

## PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP AGROWISATA SALAK PONDOK DI KECAMATAN TURI KABUPATEN SLEMAN

### *Consumer Perception Toward Salak Pondok Agritourism Turi Subdistrict Sleman District*

Rencia Anggraini, Ken Suratiyah, Dwidjono Hadi Darwanto  
Fakultas Pertanian Universitas Gadjah Mada

#### ABSTRACT

The research aim was to know the consumer perception toward the availability of Salak Pondok Agritourism (WASP) facilities, its services condition, and its view condition. This research used analytical descriptive method, and to get 60 samples/respondences used accidental sampling method. The data that had been taken are primary and secondary data which obtained from the result of interviewing the company officer, the result of questioning papers, the organization structure, the map of WASP, and the sum of visitors per year. The result of the research showed that consumers had a good perception toward the availability of WASP facilities which are agricultural commodity, transportation, sheltered place, information, and communication; consumers had a good perception toward WASP services condition, it meant that Salak Pondok Agritourism had a good quality of its services; and consumers had an unwell perception toward the WASP view condition. Suggestions that been given to WASP are to maintain the available facilities in WASP more and to add few more facilities which have already or haven't existed, those are tour guides, public telephone, fishing hook renting place, toilet, and garden seats.

**Keywords :** agriculture tourism, consumer perception

#### INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap ketersediaan fasilitas Wisata Agro Salak Pondok (WASP), kondisi jasa, dan kondisi pemandangan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis dan untuk mendapatkan 60 sampel/responden digunakan metode *accidental sampling*. Data yang diambil adalah data primer dan data sekunder yang diperoleh dari wawancara dengan petugas perusahaan, hasil kuesioner, struktur organisasi, peta WASP dan jumlah pengunjung setiap tahun. Hasil penelitian menunjukkan konsumen memiliki persepsi yang baik terhadap ketersediaan fasilitas WASP yakni komoditas pertanian, transportasi, tempat berteduh, informasi dan komunikasi; konsumen memiliki persepsi yang baik tentang kondisi jasa WASP, berarti WASP memiliki kualitas jasa yang baik.; dan konsumen memiliki persepsi yang kurang baik mengenai kondisi pemandangan WASP. Saran yang diusulkan adalah perawatan yang lebih baik untuk fasilitas yang ada di WASP dan menambahkan sedikit fasilitas yang belum siap atau belum ada mencakup pemandu wisata, telepon umum, tempat pemancingan ikan dan tempat duduk.

**Kata kunci:** wisata agro, persepsi konsumen

#### PENDAHULUAN

Wisata yang sedang dikembangkan saat ini di Indonesia adalah wisata agro. Wisata ini memanfaatkan lahan pertanian, lahan konservasi, dan komoditas pertanian yang tersedia di kawasan tertentu di Indonesia, memiliki tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi, serta hubungan usaha di bidang pertanian. Melalui pengembangan agrowisata yang menonjolkan budaya lokal dalam memanfaatkan lahan, pendapatan petani bisa ditingkatkan sambil sumber daya lahan dilestarikan, dan budaya maupun teknologi lokal (*indigenous knowledge*) dipelihara.

Wisata agro bukan semata merupakan usaha di bidang jasa yang menjual kebutuhan konsumen akan pemandangan indah dan udara segar, namun juga berperan sebagai media promosi produk

pertanian dan pendidikan masyarakat, serta menjadi peluang pengembangan diversifikasi produk agribisnis, bahkan dapat menjadi kawasan pertumbuhan baru wilayah. Dengan demikian wisata agro dapat menjadi salah satu sumber pertumbuhan baru daerah, sektor pertanian, dan ekonomi nasional (Deptan, 2007).

Kawasan agrowisata ruang terbuka buatan dapat didesain pada kawasan-kawasan yang spesifik namun belum dikuasai atau disentuh oleh masyarakat adat. Tata ruang peruntukan lahan diatur sesuai dengan daya dukungnya, dan komoditas pertanian yang dikembangkan memiliki nilai jual untuk wisatawan. Komponen utama pengembangan agrowisata ruang terbuka buatan dapat berupa flora dan fauna yang dibudidayakan maupun liar, teknologi budidaya dan pascapanen komoditas

pertanian yang khas, pemandangan alam dengan latar belakang pertanian yang kenyamanannya dapat dirasakan, dan yang terpenting adalah fasilitas-fasilitas yang disediakan (Deptan, 2007).

