tambahan untuk melaksanakan pengembangan ini. Partisipasi dari seluruh pihak terlebih dari pengunjung yang merupakan konsumen jasa Agrowisata Bukit Waruwangi sangat diharapkan. Sudah sewajarnya jika biaya yang digunakan untuk pemeliharaan dan pengembangan Bukit Waruwangi berasal dari biaya tiket masuk pengunjung sebagai bentuk usaha pemeliharaan objek wisata ini. Oleh sebab itu perlu untuk mengetahui kesediaan pengunjung dalam membayar lebih tiket masuk jika adanya perbaikan jalan, penambahan komoditas pertanian, penambahan fasilitas Mushola, dan menambah tempat untuk berteduh seperti saung – saung.

Adanya fenomena tersebut menyebabkan perlunya mengetahui bagaimana karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Agrowisata Bukit Waruwangi agar dapat diketahui pangsa pasar dan kebutuhan wisatawan. Serta untuk mengetahui kesediaan membayar optimal dari pengunjung Agrowisata Bukit Waruwangi sehingga pengelola memperoleh biaya tambahan yang akan dialokasi untuk pengembangan, penambahan dan perbaikan fasilitas.

Wisatawan yang melakukan kunjungan ke suatu destinasi wisata pastinya memiliki aspirasi dan persepsi yang berbeda-beda pada masing-masing wisatawan, sehingga wisatawan dapat menentukan pilihannya apakah akan melakukan kunjungan wisata ke Bukit Waruwangi. Wisatawan biasanya menilai suatu destinasi wisata dari fasilitas yang disediakan, harga, dan lain – lain. Adanya persepsi ini akan mempengaruhi wisatawan dalam kesediaan membayar.

Penelitian *Willingness To Pay* memiliki arti yang cukup penting karena hasil

penelitian akan mengetahui seberapa besar nilai yang akan dibayarkan oleh setiap individu pengunjung terhadap keadaan lingkungan dan sumber daya alam. Kemudian penelitian ini juga dapat menganalisis secara signifikan faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi pengunjung untuk membayar kunjungannya di suatu destinasi wisata. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pengelola suatu destinasi wisata untuk melakukan pengembangan karena melihat banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Serang, Banten.

Penelitian mengenai *Willingness To Pay* pernah di lakukan sebelumnya oleh Hisan (2014) Hasil dari penelitian tersebut adalah nilai ketersediaan responden untuk membayar retribusi objek wisata di Kota Banda Aceh adalah sebesar Rp. 32.976,5. Secara signifikan variabel jenis kelamin, umur responden dan pendidikan mempengaruhi besarnya nilai ketersediaan responden untuk membayar retribusi objek wisata. Kemudian jenis kelamin, pekerjaan dan rata – rata penghasilan berpengaruh signifikan terhadap kesediaan responden untuk membayar retribusi objek wisata.

Menurut hasil penelitian Febranadya (2020) alasan sebagian pengunjung Bukit Waruwangi enggan untuk datang kembali adalah kurangnya fasilitas yang ditawarkan sehingga tidak sebanding dengan jarak yang ditempuh dan biaya perjalanan yang dikeluarkan. Kurangnya fasilitas juga menyebabkan banyak pengunjung tidak dapat menikmati fasilitas yang ada pada saat Bukit Waruwangi sedang ramai pengunjung. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pihak pengelola Bukit Waruwangi perlu melakukan pengembangan dengan menambah fasilitas wisata, seperti wisata Taman Buah dan wisata Gunung Rangkong.

Berdasarkan uraian latar belakang ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berhubungan dengan Agrowisata Bukit Waruwangi dengan judul “Analisis *Willingness to Pay* Pengunjung Terhadap Tiket Optimum dan Strategi Pengembangan Agrowisata Bukit Waruwangi”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana karakteristik sosial ekonomi pengunjung Agrowisata Bukit Waruwangi ?
2. Bagaimana Persepsi pengunjung terhadap Agrowisata Bukit Waruwangi ?
3. Berapa besarnya nilai *Willingness to Pay* (WTP) terhadap tiket masuk individu dari pengunjung Agrowisata Bukit Waruwangi jika adanya perbaikan jalan, pembangunan mushola, penambahan komoditas pertanian, dan penambahan fasilitas saung ?
4. Faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi besarnya nilai WTP dari pengunjung Agrowisata Bukit Waruwangi ?

