

PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP AGROWISATA D'LAS LEMBAH ASRI SERANG PURBALINGGA

VISITORS' PERCEPTION OF D'LAS LEMBAH ASRI AGROTOURISM SERANG PURBALINGGA

Friska Kristiana^{1)*}, Teguh Djuharyanto²⁾, Afif Hendri Putranto³⁾

^{1*23)} Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknik Universitas Perwira Purbalingga
Jl. S. Parman No. 53, Purbalingga, Jawa Tengah,

*Sur-el: friskakristiana@students.unperba.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi pengunjung terhadap Agrowisata D'Las Lembah Asri Serang, Purbalingga. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada 30 responden menggunakan teknik *accidental sampling*. Analisis dilakukan menggunakan Skala Likert untuk mengukur komponen persepsi yang mencakup daya tarik wisata, fasilitas, layanan, harga, nilai edukasi, dan keberlanjutan lingkungan. Hasil menunjukkan bahwa persepsi pengunjung cenderung positif, terutama pada daya tarik alam, keramahan staf, dan pengalaman edukatif. Namun, ditemukan persepsi negatif pada aspek kebersihan toilet, keterbatasan fasilitas umum, dan harga tiket yang belum sebanding dengan fasilitas. Studi ini menyarankan peningkatan fasilitas umum dan penerapan strategi berbasis pengalaman untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengunjung.

Kata Kunci : Agrowisata, Likert, Persepsi, Purbalingga

ABSTRACT

This study aims to analyze visitor perceptions of the D'Las Lembah Asri Serang Agrotourism Site in Purbalingga. The method used was descriptive quantitative, with data collected through a questionnaire administered to 30 respondents using an accidental sampling technique. Analysis was conducted using a Likert scale to measure perception components, including tourist attractions, facilities, services, price, educational value, and environmental sustainability. Results indicate that visitor perceptions tend to be positive, particularly regarding the natural attractions, staff friendliness, and educational experiences. However, negative perceptions were found regarding toilet cleanliness, limited public facilities, and ticket prices that are not commensurate with the facilities. This study recommends improving public facilities and implementing experience-based strategies to increase visitor satisfaction and loyalty.

Keywords: Agrotourism, Likert Scale, Perception, Purbalingga

PENDAHULUAN

Agrowisata merupakan salah satu bentuk pariwisata alternatif yang menggabungkan kegiatan pertanian dengan rekreasi serta edukasi. Dalam beberapa dekade terakhir, agrowisata berkembang pesat sebagai respons terhadap meningkatnya minat wisatawan terhadap aktivitas berbasis alam dan edukatif. Konsep ini tidak hanya memberikan nilai hiburan dan pengalaman unik kepada pengunjung, tetapi juga mendukung pelestarian lingkungan dan

meningkatkan pendapatan masyarakat pedesaan. Menurut UNWTO (2020), agrowisata memiliki potensi besar untuk mendorong pembangunan berkelanjutan, terutama di wilayah pedesaan, karena mampu mengangkat sektor pertanian, memperkuat keterlibatan masyarakat lokal, dan mendukung konservasi sumber daya alam.

Salah satu contoh nyata pengembangan agrowisata di Indonesia adalah Agrowisata D'Las Lembah Asri yang terletak di Desa Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten

Purbalingga. Lokasi ini menawarkan berbagai daya tarik, mulai dari keindahan alam pegunungan, kegiatan memetik stroberi, edukasi pertanian, hingga berbagai wahana rekreasi. Kombinasi tersebut menjadikan D'Las sebagai destinasi wisata yang populer, khususnya bagi wisatawan lokal dari berbagai kalangan usia. Namun demikian, meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan tidak serta merta menunjukkan keberhasilan destinasi tersebut secara menyeluruh. Kualitas pengalaman yang dirasakan oleh pengunjung, atau yang dalam konteks ini disebut sebagai persepsi pengunjung, menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu destinasi wisata.

Persepsi pengunjung terhadap suatu destinasi mencerminkan interpretasi subjektif mereka terhadap berbagai elemen seperti daya tarik, fasilitas, layanan, harga, dan pengalaman keseluruhan. Menurut Kotler dan Keller (2016), persepsi adalah proses di mana individu memilih, mengorganisir, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran yang bermakna. Dalam dunia pariwisata, persepsi memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan kunjungan ulang, kepuasan, serta rekomendasi terhadap destinasi tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu, pemahaman terhadap persepsi pengunjung menjadi sangat penting bagi pengelola agrowisata dalam upaya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan destinasi.

Penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Wijaya (2018) di kawasan agrowisata Malang menunjukkan bahwa persepsi terhadap fasilitas dan layanan sangat memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengunjung. Sementara itu, Haryanto (2020) menekankan bahwa inovasi dalam pelayanan dan penyediaan fasilitas dapat membentuk persepsi positif yang signifikan terhadap destinasi. Liliweri (2019) menyebutkan bahwa persepsi dalam konteks pariwisata dipengaruhi oleh indikator-indikator seperti keunikan atraksi, kenyamanan fasilitas, harga, dan nilai edukasi.

