
STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA PETIK MELON LADANG PRAYOGA

DEVELOPMENT STRATEGY OF PRAYOGA MELON PICKING AGROTOURISM

Norma Laily Fatimatus Sa'diyah, Amanatuz Zuhriyah*, Slamet Widodo

Fakultas Pertanian, Universitas Trunojoyo Madura

*E-mail corresponding: amanatuz@trunojoyo.ac.id

Dikirim : 19 September 2024 Diperiksa : 19 November 2024 Diterima: 25 November 2024

ABSTRAK

Daya tarik wisata alam dan budaya sebagai salah satu aset utama dalam pengembangan pariwisata Indonesia. Agrowisata Ladang Prayoga merupakan salah satu destinasi wisata berkonsep eduwisata yang menawarkan pengalaman petik buah. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan Agrowisata Petik Melon Ladang Prayoga. Data dianalisis menggunakan AHP (*Analysis Hierarchy Process*) dengan bantuan *software expert choice*. Sampel ditentukan menggunakan metode *purposive sampling*, dengan memilih 5 informan yang terdiri dari pemilik, pegawai dan 3 pengunjung. Hasil penelitian ini menunjukkan penilaian kriteria dari tertinggi ke terendah adalah daya tarik, fasilitas, pelayanan tambahan dan aksesibilitas. Pada kriteria daya tarik yaitu harga yang ditawarkan, aktivitas petik melon, edukasi pertanian dan pemandangan alam yang indah. Kriteria fasilitas yaitu toilet, area parkir, gazebo, dan spot foto. Kriteria aksesibilitas adalah akses jalan menuju lokasi, tersedia rambu petunjuk lokasi, dan lingkungan yang bersih. Kriteria pelayanan tambahan yaitu tersedia pemandu wisata, penjualan produk, dan restoran. Berdasarkan perhitungan bobot seluruh alternatif strategi terdapat prioritas utama yang memiliki peranan penting yaitu harga yang ditawarkan.

Kata kunci: Daya Tarik, Pariwisata, AHP, Strategi Pengembangan.

ABSTRACT

Natural and cultural tourism attraction as one of the main assets in the development of Indonesian tourism. Ladang Prayoga Agrotourism is one of the tourist destinations with an edu-tourism concept that offers a fruit picking experience. This study aims to determine the priority of strategies that can be applied in the development of Ladang Prayoga Melon Petik Agrotourism. The data were analyzed using AHP (Analysis Hierarchy Process) with the help of expert choice software. The sample was determined using purposive sampling method, by selecting 5 informants consisting of the owner, employees and 3 visitors. The results of this study indicate the assessment of criteria from highest to lowest is attractiveness, facilities, additional services and accessibility. On the attractiveness criteria, namely the price offered, melon picking activities, agricultural education and beautiful natural scenery. Facility criteria are toilets, parking areas, gazebos, and photo spots. Accessibility criteria are road access to the location, available location signs, and a clean environment. Additional service criteria are available tour guides, product sales, and restaurants. Based on the calculation of the weight of all alternative strategies, there is a top priority that has an important role, namely the price offered.

Keywords: Attraction, Tourism, AHP, Development Strategy.

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata adalah sektor yang efektif meningkatkan devisa

Indonesia karena sumber daya yang diperlukan untuk mengembangkan pariwisata tersedia dengan baik

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA PETIK MELON LADANG PRAYOGA

Norma Laily Fatimatus Sa'diyah, Amanatuz Zuhriyah*, Slamet Widodo

(Styaningrum et al., 2024). Oleh karena itu, sektor pariwisata menjadi salah satu sektor dengan pertumbuhan pesat dalam perekonomian Indonesia (Aliansyah & Hermawan, 2019). Pada tahun 2020, sektor pariwisata menyumbang sebesar 2,24% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang setiap tahunnya mengalami peningkatan hingga mencapai 4,01% pada tahun 2023. Selain itu, terdapat peningkatan yang signifikan dalam penerimaan devisa yang meningkat dari 3,38 miliar US\$ menjadi 5,95 miliar US\$ (Kemenparekraf, 2023). Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki kekayaan alam, termasuk daya tarik wisata alam dan budaya yang menjadi salah satu aset utama dalam pengembangan pariwisata.

Salah satu bentuk pariwisata yang menawarkan pengalaman nyata dan berkesan, tidak hanya memuaskan pandangan, tetapi juga mendorong mereka berpartisipasi aktif dalam kegiatan wisata adalah agrowisata (Lestyawati et al., 2023). Menurut Kementerian Pertanian Republik Indonesia, agrowisata dianggap sebagai opsi pariwisata berkelanjutan yang mengoptimalkan kegiatan pertanian sebagai daya tarik wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, rekreasi, dan memperkuat hubungan di bidang pertanian (Nurani et al., 2020). Pengembangan agrowisata

juga merupakan langkah upaya untuk meningkatkan kesejahteraan petani dan komunitas sekitar agrowisata.

Menurut (Nurhadi, 2018), ada beberapa syarat yang diperlukan untuk mengembangkan agrowisata, seperti adanya landscape alami yang autentik dengan luas yang memadai, jalur transportasi yang memudahkan akses ke area wisata, dan infrastruktur transportasi, akomodasi, dan logistik yang memadai. Sementara itu, faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pengembangan kawasan agrowisata meliputi daya tarik objek wisata, fasilitas wisata, dan infrastruktur wisata. Daya tarik merupakan aspek penting dalam industri pariwisata yang menjadi kekuatan untuk menarik wisatawan. Sebuah destinasi memiliki potensi daya tarik, namun potensi tersebut hanya akan terwujud apabila faktor-faktor tambahan seperti kemudahan aksesibilitas, fasilitas pendukung, dan kondisi lingkungan sekitarnya mendukung (Lebu et al., 2019).

