JURNAL MAHKOTA AGRIBISNIS
Vol. 1, No. 1, September 2025, pp.14-20

Analisis Persepsi Pengunjung dan Estimasi Tarif Pada Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi di Berastagi

Reflianta Br Sinaga[a,1,*], Marino Manik[b,2], Veronika Halawa[b,3]

[a,b,c] Universitas Mahkota Tricom Unggul
[1]reflianta@gmail.com*; [2]marinomanik88@gmail.com

Abstract

Agritourism is one of the tourism potentials in Berastagi City that must be developed. The lack of development of facilities in agro-tourism Pasteurization of cow's milk is something that needs to be considered to realize agro-tourism with many tourist visits. This study aims to analyze visitor perceptions of Cow's Milk Pasteurization agritourism in Berastagi and Analysis of tariff estimates on Cow's Milk Pasteurization Agritourism in Berastagi. The research method used is descriptive qualitative and quantitative analysis and willingness to pay analysis. The data used is primary data through direct interviews with selected tourists. The results showed that visitors' perceptions of Cow's Milk Pasteurization Agrotourism were rated well by the visitors. Four out of six categories were rated good, namely security, restaurant conditions, natural beauty, and accessibility. Cleanliness is considered quite good, while the condition of the toilet is considered poor. The estimated tariff from the average WTP of visitors with current conditions is Rp12,500. If water tourism and agricultural education tourism are developed, the application of entrance fees can be segmented.

Keywords: visitor perception; fare estimation; agritourism

1. Pendahuluan

Agrowsiata sapi perah adalah penggunaan industri peternakan sebagai kawasan wisata untuk sarana rekreasi, yang dikembangkan dengan ilmu pengetahuan, guna mempertahankan dan mengembangkan dunia pariwisata. Tujuan lainnya juga menjadi promosi dalam hal ini produk peternakan, memberikan signal bagi peluang pengembangan diversifikasi produk agribisnis dan berarti pula dapat menjadi kawasan pertumbuhan baru daerah sektor peternakan (Nangoy, 2016).

Aksesibilitas dari sektor pertanian yang dominan dan sektor pariwisata yang mulai berkembang, maka sangatlah cocok jika dua sektor tersebut digabungkan menjadi satu atraksi wisata yang menarik dan beredukasi yaitu agrowisata (Febriana & Pangestuti, 2018). Agrowisata dapat dikembangkan sesuai dengan konsep universal melalui diversifikasi dan peningkatan kualitas untuk memenuhi permintaan konsumen dan pasar global. Penataan dengan konsep unik perlu dilakukan dengan salah satunya, menawarkan konsumen produk spesifik yang unik (Usman et al., 2012). Kapasitas objek wisata harus disesuaikan dengan peningkatan jumlah kunjungan, dan ketersediaan fasilitas dan layanan harus disesuaikan dengan jumlah pengunjung. Jumlah pengunjung yang melebihi kapasitas objek wisata dapat mengurangi kenyamanan tempat wisata dan pada akhirnya menurunkan minat pengunjung untuk berkunjung kembali (Asty et al., 2020).

Kota Berastagi memiliki lahan pertanian yang dijadikan sebagai objek pariwisata (Agrowisata). Pasteurisasi Susu Sapi cukup banyak menarik minat masyarakat untuk berekreasi dan berolahraga sejak tersedianya jogging track di sepanjang jalan menuju Pasteurisasi Susu Sapi. Fasilitas pendukung pariwisata juga di sediakan tempat parkir, kios pedagang bagi masyarakat sekitar yang ingin berjualan, toilet, rest area. Menurut (Keliwar & Nurcahyo, 2015) menyatakan bahwa kondisi internal seseorang dalam melakukan suatu perjalanan wisata terkait dengan keinginan dan kemauan rasa ingin tahu dan pengalaman yang muncul

dari diri serta ditunjang oleh kemampuan biaya yang cukup.Jumlah pengunjung yang datang ke Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi relatif banyak dan berasal dari dalam Kota Berastagi maupun luar Kota Berastagi. Oleh karena itu, untuk dapat mengoptimalkan agrowisata Pasteurisasi susu sapi di Berastagi makan perlu dilakukan analisis Persepsi Pengunjung dan Estimasi Tarif Pada Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi di Berastagi sehingga keberadaan agrowisata pasteurisasi susu sapi bermanfaat bagi bagi wisatawan dan pengembangan fasilitas yang baik juga akan menambah kunjungan wisatawan.