Berdasarkan hasil observasi awal dan penyebaran kuesioner pada bulan Januari hingga Februari 2025, ditemukan bahwa pengunjung memberikan penilaian positif terhadap daya tarik alam dan keramahan staf, terdapat pula keluhan

terhadap beberapa aspek seperti kebersihan toilet, keterbatasan fasilitas umum, dan harga tiket yang dinilai kurang sebanding dengan layanan yang diterima. Masih terdapat kekurangan informasi dan pemanduan yang mengakibatkan beberapa pengunjung merasa kurang mendapatkan pengalaman edukatif secara maksimal.

Permasalahan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara ekspektasi dan pengalaman nyata yang dirasakan pengunjung. Jika hal ini tidak segera ditangani, maka dapat menurunkan citra destinasi dan mengurangi minat kunjungan ulang. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan analisis terhadap komponen-komponen yang membentuk persepsi pengunjung, baik yang bersifat positif maupun negatif. Dengan demikian, pengelola dapat mengetahui aspek mana yang perlu ditingkatkan, dipertahankan, atau diperbaiki.

Penelitian ini berfokus pada analisis persepsi pengunjung terhadap Agrowisata D'Las Lembah Asri Serang, Purbalingga. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis persepsi umum pengunjung terhadap daya tarik, fasilitas, pelayanan, dan nilai edukasi yang ditawarkan;
2. Mengidentifikasi komponen positif dalam persepsi pengunjung yang dapat menjadi keunggulan kompetitif destinasi; dan
3. Mengidentifikasi komponen negatif yang menjadi hambatan atau kendala bagi kenyamanan dan kepuasan pengunjung.

Penelitian ini juga memiliki kontribusi teoritis dalam memperluas kajian mengenai persepsi pengunjung dalam konteks agrowisata, khususnya di daerah yang belum banyak diteliti seperti Purbalingga. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pengelola destinasi untuk menyusun strategi pengembangan berbasis pengalaman pengunjung, serta memberikan masukan bagi pemangku kepentingan dalam perencanaan dan kebijakan wisata berbasis masyarakat.

Pendekatan yang berbasis data dan dukungan dari teori-teori persepsi serta studi terdahulu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai persepsi pengunjung terhadap Agrowisata D'Las Lembah Asri. Hasil penelitian ini akan digunakan sebagai dasar

penyusunan rekomendasi praktis untuk pengembangan destinasi agrowisata yang lebih inklusif, berkelanjutan, dan kompetitif.

Dalam konteks pengembangan destinasi wisata yang kompetitif, pemahaman terhadap persepsi pengunjung tidak hanya berfungsi sebagai alat evaluatif, tetapi juga sebagai landasan strategis dalam menciptakan pengalaman wisata yang lebih bermakna. Seiring meningkatnya ekspektasi wisatawan modern yang menuntut kualitas layanan, keberlanjutan, dan nilai edukatif secara simultan, pengelola agrowisata perlu melakukan pendekatan berbasis data untuk memahami kebutuhan dan preferensi pengunjung secara lebih mendalam. Penelitian ini menjadi relevan dalam menyediakan bukti empiris yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam pengelolaan dan pengembangan Agrowisata D'Las secara berkelanjutan.

Sebagai media rekreasi dan edukasi, agrowisata juga memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan ekonomi lokal. Keberadaan destinasi seperti Agrowisata D'Las Lembah Asri mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan petani lokal melalui kegiatan petik hasil pertanian langsung, serta membuka peluang usaha bagi masyarakat sekitar dalam bidang kuliner, kerajinan, dan jasa wisata. Dengan demikian, keberhasilan pengelolaan agrowisata tidak hanya diukur dari jumlah kunjungan, tetapi juga dari dampak sosial dan ekonomi yang ditimbulkan bagi komunitas lokal.

Tantangan utama yang sering dihadapi dalam pengelolaan agrowisata adalah menjaga keseimbangan antara aspek komersial, keberlanjutan lingkungan, dan kepuasan pengunjung. Banyak destinasi wisata mengalami penurunan kualitas karena kurangnya evaluasi rutin terhadap persepsi pengunjung, yang seharusnya menjadi masukan utama dalam proses perbaikan. Oleh karena itu, penting bagi setiap destinasi untuk melakukan studi berbasis persepsi secara berkala guna mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan layanan yang ditawarkan, serta untuk merumuskan strategi peningkatan kualitas yang berbasis pada pengalaman nyata pengunjung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari hingga Februari 2025 di Agrowisata D'Las Lembah Asri yang terletak di Desa Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah. Lokasi ini dipilih secara sengaja (*purposive*) karena merupakan salah satu destinasi agrowisata unggulan di wilayah Purbalingga yang menggabungkan keindahan alam pegunungan dengan kegiatan edukatif pertanian serta fasilitas rekreasi keluarga. Kawasan ini telah berkembang pesat dan menarik minat kunjungan dari berbagai kalangan masyarakat, sehingga relevan untuk dijadikan objek penelitian mengenai persepsi pengunjung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan persepsi pengunjung terhadap Agrowisata D'Las berdasarkan indikator yang telah ditentukan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan ditemui dan bersedia menjadi responden. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 30 orang pengunjung yang memenuhi kriteria:

1. Telah mengunjungi Agrowisata D'Las dalam periode Januari–Februari 2025
2. Berusia minimal 15 tahun
3. Bersedia mengisi kuesioner dengan lengkap

Pengumpulan data dilakukan dengan dua cara utama:

1. Kuesioner : Disusun dalam bentuk tertutup dengan skala Likert 5 poin, di mana responden diminta untuk memberikan tingkat persetujuan terhadap pernyataan yang mencerminkan komponen persepsi, seperti "Fasilitas toilet bersih dan terawat" atau "Harga tiket sesuai dengan fasilitas yang diberikan." Skor untuk pernyataan positif dimulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju), sementara untuk pernyataan negatif menggunakan pembalikan skor.
2. Observasi langsung : Peneliti mengamati langsung fasilitas dan aktivitas di lokasi, termasuk interaksi staf dengan pengunjung,

kebersihan fasilitas umum, dan kondisi fisik destinasi. Observasi dilakukan menggunakan lembar observasi terstruktur untuk memastikan konsistensi data.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan bantuan software SPSS. Langkah analisis meliputi :

1. Pemeriksaan kelengkapan kuesioner
2. Penginputan data
3. Konversi data ordinal dari skala Likert menjadi data interval menggunakan metode *Successive Interval*
4. Perhitungan skor rata-rata tiap indikator persepsi
5. Interpretasi berdasarkan kategori Sugiyono (2020) :
 - 1,00 – 2,00 : Sangat Kurang Baik
 - 2,01 – 3,00 : Kurang Baik
 - 3,01–4,00 : Baik
 - 4,01–5,00 : Sangat Baik

Data hasil pengamatan dan dokumentasi lapangan digunakan sebagai pendukung terhadap hasil kuesioner dan memperkaya interpretasi. Hasil analisis digunakan untuk menggambarkan kecenderungan persepsi pengunjung terhadap setiap komponen dalam Agrowisata D'Las, baik yang bersifat positif maupun negatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Penelitian ini melibatkan 30 responden yang merupakan pengunjung Agrowisata D'Las Lembah Asri Serang, Purbalingga. Karakteristik responden dianalisis untuk memahami latar belakang mereka yang dapat memengaruhi persepsi terhadap destinasi.

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Perempuan	21	70,00
Laki-laki	9	30,00

Sumber : Data primer diolah, 2025

Tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (70%). Hal ini menunjukkan bahwa wisata berbasis alam dan edukatif seperti Agrowisata D'Las

lebih menarik bagi perempuan. Kecenderungan ini juga diperkuat oleh aktivitas wisata seperti spot foto dan edukasi pertanian yang populer di kalangan pengunjung wanita.

Tabel 2. Usia Responden

Kelompok Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
< 15 tahun	2	6,67
15 - 30 tahun	27	90,00
31 - 40 tahun	1	3,33

Sumber : Data primer diolah, 2025

Tabel 2 menunjukkan bahwa kelompok usia dominan adalah 15–30 tahun (90%). Hal ini menunjukkan bahwa segmen usia muda merupakan target pasar utama bagi Agrowisata D'Las. Usia muda memiliki kecenderungan untuk mengeksplorasi destinasi wisata baru yang menawarkan pengalaman berbeda dan edukatif. Temuan ini sejalan dengan penelitian Puspawati *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa kelompok usia muda sangat tertarik pada wisata yang bersifat alami dan memberikan nilai pembelajaran.

Persepsi Pengunjung terhadap Komponen Wisata

Persepsi pengunjung terhadap Agrowisata D'Las dianalisis berdasarkan enam indikator utama yaitu daya tarik wisata, fasilitas, harga, kualitas layanan, nilai edukasi, dan keberlanjutan lingkungan. Setiap komponen dinilai menggunakan Skala Likert 1–5 dan diolah menggunakan bantuan SPSS.

Selain pengukuran kuantitatif melalui skala Likert, observasi lapangan juga menunjukkan bahwa interaksi langsung antara pengunjung dan lingkungan sekitar turut memengaruhi persepsi secara keseluruhan. Sebagai contoh, kegiatan petik stroberi tidak hanya dianggap menyenangkan, tetapi juga memberikan edukasi langsung mengenai proses budidaya hortikultura. Aktivitas ini sangat diminati oleh kelompok usia muda dan pelajar yang mendominasi responden dalam penelitian. Kesan positif ini diperkuat dengan lingkungan yang sejuk dan alami, menjadikan pengalaman wisata semakin berkesan. Namun demikian, kurangnya papan informasi edukatif yang menjelaskan jenis tanaman atau proses

pertanian masih menjadi kekurangan yang disoroti pengunjung.