Fasilitas dalam konteks agrowisata dapat didefinisikan sebagai segala bentuk perlengkapan atau sarana yang tersedia di suatu agrowisata, yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan kepada wisatawan dalam menjalankan aktivitas wisata mereka (Rifansyah & Sihombing, 2022). Sedangkan menurut Nabila & Widiyastuti,

(2018) aksesibilitas adalah kemudahan dalam mencapai tujuan yang berkaitan dengan waktu tempuh, keamanan, dan kenyamanan. Pelayanan tambahan merujuk kepada faktor-faktor pendukung dalam industri pariwisata, seperti lembaga pengelola, informasi wisata, agen perjalanan, dan pihak-pihak terkait lainnya yang berperan dalam industri pariwisata (Muhamad et al., 2021).

Di Indonesia, agrowisata tumbuh dan berkembang dengan menawarkan pengalaman unik seperti petik buah langsung dari pohonnya. Salah satu buah yang semakin populer dalam agrowisata adalah melon. Melon adalah komoditas yang menjanjikan untuk dikembangkan karena memiliki nilai ekonomi tinggi, mampu berproduksi dalam waktu singkat, dan memiliki harga yang stabil. Berbagai wilayah di Provinsi Jawa Timur, termasuk Kabupaten Lamongan melon merupakan tanaman yang berhasil tumbuh dengan baik. Jumlah produksi melon pada tahun 2019 adalah 11,5 ton setiap tahunnya mengalami fluktuasi sehingga tahun 2022 menghasilkan produksi dengan jumlah 702,8 ton (BPS, 2022)

Kabupaten Lamongan memiliki berbagai destinasi wisata menarik yang cocok dikunjungi bersama keluarga. Pada akhir tahun 2019, diresmikan sebuah agrowisata yang berada di Dusun Penanjan, Desa Paciran, Kecamatan

Paciran dengan nama Agrowisata Petik Melon Ladang Prayoga merupakan salah satu wisata yang menggunakan sistem tanam hidroponik. Agrowisata ini memiliki daya tarik yang ditawarkan seperti kegiatan petik melon yang memungkinkan wisatawan merasakan sensasi mengambil buah segar dari ladang dan menikmatinya dalam suasana alam terbuka.

Kepuasan pengunjung Agrowisata Petik Melon Ladang Prayoga mendorong mereka untuk kembali berkunjung ke agrowisata tersebut di kemudian hari dengan merekomendasikannya kepada orang lain untuk berkunjung. Oleh karena itu, memastikan preferensi wisatawan menjadi kunci bagi pengelola agrowisata yang ingin terus bertahan dan tumbuh berkembang. Namun terdapat kendala yang dihadapi oleh agrowisata yaitu belum optimalnya pengelolaan dan pelayanan agrowisata yang dilakukan pengelola. Maka dari itu perlu dilakukan perencanaan dalam pengembangannya sehingga akan mampu menarik minat pengunjung dan dapat menjaga keberlanjutan agrowisata tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan agrowisata petik melon Ladang Prayoga.

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA PETIK MELON LADANG PRAYOGA

Norma Laily Fatimatus Sa'diyah, Amanatuz Zuhriyah*, Slamet Widodo

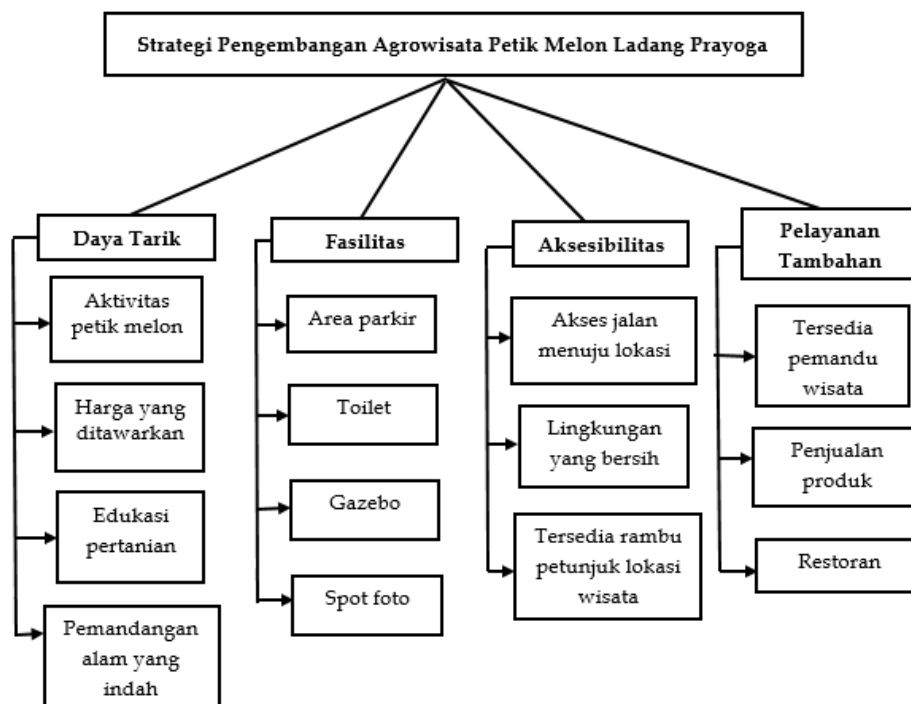
METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Agrowisata Petik Melon Ladang Prayoga yang berlokasi di Dusun Penanjan, Desa Paciran, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan pada bulan Februari sampai April 2024. Lokasi ini dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa agrowisata ini mengusung konsep transformasi lahan tidak produktif menjadi pertanian melon dengan sistem tanam hidroponik yang dapat menjadi inspirasi untuk pengembangan pertanian berkelanjutan dan pariwisata pedesaan di wilayah lain.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, dengan sumber data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara. Penentuan responden

dilakukan melalui metode *purposive sampling*, yang merupakan strategi pengambilan sampel dengan memilih responden berdasarkan pertimbangan khusus (Sugiyono, 2018). Hal ini dipilih karena responden memiliki kapasitas untuk memberikan penilaian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan agrowisata. Responden yang dipilih terdiri dari 5 informan, yaitu pemilik, pegawai dan 3 pengunjung.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis AHP (*Analysis Hierarchy Process*) sebagai sistem untuk mengambil keputusan dalam menetapkan prioritas strategi pengembangan agrowisata petik melon Ladang Prayoga. Metode ini adalah suatu alat yang digunakan untuk mengambil keputusan secara efisien dan terstruktur



