

**PERILAKU KONSUMEN AGROWISATA DI KAMPUS UPN
“VETERAN” JAWA TIMUR**

***Behavior of Agrotour Consumers In The East Java “Veteran” National
Development University Campus***

Setyo Parsudi* dan Juli Santoso
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Jl. Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294
email : setyoparsudi@gmail.com

ABSTRACT

The Agriculture Faculty of the East Java “Veteran” National Development University shall develop the agrotour in the campus area which can be utilized by students and the surroundings community as the health, pleasant and useful recreation place for its visitors. In order that the development of the agrotour meet with the consumers expectation, it is needed a good planning, in which one of them should consider the responses and behaviors of the agrotour consumers or consumers to be. The purposes of this research are: 1) To study the responses of consumers to the agrotour development, 2) To study the aim of consumers to visit to agrotour, and 3) To study the behavior of agrotour consumers in the East Java “Veteran” National Development University campus. The result of research found that the largely consumers/consumers to be of the East Java “Veteran” National Development University agrotour agreed or very agreed with the developed the agrotour. The aim of consumers to visit is, prima facie, to relax while increasing knowledge. Whereas, the behaviors of agrotour consumers are: 1) The frequency to visit mostly once a week, 2) The visiting time mostly at noon and afternoon, 3) The transportations the consumers utilize mostly motorcycles, 4) The consumers mostly come together with friends or families. The expectations of consumers to the existing agrotour are, largely, that it is able to be a recreation place and city lungs, to be a medium of environmental conservation and science development and to be a medium of entrepreneurship development.

Keywords; Agro-tourism development, respon and consumer behavior

INTISARI

Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Jatim akan mengembangkan agrowisata dalam lingkungan kampus yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa dan masyarakat sekitarnya untuk tempat rekreasi yang sehat, menyenangkan dan bermanfaat bagi pengunjungnya. Agar pengembangan agrowisata tersebut sesuai dengan ekspektasi konsumen, diperlukan suatu perencanaan yang baik, dimana salah satunya harus memperhatikan tanggapan dan perilaku konsumen atau calon konsumen agrowisata tersebut. Tujuan penelitian ini adalah ; 1) Mempelajari tanggapan konsumen terhadap pengembangan agrowisata 2) Mempelajari tujuan konsumen berkunjung ke agrowisata dan 3) Mempelajari perilaku konsumen agrowisata di kampus UPN “Veteran” Jawa Timur. Hasil penelitian mendapatkan bahwa sebagian besar konsumen/calon konsumen agrowisata UPN “Veteran” Jawa Timur setuju atau sangat setuju dikembangkannya agrowisata. Tujuan konsumen berkunjung yang utama adalah untuk bersantai sambil menambah pengetahuan. Adapun perilaku konsumen agrowisata adalah: 1). Frekwensi berkunjung

kebanyakan seminggu sekali, 2). Waktu berkunjung kebanyakan pada siang dan sore hari, 3). Alat transportasi yang dipakai konsumen kebanyakan adalah sepeda motor, 4). Konsumen kebanyakan datang bersama dengan teman atau keluarga. Harapan konsumen terhadap agrowisata yang ada, sebagian besar yaitu dapat menjadi tempat rekreasi dan paru-paru kota, menjadi sarana pelestarian lingkungan dan pengembangan ilmu dan menjadi sarana pengembangan kewirausahaan.

Kata Kunci : pengembangan agrowisata, tanggapan, tujuan dan perilaku konsumen

PENDAHULUAN

Perilaku konsumen dapat diartikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang terlibat secara langsung dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa termasuk di dalam proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Ada elemen penting dari arti perilaku konsumen yaitu 1) proses pengambilan keputusan dan 2) kegiatan fisik yang semua ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa ekonomis.(Swasta *et.al.* 1987). Perilaku konsumen atau behaviour science adalah ilmu yang mencoba mempelajari tingkah laku konsumen dalam arti tindakan-tindakan untuk membeli suatu barang tertentu. Ilmu ini penting untuk melakukan kebijaksanaan dalam pemasaran. Sukses tidaknya seorang pemasar sangat tergantung pada reaksi individual dan reaksi kelompok yang dinyatakan dalam bentuk pola-pola pembelian (Walters, 1986).

Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor utama yaitu; 1) Budaya (kultur, sub kultur dan kelas sosial), 2) Sosial (kelompok acuan, keluarga serta peran dan status), 3) Pribadi (umur, tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep pribadi), 4) Psikologis (motivasi, persepsi, pengetahuan, kepercayaan dan pendirian). Semua ini memberikan petunjuk tentang bagaimana mencapai dan melayani pembeli dengan lebih efektif. Sebagian besar hal-hal tersebut tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, namun harus diperhitungkan dengan serius. Oleh karena itu para pemasar harus mempelajari keinginan, persepsi, preferensi dan perilaku belanja pelanggan sasaran mereka. Sebelum merencanakan pemasarannya, suatu perusahaan perlu mengidentifikasi konsumen sasarannya dan proses keputusan mereka. Dengan memahami berbagai perilaku dalam proses membeli dan hal-hal yang banyak mempengaruhi tingkah laku membeli mereka, para pemasar dapat merancang program pemasaran yang efektif bagi pasar sasaran mereka (Kotler, 1995).

Pengembangan agrowisata di lingkungan kampus Perguruan Tinggi masih jarang dilakukan di Indonesia termasuk di Jawa Timur, khususnya di Kota Surabaya.

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa timur (UPN “Veteran” Jatim) khususnya Fakultas Pertanian berencana mengembangkan agrowisata dalam lingkungan kampus yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa dan masyarakat sekitarnya untuk tempat rekreasi yang sehat, menyenangkan dan bermanfaat untuk pengunjungnya. Agar pengembangan agrowisata tersebut efektif dan efisien diperlukan suatu perencanaan yang baik dimana salah satunya harus memperhatikan tanggapan dan perilaku konsumen atau calon konsumen. Berdasar latar belakang tersebut penelitian ini kiranya penting dilakukan. Tujuan dari penelitian ini adalah; 1).Mempelajari tanggapan konsumen terhadap pengembangan agrowisata dan 2) Mempelajari tujuan konsumen mengunjungi agrowisata dan 3) Mempelajari perilaku konsumen agrowisata di kampus UPN “Veteran” Jawa Timur.

Agrowisata pada prinsipnya merupakan kegiatan industri yang mengharapkan kedatangan konsumen secara langsung ditempat wisata yang diselenggarakan. Aset yang penting untuk menarik kunjungan wisatawan adalah keaslian, keunikan, kenyamanan dan keindahan alam. Oleh sebab itu factor kualitas lingkungan menjadi modal penting yang harus disediakan, terutama pada wilayah-wilayah yang dimanfaatkan untuk dijelajahi wisatawan asing maupun local, yang tentunya meningkatkan unjungan wisata Indonesia. Masyarakat setempat juga bisa menjadi pemandu wisata. Menyadari pentingnya nilai kualitas lingkungan tersebut, masyarakat/petani setempat perlu diajak untuk selalu menjaga keaslian, kenyamanan dan kelestarian lingkungan.(Deptan, 2005). Menurut Spillane, (1994) untuk dapat mengembangkan suatu kawasan menjadi kawasan pariwisata (termasuk juga agrowisata) ada lima unsur yang harus dipenuhi yaitu atraksi(*attractions*), fasilitas(*facilities*) infrastruktur(*infrastructure*), transportasi (*transportation*) dan keramah-tamahan (*hospitality*).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada tahun 2016 di kampus UPN “Veteran” Jawa Timur serta di wilayah Kecamatan Gununganyar dan Kecamatan Rungkut Kota Surabaya dimana obyek agrowisata ini berada dan dimana konsumen atau calon konsumen berdomisili. Data primer diambil dari responden yang dilakukan dengan cara wawancara dengan bantuan daftar pertanyaan (kuesioner) dan catatan harian. Data sekunder diambil dari Instansi terkait. Contoh responden dalam penelitian ini diambil dari para pengunjung/konsumen yang diperkirakan akan mengunjungi obyek agrowisata ini yaitu mahasiswa dan karyawan UPN “Veteran” Jatim serta masyarakat sekitar obyek

agrowisata yang tinggal di Kecamatan Gunung Anyar dan Rungkut. Jumlah responden ditentukan sebanyak 100 orang yang diambil secara sengaja (purposif sampling) Data yang terkumpul selanjutnya dilakukan tabulasi lalu dianalisis, selanjutnya dibuat tabel-tabel lalu diuraikan/dibahas secara deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. *Karakteristik responden*

Hasil penelitian terhadap 100 orang responden calon pengunjung agrowisata kampus didapatkan karakteristik responden tertera pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Agrowisata di Kampus UPN “Veteran” Jawa Timur Tahun 2016.