Menurut Fandeli dan Nuridin (2005), pemasaran pariwisata agak berbeda dengan pemasaran hasil industri. Barang industri dapat diproduksi, disimpan di gudang, kemudian dijual, sedangkan pemasaran pariwisata alam berkaitan dengan produk berupa pelayanan dan kondisi serta perilaku alam.

Menurut Spillane (1993), untuk dapat mengembangkan suatu kawasan menjadi kawasan pariwisata (termasuk juga agrowisata) ada lima unsur yang harus dipenuhi, yaitu :

1. *Attractions*

Dalam konteks pengembangan agrowisata, atraksi yang dimaksud adalah hamparan kebun/lahan pertanian, keindahan alam, keindahan taman, budidaya petani serta segala sesuatu yang berhubungan dengan aktivitas pertanian.

2. *Facilities*

Fasilitas yang diberikan dapat berupa penambahan sarana umum, telekomunikasi, hotel, dan restoran.

3. *Infrastructure*

Infrastruktur yang dimaksud adalah sistem pengairan, jaringan komunikasi, fasilitas kesehatan, terminal pengangkutan, sumber listrik dan energi, sistem pembuangan kotoran/pembuangan air, jalan raya, serta sistem keamanan.

4. *Transportation*

Transportasi umum, terminal bis, sistem keamanan penumpang, sistem informasi perjalanan, tenaga kerja, kepastian tarif, peta kota/obyek wisata.

5. *Hospitality*

Keramah-tamahan akan menjadi cermin keberhasilan sebuah sistem pariwisata.

Konsumen merupakan kunci kesuksesan suatu agrowisata. Semakin banyak konsumen yang tertarik pada agrowisata maka semakin tinggi pula pendapatan yang akan diperoleh. Konsumen datang karena rangsangan pemasaran berupa harga, promosi, tempat, dan produk. Dari rangsangan tersebut terbentuklah karakteristik konsumen yang kemudian mengambil keputusan untuk berkunjung. Menurut Kotler dkk. (2002) pembelian konsumen atas suatu produk dipengaruhi oleh beberapa faktor, misalnya karakteristik budaya, sosial, pribadi, dan psikologi.

Perilaku konsumen merupakan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat

dalam proses mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk/jasa termasuk terlibat dalam proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini (Simamora, 2004).

Salah satu contoh perusahaan agrowisata yang mengembangkan bentuk agrowisata terbuka buatan (lansekap) adalah Wisata Agro Salak Pondoh kecamatan Turi, kabupaten Sleman, Yogyakarta, yang dikenal dengan sebutan WASP. Berdasarkan data jumlah pengunjung WASP tahun 2007, terlihat kenaikan dan penurunan jumlah pengunjung setiap bulannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengunjung dari seluruh daerah selalu berdatangan meskipun kadang jumlahnya meningkat kadang menurun. Keberadaan WASP cukup populer sehingga pada awalnya pra calon konsumen telah mempunyai penilaian yang baik. Namun apakah setelah memasuki area WASP mereka akan tetap mempunyai penilaian yang sama terhadap komponen-komponen pengembangannya?

Dari uraian tersebut timbul pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana pandangan konsumen terhadap kondisi fasilitas (komoditas pertanian, transportasi, tempat berteduh, informasi, dan komunikasi) yang disediakan pihak WASP?
2. Bagaimana pandangan konsumen terhadap kondisi pelayanan jasa WASP?
3. Bagaimana pandangan konsumen terhadap kondisi pemandangan WASP?

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut maka dilakukan penelitian dengan judul "Persepsi Konsumen terhadap Wisata Agro Salak Pondoh di Kecamatan Turi Kabupaten Sleman". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Pandangan konsumen terhadap ketersediaan fasilitas WASP
2. Pandangan konsumen terhadap kondisi pelayanan jasa WASP
3. Pandangan konsumen terhadap kondisi pemandangan WASP

Penelitian memiliki hipotesis: Konsumen mempunyai pandangan baik terhadap ketersediaan fasilitas, kondisi pelayanan jasa, dan kondisi pemandangan

## METODE PENELITIAN

### Metode Dasar

Dalam penelitian ini digunakan metode dasar analisis deskriptif dengan maksud untuk mengukur atau meneliti sekelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Nazir, 1998).

**Metode Pengambilan Sampel**

Metode pengambilan responden yang dilakukan adalah *accidental sampling*, yaitu mengambil sembarang konsumen yang mengunjungi lokasi WASP pada saat dilakukan penelitian Februari-Maret 2008 sebanyak 60 sampel

**Metode Analisis Data**

Sebelum dilakukan uji hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji keakuratan data yang digunakan untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap kondisi komponen WASP.

