



Persepsi Pengunjung Terhadap Taman Wisata Alam Madapangga, Kabupaten Bima (Visitors' Perception of Madapangga Nature Tourism Park, Bima Regency)

Uswatun Ijah^{1*}, Hairil Anwar², Kornelia Webliana^{2*}

¹ Jurusan Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Mataram, Jl. Majapahit No.62, Gomong, Kec. Selaparang, Kota Mataram, Nusa Tenggara Bar. 83115 Provinsi Nusa Tenggara Barat

² Dosen Jurusan Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Mataram

* Corresponding Author: uswatunijah@gmail.com, yeniwebliana@gmail.com

Article History

Received : December 03, 2024

Revised : December 29, 2024

Approved : December 30, 2024

Keywords:

Visitor Perception, Nature Park, Madapangga.

© 2024 Authors

Published by the Department of Forestry, Faculty of Agriculture, Palangka Raya University. This article is openly accessible under the license:



<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Sejarah Artikel

Diterima : 03 Desember, 2024

Direvisi : 29 Desember, 2024

Disetujui : 30 Desember, 2024

Kata Kunci:

Persepsi pengunjung, Taman Wisata Alam, Madapangga

© 2024 Penulis

Diterbitkan oleh Jurusan Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Palangka Raya.

Artikel ini dapat diakses secara terbuka di bawah lisensi:



<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

ABSTRACT

Madapangga Nature Tourism Park (Taman Wisata Alam/TWA) is a conservation area with significant natural tourism potential, including diverse flora, fauna, springs, rivers, and scenic landscapes developed under ecotourism. However, its high tourism potential is not reflected in the number of visitors, indicating that the park's beauty and uniqueness have yet to attract substantial tourist interest. This study aimed to (1) assess visitors' perceptions in terms of four dimensions: Attraction, Accessibility, Amenities, and Ancillary Services, and (2) identify factors influencing visitors' perceptions regarding the management and appeal of the park. A qualitative descriptive approach was applied. Purposive sampling was used to select the site and respondents, and accidental sampling was used to collect data from 100 participants. Data analysis was conducted using a Likert scale. The findings revealed that 100% of respondents rated the attraction dimension as excellent. Regarding Accessibility, 80% considered access to the park good, while 20% rated it as less satisfactory. In the Amenities dimension, 99% of respondents rated the facilities as poor, and 1% as very poor. For Ancillary Services, 58% rated them as good, while 42% found them less satisfactory. Factors influencing visitor perceptions were classified into internal factors (age and education) and external factors (information and experience). Regression analysis showed that experience significantly influenced visitors' perceptions, while age, education, and information had no significant impact. This study highlights the importance of improving amenities and services to enhance visitor satisfaction and increase the attractiveness of TWA Madapangga as a tourist destination.

ABSTRAK

Taman Wisata Alam (TWA) Madapangga merupakan salah satu kawasan konservasi yang memiliki potensi wisata alam yang menarik untuk dikunjungi. TWA ini memiliki potensi flora, fauna, mata air, sungai, dan panorama alam yang dikembangkan dengan konsep ekowisata. Persolan yang terjadi pada saat ini yaitu, tingginya potensi wisata tidak sebanding dengan jumlah kunjungan wisatawan, dalam arti keindahan dan keunikan di TWA ini belum mampu mendatangkan banyak wisatawan. Penelitian ini dilakukan dengan dua tujuan yaitu; (1) mengukur tingkat persepsi pengunjung ditinjau dari aspek *Attraction*, *Accessibility*, *Amenity*, dan *Ancillary Services*; (2) mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pengunjung terhadap pengelolaan objek dan daya tarik wisata di TWA. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, penentuan lokasi dan responden menggunakan teknik *Purposive sampling*. Responden pada penelitian ini berjumlah 100 orang dengan teknik pengambilan data menggunakan *accidental sampling* dan analisis data yang digunakan yaitu skala likert. Hasil penelitian menunjukkan pada aspek *attraction* dikategorikan baik dengan persentase 100%, untuk aspek *accessibility* wisatawan berpendapat kondisi akses menuju TWA baik dgn jumlah 80%, dan masih terdapat penilaian kurang baik sejumlah 20%. Pada aspek amenities, mayoritas wisatawan menilai amenities di TWA masih tergolong kurang baik dgn jumlah 99%, dan kategori tidak baik sejumlah 1%. Pada aspek *ancillary service* wisatawan menyatakan berada pada kategori baik sejumlah 58% dan kategori kurang baik sejumlah 42%. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

pengunjung ada 2 yaitu faktor internal yang terdiri dari umur dan pendidikan, sedangkan faktor eksternal terdiri dari informasi dan pengalaman, analisis regresi menunjukkan faktor pengalaman memiliki pengaruh terhadap persepsi pengunjung sedangkan faktor umur, pendidikan dan informasi tidak memiliki pengaruh terhadap persepsi.