Sumber: Data primer diolah, (2024)

Gambar 1. Struktur Hierarki

terkait dengan masalah yang kompleks dengan cara menyederhanakan dan mempercepat proses pengambilan keputusan melalui pembagian masalah menjadi bagian-bagian yang lebih kecil. Menurut (Umar et al., 2018), prinsip-prinsip dasar dalam menggunakan metode AHP untuk menyelesaikan masalah adalah:

(1) Membuat struktur hierarki

Suatu sistem yang kompleks dapat dipahami dengan memecahkannya menjadi elemen-elemen pendukung, kemudian mengorganisasikan elemen-elemen tersebut ke dalam struktur hierarki dan menggabungkannya. (Gambar 1)

(2) Penilaian kriteria dan alternatif

Standar dan opsi alternatif diterapkan melalui perbandingan berpasangan. Untuk sebagian besar pertanyaan, skala dari 1 hingga 9 adalah skala terbaik untuk menyatakan pendapat.

| Intensitas Keperentingan | Keterangan |
|--------------------------|--|
| 1 | A sama penting dengan kriteria/alternatif B |
| 3 | A sedikit lebih penting dari B |
| 5 | A lebih penting dari B |
| 7 | A sangat penting dari B |
| 9 | A mutlak/pasti lebih penting dari B |
| 2,4,6,8 | Skala menengah (jika ragu di antara dua nilai yang berdekatan) |

(3) Memeriksa konsistensi hierarki

Dalam konteks pengambilan keputusan, memahami konsistensi

persepsi menjadi hal yang sangat penting. Perhitungan dalam analisis ini dapat dilakukan secara manual menggunakan *microsoft excel* atau dengan menggunakan bantuan *software expert choice*. Konsistensi dapat dihitung melalui indeks konsistensi yang dirumuskan:

a. Indeks konsistensi (CI)

$$CI = \frac{\lambda \max - n}{n - 1}$$

Keterangan:

λ maksimum: nilai eigen terbesar dari matriks berordo n

n: jumlah kriteria

n-1: indeks konsistensi

Nilai eigen tertinggi diperoleh dengan menjumlahkan hasil perkalian dari jumlah kolom dengan vektor prioritas.

b. Rasio konsistensi (CR)

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

Apabila nilai rasio konsistensi yang dihitung lebih dari 10%, maka perbaikan atau perhitungan harus dilakukan ulang. Namun, jika konsistensi kurang dari atau sama dengan 0,1 maka nilai perhitungannya dianggap signifikan.

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA PETIK MELON LADANG PRAYOGA

Norma Laily Fatimatus Sa'diyah, Amanatuz Zuhriyah*, Slamet Widodo

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Lokasi

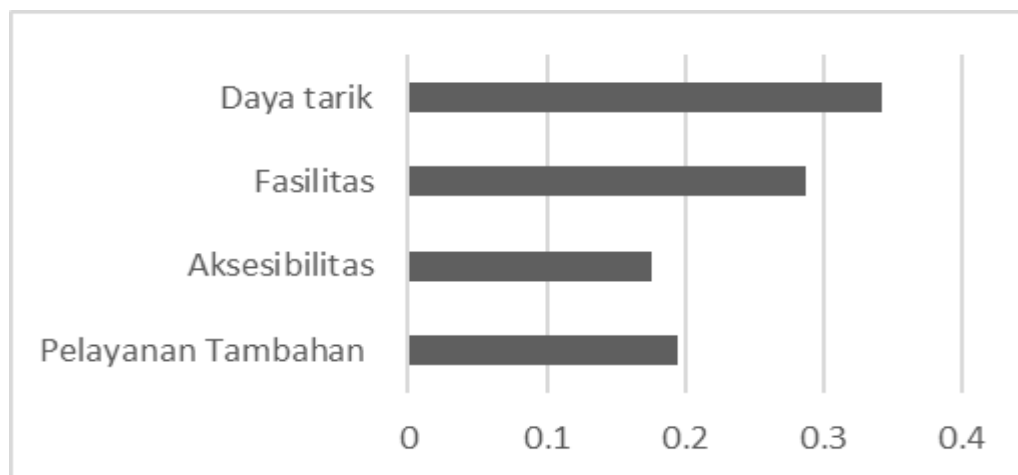
Agrowisata petik melon Ladang Prayoga yang berada di Dusun Penanjan Desa Paciran Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan adalah destinasi wisata yang menarik bagi pengunjung dengan berbagai daya tariknya. Salah satu daya tarik utama di agrowisata ini adalah aktivitas petik melon langsung dari pohonnya. Pengunjung dapat merasakan pengalaman unik sambil menikmati keindahan alam sekitar. Selain itu, pengunjung juga dapat belajar tentang berbagai jenis melon yang ditanam serta teknik bercocok tanam dan perawatan melon. Agrowisata ladang prayoga dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk kenyamanan pengunjung. Keunikan dari agrowisata ini adalah kombinasi antara wisata alam dan edukasi. Pengunjung tidak hanya menikmati keindahan alam dan segarnya buah melon, tetapi juga mendapatkan pengetahuan tentang pertanian. Hal ini

membuat agrowisata cocok untuk dikunjungi oleh keluarga, pelajar, maupun komunitas yang tertarik pada wisata berbasis alam.

