

Sosialisasi Penentuan Harga Tiket Masuk pada Agrowisata Tekno 44 Desa Gelebak Dalam Kabupaten Banyuasin, Sumatera Selatan

**Yulia Pebrianti¹, Keti Purnamasari², Andre Mariza Putra³, Alditia Detmuliati⁴,
Gusti Ayu Oka Windarti⁵, Siti Kamilah⁶, Sahfina Izun Al Khansa⁷, Shalsabila A.
Putri⁸**

^{1,4,6,7,8} Prodi Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

² Prodi Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

³ Prodi Manajemen Informatika, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

⁵ Prodi Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Keti Purnamasari

E-mail: keti.purnamasari@polsri.ac.id

Abstrak

Agrowisata GAPO atau lebih dikenal dengan nama Agrowisata Tekno 44 terletak di Desa Gelebak Dalam Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin. Area Agrowisata Tekno 44 merupakan area bekas kebakaran hutan dan lahan (KARHUTLA). Pada saat ini Agrowisata Tekno 44 telah dikembangkan beberapa atraksi wisata yaitu perkebunan, perikanan, dan peternakan. Selain itu sedang disiapkan outbound mini sarana permainan anak-anak. Kawasan Agrowisata Tekno 44 seluas kurang lebih 50 hektare ini tentunya menyimpan banyak potensi yang dapat dikembangkan untuk kelanjutan pengembangan pariwisata di kawasan ini. Agrowisata Tekno 44 telah menerima kunjungan wisatawan namun pengelola Agrowisata Tekno 44 belum menetapkan tarif tiket masuk sehingga wisatawan mengunjungi destinasi ini secara cuma-cuma. Keputusan seseorang untuk mengunjungi suatu tempat wisata juga dipengaruhi oleh harga tiket. Harga tiket merupakan peran penting bagi pengelola untuk mempengaruhi pengunjung dan memiliki dampak pada kinerja keuangan. Berdasarkan hasil observasi lapangan, ditemukan beberapa permasalahan yaitu pengelola Agrowisata Tekno 44 membutuhkan biaya dalam perawatan dan pengembangan kawasan agrowisata serta belum mendapatkan sumber pemasukan tetap. Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah ceramah, tanya jawab, dan diskusi yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan yang memadai mengenai perhitungan tiket berdasarkan kesediaan membayar (*willingness to pay-WTP*) pengunjung ditinjau dari karakteristik pengunjung seperti jenis kelamin, usia, status, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan akses transportasi. Hasil dari kegiatan ini adalah pengelola Agrowisata Tekno 44 mendapatkan pengetahuan dan dapat menjadikan hasil perhitungan WTP sebagai acuan dalam menetapkan harga tiket yang ideal menurut wisatawan di Kawasan Agrowisata Tekno 44.

Kata kunci – agrowisata; harga; tiket; kesediaan membayar

Abstract

GAPO Agrotourism or better known as Tekno 44 Agrotourism is located in Gelebak Dalam Village, Rambutan District, Banyuasin Regency. The Tekno 44 Agrotourism Area is an area of former forest and land fires (KARHUTLA). At this time Agrowisata Tekno 44 has developed several tourist attractions, namely plantations,

fisheries, and animal husbandry. In addition, mini outbound facilities for children's play are being prepared. The Tekno 44 Agrotourism area of approximately 50 hectares certainly holds a lot of potential that can be developed for the continuation of tourism development in this area. Tekno 44 Agrotourism has received tourist visits but the Tekno 44 Agrotourism manager has not set the entrance fee so that tourists visit this destination for free. A person's decision to visit a tourist spot is also influenced by ticket prices. Ticket prices are an important role for managers to influence visitors and have an impact on financial performance. Based on the results of field observations, several problems were found, namely the Tekno 44 Agrotourism manager requires costs in maintaining and developing the agrotourism area and has not yet received a steady source of income. The method of carrying out this activity is lecture, question and answer, and discussion which aims to provide sufficient knowledge regarding ticket calculations based on the willingness to pay (WTP) of visitors in terms of visitor characteristics such as gender, age, status, education, occupation, income, and access to transportation. The result of this activity is that the manager of Agrotourism Tekno 44 gains knowledge and can use the WTP calculation results as a reference in setting ideal ticket prices according to tourists in the Agrotourism Tekno 44 Area.