1. Pendahuluan

Wisata merupakan perjalanan individu atau kelompok untuk tujuan berekreasi dan menikmati atraksi. Wisata memiliki beberapa jenis salah satunya adalah wisata alam. Kawasan hutan di Indonesia secara umum memiliki atraksi wisata alam yang cukup menarik untuk dikunjungi, daya tarik wisata atau atraksi wisata merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan. Jika daya tarik tersebut meningkat, maka minat berkunjung wisatawan meningkat. (Marpaung, 2019 ; Novitaningtyas *et al.*, 2022).

Berdasarkan Undang-Undang No. 5 Tahun 1990 tentang Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya, salah satu kawasan konservasi yang dapat dikembangkan untuk wisata alam adalah Taman Wisata Alam (TWA). TWA didefinisikan sebagai kawasan pelestarian alam yang utamanya dimanfaatkan untuk kegiatan pariwisata dan rekreasi alam. Menurut PP No. 36 tahun 2010 tentang pengelolaan wisata alam di zona pemanfaatan Taman Nasional, Taman Hutan Raya, dan Taman Wisata Alam, wisata alam merupakan aktivitas rekreasi yang memanfaatkan potensi sumberdaya alam, baik dalam kondisi alami maupun yang telah dikembangkan sebagai daya tarik wisata.

TWA Madapangga merupakan salah satu kawasan konservasi di Kabupaten Bima yang memiliki atraksi wisata seperti panorama alam dengan *landscape* yang indah, mata air, sungai, dan terdapat ekosistem buatan kolam renang yang sangat gemari oleh wisatawan. Selain itu di lokasi ini terdapat objek wisata pendukung seperti pendakian, panjat tebing pengamatan kupu-kupu dan kegiatan pendidikan konservasi lainnya. Persoalan yang terjadi pada saat ini yaitu, tingginya potensi wisata tidak sebanding dengan jumlah kunjungan wisatawan, dalam arti keindahan dan keunikan di TWA ini belum mampu mendatangkan jumlah wisatawan

dalam jumlah yang banyak. Hal ini dapat dibuktikan dengan data pengunjung 5 tahun terakhir yang menunjukkan tahun 2019 jumlah pengunjung 1859, tahun 2020 jumlah pengunjung 766, tahun 2021 jumlah pengunjung 1455, tahun 2022 jumlah pengunjung 1320 dan tahun 2023 jumlah pengunjung 1493. Data ini menggambarkan jumlah kunjungan selama 5 tahun terakhir ini tidak meningkat secara signifikan. Hal ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya kurangnya pengelolaan pada aspek *attraction, accessibility, amenity, dan ancillary services*. Keempat aspek ini memberikan pengaruh besar terhadap tingkat kepuasan wisatawan. Ketika wisatawan merasa puas dengan pengalaman berkunjung mereka, maka wisatawan akan kembali mengunjungi tempat tersebut bahkan mempromosikannya kepada pihak lain. Objek wisata yang bagus seharusnya mampu menyediakan fasilitas yang memenuhi kebutuhan wisatawan, sehingga mempermudah mereka dalam menikmati kunjungan ke tempat wisata tersebut (Aulia *et al.*, 2023).

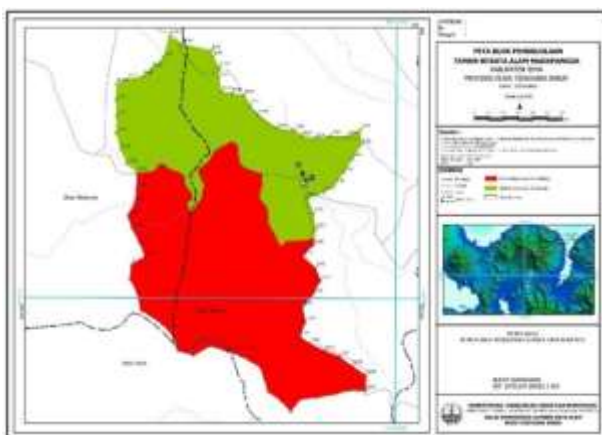
Untuk dapat mengidentifikasi akar permasalahan di atas, perlu dilakukan kajian persepsi pengunjung terhadap pengelolaan taman wisata alam ditinjau dari aspek 4A (*attraction, accessibility, amenity, dan ancillary services*) dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pengunjung terhadap pengelolaan objek dan daya tarik wisata di TWA Madapangga. Persepsi pengunjung adalah pandangan terhadap pengalaman berkunjung mereka yang terbentuk dari interpretasi dan sikap pengunjung terhadap daya tarik wisata, fasilitas pendukung, sarana umum, informasi wisata, serta layanan yang diterima selama mengunjungi destinasi tersebut (Keliwar & Nurcahyo, 2015; Apriani *et al.*, 2020). Kajian ini penting dilakukan karena dalam konteks pariwisata dan pemasaran wisata, persepsi pengunjung dapat

mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Penilaian terhadap penerapan konsep 4A (*attraction, accessibility, amenities, dan ancillary services*) di suatu tempat dapat mempengaruhi daya tarik, keputusan untuk berkunjung, dan pengalaman keseluruhan mereka di wisata tersebut. Wisata yang mampu mengelola dan meningkatkan persepsi positif terhadap 4A ini akan lebih berhasil dalam menarik dan mempertahankan wisatawan

2. Metode Penelitian

2.1. Waktu dan tempat

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus 2024 di Taman Wisata Alam (TWA) Madapangga, Desa Ndano, Kecamatan Madapangga, Kabupaten Bima. Wilayah Madapangga memiliki luasan sebesar 189,10 Km² yang terdiri dari 7 Desa yaitu Desa Mpuri, Woro, Campa, Dena, Rade, Monggo dan Ndano. Letak geografis TWA Madapangga yaitu 8 15' - 8 45' LS dan 118 30' – 118 45' BT, dan berada pada wilayah kerja BKSDA Seksi Konservasi Wilayah III Bima. TWA



Gambar 1. Peta Lokasi Penelitian

2.2. Obyek, Alat dan Bahan Penelitian

Objek analisis pada penelitian ini yaitu pengelola dan wisatawan yang berkunjung di TWA Madapangga

2.3. Prosedur Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan menggambarkan

variabel-variabel secara apa adanya, dengan dukungan data berupa angka yang mencerminkan kondisi nyata di lapangan. Penentuan lokasi dan responden menggunakan teknik *purposive sampling*.

Pemilihan pengelola mempertimbangkan tingkat pengetahuan dan penguasaan pengelola terhadap lokasi penelitian. Pengelola yang dipilih sebagai responden yaitu kepala TWA dan petugas lapangan yang mengetahui area objek daya tarik wisata di TWA Madapangga. Penentuan jumlah responden wisatawan dihitung menggunakan rumus slovin, dengan jumlah populasi yang diambil berdasarkan data kunjungan 5 tahun terakhir. Hasil perhitungan menunjukkan jumlah sampel responden yaitu 100 orang.

2.4. Analisa Data

a. Skala Likert

Analisis data yang digunakan yaitu skala likert untuk menganalisis data-data hasil wawancara. Menurut (Sugiyono, 2013) skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur pendapat, sifat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam memperoleh peringkat persepsi pengunjung, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan, dimana skor 3 dengan nilai maksimum dan 1 untuk nilai minimum. Hasil perhitungan menentukan skor kriteria dapat dilakukan dengan cara:

- Skor kriteria tertinggi = Skor tertinggi x jumlah pernyataan
- Skor kriteria terendah = Skor terendah x jumlah pernyataan

Sedangkan untuk interval skor jawaban dari setiap responden dihitung dengan rumus:

$$\text{Interval} = \frac{(\text{nilai maksimal} - \text{nilai minimal})}{\text{Jumlah kategori}}$$

Tabel 1. Kriteria Skor (tertinggi dan terendah) dan Interval untuk tiap aspek

Aspek	Skor max	Skor min	Interval
Attraction	27	9	6
Accessibility	27	9	6
Amenity	36	12	8
Ancillary	24	8	6

Interval skoring untuk tiap kategori *attraction*, *accessibility*, *amenity* menggunakan *skala likert* dan *ancilliary* menggunakan *skala likert* dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Interval skoring menggunakan *skala likert* aspek *Attraction* dan *accessibility*

Skor	Persentase Skor Total	Skala	Keterangan
<i>Attraction dan accessibility</i>			
22 – 27	>81,5	3	Baik
15 – 21	55,6-77,7	2	Kurang Baik
9 – 15	33,3-55,5	1	Tidak Baik
<i>Amenity</i>			
30 - 38	>83,3	3	Baik
21 – 29	58,3-80,5	2	Kurang Baik
12 -20	33,3-55,5	1	Tidak Baik
<i>Ancilliary Service</i>			
22 – 28	>92	3	Baik
15 – 21	62,5-87,5	2	Kurang Baik
8 – 14	33,3-58,3	1	Tidak Baik
Interval skoring menggunakan <i>skala likert</i> Dari Data Rapitukulasi 4 aspek (<i>Attraction</i> , <i>Accessibility</i> , <i>Amenity</i> , <i>Ancilliary Service</i>)			
90 – 114	>79	3	Baik
64 – 89	56-62	2	Kurang Baik
38 – 63	33-44	1	Tidak Baik