No	Karakteristik Responden	Jumlah	Prosentase (%)
1	Jenis kelamin; - Pria	62	62
	- Wanita	38	38
2	Status ; - Menikah	34	34
	-Belum Menikah	66	66
3	Jenis Pekerjaan;		
	- Pegawai Negeri	27	27
	-Pegawai swasta	8	8
	-Wiraswasta	1	1
4	Jenis Pekerjaan;		
	-Mahasiswa/pelajar	66	66
	Suku Bangsa		
	-Jawa	54	54
	-Madura,Sunda,Bali	8	2
	-Campuran	38	38
5	Pendidikan		
	-Tamat SMA	4	4
	-Perguruan Tinggi	96	96
6	Penghasilan per bulan		
	< 1 Juta	62	62
	1 – 3 juta	8	8
	3 – 5 juta	20	20
	5 – 10 juta	10	10

Sumber : Wawancara dengan responden

Dari data pada tabel 1 diatas tampak bahwa karakteristik responden merupakan ciri-ciri dari calon konsumen agrowisata yang kebanyakan adalah mahasiswa serta sedikit karyawan dan masyarakat sekitar lokasi agrowisata.

B. *Tanggapan Konsumen terhadap Pengembangan Agrowisata*

Dari hasil survey yang telah dilakukan terhadap 100 orang calon konsumen agrowisata, diketahui bahwa sebagian besar setuju dan sangat setuju dikembangkannya agrowisata di lingkungan kampus UPN “Veteran” Jatim, hanya sedikit yang tidak setuju dengan dikembangkannya agrowisata tersebut dengan berbagai alasan.

Tabel 2. Tanggapan Konsumen terhadap Pengembangan Agrowisata di Kampus UPN “Veteran” Jawa Timur Tahun 2016.

Tanggapan	Jumlah	Prosentase (%)
- Sangat setuju	24	24
- Setuju	70	70
-Tidak setuju	6	6
Jumlah	100	100

Sumber : Wawancara dengan responden

Adapun alasan setuju atau sangat setuju dikembangkannya agrowisata kebanyakan karena dapat untuk sarana rekreasi, sarana pengembangan ilmu pengetahuan, sebagai sarana promosi, sebagai sarana pelestarian lingkungan, serta sebagai sarana peningkatan kreativitas dan kewirausahaan bagi mahasiswa. Adapun alasan yang tidak setuju yaitu karena dapat mengganggu proses belajar mengajar serta kurang sesuai dengan konsep kampus bela negara.

Tujuan berkunjung ke agrowisata

Tentang tujuan konsumen berkunjung ke agrowisata di kampus UPN “Veteran” Jatim ada bermacam macam. Secara terperinci tujuan konsumen berkunjung ke obyek agrowisata kampus dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

Tabel 3. Tujuan Konsumen Berkunjung ke Agrowisata di Kampus UPN “Veteran” Jawa Timur Tahun 2016.

Macam tujuan berkunjung	Jumlah	Presentase (%)
- Mencari hiburan/refresing	41	41
- Menambah wawasan/pengetahuan	39	39
- Mengapresiasi adanya agrowisata	32	32
- Ingin tahu	10	10
- Mengisi waktu luang	8	8
- Untuk menjaga kesehatan	3	3
- Mencari peluang bisnis	1	1