Keywords – agrotourism; price; ticket; Willingness to Pay (WTP)

PENDAHULUAN

Agrowisata Tekno 44 berlokasi di Desa Gelebak Dalam Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin. Lokasi ini berjarak 20km dari kota Palembang. Kawasan wisata ini memiliki luas kurang lebih 50 hektare. Kawasan ini dikembangkan atas kerja sama antara pemilik lahan dengan KOREM 044/GAPO untuk mengatasi permasalahan kebakaran lahan di Kabupaten Banyuasin. Kawasan yang terus menerus terkena dampak kebakaran hutan dan lahan disulap menjadi tempat wisata secara inovatif dan terintegrasi.

Atraksi wisata yang tersedia di Agrowisata Tekno 44 antara lain kebun bunga, kebun sayuran, kebun alpukat, kebun petai, kebun jeruk, kebun cabai dan pembibitan ikan. Agrowisata ramai dikunjungi wisatawan lokal pada akhir pekan. Minimnya pohon rindang membuat wisatawan memilih untuk mengunjungi destinasi ini pada waktu sore hari. Selain berfoto dengan *landscape* keindahan kebun bunga, wisatawan dapat ikut serta memetik hasil sayuran dan buah-buahan pada musim panen.

Agrowisata (*agrotourism*) didefinisikan sebagai pengembangan industri wisata alam yang bertumpu pada budidaya sumber daya alam. Industri mengandalkan kekuatan budidaya, baik di bidang pertanian, peternakan, perikanan atau kehutanan. Baik agrowisata berbasis tanaman maupun ekowisata, yang mengandalkan kegiatan konservasi, difokuskan pada perlindungan sumber daya alam serta masyarakat dan budaya lokal. Industri pariwisata ini secara umum diharapkan dapat mendukung pengembangan agribisnis (Soemohadiwidjojo & Hermawan, 2017).

Agrowisata adalah cara untuk mengembangkan pariwisata multi aktivitas berkelanjutan di daerah pedesaan, di mana pengunjung belajar tentang daerah pertanian, praktik pertanian, produk lokal, makanan tradisional, kehidupan sehari-hari di masyarakat pedesaan, dan elemen budaya dan tradisional. Kegiatan ini memperkenalkan pengunjung ke alam dan kegiatan pedesaan, memungkinkan mereka untuk berpartisipasi, bersenang-senang dan menikmati perjalanan.

Agrowisata merupakan sumber pendapatan tambahan bagi petani dan kesempatan kerja bagi masyarakat pedesaan (Kumbhar, 2009).

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi jumlah permintaan terhadap produk (barang atau jasa) adalah harga produk itu sendiri, harga produk pesaing, ketersediaan produk substitusi ataupun komplementer, pendapatan penduduk, jumlah penduduk, selera, dan sebagainya.

Berdasarkan hal tersebut, salah satu faktor yang dapat mempengaruhi jumlah kunjungan pada Agrowisata Tekno 44 adalah harga produk itu sendiri, dalam hal ini dinyatakan sebagai harga tiket. Harga tiket berperan penting bagi pengelola karena merupakan sumber pendapatan untuk membiayai kegiatan operasional. Harga tiket juga dapat mempengaruhi jumlah kunjungan sehingga diperlukan penentuan harga tiket yang sesuai dengan karakteristik responden.

Harga adalah salah satu elemen termudah untuk digabungkan dalam pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga juga dapat diartikan sebagai elemen paling sederhana dari program pemasaran yang dapat beradaptasi dengan fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi yang lebih memakan waktu. Harga juga dapat menyampaikan posisi nilai yang dimaksudkan dari produk atau merek perusahaan terhadap pasar. Produk hasil rekayasa dapat berhasil dipasarkan, dijual dengan harga yang relatif tinggi, dan menghasilkan keuntungan yang tinggi (Kotler & Keller, 2012).

Strategi penetapan harga dilakukan untuk menentukan harga produk dan melihat apakah pelanggan bersedia membayar untuk setiap produk. Penting bagi pemasar untuk mengantisipasi berapa banyak produk yang ditawarkan dengan berbagai harga yang akan dibeli. Untuk memprediksi permintaan untuk produk yang berbeda pada harga yang berbeda, pemasar membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang reaksi pelanggan terhadap harga yang berbeda. Ada dua konsep berbeda untuk menentukan kesediaan pelanggan untuk membayar barang atau jasa: harga maksimum dan harga pesanan (Breidert et al., 2006).

Kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) adalah harga maksimum yang bersedia dibayar oleh pelanggan untuk suatu produk atau layanan. Kesediaan untuk membayar sangat bervariasi dari pelanggan ke pelanggan. Perbedaan ini sering disebabkan oleh perbedaan populasi pelanggan dan biasanya diklasifikasikan sebagai perbedaan ekstrinsik dan intrinsik. Perbedaan ekstrinsik adalah perbedaan yang dapat diamati seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, atau lokasi pelanggan. Perbedaan intrinsik adalah karakteristik seseorang yang tidak dapat diketahui seperti tingkat toleransi risiko individu, keinginan untuk menyesuaikan diri dengan orang lain, dan ketertarikan terhadap suatu subjek tertentu (Stobierski, 2020).

Metode *Willingness to Pay* bertujuan untuk mengetahui kesediaan membayar pengunjung terhadap harga tiket di atas dari harga tiket yang sudah ditentukan. Sementara itu, Agrowisata Tekno 44 telah menerima kunjungan wisatawan namun pengelola Agrowisata Tekno 44 belum menetapkan tarif tiket masuk sehingga wisatawan mengunjungi destinasi ini secara cuma-cuma. Keputusan seseorang untuk mengunjungi suatu tempat wisata juga dipengaruhi oleh harga tiket. Harga tiket merupakan peran penting bagi pengelola untuk mempengaruhi pengunjung dan memiliki dampak pada kinerja keuangan.

Disamping itu, harga termasuk ke dalam unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat namun sesuai dengan keputusan pengelola. Untuk

mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan maka perlu untuk ditetapkan harga tiket yang sesuai dengan kesediaan membayar (*Willingness to Pay*).

Berdasarkan hasil wawancara dan diskusi dengan mitra dan melihat kondisi di lapangan, tim menemukan beberapa pokok permasalahan antara lain :

1. Pengelola Agrowisata Tekno 44 membutuhkan biaya dalam perawatan Kawasan Agrowisata.
2. Pengelola Agrowisata Tekno 44 membutuhkan biaya dalam pengembangan Kawasan Agrowisata.
3. Pengelola belum mendapatkan sumber pemasukan tetap karena belum menetapkan harga tiket masuk.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka pemilik dan pengelola Agrowisata perlu untuk menetapkan harga tiket. Harga tiket tersebut dapat dihitung berdasarkan kesediaan membayar pengunjung.

METODE

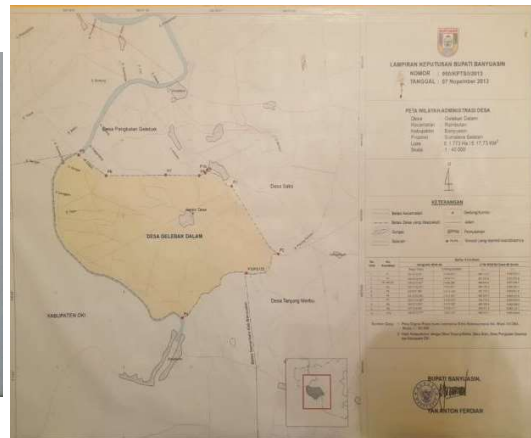
Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam beberapa tahap. Tahap pertama, yaitu mengumpulkan informasi yang bersumber dari pemilik agrowisata terkait konsep wisata pada Agrowisata Tekno 44. Pengumpulan data juga dilakukan pada Kantor Desa terkait dengan potensi wisata di Desa Gelebak Dalam. Tahap kedua, mengumpulkan sumber data dari pengunjung maupun calon pengunjung mengenai harga tiket berdasarkan kesediaan membayar. Tahap ketiga, meninjau harga tiket berdasarkan pandangan dari wisatawan dengan membandingkan kesediaan membayar dengan biaya operasional yang dikeluarkan. Tahap keempat, tim melakukan sosialisasi tentang penentuan harga tiket berdasarkan analisis kesediaan membayar (*Willingness to Pay*).