**1. Uji Validitas**

Menurut Simamora (2004) uji validitas bisa dilakukan dengan menggunakan *Pearson Product Moment Co-efficient of Correlation*, yaitu mengkorelasikan skor butir-butir pertanyaan dengan skor total, rumus :

$$r_i = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(\sum x^2 - (\sum x)^2) (\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

r = korelasi *Pearson*      x = variabel bebas  
 n = jumlah data            y = variabel bergantung

**2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi suatu alat ukur. Reliabilitas merupakan syarat tercapainya validitas kuisisioner. Penelitian ini menggunakan realibilitas internal, yaitu hasil dari analisis data yang diperoleh dari satu kali pengujian kuisisioner. Karena data yang diperoleh pada penelitian ini berupa data skalar, maka untuk menguji reliabilitasnya digunakan *software SPSS 11.5 for windows* dengan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*. Alat ukur dikatakan *reliabel* apabila angka *cronbach's alpha*  $\geq 0,7$  meskipun bisa turun sampai angka 0,6 dalam penelitian eksploratif (Hair dkk., 1998).

Rumus *Cronbach's alpha*:

$$r_{i-1} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan :

$r_{i-1}$  = instrumen reliabilitas  
 k = jumlah butir pertanyaan  
 $\sum \sigma b^2$  = variabel bebas  
 $\sigma t^2$  = variabel bergantung

Rumus varians yang digunakan :

$$\sigma = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel  
 x = nilai skor yang dipilih

Nilai r hitung dibandingkan r tabel pada tingkat kesalahan tertentu. Jika r hitung  $\geq$  r tabel maka data tersebut reliabel

**3. Variabel yang Dinilai Konsumen**

- a. Ketersediaan Fasilitas meliputi :
  - i. Salak pondoh sebagai daya tarik WASP
  - ii. Sarana transportasi yang mudah didapatkan
  - iii. Lokasi yang mudah dicari
  - iv. Ketersediaan transportasi ke area WASP
  - v. Jumlah tempat duduk di WASP yang memadai
  - vi. Jumlah tempat bernaung di WASP yang memadai
  - vii. Jumlah telepon umum di WASP yang memadai
  - viii. Informasi peta lokasi WASP yang jelas
  - ix. Informasi fasilitas WASP yang jelas
- b. Kondisi Pelayanan meliputi :
  - i. Informasi dari pemandu wisata di WASP yang jelas
  - ii. Pemandu wisata yang komunikatif
  - iii. Pemandu wisata yang ramah
  - iv. Pelayanan yang cepat
- c. Kondisi Pemandangan meliputi :
  - i. Desain WASP yang menarik
  - ii. Kebersihan yang terjaga
  - iii. Kolam pemancingan yang terawat
  - iv. Mushola yang terawat
  - v. Jumlah satwa yang banyak
  - vi. Kondisi satwa yang terawat

**4. Uji Hipotesis**

Skala yang digunakan dalam penilaian pengembangan WASP adalah skala Likert yang berisi lima tingkatan sebagai berikut :

- 1 = sangat tidak baik
- 2 = tidak baik
- 3 = cukup baik
- 4 = baik
- 5 = sangat baik

Penilaian komponen pengembangan WASP dikatakan baik jika nilai rerata sampel lebih besar

dari tiga ( $\bar{x} > 3$ ) dan tidak baik jika nilai rerata sampel kurang dari tiga ( $\bar{x} < 3$ ) atau  $H_0 : \mu \leq 3$  dan  $H_a : \mu \geq 3$ . Kemudian rata-rata sampel ( $\bar{x}$ ) dan rata-rata populasi ( $\mu$ ) dimasukkan ke dalam rumus Z hitung untuk menguji ketiga hipotesis.

Uji statistik Z hitung digunakan untuk menguji hipotesis pada penelitian ini karena sampel penelitian  $> 30$  responden. Menurut Mason dan Lind (1996), Uji Z dihitung dengan rumus :

$$Z = \frac{X - \mu}{\frac{\sigma}{\sqrt{n}}}$$

Keterangan :

X = Distribusi sampling dengan distribusi normal

$\mu$  = rata-rata hitung

$\sigma$  = deviasi standar

n = jumlah responden

Berdasarkan hipotesis yang dibuat, penelitian ini menunjukkan arah dalam hipotesis alternatif, maka dilakukan uji satu arah ujung kanan dengan taraf kesalahan ( $\alpha$ ) 5% karena menurut Masan dan Lind (1996) pada proyek penelitian konsumen, taraf kesalahan yang digunakan sebesar 0,05.

