

Persepsi Pengunjung terhadap Objek Wisata BantoRoyo Kecamatan Tilatang Kamang Kabupaten Agam

Ayubby Ibnu Nafis¹, Rery Novio²

^{1,2} Pendidikan Geografi, Universitas Negeri Padang

e-mail: ayubbyibnunafis6@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pengunjung terhadap objek wisata Banto Royo Kecamatan Tilatang Kamang Kabupaten Agam. Penelitian ini merupakan penelitian menggunakan metode kuantitatif yang dilakukan dengan responden sebanyak 100 orang pengunjung. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 71% respon pengunjung berada pada kategori baik, 18% berada pada kategori sangat baik, dan 11% berada pada kategori cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari respon pengunjung yang secara keseluruhan yang dilihat dari empat aspek yaitu aspek atraksi/ daya tarik, aspek aksesibilitas, amenities, dan ansieleri.

Kata kunci: *Persepsi, Pengunjung, Objek Wisata*

Abstract

This study aims to determine the perception of visitors to the tourist attraction Banto Royo Tilatang Kamang District, Agam Regency. This research is a study using quantitative methods conducted with respondents as many as 100 visitors. Data collection techniques in this study using observation, questionnaires, and documentation. The results of this study indicate that 71% of visitor responses are in the good category, 18% are in the very good category, and 11% are in the good enough category. This can be seen from the overall visitor response which is seen from four aspects, namely aspects of attractions / attractions, aspects of accessibility, amenity, and hospitality.

Keywords: *Perception, Visitors, Tourism Objects*

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara kepulauan yang memiliki kekayaan alam yang melimpah. Kekayaan alam itu harusnya dioptimalkan sebagai potensi peningkatan kesejahteraan masyarakat dan perekonomian negara. Selain itu, Indonesia juga kaya dengan budaya daerah, adat istiadat, peninggalan sejarah terdahulu serta keindahan alamnya yang bisa dikembangkan dengan baik. Dengan potensi Pariwisata yang ada bisa dikembangkan untuk mengoptimalkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan nasional (Yoeti, 2008). Di Indonesia banyak objek wisata yang telah terkenal tidak hanya di dalam negeri sendiri melainkan hingga keluar negeri. Oleh karena itu pengembangan pariwisata di Indonesia perlu dilakukan, maka dibentuklah Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Daerah.

Pariwisata merupakan suatu kegiatan yang dilakukan seseorang untuk mengunjungi daerah lain bukan untuk bekerja akan tetapi untuk mendapatkan suatu kepuasan dan rekreasi. Selain memenuhi kepuasan dan keinginan dari para pengunjung/wisatawan, pariwisata juga berdampak pada pertumbuhan dan perkembangan daerah yang menjadi tujuan wisata. Memasuki abad sekarang, perhatian terhadap pembangunan dan pengembangan industri pariwisata akan terus berlanjut melalui pengembangan sumber daya dan potensi pariwisata yang ada. Pembangunan pariwisata menurut Swastha dan Handoko dalam (Apriyani, et al 2018) diharapkan dapat menjadi kegiatan ekonomi yang dapat diandalkan untuk meningkatkan pendapatan asli daerah, memperluas kesempatan kerja bagi masyarakat yang tinggal terutama di dekat daerah

tujuan wisata, memajukan pembangunan daerah serta memperkenalkan alam, nilai dan budaya daerah.

Persepsi individu terhadap suatu objek sangat penting untuk diketahui, begitupun dengan persepsi dari wisatawan terhadap objek wisata dapat menjadi sarana dalam pengembangan objek wisata. Persepsi timbul dari pengalaman yang dialami individu terhadap suatu objek. Menurut Thoha (2015) persepsi merupakan suatu proses kognitif yang dialami oleh setiap individu dalam menerima segala informasi tentang lingkungannya, informasi tersebut diterima lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman. Dalam hal ini individu yang dimaksud berperan sebagai wisatawan suatu objek wisata.

Persepsi wisatawan merupakan pandangan/kesan yang diwujudkan dalam bentuk interpretasi dan sikap terhadap objek daya tarik wisata yang diberikan wisatawan selama berada di objek wisata tersebut. Objek yang dapat dipersepsi oleh individu sangat banyak yaitu segala sesuatu yang ada di sekitar manusia (Walgito, 2004). Wisatawan dapat mengemukakan pendapat/kesan yang didapat dari pengalaman mengunjungi atau selama berada pada suatu objek daya tarik wisata. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap objek wisata Banto Royo Kecamatan Tilatang Kamang.