2. Metode Penelitian

Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi, yang terletak di Jalan Jaranguda Berastagi, adalah lokasi penelitian ini. Lokasi dipilih secara sengaja (purposive) karena Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi adalah lokasi wisata yang masih dalam tahap pengembangan dan belum dikelola dengan baik. Tempat wisata ini memiliki banyak potensi yang belum dimanfaatkan sepenuhnya. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan pengembangan yang tepat untuk menjamin agar kegiatan wisata berjalan dengan baik dan berkelanjutan.

Metode yang digunakan dalam pengambilan responden pengunjung adalah dengan metode metode accidental sampling, yang berarti setiap orang yang secara tidak sengaja ditemui peneliti dan memiliki karakteristik yang sama dapat dijadikan sampel (Porter, 2012). Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berwisata di Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi. Responden wisatawan yang dipilih adalah responden dengan usia minimal 17 tahun, karena dinilai dapat mudah ditemui dan bersedia untuk diwawancarai. Jumlah responden wisatawan yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 60 wisatawan.

2.1 Analisis persepsi pengunjung terhadap Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi di Berastagi

Analisis persepsi pengunjung terhadap Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi di Berastagi dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Data yang diperoleh akan diolah untuk mendapatkan nilai persentase dari jumlah keseluruhan pada setiap kategori tertentu. Setelah dilakukan analisis kuantitatif kemudian akan dianalisis secara kualitatif deskriptif. Adapun persepsi yang dinilai oleh responden adalah mengenai keindahan alam, aksesibilitas, kebersihan, keamanan, keberadaan serta kondisi toilet dan rumah makan. Selain itu, responden juga memberi penilaian terhadap potensi yang terdapat pada Agrowisata pasteurisasi susu sapi apabila dikembangkan dengan dibuat wisata air dan wisata pertanian.

2.2. Estimasi Tarif yang Sesuai untuk Kegiatan Wisata pada Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi di Berastagi

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode analisa deskriptif yaitu dengan mengumpulkan data mengenai tehnik dan biaya yang dibutuhkan dalam pekerjaan Kastrasi. Tarif yang akan didapatkan berasal dari nilai rataan keinginan membayar (willingness to pay) pengunjung terhadap Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi. Untuk mengetahui tarif yang sesuai pada agrowisata ini, pengolahan data dilakukan melalui tiga tahap, diantaranya adalah:

2.2.1. Membuat Hipotesis Pasar

Pasar hipotetis yang dibangun akan dibentuk berdasarkan kondisi yang ada di lapangan. Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi merupakan daerah tujuan wisata yang masih dalam tahap pengembangan dan perlu dilakukan sistem pengelolaan secara optimal. Oleh karena itu, penetapan tarif perlu untuk diberlakukan. Responden yang diwawancara harus mengetahui dengan baik barang dan jasa lingkungan yang akan dinilai. Pasar hipotetis yang dibangun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.2.2. Mendapatkan Nilai Lelang (Bids)

Nilai lelang ini didapatkan dengan menggunakan metode close-ended question. Metode ini dipilih untuk memudahkan dalam pengestimasian nilai WTP responden. Nilai WTP yang ditawarkan berkisar antara Rp 10.000 sampai dengan Rp 25.000.

2.2.3. Menghitung Rataan WTP

Nilai lelang yang diperoleh kemudian dihitung rataannya sehingga mendapatkan nilai rataan WTP. Penghitungan nilai dugaan WTP ditentukan dengan rumus:

$$\sum \text{WTP} = \frac{\sum_{i=1}^{n} \text{Wi}}{n}$$

Dimana:

Σ WTP = Dugaan rataan WTP (rupiah)

W*i* = Nilai WTP ke-*i*

n = Jumlah responden yang bersedia membayar (orang)

i = Responden ke-*i* yang bersedia membayar tarif masuk (*i* = 1, 2, …, k)

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Analisis persepsi pengunjung terhadap Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi di Berastagi

Kegiatan wisata di Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi dapat dilihat dari aspek Keindahan alam, aksesibilitas, kebersihan, keamanan, kondisi toilet, dan kondisi rumah makan adalah enam kategori yang dimaksud. Hasil analisis responden dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Persentase Penilaian Responden terhadap Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi

No	Kategori yang dinilai	Sangat Baik		Baik		Cukup Baik		Kurang Baik		Buruk		Total	
		∑	%	∑	%	∑	%	∑	%	∑	%	∑	%
1.	Keindahan Alam	2	3.3	33	55.0	25	41.7	0	0.0	0	0.0	60	100
2.	Aksesibilitas	3	5.0	32	53.3	25	41.7	0	0.0	0	0.0	60	100
3.	Kebersihan	0	0.0	23	38.3	27	45.0	9	15.0	1	1.7	60	100
4.	Keamanan	1	1.7	37	61.7	21	35.0	1	1.7	0	0.0	60	100
5.	Kondisi Toilet	0	0.0	0	0.0	12	20.0	45	75.0	3	5.0	60	100
6.	Kondisi Rumah Makan	0	0.0	42	70.0	18	30.0	0	0.0	0	0.0	60	100
Rata-Rata Persentase Penilaian		**1.67**		**46.38**		**35.56**		**15.28**		**1.11**		**100**	

Sumber : Hasil Analisis Data Primer (2023)

Menurut penelitian, penilaian pengunjung terhadap berbagai variabel pendukung pariwisata sangat penting untuk pengembangan Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi. 46.38% responden menilainya baik, sementara 1.11% responden menilainya buruk. Hal ini disebabkan karena masih adanya fasilitas dan sarana yang memiliki kondisi buruk, seperti kondisi toilet yang tidak memadai. Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi adalah tempat rekreasi berbasis alam yang menawarkan keindahan alam dan kesegaran udara yang dihasilkan oleh tanaman dan peternakan lokal. Ini menarik bagi pengunjung, yang biasanya berasal dari masyarakat perkotaan.

Akibatnya, sebesar 55% orang yang menjawab mengatakan bahwa alam di Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi indah. 3.3% dari orang yang menjawab mengatakan bahwa daerah itu sangat indah karena peternakan sapi dan tanaman di sekitarnya yang rapi dan bersih. Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi terletak dengan baik dan memiliki pemandangan alam yang menarik. Kawasan ini dekat dengan pusat kota dan mudah diakses. Hasilnya, 53 persen orang yang menjawab mengatakan bahwa aksesibilitas untuk mencapai agrowisata ini sangat baik, dan 5% mengatakan bahwa aksesibilitasnya baik, lokasi tempat wisata haruslah mudah dijangkau atau memiliki aksesibilitas yang baik mencakup jarak maupun ketersediaan moda transportasi darat, udara, laut yang mudah dan murah (Yanti et al., 2016). Agrowisata ini mungkin memiliki potensi wisata karena, selain memiliki lahan yang luas, lokasi yang strategis, dan dapat meningkatkan RTH, keindahan alamnya dan kemudahan akses.

Selain itu, kawasan agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi harus memiliki fasilitas yang memadai sehingga pengunjung dapat menikmati lebih banyak kegiatan wisata. Kebersihan dan keamanan area dapat dilihat jika keamanan dan kenyamanan sangat penting bagi sektor pariwisata (Khalik, 2014). Dalam dua puluh tahun terakhir, elemen ini telah menjadi masalah dan berdampak signifikan pada kelangsungan perjalanan bisnis dan pariwisata , kondisi toilet, dan kondisi rumah makan adalah beberapa fasilitas yang dapat membantu kegiatan wisata. Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi memiliki lingkungan yang bersih dan tertata dengan baik. Namun, warga sekitar mengatakan bahwa keadaan kebersihan mulai memburuk ketika beberapa fasilitas diperbaiki, yang menyebabkan kebersihan Kawasan ini menjadi terbengkalai. Data menunjukkan bahwa 45% responden menilai kebersihan agrowisata cukup baik, dan 38% menilainya baik. Namun Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi masih dianggap bersih secara keseluruhan.Namun , agrowisata ini masih membutuhkan peningkatan kebersihan karena 15% pengunjung masih melaporkan kualitas buruk, dan bahkan 1.7% melaporkan kualitas buruk. Sebagai pengelola, masyarakat harus memberikan kenyamanan bagi pengunjung serta kebersihan lingkungan, karena hal ini akan mendorong wisatawan untuk berkunjung (Wibowo & Rahadhini, 2017). Sehubungan dengan kondisi keamanan, penilaian tersebut seimbang. Sebagian besar responden, dengan persentase 61.7%, menganggap agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi aman, menunjukkan bahwa tidak ada kejadian yang tidak diinginkan, seperti pencurian.