Faktor kenyamanan dan kemudahan akses terhadap fasilitas penunjang turut memengaruhi persepsi pengunjung. Beberapa responden menyampaikan bahwa meskipun wahana dan keindahan alam tergolong baik, kenyamanan bisa terganggu ketika toilet dalam keadaan tidak bersih atau tempat parkir penuh. Komponen-komponen ini menciptakan persepsi negatif yang meskipun bersifat parsial, tetap memengaruhi citra keseluruhan destinasi. Oleh karena itu, pengelola disarankan untuk menyeimbangkan antara penyediaan atraksi wisata dan peningkatan kualitas fasilitas dasar agar persepsi pengunjung tetap positif secara menyeluruh.

Daya Tarik Wisata

Komponen daya tarik wisata memperoleh skor rata-rata sebesar 4,12 yang tergolong sangat baik. Hal ini mencerminkan kepuasan pengunjung terhadap pesona alam, kebun stroberi, serta wahana-wahana yang ditawarkan.

Penilaian ini memperkuat teori Chon (2012) yang menyatakan bahwa keindahan alam dan keunikan aktivitas sangat menentukan persepsi wisatawan. Wisata berbasis interaksi langsung seperti petik stroberi juga memberi pengalaman yang autentik.

Penilaian ini juga didukung oleh observasi lapangan, di mana sebagian besar pengunjung menghabiskan waktu lebih lama di area kebun stroberi dan spot foto yang instagramable. Interaksi langsung dengan alam, serta banyaknya spot foto yang menarik, menjadikan destinasi ini digemari terutama oleh pengunjung usia muda. Hal ini memperlihatkan bahwa daya tarik visual dan aktivitas berbasis alam mampu bersaing dengan wahana buatan, selama dikemas secara menarik dan berorientasi pada pengalaman.

Keberadaan spot foto yang estetik dan berbagai wahana rekreasi juga menjadi daya pikat tersendiri bagi pengunjung, terutama kalangan muda yang aktif di media sosial. Keunikan kombinasi antara kegiatan alam dan atraksi modern menjadi kekuatan kompetitif bagi Agrowisata D'Las. Temuan ini sesuai dengan penelitian oleh Dirgayana *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa daya tarik visual dan keunikan aktivitas menjadi penentu utama keputusan berkunjung ke lokasi wisata alam.

Pengalaman menyenangkan yang diperoleh pengunjung dari daya tarik tersebut dapat memperkuat loyalitas, seperti yang diungkapkan oleh Widagdyo (2019) dalam studinya tentang ekowisata yang menyebutkan bahwa keterlibatan emosional melalui interaksi dengan alam merupakan elemen penting dalam membentuk persepsi positif dan keterikatan jangka panjang terhadap destinasi.

Fasilitas Umum

Fasilitas umum seperti toilet, parkir, musala, dan tempat duduk memperoleh skor rata-rata 3,02 yang tergolong cukup baik. Namun, beberapa sub komponen seperti kebersihan toilet (2,75) dan area parkir (2,88) mendapat penilaian lebih rendah dari kategori baik. Hal ini ditunjukkan pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Rata-rata Skor Persepsi terhadap Fasilitas

Indikator Fasilitas	Skor Rata-rata
Kebersihan Toilet	2,75
Tempat Parkir	2,88
Tempat Duduk & Gazebo	3,20
Musala & Area Ibadah	3,25

Sumber : Data primer diolah, 2025

Kondisi ini sejalan dengan temuan Bibin *et al.* (2022) yang menyebutkan bahwa kekurangan pada fasilitas umum berdampak langsung pada kenyamanan dan persepsi negatif terhadap destinasi.

Hal ini mengindikasikan perlunya peningkatan sarana prasarana dasar. Toilet sebagai fasilitas vital harus dijaga kebersihannya secara berkala, dan lahan parkir perlu diperluas untuk menghindari kemacetan dan kepadatan.

Penelitian oleh Makbulillah (2019) mendukung temuan ini, bahwa kenyamanan fasilitas umum sangat memengaruhi persepsi keseluruhan pengunjung terhadap tempat wisata, bahkan ketika atraksi utama dinilai menarik.

Pengelolaan fasilitas dasar seperti toilet, musala, dan tempat duduk perlu ditingkatkan karena kenyamanan fisik merupakan kebutuhan primer wisatawan. Berdasarkan observasi,

toilet yang ada belum dilengkapi dengan petunjuk arah yang jelas, tempat cuci tangan memadai, atau sistem pembersihan berkala. Jika aspek ini tidak segera diperbaiki, maka meskipun atraksi utama baik, citra destinasi dapat menurun karena pengalaman negatif yang bersifat mendasar.