Analisis Pemilihan Kriteria

Pemilihan kriteria merujuk pada literatur yang telah tersusun dengan baik. Menurut Saputra et al., (2022), kriteria yang mempengaruhi wisatawan dalam pemilihan berkunjung ke wisata antara lain daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas. Sedangkan menurut Nurani et al., (2020), kriteria yang mempengaruhi pengembangan agrowisata adalah daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, dan pelayanan tambahan. Pada agrowisata Ladang Prayoga ini memiliki empat kriteria yaitu daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, dan pelayanan tambahan. Adapun bobot masing-masing kriteria ditunjukkan pada Gambar 2 berikut:

Berdasarkan perbandingan berpasangan kriteria diatas, nilai rasio konsistensi kriteria adalah 0.00066 yang menunjukkan bahwa perhitungan kriteria-



Sumber: Data primer diolah, 2024

Gambar 2. Diagram Pemilihan Kriteria

kriteria tersebut dianggap signifikan. Prioritas utama dalam strategi pengembangan agrowisata petik melon Ladang Prayoga adalah kriteria daya tarik dengan bobot sebesar 0.342. Terpilihnya daya tarik sebagai prioritas utama, maka agrowisata dapat menjadi destinasi yang menarik bagi wisatawan yang mencari pengalaman baru dan mendalam yang terkait dengan alam dan pertanian. Tantriana & Widiartanto, (2019) menyatakan bahwa daya tarik yang menyenangkan dan meninggalkan kesan baik, akan mendorong wisatawan untuk kembali mengunjungi suatu tempat di masa mendatang. Salah satu faktor yang mempengaruhi keinginan untuk berkunjung kembali adalah citra destinasi yang melekat pada daya tarik tersebut.

Prioritas yang kedua adalah fasilitas yang memiliki bobot 0.287, adanya fasilitas ini pengalaman wisata lebih lengkap dan memuaskan. Fasilitas yang baik dapat meningkatkan kenyamanan, memberikan aksesibilitas, dan meningkatkan daya tarik agrowisata bagi wisatawan. Dengan adanya fasilitas yang memadai agrowisata dapat menjadi destinasi yang menarik bagi berbagai jenis pengunjung, mulai dari keluarga hingga wisatawan yang mencari pengalaman belajar dan rekreasi yang berbeda. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Anam et

al., (2021) menunjukkan bahwa fasilitas wisata memiliki pengaruh terhadap minat wisatawan untuk kembali mengunjungi wisata tersebut. Kemudian prioritas yang ketiga merupakan pelayanan tambahan dengan bobot sebesar 0.195 menunjukkan bahwa pelayanan tambahan dianggap memiliki dampak terhadap pengembangan agrowisata. Djuwendah et al., (2021) mengemukakan bahwa pelayanan tambahan merupakan fasilitas penunjang yang turut menentukan keberhasilan agrowisata. Prioritas yang terakhir adalah aksesibilitas dengan bobot sebesar 0.176 menandakan bahwa meskipun aksesibilitas dianggap penting, akan tetapi memiliki tingkat prioritas yang lebih rendah dibandingkan dengan faktor-faktor lain. Seperti yang disimpulkan dalam penelitian Alfitriani et al., (2021), aksesibilitas tidak memiliki dampak pada keinginan wisatawan untuk kembali mengunjungi suatu tempat.

Analisis Pemilihan Alternatif

Setiap kriteria memiliki strategi-strategi alternatif yang menjadi prioritas secara berurutan dijelaskan secara mendalam sebagai berikut:

Kriteria Daya Tarik

Daya tarik adalah faktor yang mendorong pengunjung untuk mengunjungi suatu tempat wisata, sehingga memiliki peranan penting dalam

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA PETIK MELON LADANG PRAYOGA

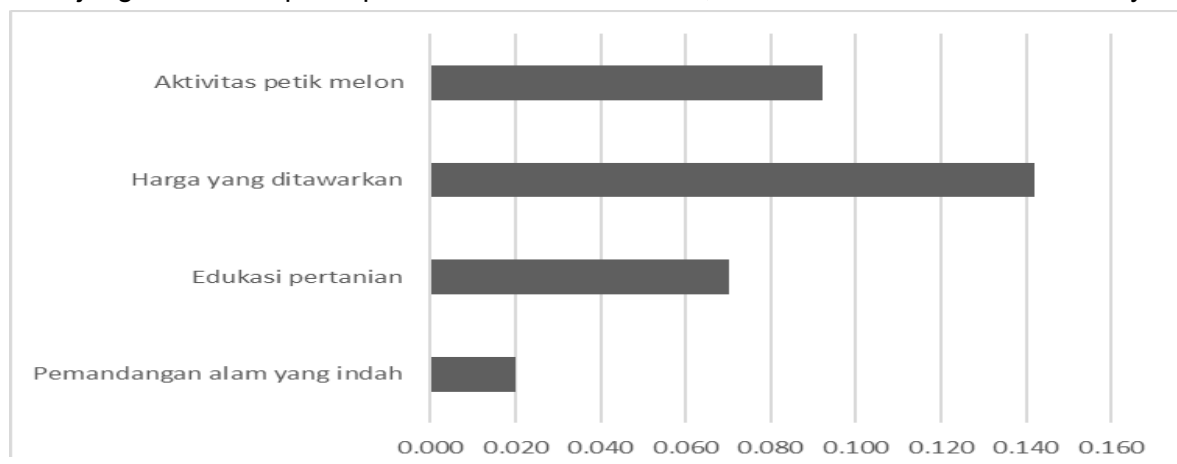
Norma Laily Fatimatus Sa'diyah, Amanatuz Zuhriyah*, Slamet Widodo

mempengaruhi keputusan pengunjung dalam memilih destinasi yang akan dikunjungi (Susianto et al., 2022). Prioritas strategi berdasarkan perhitungan alternatif kriteria daya tarik ditunjukkan pada Gambar 3 sebagai berikut:

Berdasarkan Gambar 3 diperoleh bahwa nilai rasio konsistensi sebesar 0.04 yang menunjukkan bahwa perhitungan strategi alternatif pada kriteria daya tarik tersebut dianggap signifikan. Prioritas yang menempati posisi utama berdasarkan kriteria daya tarik adalah harga yang ditawarkan dengan bobot sebesar 0.142. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan memiliki pengaruh dalam menarik minat pengunjung ke agrowisata. Pentingnya harga yang ditawarkan dapat diasumsikan sebagai faktor kunci dalam menentukan keberhasilan agrowisata (Purwaningrum, 2020). Karena harga yang kompetitif akan mempengaruhi daya tarik dan minat pengunjung untuk berkunjung dan berpartisipasi dalam

kegiatan petik melon Ladang Prayoga. Harga yang ditawarkan oleh suatu produk atau layanan sangat mempengaruhi minat konsumen. Walaupun penilaian terhadap harga dapat bervariasi di antara konsumen berdasarkan kebutuhan dan preferensi individu, konsumen umumnya cenderung lebih tertarik dengan harga yang relatif terjangkau (Lebu et al., 2019).

Posisi kedua ditempati oleh aktivitas petik melon dengan bobot 0.092 menunjukkan bahwa aktivitas tersebut memiliki tingkat penting dalam menarik minat pengunjung. Keberadaan aktivitas petik melon sebagai salah satu daya tarik agrowisata Ladang Prayoga yang memberikan kontribusi terhadap pengalaman pengunjung dan meningkatkan daya tarik agrowisata tersebut. Prioritas yang ketiga adalah edukasi pertanian dengan bobot 0.070. Hal ini menandakan bahwa upaya untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada pengunjung mengenai pertanian, teknik bercocok tanam, dan hal-hal terkait lainnya



Sumber: Data primer diolah, 2024

Gambar 3. Diagram Strategi Alternatif Kriteria Daya Tarik

dianggap penting dalam meningkatkan daya tarik dan nilai tambah dari agrowisata Ladang Prayoga. Prioritas terakhir adalah pemandangan alam yang memiliki bobot sebesar 0.020 menunjukkan bahwa pemandangan alam dianggap sebagai aspek yang kurang penting dibandingkan dengan kriteria lainnya.

Kriteria Fasilitas

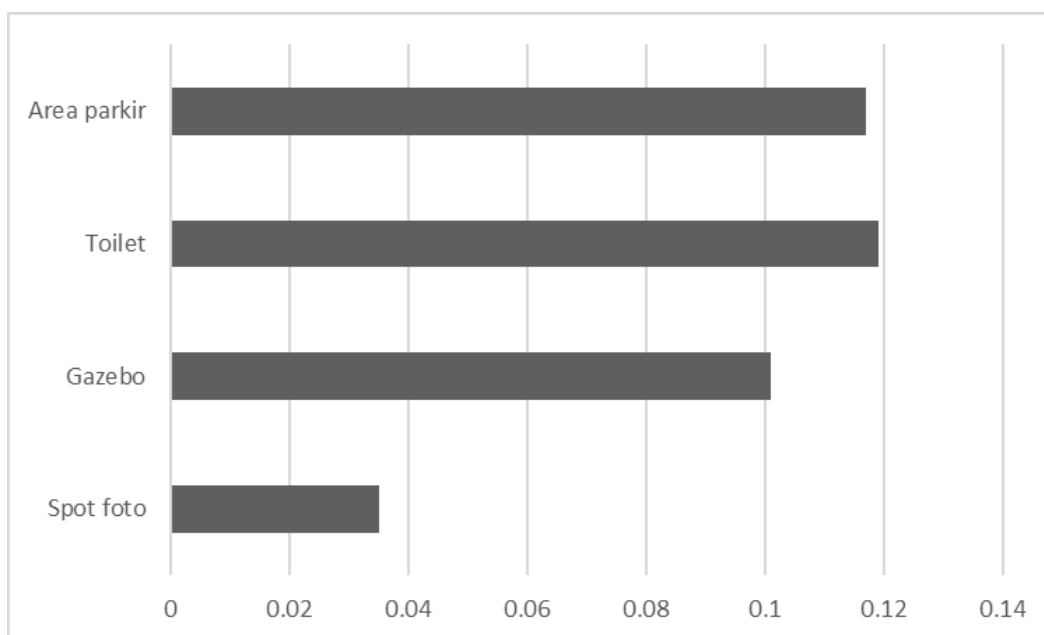
Fasilitas memiliki peran penting dalam menentukan preferensi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Objek wisata yang dilengkapi dengan fasilitas menarik dan sesuai dengan tren yang diminati wisatawan akan menjadi daya tarik tersendiri bagi mereka untuk mengunjungi dan merasakan pengalaman di wisata tersebut (Saputra et al., 2022). Berikut ini merupakan

prioritas strategi yang ditunjukkan pada Gambar 4.

Gambar 4.