METODE

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kuantitatif. Lokasi penelitian berada di Banto Royo Jl. Kaluang Tapi, Koto Tengah, Kec. Tilatang Kamang, Kabupaten Agam, Sumatera Barat 26152. Durasi penelitian kurang lebih satu bulan. Random sampling adalah metode yang digunakan untuk sampel.



Gambar 1 Peta Lokasi Penelitian Objek Wisata Banto Royo

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan data penelitian diolah dan dikaji sesuai dengan tujuan penelitian yang telah diajukan, yaitu untuk mengetahui: Bagaimana respon wisatawan terhadap objek wisata Banto royo? Selain itu, data tentang reaksi wisatawan terhadap respon wisatawan akan dibahas secara lebih rinci:

Interval Persentase	Kriteria	Frekuensi	Persentase
82% - 100%	<u>Sangat Baik</u>	18	18
63% - 81%	<u>Baik</u>	71	71
44% - 62%	<u>Cukup Baik</u>	11	11
26% - 43 %	<u>Kurang Baik</u>	0	0
Jumlah		100	100
Maksimum		71	
Minimum		0	
Rata-Rata		25	

Berdasarkan tabel diatas diketahui jumlah sampel penelitian sebanyak 100 responden. dan dapat diperoleh berdasarkan hasil perhitungan persentase sebanyak 18% untuk kategori sangat baik, sebanyak 71% untuk kategori baik, dan sebanyak 11% untuk kategori cukup baik, dan 0% untuk kategori kurang baik.

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini didapatkan 71% berada pada kategori baik, 18% pada kategori sangat baik, 11% pada kategori cukup baik. Berdasarkan data yang diperoleh maka didapati bahwa persepsi wisatawan terhadap ke 4 aspek obyek wisata Banto royo secara keseluruhan berada pada kategori baik. Hal ini dilihat dari masing-masing pernyataan pada setiap aspek. Berdasarkan aspek atraksi/ daya tarik yang ditunjukkan pada pernyataan, pengunjung sangat menikmati pemandangan di objek wisata Bantorooyo, pengunjung juga menikmati udara yang segar dan pengunjung juga senang terhadap spot-spot foto yang tersedia sehingga pengunjung tertarik untuk datang lagi ke objek wisata Banto royo. Berdasarkan aspek aksesibilitas yang ditunjukkan pada pernyataan pengunjung merasa nyaman dengan akses jalan, tidak berlubang, dekat dengan perkotaan, dan bisa dilalui oleh kendaraan roda dua dan empat. Berdasarkan aspek amenities yang ditunjukkan pada pernyataan, pengunjung mudah menemukan toilet, tempat sampah dan tempat makan yang harganya terjangkau di objek wisata Banto royo, pengunjung juga menemukan banyak wahana permainan yang menarik dan terjaga kebersihannya. Berdasarkan aspek ansileri yang ditunjukkan pada pernyataan, pengunjung menemukan pendamping wisata, pengunjung juga menemukan penyewaan sepeda air yang terjangkau.

Menurut Slameto (2019) menyatakan bahwa persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi ke dalam otak manusia. Menurut Guidanceforal (2019) menyatakan bahwa persepsi adalah suatu proses tentang petunjuk-petunjuk inderawi (sensory) dari pengalaman masa lampau yang relevan diorganisasikan untuk memberikan kepada kita gambaran yang berstruktur dan bermakna pada suatu situasi tertentu. Persepsi sebagai proses dimana sensasi yang diterima oleh seseorang dipilih kemudian diatur dan akhirnya diinterpretasikan. Prasetijo dalam (Marco E. N. Sumarandak, 2021). Secara psikologi persepsi berkaitan dengan bagaimana cara seseorang berhubungan dengan lingkungannya sehingga manusia dan lingkungansaling berhubungan dan saling mempengaruhi. Egam dalam (Marco E. N. Sumarandak, 2021)