Sumber : Wawancara dengan responden

Dari tabel 3. di atas dapat diketahui bahwa tujuan konsumen berkunjung ke agrowisata kampus UPN kebanyakan karena ingin mencari hiburan/refresing, dan ingin

menambah wawasan/pengetahuan, Tujuan lain adalah ingin mengapresiasi adanya agrowisata, ingin tahu, mengisi waktu luang, untuk menjaga kesehatan dan mencari peluang bisnis. Melihat data ini, sebaiknya didalam agrowisata kampus perlu banyak disediakan sarana rekreasi misalnya sepeda air/perahu, alat pancing dan sebagainya serta bisa ditampilkannya teknologi atau inovasi baru khususnya di bidang pertanian. . Hal tersebut sesuai dengan pendapat Rai Utama, (2012) Di beberapa Negara, agritourism bertumbuh sangat pesat dan menjadi alternative terbaik bagi wisatawan, hal ini disebabkan agritourism akan membawa seseorang mendapatkan pengalaman yang benar-benar berbeda dari rutinitas kesehariannya. Mereka ingin keluar dari kejenuhan, tekanan kemacetan lalulintas, telepon selular, suasana kantor dan hiruk pikuk keramaian.

C. Perilaku Konsumen Agrowisata

Waktu Berkunjung Ke Agrowisata

Tentang waktu berkunjung ke agrowisata, sebagian besar konsumen berkunjung pada sore hari, sebagian kecil berkunjung siang hari, sedang sisanya berkunjung pagi hari. Secara terperinci waktu berkunjung konsumen dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Waktu Berkunjung Konsumen ke Agrowisata di Kampus UPN “Veteran” Jatim Tahun 2016.

No	Kesempatan berkunjung	Jumlah	Prosentase (%)
1	Sore hari	56	56
2	Siang hari	24	24
3	Pagi hari	20	20

Sumber : Wawancara dengan responden

Adapun kesempatan konsumen atau calon konsumen berkunjung ke agrowisata kampus UPN kebanyakan adalah pada hari libur, lalu pada hari kerja maupun hari libur dan sedikit yang pada hari kerja. Yang menjawab pada hari libur kebanyakan adalah konsumen dari luar kampus UPN, sedang yang menjawab hari kerja, dan atau hari libur adalah responden yang kebanyakan dari dalam kampus UPN baik mahasiswa serta karyawan UPN Jatim. Dari data tersebut maka sebaiknya obyek agrowisata kampus UPN Surabaya dibuka baik pada saat hari kerja maupun pada hari libur terutama pada siang dan sore hari.

Alat Transportasi Yang Digunakan

Adapun alat transportasi yang akan digunakan oleh calon pengunjung menuju lokasi agrowisata, sebagian besar (55%) adalah sepeda motor, sebagian kecil (14%) mobil, sedang lainnya (36%) jalan kaki. Hal ini karena calon pengunjung kebanyakan adalah mahasiswa atau karyawan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur sendiri. Melihat data tersebut maka sebaiknya pada agrowisata kampus ini perlu juga disediakan tempat parker, baik untuk sepeda motor maupun untuk mobil.

Peserta dan Kegiatan Pengunjung Agrowisata

Tentang dengan siapa (peserta) konsumen berkunjung ke lokasi agrowisata, sebagian besar (60%) menyatakan bersama dengan teman, sebagian kecil (35%) dengan keluarga, sisanya (22%) sendiri. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen berkunjung ke agrowisata tidak sendirian tetapi bersama dengan teman atau keluarga sehingga diperlukan sarana dan prasarana yang diperlukan untuk suatu keluarga, misal meja kursi makan.

Frekuensi Kunjungan ke Agrowisata

Tentang intensitas atau frekwensi calon konsumen berkunjung ke agrowisata, kebanyakan calon konsumen menginginkan seminggu sekali (36%), lainnya adalah sebulan sekali (26%), sedang sisanya adalah setiap hari, sekali saja atau setahun sekali. Jadi disini tampak bahwa pada umumnya konsumen ingin berkunjung ke agrowisata kampus tidak hanya sekali saja. Untuk itu diperlukan suatu atraksi yang tidak monoton didalam obyek agrowisata tersebut.