Sumber: Data primer diolah, (2024)

Berdasarkan perhitungan alternatif kriteria fasilitas memiliki nilai rasio konsistensi sebesar 0.05 yang menunjukkan bahwa perhitungan alternatif pada kriteria fasilitas dianggap signifikan. Posisi teratas di duduki fasilitas toilet yang memiliki bobot sebesar 0.119 menunjukkan bahwa aspek ini sangat penting dalam pengembangan agrowisata. Ketersediaan toilet yang nyaman dan bersih dapat meningkatkan pengalaman pengunjung selama berkunjung. Fasilitas toilet yang baik sering kali menjadi salah satu standar dalam penilaian kualitas suatu destinasi pariwisata. Posisi yang kedua adalah area parkir dengan bobot 0.117, hal ini



Sumber: Data primer diolah, 2024

Gambar 4. Diagram Strategi Alternatif Kriteria Fasilitas

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA PETIK MELON LADANG PRAYOGA

Norma Laily Fatimatus Sa'diyah, Amanatuz Zuhriyah*, Slamet Widodo

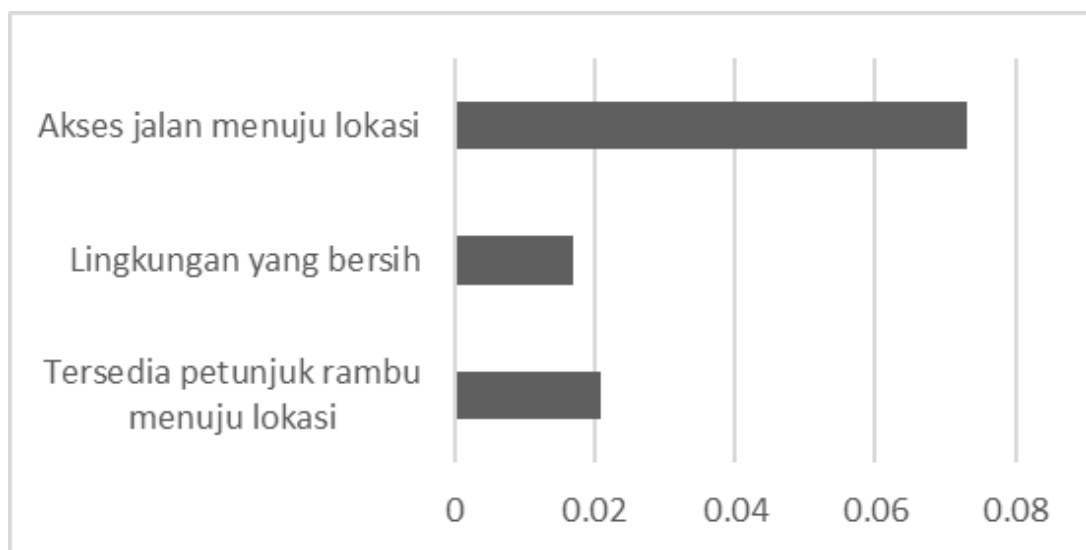
menunjukkan bahwa area parkir penting untuk memberikan kemudahan akses kepada pengunjung dan menjaga ketertiban serta keamanan di lokasi agrowisata. Prioritas ketiga dengan bobot 0.101 adalah gazebo, hal ini menunjukkan bahwa gazebo dapat memberikan tempat berteduh dan istirahat bagi pengunjung, serta menjadi area yang nyaman untuk menikmati pemandangan sekitar. Prioritas terakhir yang memiliki bobot 0.035 adalah spot foto. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks pengembangan agrowisata Ladang Prayoga kehadiran spot foto tidak dianggap seberapa penting dibandingkan dengan fasilitas-fasilitas lain. Spot foto dianggap sebagai tambahan yang dapat meningkatkan pengalaman pengunjung dan memberikan momen berharga.

Kriteria Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan seluruh sarana transportasi baik bentuk, model, maupun prasarana pendukungnya yang

memungkinkan wisatawan mencapai setiap daerah tujuan wisata (Yacob et al., 2019). Dengan adanya aksesibilitas yang tersedia, maka dapat mempermudah jangkauan dan memperlancar aktivitas (Dayan & Sari, 2022). Perhitungan strategi alternatif pada kriteria aksesibilitas memiliki nilai rasio konsistensi sebesar 0.03 hal ini menunjukkan bahwa nilai tersebut dianggap signifikan. Berikut merupakan strategi alternatif pada kriteria aksesibilitas ditunjukkan pada Gambar 5.

Menunjukkan bahwa prioritas yang menduduki posisi utama adalah akses jalan menuju lokasi dengan bobot 0.073. Adanya ketersediaan akses jalan yang baik dan mudah menuju lokasi dapat menjadi faktor kunci dalam menarik lebih banyak pengunjung dan memastikan pengalaman yang baik bagi pengunjung (Anam et al., 2021). Prioritas yang kedua adalah tersedia petunjuk rambu menuju lokasi dengan bobot sebesar 0.021



Sumber: Data primer diolah, 2024

Gambar 5. Diagram Strategi Alternatif Kriteria Aksesibilitas

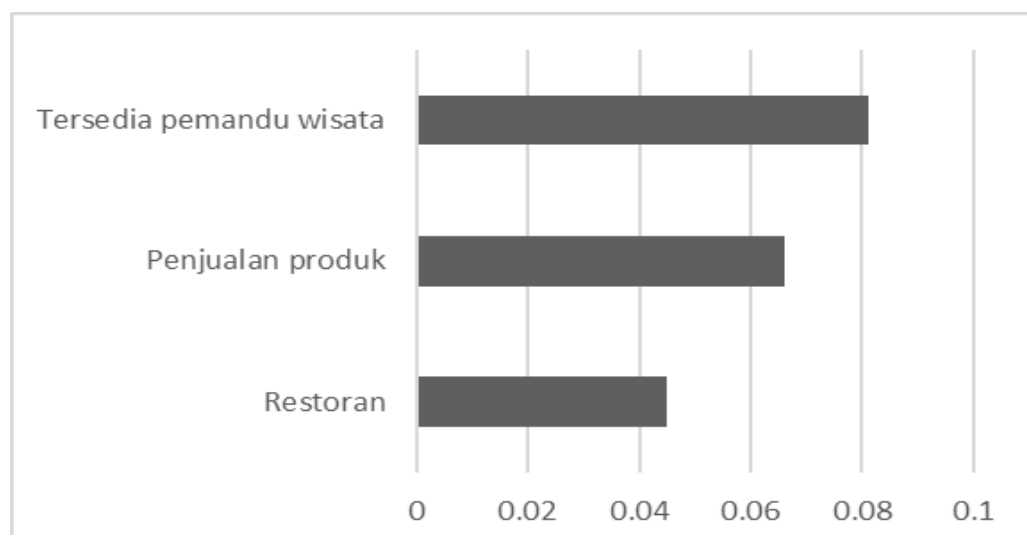
menunjukkan bahwa dengan adanya petunjuk atau rambu yang jelas dan mudah dipahami untuk membimbing pengunjung menuju lokasi agrowisata. Keberadaan petunjuk rambu yang baik dapat membantu mengurangi kebingungan pengunjung dan meningkatkan kemudahan akses. Prioritas terakhir dengan bobot 0.017 adalah lingkungan yang bersih menunjukkan bahwa kebersihan lingkungan dianggap sebagai prioritas yang lebih rendah dibandingkan dengan faktor lain.

