

## **PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP OBYEK AGROWISATA “CIPTA RASA” KOTA PALANGKA RAYA**

**<sup>1</sup> Abdul Rahman, <sup>2</sup>Betrixia Barbara, <sup>3</sup> Eka Nor Taufik**

<sup>1</sup>Alumnus Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Palangka Raya

<sup>2, 3</sup>Staf Pengajar Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Univesitas Palangka Raya

*Email:* [abdulrahmanspt32@gmail.com](mailto:abdulrahmanspt32@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk (1). Mengetahui potensi pengembangan Agrowisata “Cipta Rasa”; dan (2). Mengetahui persepsi masyarakat sekitar terhadap Agrowisata “Cipta Rasa”. Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Kereng Bangkirai, Kecamatan Sabangau, Kota Palangka Raya. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 1.854 kepala keluarga, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 20% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian sebanyak 30 sampel. Untuk menjawab tujuan pertama dilakukan dengan wawancara langsung dan pengumpulan data sekunder. Sedangkan untuk menjawab tujuan kedua digunakan analisis deskriptif kuantitatif dengan statistik skoring menggunakan Skala Likert. Hasil dari penelitian ini yakni agrowisata cipta rasa memiliki potensi untuk dikembangkan dimana dilihat dari tiga unsur yaitu Infrastruktur Agrowisata, fasilitas agrowisata, dan daya tarik agrowisata. Sedangkan menjawab tujuan kedua persepsi masyarakat terhadap agrowisata cipta rasa terbagi menjadi tiga variabel yaitu Variabel Ekonomi sebesar 80,01%, Variabel Sosial sebesar 86,66%, Variabel Lingkungan sebesar 83,66%. Ketiga nilai interval ini menunjukkan masyarakat sangat setuju dengan pengembangan agrowisata cipta rasa karena masyarakat merasakan dampak secara langsung dari pengembangan agrowisata cipta rasa baik dari sisi ekonomi yakni menambah pendapatan, peluang usaha bagi masyarakat dan lapangan pekerjaan. Kedua dari sisi sosial yakni membangun konektivitas bersama pemerintah dan dinas terkait serta pengembangan objek wisata, dan ketiga dari sisi lingkungan yakni mampu mengatasi kebakaran lahan, pemanfaatan lahan serta kebijakan pemerintah.

Kata Kunci: Persepsi masyarakat, agrowisata, potensi pengembangan

### **ABSTRACT**

This study aims to (1). Knowing the potential for the development of "Cipta Rasa" Agrotourism; and (2). Knowing the perception of the surrounding community towards "Cipta Rasa" Agrotourism. This research was conducted in Kereng Bangkirai Village, Sabangau District, Palangka Raya City. The total population in this study was 1,854 families, so the percentage of allowance used was 20% and the results of the calculations could be rounded up to achieve conformity of 30 samples. To answer the first

objective, direct interviews and secondary data collection were carried out. Meanwhile, to answer the second objective, quantitative descriptive analysis was used with scoring statistics using a Likert scale. The result of this research is that agro-tourism has the potential to be developed which can be seen from three elements, namely Agro-tourism Infrastructure, agro-tourism facilities, and agro-tourism attractiveness. Meanwhile, answering the second objective, the public's perception of agro-tourism is divided into three variables, namely Economic Variables of 80.01%, Social Variables of 86.66%, Environmental Variables of 83.66%. These three interval values indicate that the community strongly agrees with the development of agro-tourism creation of taste because the community feels the direct impact of the development of agro-tourism creation of taste both from the economic side, namely increasing income, business opportunities for the community and employment. Second from the social side, namely building connectivity with the government and related agencies and developing tourism objects, and third from the environmental side, namely being able to overcome land fires, land use and government policies.

Keywords: Community perception, agro-tourism, development potential

## PENDAHULUAN

Kekayaan sumberdaya alam yang dimiliki kawasan Indonesia menjadikan Indonesia memiliki banyak potensi untuk dikembangkan baik dalam sektor pertanian, perkebunan, pertambangan, industri dan pariwisata. Selain kekayaan sumberdaya alam yang melimpah, unsur keindahan alam, keunikan budaya, peninggalan sejarah, keanekaragaman flora dan fauna serta keramahan penduduk lokal menjadikan nilai tambah bagi pengembangan sektor pariwisata di Indonesia. Salah satu upaya untuk memajukan perekonomian Indonesia adalah dengan mengembangkan pariwisata. Sebagai negara yang berada di daerah tropis dimana Indonesia memiliki banyak potensi wisata berupa keindahan alam sebagai daya tarik wisata. Secara kumulatif bulan Januari–Oktober 2018 jumlah kunjungan (wisman) ke Indonesia mencapai 13,24 juta kunjungan atau naik 11,92%

dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisman pada periode yang sama tahun 2017 yang berjumlah 11,83 juta kunjungan pada periode Oktober 2018 naik 11,24% dibanding jumlah kunjungan pada Oktober 2017 yaitu dari 1,16 juta kunjungan menjadi 1,29 juta kunjungan. Sementara itu jika dibandingkan dengan September 2018 jumlah kunjungan wisman pada Oktober 2018 mengalami penurunan sebesar 5,74 % (Badan Pusat Statistik, 2018).

Peningkatan Agrowisata di Kalimantan Tengah sendiri dapat didukung salah satunya dengan data dari Dinas Ketahanan Pangan Provinsi Kalimantan Tengah (2018) dimana Konsumsi buah-buahan di Kalimantan Tengah sebesar 141 gram/kapita/hari lebih tinggi dibandingkan rata-rata konsumsi buah nasional sebesar 75 gram/kapita/hari. Hal ini membuktikan tingkat kesadaran masyarakat Kalimantan Tengah dalam mengkonsumsi buah-buahan untuk pemenuhan kebutuhan gizi sudah cukup

baik. Jika dibandingkan dengan jumlah produksi. Tingginya jumlah rata-rata konsumsi buah-buahan di Kalimantan Tengah sebesar 1.366.070 Ku pertahun namun hal ini belum dapat diimbangi dengan jumlah produksi buah-buahan sebesar 1.184.047 Ku pertahun. Hal tersebut berdampak positif bagi penduduk Kalimantan Tengah untuk membudidayakan komoditas hortikultura buah-buahan dalam skala yang luas sehingga jumlah rata-rata konsumsi dapat diseimbangkan dengan jumlah produksinya.

Agrowisata “Cipta Rasa” merupakan satu-satunya obyek wisata pertanian di Kota Palangka Raya, dimana agrowisata ini mengembangkan berbagai jenis tanaman buah-buahan segar yang di petik secara langsung oleh pengunjung wisatawan. Agrowisata ini sudah berdiri sejak 2013 dimana awal mulanya pemilik agrowisata menanam bawang merah di lahan gambut dengan panen seluas 1 ha, namun seiring berjalannya waktu dengan melihat peluang daerah provinsi lain yang berhasil mengembangkan agrowisata seperti kabupaten malang wisata petik buah apel, dan juga melihat peluang konsumsi buah-buahan segar lebih besar dibandingkan jumlah produksinya yang menyebabkan Kota Palangka Raya memasok buah-buahan dari luar daerah dimana tingkat kesegaran dari buah-buahan menurun karena proses pengiriman yang lama di perjalanan. Sehingga hal ini yang menjadi latar belakang berdirinya Agrowisata “Cipta Rasa” yang nantinya dapat sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi dan diharapkan mampu menunjang berkembangnya pembangunan di Kota Palangka Raya.

Tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui potensi pengembangan Agrowisata “Cipta Rasa”

2. Mengetahui persepsi masyarakat sekitar terhadap Agrowisata “Cipta Rasa”

## METODE PENELITIAN

Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang ada disekitar obyek agrowisata cipta rasa, jumlah sampel (populasi masyarakat) yang ada disekitar 6.845 orang. Karena dengan jumlah sampel yang terlalu banyak maka untuk membantu menentukan sampel tersebut peneliti melakukan pengambilan sampel secara sengaja (*purposive*) yaitu mengambil 30 orang sebagai sampel dengan syarat sampel tersebut tinggal disekitar agrowisata cipta rasa, jumlah sampel sewaktu-waktu dapat berubah dikarenakan situasi dan kondisi lapangan/peneliti merasa cukup dengan data yang diperoleh dan juga untuk mempermudah penelitian.

Menjawab tujuan pertama yaitu untuk mengetahui potensi dan prospek pengembangan Agrowisata “Cipta Rasa” dilakukan dengan wawancara langsung dan pengumpulan data sekunder. Data sekunder berasal dari perusahaan, pemerintah, dan pihak-pihak terkait lainnya dan dijelaskan secara deskriptif dalam hasil penelitian yang akan dilaksanakan.