Salah satu syarat agar kegiatan wisata berjalan lancar adalah keberadaan toilet dan rumah makan. Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi telah menyediakan kedua fasilitas tersebut. Toilet di kawasan agrowisata ini terletak di bagian depan, dekat dengan tempat parkir dan pemancingan. Keberadaan dan kondisi toilet sangat penting untuk meningkatkan kegiatan wisata. Di pertanian ini, toilet tidak memadai. 75% responden mengatakan kondisi toilet kurang baik, bahkan 5% mengatakan buruk. Hal ini disebabkan oleh toilet yang tidak bersih dan jumlahnya tidak seimbang dengan luas lokasi wisata. 70% orang yang menjawab menilai fasilitas rumah makan yang juga dekat dengan pemancingan baik. Fasilitas, sarana dan prasarana, beserta jumlah responden yang merasa perlu ada perbaikan terhadap fasilitas serta sarana dan prasarana tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Harapan Pengunjung Terhadap Perbaikan Fasilitas di Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi

No	Jenis Fasilitas	Jumlah Responden yang Setuju (Orang)	
		Jumlah (Orang)	Persentase)%)
1.	Kebersihan	49	81.7
2.	Keamanan	46	76.7
3.	Toilet	54	90.0
4.	Rumah Makan	37	61.7
5.	Mushola	52	86.7
6.	Lainnya	9	15.0

Sumber : Hasil Analisis Data Primer (2023)

Kebersihan, keamanan, toilet, rumah makan, dan mushola adalah contoh jenis fasilitas. Sembilan orang yang mengharapkan perbaikan pada fasilitas dan sarana dan prasarana lainnya, seperti lima orang yang mengharapkan perbaikan pada alat permainan anak , satu orang yang mengharapkan perlebaran jalandi daerah tersebut, dan tiga orang yang mengharapkan adanya tempat atau ruang untuk berkumpul bersama keluarga yang tenang dan asri. Sebagian pengunjung yang tidak bersedia berkunjung kembali menyatakan kecewa karena gambaran wisata yang mereka peroleh berbeda dengan kenyataan yang mereka temui. Kekecewaan ini dapat mengurangi kepuasan pengunjung dan tingkat kunjungan kembali ke objek wisata (Liang et al., 2020).

Hasil penelitian yang sama dengan (Damayanti & Anggreni, 2022) yang menyatakan bahwa pada aspek kognitif, pihak pengelola Agrowisata Subak Sembung bisa meningkatkan dan mengoptimalkan fasilitas pada objek wisata sesuai dengan standar protokol kesehatan yang berlaku. dengan tujuan para pengunjung bisa lebih mudah mengetahui bahwa di areal Agrowisata sudah tersedia sarana dan prasarana dengan jumlah yang memadai. Hasil Penelitian (Ridwan et al., 2018) menyatakan bahwa persepsi pengunjung dapat dilihat dari beberapa aspek terdiri dari sub variabel keamanan (KEA), kenyamanan (KMN), kebersihan (KBR), penyediaan toilet (PT), penyediaan tempat duduk (PTD), kebebasan dari kebisingan (KKB), kebebasan dari bau (KB), kondisi taman (KT), kondisi peternakan (KP), dan penyediaan olahan produk peternakan (POP) yang harus dibuat fasilitas yang nyaman untuk pengunjung.

3.2. Estimasi Tarif yang Sesuai untuk Kegiatan Wisata pada Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi di Berastagi

Metode kesediaan untuk membayar (WTP) digunakan untuk analisis dengan tahapan sebagai berikut :