Kriteria pengujian :

- a. Jika nilai hitung Z berada dalam daerah nilai kritis (Z tabel = 1,645) maka hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima.

- b. Jika nilai hitung Z berada dalam daerah antara nilai kritis (Z tabel = 1,645) maka hipotesis nol diterima dan hipotesis alternatif ditolak.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

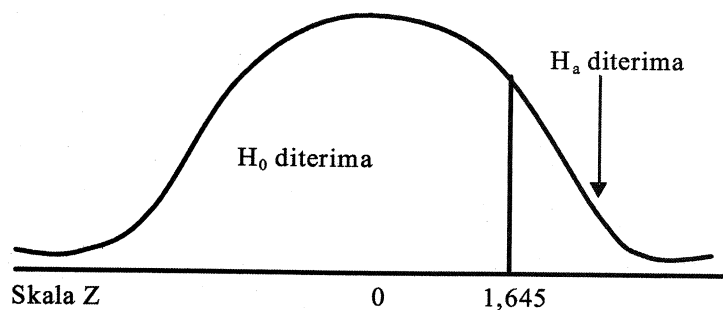
Variabel dalam penelitian ini terdiri atas tiga kelompok yaitu fasilitas, pelayanan, dan pemandangan. Masing-masing variabel diuraikan dalam beberapa pertanyaan. Setelah data terkumpul lalu diadakan uji validitas, untuk variabel fasilitas dari 12 pertanyaan yang valid 9, pelayanan dari 4 pertanyaan yang valid 4, dan pemandangan dari 9 pertanyaan yang valid 6.

### Uji Reliabilitas

Dari data yang valid tersebut dilakukan uji reliabilitas dengan hasil disajikan pada tabel 1. Alat ukur yang digunakan telah reliabel karena nilai *cronbach's alpha*  $\geq 0,70$ .

### Penilaian Konsumen terhadap Fasilitas WASP

Penilaian konsumen terhadap ketersediaan fasilitas yang disediakan WASP berbeda-beda. Penilaian tersebut dilakukan setelah memasuki dan menikmati fasilitas-fasilitas yang tersedia di WASP. Persentase penilaian konsumen terhadap ketersediaan fasilitas WASP dapat dilihat pada Tabel 2.



Gambar 1. Distribusi Sampling untuk Statistik Z

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	( $\alpha$ )	Standardized Item Alpha
1	Fasilitas	0,8068	0,8164
2	Pelayanan Jasa	0,7008	0,7175
3	Pemandangan	0,7242	0,7299

Sumber : Analisis data pengujung, Februari 2008.

Tabel 2. Sebaran Konsumen Berdasar Penilaian Ketersediaan Fasilitas di WASP

No	Ketersediaan Fasilitas WASP	Persentase Responden yang Menyatakan (%)
1	Salak pondoh sebagai daya tarik	85,00
2	Sarana transportasi yang mudah didapatkan	23,33
3	Lokasi yang mudah ditempuh	38,33
4	Transportasi di area WASP	13,33
5	Jumlah tempat duduk yang memadai	31,67
6	Jumlah tempat bernaung yang memadai	20,00
7	Jumlah telepon umum yang memadai	3,33
8	Informasi peta lokasi WASP yang jelas	26,67
9	Informasi fasilitas WASP yang jelas	35,00

Sumber : Analisis data pengunjung, Februari 2008

Berdasarkan Tabel 2 sebanyak 85% dari 60 responden menyatakan bahwa ketersediaan fasilitas komoditas pertanian berupa salak pondoh menjadi daya tarik mereka datang ke WASP. Ketersediaan salak pondoh tersebut mencukupi untuk setiap konsumen yang datang.

**Penilaian Konsumen terhadap Kondisi Pelayanan WASP**

Penilaian konsumen terhadap kondisi pelayanan WASP dilakukan setelah memasuki kawasan dan menikmati pelayanan yang tersedia di WASP. Persentase penilaian konsumen terhadap kondisi pelayanan WASP dapat dilihat pada Tabel 3.

Sebagian besar konsumen berpandangan baik terhadap kondisi pelayanan WASP dilihat persentase jumlah konsumen yang menyatakan pemandu wisata informatif, komunikatif, ramah, dan pelayanan cepat antara 48,33% -71,67%.