Menjawab tujuan kedua yaitu mengetahui persepsi masyarakat sekitar terhadap agrowisata “Cipta Rasa” analisis deskriptif kuantitatif dengan statistik skoring dengan menggunakan Skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang suatu kejadian atau gejala sosial. Penelitian sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Riduwan, 2015). Pengukuran pemberian bobot skor setiap indikator pengukurannya. Skala likert, maka

variabel yang diukur akan dijabarkan dalam bentuk subvariabel, subvariabel dijabarkan menjadi menjadi indikator, yang kemudian menjadi titik tolak menyusun butir-butir instrument yang berupa pernyataan yang akan di tanggap responden. Variabel, subvariabel dan indikator yang dibuat untuk mengukur

persepsi masyarakat terhadap agrowisata dalam penelitian ini, dibuat dengan konsep buku-buku, penelitian terdahulu sebagai referensi dan juga para ahli, adapun variabel, subvariabel dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada Tabel 4.

Variabel	Sub variabel	Indikator
Persepsi Masyarakat terhadap Agrowisata "Cipta Rasa"	Ekonomi	Adanya agrowisata mampu menambah pendapatan
		Adanya agrowisata akan membuka peluang usaha bagi masyarakat
	Sosial	Adanya growisata akan membuka lapangan kerja
		Perencanaan, pengelolaan dan pembangunan yang berkelanjutan Agrowisata di Kota Palangka Raya
		Membangun konektivitas bersama pemerintah dan dinas terkait
	Lingkungan	Pengembangan objek wisata
		Kebakaran lahan
		Pemanfaatan lahan
		Kebijakan pemerintah

Langkah dliakukan adalah dengan pembuatan skor tertinggi pada masing-masing sub-variabel, pembuatan skor terendahnya dan kemudian pembuatan rentan kelas atau interval agar dapat diketahui nilai pada masing-masing indikator dari pertanyaan, berikut adalah cara perhitungannya:

$$Y = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden} \times \text{Jumlah Item}$$

$$X = \text{Skor Terendah} \times \text{Jumlah Responden} \times \text{Jumlah Item}$$

$$\text{Rumus Index \%} = \frac{\text{Total Skor}}{Y} \times 100\%$$

$$\text{Rumus Interval I} = \frac{100}{\text{jumlah skor}}$$

Dalam pembuatan skoringnya peneliti membuat jarak interval, setiap indikator diberi skor (nilai), antara lain jawaban sangat setuju diberi skor 5, jawaban setuju diberi skor 4, jawaban ragu-ragu diberi skor 3, jawaban tidak setuju diberi skor 2, sangat tidak setuju diberi skor 1, nilai variabel merupakan jumlah skor dari setiap indikator untuk variabel tersebut dapat dilihat pada Tabel 5

Tabel 5. Kriteria Penilaian dalam Skala Likert

Kriteria skor (nilai)	Skala skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu – Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Siregar.S, 2010

Pembuatan jarak interval yaitu digunakan jarak 20% - 100% untuk menilai dan menentukan posisi setiap variabel yang telah dihitung. Hal ini untuk mempermudah dalam pengambilan keputusan setiap variabel, jarak intervalnya sebagai berikut:

$$\text{Interval } I = \frac{100}{\text{jumlah skor (Likert)}}$$

$$\text{Maka } = \frac{100}{5} = 20$$

$$\text{Hasil (I) } = 20$$

Menguji keakuratan alat penelitian (kuesioner penelitian) dilakukan uji Validitas dan uji Reliabel. Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu item pernyataan (*instrumen*) dimana dapat menggambarkan seberapa cermat atau tepat suatu tes melaksanakan fungsinya.

Kriteria yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas persepsi masyarakat dan wisatawan terhadap

obyek agrowisata cipta rasa sebagai berikut:

1. Jika nilai r hitung lebih besar dari nilai tabel, maka dinyatakan bahwa item pernyataan yang diuji valid ( $r_{hit} > r_{tabel}$ ).
2. Jika nilai r hitung lebih kecil atau sama dengan r tabel, maka dinyatakan bahwa item pernyataan yang diuji tidak valid ( $r_{hit} \leq r_{tabel}$ ) rumus yang digunakan untuk uji validitas instrumen pernyataan dengan menggunakan rumus analisis korelasi *product moment* yaitu sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)\}}}$$

keterangan:

n = Jumlah responden

X = Skor variabel (Jawaban Responden)

Y = Skor total untuk responden n

Tabel 6. Hasil Rekapitulasi Uji Validitas

Sub Variabel	Jumlah item		Total item
	Valid	Tidak Valid	
Ekonomi	7		7
Sosial	12	1	13
Lingkungan	10		10
<b>Jumlah</b>	<b>29</b>	<b>1</b>	<b>30</b>