1. Membuat Hipotesis Pasar
Pasar hipotetis yang dibangun akan dibentuk berdasarkan kondisi yang ada di lapangan. Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi merupakan daerah tujuan wisata dengan
2. Mendapatkan Nilai Lelang (Bids)
Jumlah WTP untuk kegiatan wisata di Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi diperoleh dari wawancara yang diakhiri dengan pertanyaan. Dari 60 orang yang diwawancarai, dua orang tidak bersedia membayar tarif masuk karena kondisi dan fasilitas Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi yang tidak memadai . Sisanya, 58 orang yang diwawancarai, bersedia membayar tarif masuk. Sebanyak 36 orang yang menjawab bersedia membayar Rp 10.000, 16 orang bersedia membayar Rp 15.000, 5 orang bersedia membayar Rp 20.000, dan satu orang bersedia membayar Rp 25.000.
3. Menghitung Rataan WTP
Nilai lelang yang diperoleh kemudian dihitung rataannya sehingga mendapatkan nilai rataan WTP. Setelah melakukan wawancara kesediaan membayar responden dan seberapa besar nilai yang bersedia diberikan, maka hasil tersebut akan dihitung rataannya.

Tabel 3. Distribusi Nilai Rataan WTP Reponden Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi

No	Kelas WTP (Rupiah/Orang)	Jumlah Responden (Orang)	Frekuensi Relatif	WTP x Frekuensi Relatif (Rupiah)
	A	B	C	A X C
1.	10000	36	0.620	6200
2.	15000	16	0.270	4050
3.	20000	5	0.086	1720
4.	25000	1	0.017	425
Total		**58**	**1.00**	**12.395**
WTP Rata-Rata				**12.395 – 12.500**

Sumber : Hasil Analisis Data Primer (2023)

Tabel 3 menunjukkan bahwa Nilai rata-rata yang dihasilkan dari perhitungan adalah Rp 12.395, atau dibulatkan menjadi Rp 12.500. Menurut keinginan membayar (willingness to pay) responden yang diwawancarai, nilai yang diperoleh tersebut merupakan tarif yang sesuai untuk kegiatan wisata di Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi. Jika kondisi Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi saat pengunjung ini memungkinkan membayar sebesar Rp 12.500, maka jika diubah menjadi lebih baik, pengunjung akan berani membayar lebih banyak. Simulasi jumlah kunjungan dihitung berdasarkan wawancara dengan pihak pengelola. Penghitungan simulasi jumlah kunjungan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Simulasi Jumlah Kunjungan Wisata di Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi

Waktu Kunjungan	Jumlah Kunjungan (Orang)
Senin – Jumat (*Weekdays)*	50
Sabtu (*Weekend)*	150
Minggu (*Weekend)*	300
Total Kunjungan	**500**
Total Kunjungan Per Bulan	**2.000**
Total Kunjungan Per Tahun	**20.000**

Sumber : Hasil Analisis Data Primer (2023)

Tabel 4 menunjukkan bahwa, dengan 500 kunjungan per minggu, jumlah kunjungan per bulan menjadi 2.000 orang. Jumlah ini tidak tetap setiap minggu; pada hari raya Idul Fitri, bulan suci Ramadhan, dan libur panjang, jumlah kunjungan turun. Hal ini karena kecenderungan wisata di agrowisata ini tidak sama dengan di tempat lain. Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi hanya dapat digunakan sebagai tujuan wisata akhir pekan karena tujuan wisatanya masih cukup sederhana. Oleh karena itu, selama musim libur sekolah dan hari raya, tidak ada kunjungan wisata. Apabila diperkirakan, hanya sepuluh bulan dalam satu tahun yang efektif untuk data tersebut. Akibatnya, jumlah kunjungan setiap tahun kurang lebih 20.000 orang. Berdasarkan data ini, perhitungan pendapatan per tahun dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Perkiraan Pendapatan Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi per Tahun dari Tarif Masuk

Jumlah Kunjungan Per Tahun (Orang)	Tarif Masuk (Rupiah)	Pendapatan per Tahun (Rupiah)
A	**B**	**A X B**
20.000	12.500	250.000.000

Sumber : Hasil Analisis Data Primer (2023)

Jika tiket masuk diberlakukan, pendapatan Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi setiap tahun adalah Rp 250.000.0000. Pendapatan ini dapat digunakan oleh pengelola untuk meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang paling diinginkan pengunjung, seperti toilet dan mushola. Selain itu, pengelola juga dapat memanfaatkan dana tersebutuntuk atraksi wisata seperti wisata pertanian dan Air. Tentu saja dengan memperhatikan kebutuhan yang lebih utama karena dana terbatas. Tarif dalam jangka panjang dapat membantu mengurangi kapasitas yang berlebihan selain meningkatkan fasilitas dan kegiatan pengembangan. Sehingga metode biaya perjalanan, surplus konsumen mencerminkan besarnya nilai yang sedia dibayarkan (WTP) seseorang terhadap sebuah tempat wisata berdasarkan kunjungan yang dilakukan. Secara teknis, penelitian ini menghitung surplus konsumen dengan cara membagi jumlah kunjungan kuadrat dengan dua kali koefisien biaya perjalanan (Haban et al., 2017).