Harga Tiket dan Biaya

Harga tiket dan biaya tambahan untuk wahana memperoleh skor 2,75, masuk dalam kategori kurang baik. Banyak pengunjung merasa bahwa harga belum sesuai dengan fasilitas yang diberikan.

Strategi reposisi harga perlu dilakukan dengan mempertimbangkan segmentasi pengunjung dan value yang dirasakan. Diskon, paket bundling, atau tiket terusan bisa menjadi alternatif untuk meningkatkan persepsi terhadap komponen harga. Zeithaml *et al.* (2020) menegaskan bahwa persepsi terhadap nilai tidak hanya berasal dari harga, tetapi dari keseimbangan antara kualitas layanan dan ekspektasi pelanggan.

Ketidakseimbangan antara harga dan nilai yang dirasakan ini menunjukkan perlunya evaluasi sistem tarif. Penerapan tarif dinamis atau tiket terusan dapat menjadi strategi agar pengunjung merasa mendapatkan nilai yang lebih besar. Penyesuaian harga yang disertai dengan peningkatan fasilitas akan membentuk persepsi bahwa biaya yang dikeluarkan setara dengan manfaat yang diperoleh.

Penelitian Bibin *et al.* (2022) juga menunjukkan bahwa persepsi harga sangat memengaruhi kepuasan pengunjung di destinasi wisata. Oleh karena itu, evaluasi berkala terhadap struktur harga dan program loyalitas menjadi strategi penting untuk mempertahankan minat pasar.

Kualitas Layanan

Kualitas layanan mendapat skor 4,03 yang tergolong sangat baik. Pengunjung merasa puas terhadap keramahan dan bantuan dari staf lapangan. Hal ini mencerminkan implementasi dimensi empathy dan responsiveness dari model *SERVQUAL* oleh Parasuraman *et al.* (2018).

Hal ini mencerminkan keberhasilan penerapan dimensi responsiveness dan empathy dalam pelayanan wisata. Pelatihan rutin kepada

petugas di lapangan harus terus dilakukan guna menjaga kualitas layanan ini tetap konsisten.

Penelitian oleh Wijaya (2018) menyebutkan bahwa kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pengunjung. Layanan yang cepat, ramah, dan solutif akan menumbuhkan persepsi profesionalisme dan meningkatkan peluang kunjungan ulang.

Berdasarkan beberapa tanggapan terbuka dalam kuesioner, pengunjung berharap agar staf wisata dapat memberikan informasi lebih lengkap tentang wahana dan aktivitas edukatif. Hal ini menunjukkan perlunya pelatihan tambahan atau pengadaan pemandu wisata yang dapat menjelaskan lebih detail, khususnya kepada pengunjung baru. Penyampaian informasi yang jelas juga mendukung nilai edukasi destinasi.

Nilai Edukasi

Nilai edukasi pada aktivitas wisata memperoleh skor rata-rata 4,05. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung merasa mendapatkan pengalaman belajar, terutama dari kegiatan petik stroberi dan informasi tentang pertanian. Sebagian pengunjung mengusulkan penambahan informasi edukatif dalam bentuk papan penjelas, pemandu wisata, atau workshop pertanian. Hal ini bisa meningkatkan nilai tambah edukatif serta memperpanjang durasi kunjungan.

Pengunjung merasa bahwa kegiatan petik stroberi dan pengenalan pertanian memberikan pengalaman belajar yang bermakna, terutama bagi anak-anak dan pelajar. Edukasi menjadi nilai tambah penting dalam agrowisata karena memberikan manfaat jangka panjang selain hiburan.

Hasil observasi menunjukkan bahwa papan informasi tentang jenis tanaman, teknik budidaya, dan manfaat pertanian masih terbatas. Potensi edukasi yang ada belum dioptimalkan sepenuhnya. Oleh karena itu, pengelola dapat mengembangkan program edukatif seperti “tour pertanian singkat”, workshop hortikultura, atau penggunaan QR code interaktif sebagai sarana pembelajaran digital.

Penelitian Haryanto (2020) menegaskan pentingnya integrasi aspek edukasi dalam

pengalaman wisata agrowisata. Edukasi yang dikemas secara menarik dan informatif akan membentuk persepsi positif dan meningkatkan kualitas kunjungan secara menyeluruh.

Keberlanjutan Lingkungan

Skor keberlanjutan lingkungan adalah 3,65, yang tergolong baik. Walaupun pengunjung menghargai adanya penghijauan dan tempat sampah terpilah, masih dirasa kurang informasi mengenai program konservasi.

Kurangnya informasi tentang pengelolaan limbah, penggunaan pupuk organik, atau kegiatan konservasi menunjukkan adanya peluang penguatan dari sisi transparansi lingkungan. Strategi komunikasi berbasis keberlanjutan—misalnya papan informasi tentang konservasi air, edukasi penggunaan bahan organik, atau kampanye bebas plastik—dapat meningkatkan citra ramah lingkungan dan menarik segmen wisatawan yang peduli ekowisata.