Sumber: Hasil Survei Lapangan Kecamatan Kereng Bangkirai Kota Palangka Raya, 2020

Uji reliabilitas terhadap suatu alat ukur atau prinsipnya menunjukkan sejauh mana pengukuran itu dapat membarikan relatif tidak berbeda apabila dilakukan pengukuran kembali terhadap obyek yang sama. Uji reliabel merupakan tingkat kendala dalam kuesioner yang digunakan yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi responden. Menggunakan konsep reliabilitas *Cronbach's Alpha*, yaitu untuk menguji reliabel pertanyaan atau

pernyataan yang jawabannya berskala dan pertanyaan-pertanyaan esai sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Koefisien reliabilitas yang dicari

k = Jumlah butiran pertanyaan atau pernyataan (soal)

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varian skor tiap-tiap item

$\sigma_t^2$  = Varian total

Kriteria yang digunakan untuk mengukur tingkat reliabilitas persepsi masyarakat dan wisatawan terhadap obyek agrowisata cipta rasa sebagai berikut:

- a. Variabel memiliki tingkat reliabel tinggi, jika nilai r hitung lebih besar dari 0,60 sehingga variabel tersebut reliabel.
- b. Variabel memiliki tingkat reliabel rendah, jika nilai r hitung lebih kecil atau sama dengan 0,60 sehingga variabel tersebut tidak reliabel.

Tabel 7. Hasil Rekapitulasi Uji Reliabelitas

Sub Variabel	Cronbach'S Alpha	r Tabel	Keterangan
Ekonomi	0.491	0.361	Reliabel
Sosial	0.830	0.361	Reliabel
Lingkungan	0.809	0.361	Reliabel

Sumber: Hasil Survei Lapangan Kecamatan Kereng Bangkirai Kota Palangka Raya, 2020

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Potensi Pengembangan Agrowisata "Cipta Rasa"

Potensi menjadi hal yang harus diperhatikan dan dilihat lebih jauh lagi, hal itu dimaksudkan agar semua kelebihan dan potensi yang biasa dikembangkan dapat dimaksimalkan secara sempurna. Tentu semuanya itu tidak lepas dari peran semua pihak yang berkaitan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Potensi suatu daerah dan kepariwisataan merupakan dua hal yang memiliki kaitan erat, keduanya dapat bergerak maju untuk melakukan pengembangan dan pertumbuhan perekonomian daerah.

#### 1. Infrastruktur Agrowisata

##### 1. Aksebilitas

Aksebilitas adalah tingkat kemudahan untuk mencapai suatu tujuan dan menghubungkan dengan tujuan lain. Aksebilitas terdiri dari sarana seperti transportasi dan prasarana seperti jalan. Sebagai salah satu elemen pendukung dalam destinasi, aksebilitas memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk

mencapai daya tarik wisata. Tanpa aksebilitas yang memadai wisatawan akan mengurungkan niat untuk berwisata. Agrowisata cipta rasa tergolong memiliki sarana dan prasarana yang dapat diandalkan antara prasarana jalan dalam kondisi baik.

Aksebilitas untuk menuju kawasan agrowisata cipta rasa didukung dengan adanya petunjuk arah bagi wisatawan. Jarak tempuh dari pusat kota ke agrowisata ini hanya membutuhkan waktu  $\pm 20$  menit, sehingga akan menjadi obyek wisata alternatif bagi masyarakat kota palangka raya. Untuk memasuki kawasan agrowisata wisatawan memiliki dua pilihan jalan masuk utama yaitu Jalan Manduhara yang sudah kondisinya beraspal dan Jalan Pasir Panjang yang kondisinya masih tanah berpasir.

##### 2. Listrik

Pada agrowisata ini sudah tersedia sumber listrik, dimana sumber listrik dimanfaatkan sebagai penerangan jalan serta penerangan kamar mandi atau toilet dan juga telah tersedia di setiap tempat peristirahatan. Pada kawasan agrowisata saat ini listrik hanya dimanfaatkan sebagai penerangan jalan dan pintu

masuk kebun buah. Hal ini disebabkan pada kawasan agrowisata petik buah tidak terdapat kunjungan wisatawan atau aktivitas wisata pada malam hari.