1.3. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Objek penelitian ini adalah Bukit Waruwangi
2. Responden persepsi dan WTP dalam penelitian ini adalah pengunjung Objek Wisata Bukit Waruwangi
3. WTP adalah sejumlah uang yang sedia dibayarkan oleh pengunjung sebagai tiket masuk individu agar dialokasikan sebagai biaya perbaikan jalan, pembangunan mushola, penambahan komoditas pertanian, dan penambahan fasilitas saung
4. Faktor-faktor yang dilibatkan dalam pendugaan nilai WTP dibatasi hanya usia, tingkat pendidikan, rata-rata pendapatan, frekuensi kunjungan, biaya perjalanan, waktu berkunjung dan jarak tempuh

1.4. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu :

1. Mengidentifikasi karakteristik sosial ekonomi pengunjung Agrowisata Bukit Waruwangi
2. Mengidentifikasi persepsi pengunjung terhadap Agrowisata Bukit Waruwangi

3. Menilai besarnya nilai *Willingness to Pay* (WTP) terhadap tiket masuk individu dari pengunjung Agrowisata Bukit Waruwangi jika adanya perbaikan jalan, pembangunan mushola, penambahan komoditas pertanian, dan penambahan fasilitas saung
4. Menganalisis Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi besarnya nilai WTP dari pengunjung Agrowisata Bukit Waruwangi

1.5. Hipotesis

Adapun hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah besarnya nilai WTP pengunjung Agrowisata Bukit Waruwangi lebih tinggi dari harga tiket masuk individu yang berlaku sekarang ini. Besarnya nilai WTP dipengaruhi oleh faktor usia, tingkat pendidikan, pendapatan, frekuensi kunjungan, biaya perjalanan, jarak tempuh, dan waktu berkunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, I. G., & Suprastha, N. (2019). Pengembangan Agrowisata Berbasis Tanaman Hias Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 84–96.
- Budiaji, W. (2013). Skala pengukuran dan jumlah respon skala likert. *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan*, 2(2), 127–133.
- Carson, R. T., & Mitchell, R. C. (1993). The value of clean water: the public's willingness to pay for boatable, fishable, and swimmable quality water. *Water Resources Research*, 29(7), 2445–2454.
- Departemen Pertanian, R. I. (2005). Agrowisata Meningkatkan Pendapatan Petani. *Dalam Www. Database. Deptan. Go. Id.*
- Dinas Pariwisata Provinsi Banten. (2020). *Jumlah Wisatawan Mancanega dan Wisatawan Nusantara Ke Provinsi Banten Menurut Kabupaten/Kota Tahun 2019 dan Tahun 2020.*
- Fauzi, A. (2004). *Ekonomi sumber daya alam dan lingkungan: Teori dan aplikasi.* Gramedia Pustaka Utama.
- Ferrinadewi, E. (2008). Merek dan psikologi konsumen. *Yogyakarta: Graha Ilmu.*
- Firdaus, M. (2004). *Econometrics an applicative approach [Ekonometrika suatu pendekatan aplikatif]*. Jakarta, Indonesia: Bumi Aksara Press.
- Gamal Suwanto. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata (ed. 2).* ANDI.
- Hanley, N., & Spash, C. L. (1993). *Cost Benefit Analysis and the Environment"* Edward Elgar Publishing Company. England.
- Hisan. (2014). Analisis Kesiediaan Peengunjung Untuk Membayar Retribusi Objek Wisata Di Kota Banda Aceh. *Ilmu Ekonomi Pascasarjana Universitas Syiah Kuala*, 2, 50–59.
- Hufschmids, M. M., James, D. E., Meister, A. D., Bower, B. T., & Dixon, J. (1987). *Lingkungan Sistem Alami dan Pembangunan: Pedoman Penilaian Ekonomis. Reksohadiprojo S, penerjemah.* Gajahmada University Press, Yogyakarta.