Sebagaimana dikemukakan oleh Wijaya (2018), destinasi yang menerapkan praktik ramah lingkungan secara transparan lebih mungkin mendapatkan persepsi positif dari wisatawan modern. Penerapan green tourism perlu diperkuat dengan upaya nyata seperti pelabelan tanaman, kegiatan tanam pohon bersama, atau penggunaan bahan ramah lingkungan dalam fasilitas umum. Studi oleh UNWTO (2020) menekankan bahwa wisata berbasis konservasi lingkungan tidak hanya berdampak pada citra destinasi, tetapi juga meningkatkan kepedulian wisatawan terhadap isu lingkungan. Hal ini membuka peluang kolaborasi antara pengelola dan pengunjung dalam menjaga keberlanjutan lokasi wisata.

Komponen Persepsi Positif dan Negatif

Komponen persepsi positif dan negatif tersaji dalam Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Komponen Persepsi Pengunjung

Komponen	Skor Rata-rata	Kategori
Daya Tarik Wisata	4,12	Sangat Baik
Fasilitas	3,02	Baik
Harga	2,75	Kurang Baik
Kualitas Layanan	4,03	Sangat Baik
Nilai Edukasi	4,05	Sangat Baik
Keberlanjutan Lingkungan	3,65	Baik

Sumber : Data Primer, 2025

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa kekuatan utama Agrowisata D'Las terletak pada daya tarik dan edukasi yang ditawarkan, serta keramahan layanan. Namun, perhatian serius diperlukan untuk meningkatkan kebersihan fasilitas dan kesesuaian harga dengan kualitas layanan.

Berdasarkan pengolahan data, komponen dengan persepsi tertinggi adalah daya tarik wisata, nilai edukasi, dan kualitas layanan. Sementara itu, aspek yang mendapat persepsi rendah adalah harga dan fasilitas dasar seperti toilet dan parkir.

Persepsi positif ini perlu dipertahankan dan dijadikan nilai jual utama dalam strategi promosi. Sedangkan komponen negatif harus menjadi fokus perbaikan agar tidak mengganggu kenyamanan pengunjung dan citra destinasi. Pemetaan aspek persepsi negatif juga dapat dijadikan masukan untuk kebijakan jangka menengah pengembangan destinasi.

Komponen positif dalam persepsi pengunjung terhadap Agrowisata D'Las Lembah Asri Serang mencakup daya tarik alam, keramahan petugas, pengalaman edukatif, serta kenyamanan dalam menikmati suasana wisata yang asri dan alami. Hasil analisis menunjukkan bahwa daya tarik visual berupa pemandangan pegunungan, udara sejuk, dan kebun stroberi menjadi nilai utama yang sangat diapresiasi oleh pengunjung. Pengalaman ini menciptakan keterikatan emosional yang berperan dalam membentuk loyalitas wisatawan.

Keramahan staf wisata juga menempati skor tinggi dalam penilaian responden. Interaksi yang sopan, cepat tanggap, dan sikap ramah menciptakan kenyamanan psikologis yang tidak kalah penting dari fasilitas fisik. Menurut Parasuraman *et al.* (2018), dimensi empati dan responsiveness dalam pelayanan publik menjadi pilar penting dalam membangun persepsi positif terhadap suatu layanan wisata. Di D'Las, keberhasilan dalam aspek ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pengelolaan sumber daya manusia telah berjalan dengan cukup baik.

Nilai edukatif juga menjadi kekuatan yang signifikan. Aktivitas seperti petik stroberi memberikan pengalaman belajar langsung

kepada pengunjung, terutama anak-anak dan pelajar. Edukasi berbasis pengalaman ini meningkatkan keterlibatan pengunjung secara aktif, menjadikan kegiatan wisata tidak hanya menyenangkan, tetapi juga memberi manfaat pengetahuan. Penelitian oleh Haryanto (2020) mendukung hal ini, bahwa wisata yang menyatu dengan pembelajaran memberikan kesan jangka panjang dan membentuk citra positif bagi destinasi.

Tak kalah penting adalah kesan terhadap lingkungan yang bersih, suasana alami yang tenang, serta desain kawasan wisata yang memperhatikan unsur estetika dan kenyamanan. Beberapa pengunjung menyebutkan bahwa adanya gazebo dan area istirahat yang tersebar di area wisata sangat membantu mereka menikmati momen bersama keluarga. Hal-hal ini menunjukkan bahwa selain atraksi utama, elemen-elemen pendukung yang dirancang dengan baik turut berkontribusi besar terhadap persepsi pengunjung yang positif.