### 3. Air

Sumber air pada agrowisata ini terbagi menjadi dua yaitu sumber air untuk fasilitas seperti toilet berasal pdam dan air bawah tanah Sedangkan sumber air untuk perkebunan atau menyiram tanaman berasal dari air bawah tanah yang, hal ini sumber air pada musim kemarau tidak akan kesulitan untuk menyiram tanaman.

### 4. Telekomunikasi

Pada agrowisata petik buah ini sudah terjangkau oleh sinyal telepon seluler, sehingga pengunjung masih bisa menggunakan telepon genggamnya di sekitar area agrowisata ini.

## 2. Fasilitas Agrowisata

Fasilitas wisata dapat diartikan suatu sarana dan prasarana yang disediakan oleh pengelola untuk kebutuhan wisatawan. Kebutuhan wisatawan tidak hanya menikmati keindahan alam atau keunikan obyek wisata melainkan memerlukan sarana dan prasarana wisata. Sarana dan prasarana yang tersedia di agrowisata cipta rasa yang ada yakni sebagai berikut:

### 1. Tempat Parkir

Pada agrowisata petik buah sudah tersedia lahan parkir untuk pengunjung. Lahan parkir tidak terlalu luas dan masih berbentuk tanah. Parkir tersedia bagi roda dua dan roda empat.

### 2. Rambu-rambu petunjuk jalan dan arah

Petunjuk jalan dan arah menuju kawasan agrowisata ini sudah cukup bagus, karena setiap di ujung jalan sudah ada terlihat spanduk untuk menuju kawasan ini. Namun, saat ini hanya ada satu plang permanen atau gapura yang terletak di depan tempat kawasan ini. Penunjuk arah untuk fasilitas yang tersedia di agrowisata ini juga tersedia

sehingga wisatawan tidak bingung untuk mencari tempat seperti wc dan tempat parkir.

### 3. Tempat sampah

Sudah tersedia beberapa tong tempat sampah, namun yang berukuran sedang dan jumlah tempat sampah ada di setiap ruang untuk beristirahat, sehingga butuh kontrol pengosongan tong sampah secara berkala.

### 4. Kamar Mandi dan MCK

Pada agrowisata ini, sudah disediakan kamar mandi dan MCK untuk pengunjung. saat ini terdapat masing-masing ruang kamar mandi yang terpisah antara laki-laki dan perempuan. Ketersediaan kebutuhan air sudah terpenuhi dengan adanya air PDAM dan air bawah tanah sebagai pengganti apabila air PDAM tidak mengalir

### 5. Tempat Istirahat

Pada obyek wisata ini telah disediakan gubuk atau gazebo tempat istirahat pengunjung, sambil menikmati hasil petikan buah yang tersedia. saat ini terdapat lima unit gubuk/gazebo.

### 6. Toko/warung

Agrowisata ini tersedia satu toko yang menjual minuman dan makanan ringan untuk memudahkan para pengunjung untuk memenuhi kebutuhannya ketika mengunjungi agrowisata ini. Toko/warung ini juga menjual hasil kebun.

### 7. Aula Pertemuan/Pendopo

Agrowisata ini juga menyediakan aula pertemuan untuk mendukung pelaksanaan pelatihan/praktik lapangan serta kunjungan yang dilakukan oleh instansi pemerintahan maupun mahasiswa untuk eduwisata

## 3. Daya Tarik Agrowisata “Cipta Rasa”

### 1. Petik Buah

Daya tarik agrowisata ini ialah para pengunjung dapat menikmati

kesejukan udara dan indahnya panorama alam sambil menikmati segarnya buah yang dipetik langsung dari tanaman. antraksi inilah yang menjadi daya tarik agrowisata cipta rasa karena di kota palangka raya belum ada wisata alam yang berkaitan dengan pertanian.

## 2. Eduwisata

Eduwisata adalah kegiatan atau perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan dan juga terdapat aktivitas edukasi atau pendidikan didalamnya. Ada banyak kegiatan wisata edukasi yang bisa dilakukan. Berdasarkan wawancara dengan pemilik agrowisata cipta rasa dimaana eduwisata sudah berjalan untuk pengenalan jenis tanaman. Pengunjung untuk eduwisata ini tidak hanya untuk anak-anak melainkan terbuka juga untuk masyarakat dan instansi pemerintahan dan lembaga pendidikan untuk melakukan sebuah penelitian dan pelatihan ketrampilan

## 3. Keanekaragaman Jenis Tanaman

Pada agrowisata ini menawarkan beberapa jenis tanaman yaitu: Klengkeng, Jambu Kristal, Jeruk Manis, Jambu Air, Matoa, Alpukat, Jeruk Sankis, Kedondong, Kelapa dan Mangga. Sehingga dengan banyak jenis tanaman yang ada di agrowisata menarik minat wisatawan untuk mengunjungi agrowisata ini. Banyaknya jumlah wisatawan yang mengunjungi berpengaruh terhadap pemasaran buah

agrowisata ini karena untuk memenuhi kebutuhan wisatawan buah untuk wisatawan yang berkunjung.