Kriteria Pelayanan Tambahan

Tersedianya pelayanan tambahan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dan menciptakan pengalaman wisata yang berkesan. Selain itu, dapat juga berperan dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisata dimasa yang datang (Fauziawati et al., 2021). Pada strategi alternatif kriteria

pelayanan tambahan memiliki nilai konsistensi sebesar 0.07 menunjukan perhitungan tersebut signifikan. Berikut adalah prioritas strategi alternatif kriteria pelayanan ditunjukkan pada Gambar 6.

Menunjukkan bahwa prioritas yang menduduki posisi utama adalah tersedia pemandu wisata dengan bobot 0.081. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pemandu wisata dianggap sangat penting karena dapat memberikan informasi yang berguna kepada pengunjung serta mengatur dan meningkatkan pengalaman wisata secara keseluruhan. Pemandu wisata juga dapat membantu memastikan keselamatan pengunjung dan memberikan wawasan yang mendalam terhadap agrowisata Ladang Prayoga. Prioritas yang kedua adalah penjualan produk dengan bobot 0.066 yang menunjukkan bahwa penjualan produk dapat membantu dalam meningkatkan pendapatan dan



Sumber: Data primer diolah, 2024

Gambar 5. Diagram Strategi Alternatif Kriteria Pelayanan

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA PETIK MELON LADANG PRAYOGA

Norma Laily Fatimatus Sa'diyah, Amanatuz Zuhriyah*, Slamet Widodo

keberlanjutan agrowisata. Kemudian restoran menjadi prioritas terakhir dengan bobot 0.045. Adanya restoran dapat menjadi tempat untuk bersantai dan menikmati hidangan setelah berkeliling lokasi agrowisata.

Analisis Penentuan Prioritas

Adapun prioritas strategi berdasarkan perhitungan bobot seluruh alternatif strategi pengembangan ditunjukkan pada tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 1. Penentuan Prioritas Strategi Seluruh Alternatif

| Alternatif | Bobot | Prioritas |
|---------------------------------------|-------|-----------|
| Harga yang ditawarkan | 0.142 | 1 |
| Toilet | 0.119 | 2 |
| Area parkir | 0.117 | 3 |
| Gazebo | 0.101 | 4 |
| Aktivitas petik melon | 0.092 | 5 |
| Tersedia pemandu wisata | 0.081 | 6 |
| Akses jalan menuju lokasi | 0.073 | 7 |
| Edukasi pertanian | 0.070 | 8 |
| Penjualan produk | 0.066 | 9 |
| Restoran | 0.045 | 10 |
| Spot foto | 0.035 | 11 |
| Tersedia rambu petunjuk menuju lokasi | 0.021 | 12 |
| Pemandangan alam yang indah | 0.020 | 13 |
| Lingkungan yang bersih | 0.017 | 14 |

Sumber: Data primer diolah, (2024)

Strategi pengembangan yang menjadi prioritas adalah harga yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan harga yang ditawarkan sebanding dengan nilai yang diterima oleh pengunjung, baik dari segi pengalaman, fasilitas, maupun layanan yang diberikan. Agrowisata petik melon Ladang Prayoga menetapkan harga sebesar 2.500/100 gram untuk pembelian buah melon, dengan jaminan kualitas buah melon yang diberikan sangat baik. Sementara itu, pengunjung tidak dikenakan biaya untuk tiket masuk sehingga mereka dapat menikmati pengalaman petik melon tanpa harus membayar tiket masuk. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Farisa et al., (2018), bahwa jika

harga yang ditetapkan agrowisata semakin terjangkau, sesuai dengan kualitas produk, memiliki daya saing yang baik dibandingkan dengan agrowisata serupa, dan sesuai dengan manfaat yang diberikan, maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

KESIMPULAN

Penilaian berurutan dari yang tertinggi terhadap kriteria adalah daya tarik, fasilitas, pelayanan tambahan dan aksesibilitas. Kemudian pada kriteria daya tarik adalah harga yang ditawarkan, aktivitas petik melon, edukasi pertanian dan pemandangan alam yang indah. Untuk kriteria fasilitas adalah toilet, kemudian area parkir, gazebo, dan spot foto. Pada kriteria aksesibilitas terdapat

akses jalan menuju lokasi, ketersediaan rambu petunjuk lokasi, dan lingkungan yang bersih. Kriteria pelayanan tambahan adalah adanya pemandu wisata, penjualan produk dan restoran. Berdasarkan perhitungan bobot seluruh alternatif strategi pengembangan agrowisata Ladang Prayoga terdapat prioritas utama yang memiliki peranan penting dan berpengaruh terhadap berkembangnya agrowisata yaitu harga yang ditawarkan.