Harapan Konsumen Terhadap Agrowisata Kampus

Tentang harapan konsumen pengunjung terhadap pengembangan agrowisata di kampus Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur untuk masa yang akan datang dapat dilihat pada tabel 5 di bawah, tampaknya harapan konsumen terhadap pengembangan agrowisata cukup banyak yaitu terbanyak menginginkan dapat menjadi tempat rekreasi bagi masyarakat kampus dan sekitarnya, dapat menjadi paru-paru kota Surabaya, dapat menjadi sarana pelestarian lingkungan dan tempat pengembangan ilmu pengetahuan, tempat pengembangan kewirausahaan dan kreativitas mahasiswa serta tempat belajar tentang pertanian dan lainnya. Harapan-harapan konsumen tersebut tentunya dapat sebagai pedoman bagi pengelola untuk mengembangkan agrowisata

tersebut lebih serius sehingga dapat memenuhi harapan-harapan konsumen baik pada masa kini maupun masa mendatang.

Tabel 5. Harapan Konsumen terhadap Pengembangan Agrowisata di Kampus UPN “Veteran” Jatim Tahun 2016.

No	Harapan konsumen agrowisata	Jumlah	Prosentase (%)
1	Sebagai tempat rekreasi bagi masyarakat sekitarnya.	60	60
2	Sebagai paru-paru kota Surabaya	55	55
3	Sebagai sarana pelestarian lingkungan dan pengembangan ilmu pengetahuan	49	49
4	Sebagai sarana pengembangan kewirausahaan dan kreativitas mahasiswa.	38	38
5	Sebagai tempat belajar pertanian	37	37
6	Sebagai tempat memupuk cinta tanah air	2	2
7	Sebagai ikon kampus UPN Jatim	1	1

Sumber : Wawancara dengan responden.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian tentang tanggapan dan perilaku konsumen agrowisata di kampus UPN “Veteran” Jatim didapatkan kesimpulan yaitu hampir seluruh responden yang merupakan konsumen atau calon konsumen agrowisata di kampus UPN “Veteran” Jatim setuju atau sangat setuju dikembangkannya agrowisata di kampus UPN ini. Tujuan konsumen berkunjung ke agrowisata kampus UPN kebanyakan karena ingin mencari hiburan/refresing, dan ingin menambah wawasan/pengetahuan, Tujuan lain adalah ingin mengapresiasi adanya agrowisata, ingin tahu, mengisi waktu luang, untuk menjaga kesehatan dan mencari peluang bisnis. Perilaku konsumen agrowisata yaitu waktu berkunjung kebanyakan sore hari kendaraan yang dipakai kebanyakan sepeda motor, kebanyakan konsumen berkunjung bersama teman atau keluarga, frekwensi berkunjung kebanyakan menginginkan satu minggu sekali. Harapan pengunjung terhadap agrowisata ini adalah bisa menjadi alternatif tempat rekreasi bagi penghuni kampus dan masyarakat sekitarnya, bisa menjadi paru-paru kota serta bisa menjadi tempat pelestarian lingkungan dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Berdasar hasil penelitian ini disarankan bahwa pengembangan agrowisata di kampus UPN “Veteran “ Jatim perlu disesuaikan dengan perilaku dan harapan konsumen/calon konsumen yang berkunjung dan terus dilakukan pengembangan mengingat konsumen atau calon konsumen berharap banyak terhadap agrowisata tersebut. Selain itu agrowisata kampus ini perlu dikembangkan di tempat lain mengingat saat ini jumlahnya masih sedikit dan diperlukan oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Deptan, 2005. *Agrowisata Meningkatkan Pendapatan Petani*.
<http://database.deptan.go.id>.
- Kotler, P. 1995. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Rai Utama, IGB. 2012. *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif di Indonesia. Solusi Masif Pengentasan Kemiskinan*. Denpasar.
- Rilla, E.1999. *Bring the City & Country Together*. Calofornia Coast and Ocean. Vol.15. No.2.10p.
- Spillane, James. 1994. *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*. Kanisius, Yogyakarta.
- Syamsu dkk. 2001. Penerapan *Etika Perencanaan pada kawasan wisata, Studi Kasus di Kawasan Agrowisata Salak Pondoh, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta*, Jakarta: LP3M STP Tri Sakti, Jurnal Ilmiah, Vol 5. No.3, Maret 2001.
- Swastha,B, dan Handoko,H. 1987. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Liberty, Yogyakarta..
- Walters,G. 1986. *Consumer Behaviour*. Prentice Hall of India.