**Penilaian Konsumen terhadap Kondisi Pemandangan WASP**

Penilaian konsumen terhadap kondisi pemandangan WASP berbeda-beda setelah memasuki kawasan dan menikmati pemandangan berlatar belakang pertaniannya. Persentase penilaian

konsumen terhadap kondisi pemandangan WASP dapat dilihat pada Tabel 4.

Berdasarkan Tabel 4, persentase konsumen yang menyatakan desain WASP menarik, kebersihannya terjaga, kolam pemancingannya terawat, mushola terawat, jumlah satwa banyak, kondisi satwa terawat sekitar 36,67%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kondisi pemandangan WASP dinilai tidak terawat.

**Uji Hipotesis**

Untuk menentukan tingkat pandangan konsumen digunakan analisis statistik deskriptif, yaitu menggunakan Z hitung.

**Uji Hipotesis Ketersediaan Fasilitas WASP**

Hipotesis :

Ho : Konsumen tidak mempunyai pandangan baik terhadap ketersediaan fasilitas berupa komoditas pertanian, transportasi, tempat berteduh, informasi, dan komunikasi di area WASP

Ha : Konsumen mempunyai pandangan baik terhadap ketersediaan fasilitas berupa komoditas pertanian, transportasi, tempat berteduh, informasi, dan komunikasi di area WASP

Tabel 3. Sebaran Konsumen Berdasar Penilaian Kondisi Pelayanan di WASP

No	Kondisi Pelayanan WASP	Persentase Responden yang Menyatakan (%)
1	Informasi dari pemandu wisata jelas	50,00
2	Pemandu wisata komunikatif	56,67
3	Pemandu wisata ramah	71,67
4	Pelayanan WASP cepat	48,33

Sumber : Analisis data pengunjung, Februari 2008

Tabel 4. Sebaran Konsumen Berdasar Penilaian Kondisi Pemandangan di WASP

No	Kondisi Pemandangan WASP	Persentase Responden yang Menyatakan (%)
1	Desain WASP menarik	36,67
2	Kebersihan WASP terjaga	26,67
3	Kolam pemancingan terawat	1,67
4	Kondisi mushola terawat	16,67
5	Jumlah satwa banyak	1,67
6	Kondisi satwa terawat	5,00

Sumber : analisis data pengunjung, Februari 2008

Berdasarkan perhitungan data primer didapatkan nilai Z hitung variabel ketersediaan fasilitas WASP :

$$Z = \frac{3,259259 - 3}{\frac{0,934775}{\sqrt{60}}} = 2,15$$

Z hitung sebesar 2,15 berarti memiliki nilai lebih besar daripada Z tabel (1,645), maka hipotesis alternatif diterima dan hipotesis nol ditolak.

Z hitung variabel fasilitas WASP berada pada daerah hipotesis alternatif diterima, oleh karena itu hasil hipotesis untuk variabel fasilitas WASP adalah konsumen mempunyai pandangan baik terhadap ketersediaan fasilitas berupa komoditas pertanian, transportasi, tempat berteduh, informasi, dan komunikasi di area WASP.

Pandangan konsumen terhadap ketersediaan fasilitas-fasilitas WASP hanya bisa diukur setelah pengunjung mengetahui dan menggunakannya. Konsumen yang mendapatkan manfaat fasilitas-fasilitas WASP akan memberikan nilai yang baik terhadap fasilitas WASP. Ukuran baik yang diberikan pada penelitian ini adalah apabila nilai rerata sampelnya lebih dari 3.

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa pandangan konsumen terhadap fasilitas-fasilitas WASP baik karena rerata penilaian responden terhadap ketersediaan fasilitas berupa komoditas pertanian, transportasi, tempat berteduh, informasi, dan komunikasi tersedia di area WASP sebesar 3,259259.

#### Uji Hipotesis Variabel Pelayanan/Jasa WASP

Dengan hipotesis :

Ho : konsumen tidak mempunyai pandangan baik terhadap kondisi pelayanan jasa WASP

Ha : konsumen mempunyai pandangan baik terhadap kondisi pelayanan jasa WASP

Berdasarkan perhitungan data primer didapatkan nilai Z hitung variabel pelayanan jasa WASP :

$$Z = \frac{3,604167 - 3}{\frac{0,741038}{\sqrt{60}}} = 6,32$$

Nilai Z hitung (6,32) lebih besar daripada Z tabel (1,645) maka nilai Z hitung berada pada daerah hipotesis alternatif diterima, sehingga hasil hipotesis untuk variabel ini adalah konsumen mempunyai pandangan baik terhadap kondisi pelayanan jasa WSP. Hasil rerata penilaian responden terhadap pelayanan WASP sebesar 3,604167 diartikan baik.