## Persepsi Masyarakat Terhadap Agrowisata "Cipta Rasa"

Agrowisata dan masyarakat yang bermukim di sekitarnya merupakan dua komponen yang saling mempengaruhi. Aktivitas agrowisata tidak dapat dipungkiri memiliki dampak terhadap masyarakat sekitarnya. Dampak tersebut dapat berupa dampak positif seperti antara lain penciptaan lapangan pekerjaan dan peningkatan ekonomi, maupun dampak negatif seperti antara lain penurunan kualitas lingkungan dan kesehatan masyarakat.

### 1. Persepsi Masyarakat Terhadap Ekonomi Masyarakat di Lingkungan Agrowisata

Pengukuran persepsi masyarakat dari sisi ekonomi berhubungan dengan manfaat pengembangan agrowisata cipta rasa sebagai sumber pendapatan, peluang usaha dan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Persepsi masyarakat sekitar areal agrowisata penting diketahui agar pengelolaan agrowisata akan lebih baik dengan melibatkan masyarakat dalam pengelolaannya sehingga masyarakat yang berada di lingkungan agrowisata akan terkena dampak terutama dari sisi ekonomi.

Tabel 15. Nilai Total Persepsi Masyarakat terhadap Ekonomi Masyarakat

No	Skala	Jumlah Jawaban Responden	Total
1	5	48	240
2	4	118	472
3	3	44	129
4	2	0	0
5	1	0	0
<b>Total Skor</b>			<b>841</b>

Sumber: Data yang Diolah, 2020

$$Y = 5 \times \text{Jumlah Responden} \times \text{Jumlah Item} = 5 \times 30 \times 7 = 1.050$$

$$X = 1 \times \text{Jumlah Responden} \times \text{Jumlah Item} = 1 \times 30 \times 7 = 210$$

$$\begin{aligned} \text{Rumus indeks \%} &= \frac{\text{Total Skor}}{Y} \times 100\% \\ &= \frac{841}{1.050} \times 100\% \\ &= 80,01\% \end{aligned}$$

Dilihat dari hasil perhitungan pada Tabel 15, didapatkan hasil yaitu 80,01% yang dapat dilihat dari jarak interval 100% termasuk dalam kategori setuju (S). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat setuju dengan keberadaan Agrowisata cipta rasa karena dianggap dapat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan perekonomian masyarakat serta lapangan pekerjaan. Menurut Aryunda (2011), agrowisata memberikan beberapa keuntungan terhadap perekonomian diantaranya menghasilkan pendapatan bagi masyarakat, menghasilkan lapangan

pekerjaan dan mendorong aktivitas wirausaha.

## 2. Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Agrowisata Dari Sisi Sosial

Persepsi masyarakat terhadap agrowisata sangat berpengaruh pada sisi sosial masyarakat, dengan adanya pengembangan agrowisata masyarakat secara tidak langsung akan terkena dampak dalam pembangunan infrastruktur untuk menunjang agrowisata tersebut.

Tabel 17. Nilai Total Persepsi Masyarakat terhadap Sosial

No	Skala	Jumlah Jawaban Responden	Total
1	5	151	755
2	4	219	876
3	3	19	57
4	2	1	2
5	1	0	0
<b>Total Skor</b>			<b>1.690</b>

Sumber: Data yang Diolah, 2020

$$Y = 5 \times \text{Jumlah Responden} \times \text{Jumlah Item} = 5 \times 30 \times 13 = 1.950$$

$$X = 1 \times \text{Jumlah Responden} \times \text{Jumlah Item} = 1 \times 30 \times 13 = 390$$

$$\begin{aligned} \text{Rumus indeks \%} &= \frac{\text{Total Skor}}{Y} \times 100\% \\ &= \frac{1.690}{1.950} \times 100\% \\ &= 86,66\% \end{aligned}$$

Dilihat dari hasil perhitungan pada Tabel 17, didapatkan hasil yaitu 86,66% yang dapat dilihat dari jarak interval 100% termasuk dalam kategori setuju (S). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat setuju dengan keberadaan

Agrowisata cipta rasa dari sisi sosial dikarenakan dalam pengembangan agrowisata cipta rasa memiliki perencanaan dan pengelolaan yang berkelanjutan serta akan membangun konektivitas dalam mengembangkan

obyek agrowisata cipta rasa dengan pemerintah daerah dan dinas terkait.