Gambar 1

Peta Desa Gelebak Dalam

(sumber : Kantor Desa Gelebak Dalam, 2022)



Gambar 2

Peta Wilayah Administrasi Desa

(sumber : Kantor Desa Gelebak Dalam, 2022)



Gambar 3

Proses Pengumpulan Data di Kantor Desa
(sumber : Kantor Desa Gelebak Dalam, 2022)



Gambar 4

Proses Pengumpulan Data di Agrowisata Tekno
44

(sumber : Agrowisata Tekno 44, 2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi diberikan kepada pemilik Agrowisata Tekno 44. Tim pelaksana memberikan sosialisasi mengenai perhitungan harga tiket berdasarkan analisis kesediaan membayar (*willingness to pay*). Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pengetahuan yang memadai mengenai perhitungan tiket berdasarkan kesediaan membayar pengunjung ditinjau dari karakteristik pengunjung seperti jenis kelamin, usia, status, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan akses transportasi. Setelah dilakukan sosialisasi, dilakukan diskusi dan tanya jawab.

Tim menjelaskan hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan kepada 100 orang responden. Secara ringkas nilai kesediaan membayar pada tingkat harga yang berbeda dapat disajikan pada tabel di bawah ini. Pada tingkat harga Rp 5.000 terdapat 39% responden yang bersedia membayar pada tingkat harga tersebut. Tingkat harga ini merupakan pilihan terbanyak responden. Sebanyak 33% responden bersedia membayar tiket pada tingkat harga Rp 10.000. Responden yang bersedia membayar pada tingkat harga Rp 3.000 terdapat sebanyak 15%, 6% responden bersedia membayar pada tingkat harga Rp 15.000, dan 7% responden bersedia membayar pada tingkat harga Rp 25.000. Rata-rata nilai kesediaan membayar responden terdapat pada tingkat harga Rp 8.350.

Tabel 1
Rata-Rata Nilai *Willingness to Pay*

Nilai WTP	Jumlah Responden (orang)	WTP
Rp 3.000	15	Rp 45.000
Rp 5.000	39	Rp 195.000
Rp 10.000	33	Rp 330.000
Rp 15.000	6	Rp 90.000
Rp 25.000	7	Rp. 175.000
Rata-Rata Nilai WTP		Rp 8.350

Sumber : Hasil Perhitungan, 2022



Gambar 4
Pemberian Sosialisasi



Gambar 5

Foto Bersama Pengelola Agrowisata

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini telah berjalan dengan baik. Sosialisasi mengenai penentuan harga tiket masuk Agrowisata Tekno 44 telah dilakukan. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang memadai mengenai perhitungan tiket berdasarkan kesediaan membayar pengunjung ditinjau dari karakteristik pengunjung seperti jenis kelamin, usia, status, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan akses transportasi.

Pengelola Agrowisata dapat menjadikan hasil perhitungan WTP sebagai acuan dalam menetapkan harga tiket yang ideal menurut wisatawan di Kawasan Agrowisata Tekno 44. Pengelola harus mempertimbangkan berbagai karakteristik pengunjung dalam menetapkan harga tiket. Setelah ditetapkan harga tiket yang ideal, maka pengelola dapat menjadikannya sebagai sumber pendapatan utama dalam membiayai kegiatan operasionalnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian kepada masyarakat ini dibiayai oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan Kebudayaan, Riset dan Teknologi sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Penugasan Pengabdian Kerja Sama Dosen Mahasiswa Kemitraan. Tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan dukungan materiil dan immateriil dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Breidert, C., Hahsler, M., & Reutterer, T. (2006). A Review of Methods for Measuring Willingness to Pay. *Innovative Marketing*, 2(4), 8–32.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Education.
- Kumbhar, V. M. (2009). Agro-Tourism: A Cash Crop for Farmers in Maharashtra (India). *Indiastat*. <https://ssrn.com/abstract=1550170>

- Soemohadiwidjojo, A., & Hermawan, A. (2017). *Key Performance Indicator untuk Perusahaan Jasa* (Adriansyah (ed.)). Raih Asa Sukses.
- Stobierski, T. (2020). *Willingness to Pay: What It Is & How To Calculate*.
<https://online.hbs.edu/blog/post/willingness-to-pay>