#### A. Uji Hipotesis Variabel Pemandangan WASP

Dengan hipotesis :

Ho : konsumen tidak mempunyai pandangan baik terhadap kondisi pemandangan di area WASP

Ha : konsumen mempunyai pandangan baik terhadap kondisi pemandangan di area WASP

Berdasarkan perhitungan data primer didapatkan nilai Z hitung variabel pemandangan WASP :

$$Z = \frac{2,519444 - 3}{\frac{0,754055}{\sqrt{60}}} = -4,94$$

Nilai Z hitung untuk variabel pemandangan WASP (-4,94) lebih kecil daripada Z tabel (1,645) maka nilai Z hitung berada pada daerah hipotesis nol diterima, berarti konsumen tidak mempunyai pandangan baik terhadap kondisi pemandangan WSP.

Kondisi pemandangan WASP diukur dari kondisi fasilitas, kebersihan lingkungan, desain tempat, kondisi satwa. Berdasarkan oservasi terhadap WASP yang telah dilakukan, kondisi fasilitas WASP saat penelitian sudah tidak terawat bahkan sebagian sudah rusak. Penilaian kondisi pemandangan WASP dapat diukur dari hasil rerata penilaian responden sebesar 2,519444 yang dartikan kurang baik.

#### Ketersediaan Fasilitas WASP

Salah satu fasilitas yang menjadi daya tarik WASP Turi adalah buah salak pondohnya yang manis, sehingga banyak konsumen yang datang dari tempat yang jauh hanya untuk merasakan sensasi rasa buahnya. Persentase konsumen yang menyatakan salak pondoh menjadi daya tarik mereka berkunjung ke WASP ada sebanyak 85%. Selain itu, hal yang lebih menarik adalah adanya penawaran berupa pemetikan buah salak sepenuhnya beserta penjelasan mengenai budidaya tanaman salak oleh pemandu dengan harga yang terjangkau (Rp 8.000). Selain itu, jenis salak yang tersedia sebanyak 7 macam membuat banyak variasi rasa yang dapat ditawarkan kepada konsumen.

Untuk menuju kawasan WASP sarana transportasi mudah didapatkan meskipun WASP tidak menyediakan sarana transportasi khusus karena telah banyak angkutan umum yang melalui jalur WASP, yaitu 'Koperasi Pemuda' dan angkutan kota jalur 4. Jalur menuju kawasan WASP mudah ditelusuri karena berada di jalur utama Magelang-Yogyakarta-Solo, dan di jalan utama telah banyak papan penunjuk jalan yang mempermudah pencarian. Sebanyak 66,67% konsumen merasa mudah mendapatkan sarana transportasi umum untuk menuju WASP dan mudah menelusuri jalur menuju ke sana.

WASP menyediakan tempat berteduh berupa gazebo yang terletak di area kolam pemancingan. Berdasarkan hasil observasi, gazebo-gazebo terletak di daerah terbuka dan merupakan *point of interest* sehingga para konsumen tidak kesulitan untuk mencari. Selain berupa bangunan, tempat berteduh yang disediakan juga berupa pepohonan yang

rimbun yang pada siang hari dapat membantu menghalangi penyinaran matahari yang berlebihan.

WASP merupakan daerah wisata yang cukup luas, sehingga pihak WASP membuat peta dan menyediakan papan informasi untuk menunjukkan ketersediaan fasilitas dan letak lokasi fasilitas-fasilitas agar para konsumen tidak tersesat. Selain papan keterangan, informasi mengenai WASP juga berupa brosur, *website*, dan bantuan dari dinas pariwisata.

Sebagian besar (83,33%) konsumen dengan status mahasiswa dan pelajar tidak terlalu memperhatikan sarana komunikasi di WASP berupa telepon umum karena sudah memiliki sarana komunikasi pribadi berupa telepon seluler dan 100 meter di luar kawasan WASP terdapat tiang penangkap sinyal sehingga sinyal mudah dicapai.

### Pelayanan/Jasa WASP

Konsumen terlihat puas dengan pengarahannya, penjelasan, dan kecepatan tanggap pemandu wisata atas pertanyaan yang mereka ajukan kepada WASP. Sebesar 50% konsumen menyatakan bahwa informasi yang diberikan oleh pemandu wisata jelas; sebesar 56,67% menyatakan komunikatif; dan sebesar 48,83% menyatakan bahwa pelayanan cepat. Selain itu, senyuman dan informasi yang diberikan oleh resepsionis kepada setiap konsumen yang datang menunjukkan sikap ramah yang tinggi. Hal tersebut didukung oleh jumlah konsumen yang menyatakan bahwa pelayanan WASP ramah sebesar 71,67%.