Dengan ini penulis merekomendasikan sebagai strategi dalam pengembangan agrowisata Ladang Prayoga dapat memberikan diskon dalam jumlah pembelian melon minimal 5 kg pada periode tertentu untuk menarik lebih banyak pengunjung. Selain itu, melakukan pemasaran dan promosi yang menarik melalui media sosial, situs web, dan brosur. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, agrowisata Ladang Prayoga diharapkan dapat meningkatkan daya tarik dan kepuasan pengunjung, yang pada akhirnya akan mendukung perkembangan dan keberlanjutan agrowisata.

DAFTAR PUSTAKA

Alfitriani, Putri, W. A., & Ummasyroh. (2021). Pengaruh Komponen 4A Terhadap Minat Kunjungi Ulang Wisatawan Pada Destinasi Wisata Bayt Al-Quran Al-Akbar Kota Palembang. *Jurnal Aplikasi*

Manajemen & Bisnis, 1(2), 66–77.

Aliansyah, H., & Hermawan, W. (2019). Peran Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Di Jawa Barat. *Bina Ekonomi*, 23(1), 39–55. <https://doi.org/10.26593/be.v23i1.4654.39-55>

Anam, M. S., Yulianti, W., Fitrihaloka, T., & Rosia, R. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Revisit Intention Di Daya Tarik Wisata Waduk Malahayu. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(2), 337. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2021.v09.i02.p12>

BPS. (2022). *Data Produksi Tanaman Buah-buahan*.

Dayan, M. A., & Sari, M. I. (2022). Potensi Agrowisata Berbasis Masyarakat. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(1), 53–59. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i1.11>

Djuwendah, E., Karyani, T., & Wulandari, E. (2021). Potential Development Strategy for Attraction and Community-based Agrotourism in Lebakmuncang Village. *E3S Web of Conferences*, 249, 1–5. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202124901004>

Farisa, I., Mulyati, A., & Marutha, A. (2018). Pengaruh Daya Tarik, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Agrowisata Petik Jeruk Sumbersono). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 4(2), 1–17.

Fauziawati, Yusi, M. S., & Maretha, F. (2021). Respon Pengunjung Terhadap Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Pelayanan Tambahan Kambang Iwak Park Kota Palembang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*,

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA PETIK MELON LADANG PRAYOGA

Norma Laily Fatimatus Sa'diyah, Amanatuz Zuhriyah*, Slamet Widodo

- 1(4), 179–188.
- Kememparekraf. (2023). *Data Kunjungan Wisatawan, Kontribusi PBD, dan Penyerapan Tenaga Kerja*. Kabupaten Batu Malang. *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 20(10), 137–143. <https://doi.org/10.31294/khi.v11i2.8855>
- Lebu, C. F. K., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2019). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5505–5513.
- Lestyawati, D., Dewati, R., Arianti, Y. S., & Setyarini, A. (2023). Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran di Agrowisata Barro Tani Manunggal Desa Kepatihan Kecamatan Selogiri Kabupaten Wonogiri. *Jurnal AGRISEMA*, 2(1), 10–18.
- Muhamad, A., Hakim, L., & Fatmawati. (2021). Strategi Pengembangan Parawisata Malino di Kabupaten Gowa. *Unismuh*, 2, 0–6.
- Nabila, A. D., & Widiyastuti, D. (2018). Kajian Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas untuk Pengembangan Pariwisata Umbul Ponggok di Kabupaten Klaten. *Jurnal Bumi Indonesia*, 7(2), 1–8.
- Nurani, R., Roessali, W., & Ekowati, T. (2020). Strategi Pengembangan Agrowisata Jollong Di Kabupaten Pati. *Pariwisata*, 7(2), 80–91. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp>
- Nurhadi, I. (2018). Strategi Pengembangan Agrowisata di Perkebunan Dille Wilis Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Agribisnis*, 18(2), 14–26. <https://core.ac.uk/download/pdf/196255896.pdf>
- Purwaningrum, H. (2020). Faktor Eksternal Dan Internal Dalam Pengembangan Daya Tarik Wisata Taman Buah Kusuma Agrowisata Kabupaten Batu Malang. *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 20(10), 137–143. <https://doi.org/10.31294/khi.v11i2.8855>
- Rifansyah, M., & Sihombing, D. (2022). Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Agrowisata Sawah Desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(3), 153–170. <https://doi.org/10.55927/ministal.v1i3.1149>
- Saputra, T. A., Fauzi, R. U. A., & Apriyanti. (2022). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Tani Betet Nganjuk. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 4*, 2(1), 1–12.
- Styaningrum, A., Rahayu, E. S., & Handayani, S. M. (2024). Analysis of Customer Satisfaction of Kebun Refugia Magetan Agrotourism in Magetan. *SVU-International Journal of Agricultural Sciences*, 6(1), 73–83. <https://doi.org/10.21608/svuijas.2024.261379.1330>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Susianto, B., Johannes, J., & Yacob, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 592–605. <https://www.dinastirev.org/JIMT/article/view/1094%0Ahttps://www.dinastirev.org/JIMT/article/download/1094/658>
- Tantriana, D., & Widiartanto. (2019). Pengaruh Aksesibilitas, Experiential Marketing dan Electronic Word Of Mouth (eWOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali

Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(1), 1–11.

Umar, R., Fadlil, A., & Yuminah, Y. (2018). Sistem Pendukung Keputusan dengan Metode AHP untuk Penilaian Kompetensi Soft Skill Karyawan. *Khazanah Informatika: Jurnal Ilmu Komputer Dan Informatika*, 4(1), 27–34. <https://doi.org/10.23917/khif.v4i1.5978>

Yacob, S., Johannes, J., & Qomariyah, N. (2019). Visiting Intention: A Perspective of Destination Attractiveness and Image in Indonesia Rural Tourism. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 3(2), 122–133. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v3i2.122-133>