Meskipun mayoritas persepsi pengunjung tergolong positif, terdapat pula komponen negatif yang cukup konsisten disampaikan dalam hasil kuesioner maupun observasi lapangan. Salah satu keluhan utama adalah kebersihan toilet. Skor untuk indikator ini cukup rendah (2,75) dan menjadi sorotan utama pengunjung. Fasilitas toilet dinilai tidak sebanding dengan jumlah pengunjung saat akhir pekan atau hari libur, serta kurangnya sistem pembersihan berkala menyebabkan kenyamanan pengunjung terganggu.

Keterbatasan area parkir juga menjadi kendala nyata, terutama saat pengunjung datang dalam jumlah besar. Beberapa responden mengeluhkan sulitnya mencari tempat parkir, kondisi tanah yang becek ketika hujan, serta tidak adanya pengaturan lalu lintas kendaraan yang rapi. Keterbatasan ini menunjukkan bahwa pengelola perlu melakukan penataan ulang area parkir dan mempertimbangkan penyediaan parkir tambahan yang lebih representatif.

Harga tiket menjadi aspek lain yang mendapat penilaian negatif dari sebagian besar pengunjung. Keluhan bukan hanya pada harga dasar tiket, tetapi juga pada biaya tambahan untuk wahana tertentu yang dinilai terlalu tinggi jika dibandingkan dengan kualitas fasilitas. Ketidakseimbangan antara harga dan layanan ini

memengaruhi persepsi pengunjung terhadap nilai keseluruhan pengalaman wisata. Dalam jangka panjang, hal ini bisa menurunkan minat kunjungan ulang, terutama bagi wisatawan yang lebih sensitif terhadap harga.

Informasi yang tidak memadai di lokasi juga menjadi komponen negatif yang disoroti. Minimnya papan petunjuk, kurangnya informasi edukatif, serta tidak adanya pemandu wisata membuat sebagian pengunjung merasa bingung dan kurang mendapatkan pengalaman maksimal. Terutama pada pengunjung baru, ketiadaan sistem informasi yang baik dapat menurunkan kualitas pengalaman secara keseluruhan.

Secara umum, persepsi negatif ini muncul karena adanya kesenjangan antara ekspektasi dan realita yang dialami pengunjung. Jika aspek-aspek ini tidak ditangani secara cepat dan strategis, maka dalam jangka panjang dapat memengaruhi citra destinasi dan loyalitas wisatawan. Oleh karena itu, peningkatan fasilitas dasar, penyesuaian harga berbasis nilai, dan optimalisasi sistem informasi merupakan langkah penting untuk memperbaiki persepsi pengunjung dan meningkatkan kualitas layanan secara menyeluruh.

Implikasi dan Rekomendasi

Hasil penelitian ini memberikan sejumlah implikasi yang penting bagi pengembangan Agrowisata D'Las Lembah Asri serta sektor agrowisata secara umum. Secara teoritis, temuan ini memperkuat pandangan bahwa persepsi pengunjung merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu destinasi wisata. Persepsi tidak hanya dibentuk oleh elemen fisik seperti fasilitas dan harga, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor subjektif seperti interaksi sosial, pengalaman edukatif, dan kenyamanan psikologis. Dengan demikian, pengelolaan destinasi wisata tidak cukup hanya berfokus pada pembangunan infrastruktur, tetapi juga harus memperhatikan dimensi layanan dan pengalaman pengunjung secara menyeluruh.

Secara praktis, hasil ini memberikan arahan yang konkret bagi pengelola Agrowisata D'Las dalam menyusun strategi pengembangan destinasi. Penguatan pada komponen positif seperti daya tarik alam dan nilai edukatif harus

terus dijaga dan dikembangkan, misalnya dengan menambah variasi aktivitas petik hasil pertanian, memperkaya spot edukasi, atau menyediakan pemandu wisata yang terlatih. Hal ini dapat meningkatkan nilai tambah kunjungan serta memperpanjang durasi tinggal pengunjung.

Komponen negatif seperti kebersihan toilet, keterbatasan fasilitas umum, dan persepsi terhadap harga perlu mendapatkan perhatian khusus. Pengelola dapat melakukan perbaikan kebersihan secara terjadwal dan transparan, menambah toilet portable saat akhir pekan atau musim ramai, serta memperluas area parkir dengan sistem manajemen lalu lintas yang lebih baik. Evaluasi harga juga harus dilakukan secara berkala, dengan mempertimbangkan segmentasi pengunjung dan nilai yang dirasakan. Penawaran seperti tiket paket keluarga, diskon edukatif untuk pelajar, atau bundling wahana dapat menjadi solusi untuk memperbaiki persepsi terhadap harga.

Pengelola disarankan untuk memperbaiki sistem informasi di dalam kawasan wisata. Penambahan papan petunjuk arah, penjelasan tanaman dan aktivitas pertanian, serta penyediaan pemandu edukatif akan sangat membantu meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung. Strategi digital juga dapat diterapkan, misalnya melalui QR code informasi atau aplikasi pemandu wisata berbasis smartphone.