Menurut (Sugiama, 2014) sebelum sebuah destinasi wisata diperkenalkan dan dijual, terlebih dahulu harus mengkaji empat aspek utama yang harus dimiliki yaitu: Attraction (Atraksi), Accessibilities (Aksesibilitas), Amenitas (Amenitas atau Fasilitas), dan Ancillary Service (Jasa Pendukung 14 Pariwisata). Penjabaran mengenai keempat komponen tersebut adalah sebagai berikut : Atraksi wisata adalah sesuatu yang menjadi daya tarik dan dapat membuat wisatawan terkesan yang berupa rasa puas, rasa nyaman, dan rasanikmat pada wisatawan yang melihatnya atau melaksanakannya. Dalam hal ini dapat berupa daya tarik alam, budaya, dan daya tarik buatan manusia. Sarana yang memberikan kemudahan mencapai daerah tujuan wisata. Tempat tersebut mudah dijangkau, sarana yang diperlukan wisatawan mudah ditemukan, misalnya transportasi ke tempat tujuan, jalan yang akan dilewati aman atau nyaman. Hal itu harus dipertimbangkan dengan mendalam karena itu sangat

membantu kemudahan wisata. Tersedianya fasilitas-fasilitas seperti penginapan, restoran, tempat hiburan, transportasi lokal, alat-alat transportasi, fasilitas perbankan, fasilitas kesehatan, fasilitas umum dan lain-lain. Ansileri adalah jasa pendukung yang ada di objek wisata. Jasa pendukung ini dapat berupa guide lokal, pijat, penyewaan alat dan lain sebagainya. menurut Yoeti dalam (Handayani & Hanila, 2021) berpendapat bahwa berhasilnya suatu tempat wisata hingga tercapainya kawasan wisata sangat tergantung pada 3A yaitu atraksi (*attraction*), mudah dicapai (*accessibility*), dan fasilitas(amenitas).

Dapat disimpulkan bahwa persepsi pengunjung objek wisata Banto royo dalam kategori baik dapat dilihat dari pernyataan pengunjung yaitu objek wisata Banto royo memiliki pemandangan yang indah, udara yang sejuk dan memiliki banyak spot foto yang bagus sehingga membuat pengunjung ingin balik lagi ke objek wisata tersebut hal ini sesuai dengan aspek daya tarik objek wisata. Kemudian dilihat dari aspek yang lainnya pernyataan pengunjung berpendapat bahwa akses menuju objek wisata Banto royo nyaman, tidak berlubang, dekat dengan perkotaan, pengunjung juga mendapatkan kemudahan untuk menemukan lokasi penginapan, menemukan

tempat makan dan minum yang terjangkau, menemukan tempat sampah, serta wahan yang banyak dan terjaga kebersihannya, serta pengunjung juga menemukan pendamping wisata di objekwisata Banto royo. Maka hasil akhirnya menunjukkan bahwa teori menurut (Sugiama, 2014) benar adanya bahwa ke 4 aspek tersebut berhasil dilaksanakan pada objek wisataBanto royo.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Persepsi Pengunjung Terhadap Objek Wisata Bantoroyo Kecamatan Tilatang Kamang Kabupaten Agam yang dilihat dari 4 aspek yaitu, 1) Atraksi/ Daya tarik, 2) Aksesibilitas, 3) Amenitas, 4) Ansileri dengan persentase 71% baik, 18% sangat baik, dan 11% cukup baik. Maka hasilakhir menunjukkan secara keseluruhan objek wisata bantoroyo berada pada kategori baik dengan persentase 71%.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprina, Y J, 'Persepsi Pengunjung Terhadap Destinasi Wisata Kecamatan Xiii Koto Kampar Kabupaten Kampar', 2022 [Http://Repository.Uin-Suska.Ac.Id/60342/](http://Repository.Uin-Suska.Ac.Id/60342/).
- Gramer Alandra.2018. —Persepsi Pengunjung Terhadap Sarana Dan Prasarana Rekreasi Di Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatanll. Disertai. Padang: Program Sarjana Universitas Negeri Padang
- Harini, Komang Mita, 'Persepsi Wisatawan Terhadap Destinasi Wisata Air Terjun Kroya', *SISTA: Jurnal Akademisi Dan Praktisi Pariwisata*, 1.2 (2021), 183–90.
- Marco E. N. Sumarandak, A. E. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Kawasan Monumen di Manado. 255-268.
- Slameto. (2018). Belajar dan Faktor-faktor yang mempengaruhi. Jakarta: Rineka Cipta. Sugiama, A Gima. 2014. Pengembangan Bisnis dan Pemasaran Aset Pariwisata Edisi 1. Guardaya Intimarta: Bandung.
- Thoha, Miftah. 2015. Perilaku Organisasi, Konsep Dasar dan Aplikasinya. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Walgito, Bimo. 2010. Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: Andi.
- Yoeti, Oka, A. (2008) Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta, Pradaya Pratama