

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Penelitian berdasarkan segmentasi pengunjung sebagian besar berjenis kelamin perempuan, rata-rata usia 28 antara 49 tahun, berstatus menikah, rata-rata tingkat pendidikan adalah Strata-1 (S1) dengan pendapatan kisaran Rp. 2.000.001 – Rp. 3.000.000, pekerjaan yang mendominasi adalah pegawai swasta, dan jumlah tanggungan yang dimiliki responden sebanyak 2 orang. Secara umum, pengunjung sebagian besar sudah berkunjung sebanyak 2-3 kali, jarak tempat tinggal ke obyek wisata rata-rata 1-2 km, biaya perjalanan Rp. 10.000 – Rp. 20.000, dan lamanya di lokasi selama 2 jam.
2. Persepsi pengunjung Agrowisata Farm Market Ora Nandur Ngundhuh berdasarkan aspek kognitif termasuk kedalam kategori sangat setuju, serta aspek afektif dan aspek konatif termasuk kedalam kategori setuju.
3. Nilai rata-rata maksimum WTP pengunjung sebesar Rp. 7.617,647.
4. Faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar adalah jenis kelamin, tingkat usia, status pernikahan dan jumlah tanggungan.

B. Saran

1. Segmentasi pasar untuk pengunjung Agrowisata Farm Market Ora Nandur Ngundhuh lebih diutamakan diarahkan kepada pengunjung usia dewasa dengan pendapatan di atas UMR Banyumas dan sudah berkeluarga.
2. Pengelola harus lebih meningkatkan fasilitas umum dan kualitas dari pengelolaan Agrowisata Farm Market Ora Nandur Ngundhuh, seperti mengarahkan pengunjung terkait tanaman yang bisa dipetik, spot-spot untuk foto, dan wahana bermain anak agar pengunjung merasa puas dalam berwisata ke Agrowisata Farm Market Ora Nandur Ngundhuh. Selain itu, pengelola diharapkan dapat meningkatkan promosi dari Agrowisata Farm Market Ora

Nandur Ngundhuh agar menarik pengunjung dan jumlah kunjungan dapat meningkat, terutama meningkatkan promosi melalui berbagai sosial media.

3. Besarnya nilai rata-rata kesediaan membayar bisa dijadikan acuan bagi pengelola dalam penetapan kenaikan biaya tiket masuk agrowisata yang selanjutnya dapat dialokasikan sebagai biaya operasional dalam upaya pengembangan sarana dan prasarana Agrowisata Farm Market Ora Nandur Ngundhuh.
4. Faktor jenis kelamin, tingkat usia, status pernikahan, dan jumlah tanggungan yang berpengaruh secara signifikan terhadap nilai WTP juga dapat dijadikan dasar untuk melakukan segmentasi pasar kedepannya.