4. Kesimpulan

Persepsi pengunjung terhadap Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi dinilai baik oleh para pengunjung. Empat dari enam kategori dinilai baik, yaitu keamanan, kondisi rumah makan, keindahan alam, dan aksesibilitas. Kebersihan dinilai cukup baik, sedangkan kondisi toilet dinilai kurang baik. Kondisi Agrowisata Pasteurisasi Susu Sapi saat ini masih open access yang dapat memicu kerusakan fungsi ekologis dan menimbulkan ketidaknyamanan kegiatan rekreasi dan wisata di Agrowisata Cilangkap sehingga dianggap perlu penetapan tarif masuk. Rataan WTP pengunjung dengan kondisi saat ini adalah sebesar Rp 12.500. Jika dikembangkan wisata air dan wisata edukasi pertanian maka penerapan tarif masuk dapat disegmentasi.

Acknowledgment

Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh wisatawan dan pengelola Pasteurisasi Susu Sapi Berastagi dan berbagai pihak yang telah membantu dalam penelitian ini.

References

[1] Asty, W., Wulandari, D. P., & Anggraini, D. (2020). Kemampuan Daya Dukung Lingkungan Fisik Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Agrowisata Green House Lezatta Kabupaten Agam Provinsi Sumatera Barat. *Ensiklopedia Social Review*, *2*(2), 227–232.

[2] Damayanti, K. D., & Anggreni, I. G. A. A. L. (2022). Persepsi Pengunjung terhadap Daya Tarik Wisata di Agrowisata Subak Sembung Pada Era New Normal. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, *11*(2), 644. https://doi.org/10.24843/jaa.2022.v11.i02.p15

[3] Febriana, Y. E., & Pangestuti, E. (2018). (Studi Pada Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *61*(4), 141–150.

[4] Haban, Y., Koleangan, R. A. M., Kawung, G. M. V, & Ratulangi, U. S. (2017). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI JUMLAH KUNJUNGAN DAN NILAI EKONOMI KEBUN RAYA BOGOR Yuzuardi Haban, Rosalina A.M. Koleangan, George M.V. Kawung. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, *18*, 1–19.

[5] Khalik, W. (2014). Kajian Kenyamanan Dan Keamanan Wisatawan Di Kawasan Pariwisata Kuta Lombok. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, *01*, 23–42. https://doi.org/10.24843/jumpa.2014.v01.i01.p02

[6] Liang, A. R. Da, Nie, Y. Y., Chen, D. J., & Chen, P. J. (2020). Case studies on co-branding and farm tourism: Best match between farm image and experience activities. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *42*(November 2019), 107–118. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.11.009

[7] Nangoy, W. M. (2016). Optimalisasi Konsep Building As Nature Dari Pendekatan. *Media Matrasain*, *13*(1), 56–67.

[8] Porter, D. N. G. D. C. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika Buku 2*. Salemba Empat. http://perpus.unik-kediri.ac.id:80/index.php?p=show_detail&id=2246

[9] Ridwan, A., Azizah, S., & Eka Kusumastuti, A. (2018). Persepsi Pengunjung Terhadap Agrowisata Sapi Perah Nusa Pelangi Di Kabupaten Malang. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, *June 2020*, 57. https://doi.org/10.24843/jumpa.2018.v05.i01.p03

[10] Usman, U., Hakim, L., & Malik, I. (2012). Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Agrowisata Di Kabupaten Bantaeng. *Otoritas : Jurnal Ilmu Pemerintahan*, *2*(2), 191–200. https://doi.org/10.26618/ojip.v2i2.52

[11] Utama, G. B. (2016). *Pengantar Industri Pariwisata*. Deepublish.

[12] Wibowo, G., & Rahadhini, M. D. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membentuk Niat Beli Ulang. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, *17*(1), 1–9.