Prestasi pelayanan WASP bisa terus dipertahankan apabila jumlah pemandu wisata ditambah. Berdasarkan keterangan dari Bapak Sugiyanto selaku bendahara WASP, tenaga kerja pemandu hanya berjumlah 4 orang sebagai pekerja tetap dan 3 orang sebagai pekerja honorer. Inilah yang menyebabkan pelayanan di WASP masih belum maksimal.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Rahayu (2002) berjudul "Tanggapan Pengunjung terhadap Atribut Wisata Agro Salak Pondoh di Desa Bangunkerto, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman", pelayanan WASP masih diprioritaskan di atas fasilitas dan kondisi lingkungan dengan nilai *arithmetic mean* sebesar 2,78. Dengan demikian, berdasarkan perbandingan hasil penelitian sekarang dan sebelumnya tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan jasa WASP tetap menjadi salah satu unggulan dan daya tarik WASP.

### Pemandangan WASP

Berdasarkan hasil observasi terhadap kondisi fasilitas lainnya, pada area kolam pemancingan terdapat gazebo di tengahnya dengan jembatan sebagai penghubung yang dapat digunakan sebagai tempat berteduh para pemancing. Semestinya

fasilitas ini dapat memperindah pemandangan, tetapi pada saat penelitian berlangsung kondisi jembatan sudah rusak sehingga tidak dapat digunakan dan gazebo pun menjadi jarang digunakan berteduh. Air kolam pemancingan pun terlihat keruh sehingga tidak indah dipandang.

Berdasarkan hasil observasi, toilet yang disediakan WASP tidak memadai, baik dalam kualitas (kebersihan) maupun dalam kuantitas (jumlah). Mushola di WASP sulit diketahui lokasinya dan kondisinya tidak terawat. Becak air sebagai salah satu fasilitas WASP menurut keterangan Bapak Sugiyanto pengurus WASP tidak digunakan selain hari Sabtu, Minggu, dan hari sesuai dengan permintaan konsumen. Sehingga pada hari kerja becak air yang disimpan terlihat kumuh dan tidak terurus.

WASP merupakan tempat wisata yang penuh dengan pepohonan rindang sehingga banyak sekali sampah-sampah dari dedaunan yang berjatuhan. Walaupun sampah tersebut akan terdegradasi menjadi pupuk kompos namun secara visual terlihat tidak indah dipandang. Hal tersebut yang menyebabkan konsumen berpandangan tidak baik terhadap kondisi pemandangan WASP.

Menurut keterangan pengurus WASP, Dinas Pariwisata Sleman belum melakukan koordinasi untuk perawatan dan pihak WASP masih menunggu kiriman dana dan tenaga perawatan dari Dinas Pariwisata Sleman. Berdasarkan jadwal yang semestinya, kebersihan taman WASP dirawat setiap hari dengan pemantauan setiap hari Jumat. Namun pada saat penelitian berlangsung, Dinas Pariwisata Sleman belum mengkoordinasi pemeliharaan kawasan WASP sehingga menjadi tampak kurang terawat. Instansi yang bertanggung jawab atas pengkoordinasian pemeliharaan taman WASP adalah Dinas Pariwisata Sleman dengan pelaksanaan adalah tanggung jawab pihak WASP. Pihak WASP pun belum mengambil tindakan pemeliharaan, baik penyediaan sumber daya manusia maupun penyediaan dana pemeliharaan.

Desain taman WASP mempunyai daya tarik sendiri; kealamian tempat; berbagai macam tanaman yang dibudidayakan yaitu tanaman salak, berbagai tanaman obat, tanaman air, dan tanaman hutan; dan udara yang sejuk; membuat konsumen tertarik berkunjung ke sana. Namun desain unik dan alami saja tidak cukup melainkan harus dibarengi dengan perawatan taman baik dari *hard material* dan *soft material* secara intensif untuk mencapai kualitas desain taman yang indah. Sangat disayangkan pihak WASP tidak mengerjakan pemeliharaan taman dengan baik sehingga kualitas taman berkurang dan konsumen banyak yang merasa kecewa. Konsumen yang berkunjung mempunyai tujuan untuk meyegarkan kembali pikiran dengan melihat pemandangan indah di WASP. Jika mereka datang dan melihat keadaan WASP yang tidak terawat maka



akan menjadi kecewa dan merasa dirugikan karena telah membayar tarif masuk dan mengeluarkan biaya transportasi.