- I Gde Pitana. (2003). *Reinvention of Bali: Pasca Tragedi Menuju Pariwisata Berkualitas dan Berkelanjutan*.
- Isdarmanto. (2017). *Dasar-Dasar Pariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Gerbang Media Aksara.
- Ivani Febranadya. (2020). *Valuasi Nilai Agrowisata Bukit Waruwangi Menggunakan Travel Cost Methode (Suatu Kasus di Kecamatan Cinangka Kabupaten Serang)*. Skripsi. UNTIRTA.
- James, S. J. (1987). *Ekonomi pariwisata sejarah dan prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Juanda, B. (2009). *Ekonometrika pemodelan dan pendugaan*. Bogor: IPB Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Jilid 1 dan Jilid 2. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Koutsoyiannis, A. (1975). *Modern microeconomics*. Springer.
- Lidyaningrum, M. (2016). *Estimasi Tarif Masuk Optimum dan Strategi Pengembangan Wisata Leuwi Hejo (Studi Kasus: Kampung Karang Tengah, Desa Wangun Cileungsi, Kecamatan Babakan Madang, Kabupaten Bogor)*.
- Majid, R. H. (2008). *Analisis Willingness To Pay Pengunjung Terhadap Upaya Pelestarian Kawasan Situ Babakan, Srengseng Sawah, Jakarta Selatan*.
- Mar Adnyana. (2012). Kajian etnobotani tanaman obat oleh masyarakat Kabupaten Bonebolango Provinsi Gorontalo. Laporan penelitian etnobotani tanaman obat. Jurusan Biologi FMIPA. In Universitas Negri Gorontalo: Online.
- Maruti, K. V. (2009). *Agro-tourism: Scope and opportunities for the farmers in Maharashtra*.
- Qowi, A., & Arianti, F. (2021). Analisis Willingness to Pay Pengunjung dan Peningkatan Sarana Prasarana Objek Wisata Grand Maerokoco di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Economics*, 9(3), 155–166.
- Ramanathan, R. (1998). *Introductory Econometrics: with Applications The Dryden Press*. Harcourt Brace College publishers, Fort worth, TX.
- Rosaliza, M. (2015). Wawancara, Sebuah interaksi komunikasi dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Ilmu Budaya*, 11(2), 71–79.
- Rosya, N., & Yolamalinda, Y. (2019). Pengaruh Pendapatan, Jarak Tempuh, Dan

- Lama Waktu Berkunjung Terhadap Kesedian Wisatawan Membayar Retribusi Tiket Pada Objek Wisata Pulau Mandeh. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 70. <https://doi.org/10.24036/011041690>
- Salah, W. (2003). Manajemen Kepariwisata. *PT. Pradnya Paramita. Jakarta*.
- Sauer, U., & Fischer, A. (2010). Willingness to pay, attitudes and fundamental values — On the cognitive context of public preferences for diversity in agricultural landscapes. *Ecological Economics*, 70(1), 1–9. <https://doi.org/10.1016/J.ECOLECON.2010.03.026>
- Sudarmanto, R. G. (2005). *Analisis regresi linear ganda dengan SPSS*.
- Susilowati, I., Mardiana, I., & Mukson, M. (2020). WILLINGNESS TO PAY UNTUK PENGEMBANGAN FASILITAS AGROWISATA KECAMATAN BANDUNGAN KABUPATEN SEMARANG (Studi kasus di Setiya Aji Flower Farm). *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 4(2), 289–297.
- Sutisna, P. T. (2001). Perilaku konsumen & komunikasi pemasaran. *Bandung: Rosdakarya*.
- Sutjipta, I. N. (2001). Agrowisata. *Magister Manajemen Agribisnis: Universitas Udayana*.
- Syakya. (2005). *Analisis Willingness To Pay (WTP) dan Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Lampuk di Nangroe Aceh Darussalam*. Tesis. Sekolah Pasca Sarjana. IPB .
- Umar, H. (2002). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*, Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Utama, I. G. B. R., & Junaedi, I. W. R. (2015). *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia:: Solusi Masif Pengentasan Kemiskinan*. Deepublish.
- Walgito, B. (2010). Bimbingan dan konseling (Studi dan Karir). *Yogyakarta: CV Andi Offset*.
- Yoeti, O. A. (2000). *Ekowisata: Pariwisata Berwawasan Lingkungan Hidup*. Jakarta: PT Pertja.
- Yoeti, O. A. (2006). *Pariwisata Budaya: Masalah dan Solusinya*. Jakarta: Pradnya Paramita.