Implikasi lainnya adalah pentingnya evaluasi berkala berbasis persepsi pengunjung sebagai alat untuk mengukur kinerja layanan dan daya saing destinasi. Penelitian seperti ini dapat dijadikan bagian dari sistem umpan balik manajemen destinasi secara berkelanjutan. Dengan mendengarkan suara pengunjung, pengelola dapat menyesuaikan kebijakan dan inovasi secara tepat sasaran.

Hasil penelitian ini juga memberikan kontribusi pada literatur akademik mengenai agrowisata di wilayah non-metropolitan seperti Purbalingga. Sebagai salah satu kawasan yang mulai berkembang, pemahaman terhadap persepsi pengunjung lokal menjadi fondasi penting dalam membangun pariwisata yang inklusif, berdaya saing, dan berbasis masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian, berikut beberapa rekomendasi yang dapat diberikan:

1. Pengelola perlu melakukan evaluasi dan perbaikan pada fasilitas umum, khususnya toilet dan parkir.
2. Perlu penyesuaian harga tiket berdasarkan standar layanan dan fasilitas yang tersedia.
3. Penambahan informasi mengenai konservasi dan pelestarian lingkungan dalam bentuk papan edukasi atau program interaktif.
4. Pelatihan berkala bagi staf untuk menjaga kualitas layanan.

Peningkatan aspek-aspek tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengunjung serta mendukung keberlanjutan Agrowisata D'Las sebagai destinasi unggulan di Purbalingga.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 30 responden, diperoleh bahwa persepsi pengunjung terhadap Agrowisata D'Las Lembah Asri Serang, Purbalingga secara umum berada dalam kategori sangat baik. Komponen daya tarik wisata memperoleh skor rata-rata sebesar 4,12, kualitas layanan 4,03, dan nilai edukasi 4,05. Skor tersebut menunjukkan bahwa pengunjung menilai tinggi keindahan alam, keramahan staf, serta kegiatan edukatif seperti petik stroberi yang memberikan pengalaman belajar secara langsung.

Komponen yang mendapat penilaian kurang baik, yaitu kebersihan toilet (2,75), fasilitas parkir (2,88), dan persepsi terhadap harga tiket masuk (2,75). Skor-skor ini mencerminkan bahwa fasilitas umum dan struktur biaya masih belum sepenuhnya memenuhi harapan pengunjung.

Agrowisata D'Las Lembah Asri telah terbukti menjadi destinasi wisata edukatif yang potensial dan diminati oleh pengunjung usia muda (90% berusia 15–30 tahun), namun tetap membutuhkan peningkatan fasilitas dan evaluasi sistem harga. Perbaikan pada aspek-aspek tersebut akan menjadi langkah strategis dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengunjung serta memastikan keberlanjutan destinasi di masa mendatang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Agribisnis, Fakultas

Sains dan Teknik, Universitas Perwira Purbalingga yang telah memberikan dukungan dan fasilitas selama pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pengelola Agrowisata D'Las Lembah Asri Serang Purbalingga atas izin dan kerjasamanya dalam proses pengumpulan data. Selain itu, apresiasi diberikan kepada para responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Bibin, M., Arsyad, A., & Yusuf, H. (2022). Persepsi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Pantai Ammani di Kabupaten Pinrang Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 11(2), 113–121. <https://doi.org/10.31219/osf.io/zkyfj>
- Chon, K. S. (2012). *Tourism: The Business of Hospitality and Travel*. Prentice Hall.
- Dirgayana, W., Astuti, P. S., & Purnama, A. (2022). Persepsi Pengunjung Terhadap Tingkat Kenyamanan di Kebun Raya Gianyar. *Jurnal Kepariwisata Nusantara*, 6(1), 42–50.
- Haryanto, T. (2020). Inovasi Destinasi dan Persepsi Wisatawan. *Jurnal Pariwisata Berkelanjutan*, 12(2), 45–60. <https://doi.org/10.31227/osf.io/vcn8b>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Liliweri, A. (2019). *Dasar-Dasar Komunikasi Pariwisata*. Prenadamedia Group.
- Makbulillah, A. (2019). Kepuasan Pengunjung Dalam Agrowisata. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 9(1), 55–67. <https://doi.org/10.29244/jai.2019.9.1.55-67>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2018). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. The Free Press.
- Pusparini, L. P., Suriani, N. L., & Suryani, N. K. (2022). Motivasi dan Persepsi Wisatawan yang Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitaliti*, 4(1), 14–22.
- UNWTO. (2020). *Rural Tourism: An Opportunity for Sustainable Development*. Retrieved February 15, 2025, from <https://www.unwto.org/rural-tourism>
- Wijaya, A. (2018). Persepsi Pengunjung Terhadap Fasilitas dan Pelayanan di Agrowisata Kota Batu. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 6(1), 27–35.
- Widagdyo, H. (2019). *Ekowisata dan Agrowisata: Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Pariwisata Alternatif*. Rajawali Pers.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.