Sebanyak 73,33% konsumen menyatakan bahwa kebersihan WASP tidak terjaga. Hal ini semestinya diperhatikan oleh pihak WASP karena sebagian besar konsumen tergolong berusia muda hingga sedang, yang memiliki banyak alternatif obyek wisata lain yang memiliki kondisi fasilitas, pemandangan, dan kebersihan yang lebih indah dan terawat.

Jumlah satwa di WASP tidak terlalu banyak. Berdasarkan hasil pengamatan, satwa di WASP hanya ayam, burung, dan ikan. Kondisi satwa tersebut tidak terurus karena hanya dibiarkan hidup secara alami. Jumlah satwa yang tidak terlalu banyak tidak menyebabkan kompetisi untuk mendapatkan lahan, makanan, dan oksigen antar satwa terlalu besar, sehingga kualitas lingkungan masih dapat terjaga.

Menurut penelitian Rahayu (2002), kolam renang hanya bisa digunakan pada musim hujan. Pada musim kemarau, karena tidak digunakan, kondisi kolam menjadi kotor dan tidak terawat. Mushola dan toilet tidak terawat dengan baik dan tidak dibersihkan secara teratur. Sama halnya dengan penelitian tersebut, penelitian ini juga mendapat keadaan yang serupa. Kolam renang dikosongkan setiap hari Selasa dan Jumat untuk dikuras karena lebih banyak konsumen datang pada hari Sabtu dan Minggu. Pada saat penelitian berlangsung yaitu hari Senin, kolam renang berada dalam keadaan kosong dan kotor sehingga kesan para konsumen menjadi tidak baik.

## KESIMPULAN

1. Konsumen menilai baik terhadap ketersediaan fasilitas berupa komoditas pertanian, transportasi, tempat berteduh, informasi, dan komunikasi WASP.
2. Konsumen menilai baik terhadap kondisi pelayanan jasa karena para petugas memberikan pelayanan dengan jelas, cepat, dan ramah.
3. Konsumen tidak menilai baik terhadap kondisi pemandangan WASP karena terlihat kotor dan kurang terawat, baik pepohonan, satwa, kolam maupun keseluruhan areal termasuk fasilitas toilet, mushola, dan sebagainya.
4. Saran
  - a. Karena seringkali konsumen datang dalam jumlah besar, perlu penambahan jumlah pemandu wisata agar pelayanan bisa lebih cepat dan baik.

- b. Kebersihan dan perawatan lingkungan perlu menjadi perhatian utama untuk menjaga keberlangsungan minat konsumen untuk berkunjung kembali.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandhi, A. 2007. *Pembangunan dan Pengembangan Kawasan Agrowisata*. <<http://203.77.237.20/kawasan/BAB10-1LOK.pdf>>. Diakses 13 Juni 2007.
- Departemen Pertanian. 2007. *Strategi Pengembangan Wisata Agro di Indonesia*. <<http://database.deptan.go.id/agrowisata/>>. Diakses 8 Maret 2007.
- Fandeli, C. dan Nurdin M. 2005. *Pengembangan Ekowisata Berbasis Konservasi di Taman Nasional*. Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Hair, J. R., Anderson R.E., Tatham R.L., and Black W.C. 1998. *Multivariate Data Analysis*. Prentice-Hall, Inc. New Jersey.
- Kotler, P., John B., James M. 2002. *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisata* (alih bahasa : Drs. Alexandro Sindoro dan Dra. Renata Pohan). Double Fish. Jakarta.
- Mason, R.D. dan Douglas A.L. 1996. *Teknik Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Nazir, M. 1998. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Nuryanti, W. 2001. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata di Indonesia*. Makalah tidak dipublikasikan.
- Rahayu, D. 2002. Tanggapan Pengunjung terhadap Atribut Wisata Agro Salak Pondoh di Desa Bangubkerto, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman. *Skripsi*. Fakultas Pertanian Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Setyoko, A. 1999. Analisa Perilaku Konsumen dalam Melakukan Pembelian pada Swalayan Mitra Palur Karanganyar. *Skripsi*. Program Sarjana Universitas Muhammadiyah. Surakarta.
- Simamora, B. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sulistyarini. 2007. Penelitian Opini Publik tentang Citra Agrowisata PT Pagilaran di Kabupaten Batang. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Gadjah mada. Yogyakarta.