### 3. Persepsi Masyarakat Terhadap Lingkungan

Manfaat pengembangan agrowisata cipta rasa di kelurahan kereng bangkirai terhadap penggunaan lahan. Pada umumnya masyarakat

menyambut baik apabila dikembangkan agrowisata berbasis kearifan lokal di Kelurahan Kereng Bangkirai, hal ini disebabkan berpengaruh terhadap konservasi lahan sekitar agrowisata. Perhitungan persepsi masyarakat sekitar terhadap agrowisata dapat dilihat pada Tabel 19.

Tabel 19. Nilai Total Persepsi Masyarakat terhadap Lingkungan

No	Skala	Jumlah Jawaban Responden	Total
1	5	91	455
2	4	177	708
3	3	29	87
4	2	2	4
5	1	1	1
<b>Total Skor</b>			<b>1.255</b>

Sumber: Data yang Diolah, 2020

$$Y = 5 \times \text{Jumlah Responden} \times \text{Jumlah Item} = 5 \times 30 \times 10 = 1.500$$

$$X = 1 \times \text{Jumlah Responden} \times \text{Jumlah Item} = 1 \times 30 \times 10 = 300$$

$$\begin{aligned} \text{Rumus indeks \%} &= \frac{\text{Total Skor}}{Y} \times 100\% \\ &= \frac{1.255}{1.500} \times 100\% \\ &= 83,66\% \end{aligned}$$

Dilihat dari hasil perhitungan pada Tabel 19, didapatkan hasil yaitu 83,66% yang dapat dilihat dari jarak interval 100% termasuk dalam kategori setuju (S). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat setuju dengan keberadaan Agrowisata cipta rasa dari sisi lingkungan dikarenakan dalam pengembangan agrowisata cipta rasa akan mengolah dan pemanfaatan lahan dengan baik sehingga akan mencegah kebakaran lahan, dan dengan kebijakan pemerintah akan menjamin untuk melindungi dari unsur-unsur pengrusakan yang akan terjadi.

### KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa potensi dan persepsi masyarakat yaitu:

1. Potensi yang dimiliki agrowisata cipta rasa terbagi menjadi tiga yaitu: 1). Infrastruktur Agrowisata yang terdiri dari aksesibilitas, listrik, air, dan telekomunikasi; fasilitas agrowisata yang terdiri dari tempat parkir, rambu-rambu penunjuk jalan dan penunjuk arah fasilitas, tempat sampah, kamar mandi/MCK, tempat istirahat, toko/warung dan aula pertemuan/pendopo; sedangkan daya tarik agrowisata terbagi tiga yaitu petik buah, eduwisata dan keanekaragaman jenis tanaman.
2. Dari hasil perhitungan mengenai persepsi masyarakat terhadap agrowisata cipta rasa terbagi menjadi tiga variabel yaitu: 1). Sisi Ekonomi didapatkan hasil yaitu 80,01%. Hasil ini menunjukkan masyarakat Setuju dengan pengembangan Agrowisata Cipta Rasa; 2). Sisi Sosial didapatkan hasil yaitu

86,66%, Hal menunjukkan bahwa masyarakat Setuju dengan pengembangan Agrowisata Cipta Rasa; 3). Variabel Lingkungan didapatkan hasil yaitu 83,66%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Setuju dengan pengembangan Agrowisata Cipta Rasa.

### SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disarankan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pemilik agrowisata cipta rasa agar dapat dapat melibatkan masyarakat sekitar dalam pengembangan agrowisata sehingga masyarakat terkena dampak secara langsung. Karena sejauh ini masyarakat belum dilibatkan dalam aktivitas wisata. Mempertahankan fasilitas yang telah memadai seperti gapura dan meningkat faslititas untuk menunjang terlaksananya kepariwisataan dengan menambah fasilitas yang kurang seperti tempat bermain anak.
2. Bagi pemerintah dan instansi terkait harapannya agar dapat membantu dalam mengembangkan agrowisata cipta rasa dari segi pemenuhan sarana dan prasarana seperti tempat sampah sementara, jalan, tempat parkir, dan penerangan jalan, dan membantu meningkatkan sarana yang dibutuhkan agrowisata cipta rasa seperti sarana bermain. Karena jika dilihat dari potensi agrowisata ini memiliki daya tarik tersendiri yang membedakanya dari wisata lainnya yang ada di kota palangka raya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2018). *Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional Oktober 2018*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- \_\_\_\_\_. (2019). *Pengembangan Pariwisata di Provinsi Kalimantan Tengah*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Tengah. (2018). *Kalimantan Tengah Dalam Angka 2017*. Palangka Raya: Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Tengah.
- Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya. (2019). *Kecamatan Sabangau Dalam Angka 2018*. Palangka Raya: Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya.
- Bank Indonesia. (2018). *Kajian Ekonomi dan Keuangan Regional Kalimantan Utara*. Tarakan: Bank Indonesia.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Kalimantan Tengah. (2017). *Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara dan Mancanegara di Kota Palangka Raya*. Palangka Raya: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Kalimantan Tengah.
- Marefa. (2018). *Prospek Pengembangan Wisata Islami di Banda Aceh*. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam
- Metri, E., Oktorini, Y. dan Mardhiansyah, M. (2018). *Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Ekowisata Air Terjun Guruh Gemurai Desa Kasang Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi*. *Jurnal UR*. 5.
- Pearce, D. (1989) . *Tourist Development*. Logman Scientific and Technical. United Kingdom. Harlow.
- Pendit, S.N. (2003). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Peraturan Daerah Kota Palangka Raya Nomor 11 Tahun 2017 Tentang Rencana Induk Pembangunan

- Kepariwisata Kota Palangka Raya Tahun 2017-2028.
- Putri, N.B.S.W., Rudyanti, S. dan Purwanti, F. (2019). Potensi dan Peluang Usaha Masyarakat dalam Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Indrayanti, Gunung Kidul, Yogyakarta. *Jurnal Of Maquares*. 8 (3): 234-241. Diakses dari <https://ejurnal3.undip.ac.id/index.php/maquares/article/view/24261>
- Raesha. (2018). Kebijakan Pengembangan Pariwisata di Kalimantan Tengah (Studi Terhadap Pelaksanaan Program Pembangunan Destinasi dan Pembangunan Pemasaran Pariwisata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Kalimantan Tengah). *Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Pemerintahan*. (1): 1-16. Diakses dari <https://jispar.files.wordpress.com/2018/02/kebijakan-pengembangan-pariwisata.pdf>.
- Riduwan, dan Sunarto. (2013). *Pengantar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan, (2015). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rokhim, M.A. (2019). Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Waduk Dayakan sebagai Obyek Wisata Kepurbakalaan di Desa Wotanggare Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Mahasiswa Unesa*. 1 (1): 1-7. Diakses dari <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/swara-bhumi/article/download/26960/24674>.
- Simamora, Bilson. (2005). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, S. (2010). *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sudjana, N. (2004). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sudjana, N. (2005). *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata, S. (2000). *Pengembangan Alat Ukur Psikologis*. Andi. Yogyakarta.
- Umstot, Denis D. (1988). *Understanding Organizational Behavior*. West Publishing Company. New York.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.
- Teguh, F. dan Avenzora, R. (2013). *Ekowisata dan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia Potensi, Pembelajaran, dan Kesuksesan*. Jakarta: Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Thoha, M. (1998). *Prilaku Organisasi. Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tirtawinata, M. R. dan Fachruddin, L. (1999). *Daya Tarik dan Pengelolaan Agrowisata*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Walgito, Bimo. (2003). *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Andi
- Wibowo. (2007). *Pendidikan Karakter*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Widya, W. L., Syaukat, Y., Juanda B. (2014). Analisis Nilai Ekonomi Wisata Kebun Kina Bukit Unggul Kabupaten Bandung. *Jarre*. 1(2): 44-45. Diakses dari <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jarree/article/view/11801>
- Merrill) Menjadi Tempe (Studi Di UMKM Milik Bapak Junaidi Kelurahan Plaju Ulu

- Kecamatan Plaju). SKRIPSI. Universitas Tridinanti Palembang
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Kalimantan Tengah. 2020. Data Industri Pangan Per Kabupaten/Kota di Provinsi Kalimantan Tengah Tahun 2019. Provinsi Kalimantan Tengah
- Nazir, Moh. Ph. D. 2009. Metode Penelitian. Ghalia Indonesia: Jakarta.
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta: Bandung.
- Zauvi. 2019. Analisis Rantai Pasok Agroindustri Tempe Di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung. Skripsi. Univesitas Lampung.