Ket: Skor diperoleh dari rekapitulasi hasil wawancara. Persentasi Skor Total diperoleh dari: (Skor hasil wawancara: Skor Maksimum) × 100%

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian terhadap hipotesis dianalisis dengan analisis regresi linear berganda, dengan variabel independen (X) faktor internal (umur, pendidikan) dan faktor eksternal (informasi, pengalaman). Variabel dependen (Y) persepsi pengunjung dari 4 aspek (*attraction*, *accessibility*, *amenity*, *ancilliary service*).

3. Hasil Penelitian

3.1. Karakteristik Responden

a) Usia Responden

Penggolongan usia wisatawan/pengunjung mengacu pada penelitian (Winata, 2012) yang terbagi menjadi tiga golongan yaitu 18-35 tahun disebut dewasa awal, 36-50 tahun disebut dewasa pertengahan dan 50 tahun ke atas disebut dewasa akhir. Usia responden dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Usia Responden

No	Kriteria Usia	Jumlah Responden	Persentase
1	18-35 Tahun	75	75%
2	36-50 Tahun	25	25%
	Jumah	100	100%

Sumber : Data Primer (2024)

Tabel 3 menunjukkan bahwa usia dewasa awal (18-35 tahun) dengan persentase 75% atau 75 orang, usia dewasa pertengahan (36-50 tahun) dengan persentase 25 % atau 25 orang. Semakin tinggi usia wisatawan, maka rata-rata semakin tinggi tingkat motivasi untuk berkegiatan berwisata dan semakin tinggi tingkat penilaian untuk mempersepsikan sebuah objek wisata yang dikunjunginya (Junanto, 2020).

b) Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden didominasi oleh responden perempuan dengan persentase 58% atau 58 orang. Sedangkan berjenis kelamin laki-laki mendapatkan persentase 42% atau 42 orang. Dari perspektif gender, tingkat motivasi untuk melakukan perjalanan wisata lebih tinggi perempuan dibandingkan dengan laki-laki, hal ini dapat disebabkan karena perempuan lebih suka berwisata bersama teman, pasangan atau anak-anaknya untuk bermain dan berlibur menikmati hari liburanya (Hasanah & Satrianto, 2019)

Tabel 4. Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-Laki	42	42%
2	Perempuan	58	58%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer (2024)

c) Tingkat Pendidikan Responden

Hasil menunjukkan tingkat pendidikan tertinggi dalam penelitian ini yaitu tingkat pendidikan SMA/SMK/MA dengan persentase 70%, tingkat pendidikan SMP yaitu 12% atau, tingkat pendidikan SD yaitu 5%, dan tingkat pendidikan S1 yaitu 13%. Menurut (Kharisma, 2023) tingkat pendidikan berhubungan dengan ilmu pengetahuan yang dimiliki seseorang tentang pola pikir, penguasaan teknologi, keterampilan dan lebih banyak informasi yang diperoleh. Dalam penelitian ini tingkat pendidikan responden mempengaruhi bagaimana cara mereka merespon pertanyaan yang diajukan oleh peneliti dan tingkat pendidikan juga memengaruhi pola pikir

responden mengenai pandangan mereka terhadap potensi pengembangan wisata kedepannya.

Tabel 5. Tingkat Pendidikan Responden

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
1	SD	5	5%
2	SMP	12	12%
3	SMA	70	70%
4	S1	13	13%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer (2024)

d) Pekerjaan Responden

Berdasarkan pada tabel 6, IRT merupakan pekerjaan yang mendominasi dengan persentase 33%, kemudian petani 15%, selanjutnya wiraswasta dan mahasiswa masing-masing 12%, dan pekerjaan responden dengan presentasi terendah terdapat pada PNS, bisnis, operator, dan supir, masing-masing mendapatkan persentase 1%, adapun responden yang tidak bekerja mendapatkan persentase 19%.

Tabel 6. Pekerjaan Responden

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1	PNS	1	1%
2	Guru	5	5%
3	Wiraswasta	12	12%
4	Petani	15	15%
5	Bisnis	1	1%
6	Operator	1	1%
7	Sopir	1	1%
8	Mahasiswa	12	12%
9	IRT	33	33%
10	Belum Kerja	19	19%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer (2024)

Data tersebut menunjukkan IRT lebih mendominasi dalam melakukan perjalanan wisata. Hal ini dapat disebabkan karena tingkat stres pada IRT lebih tinggi jika dibandingkan dengan jenis pekerjaan lainnya. Menurut (Rahayu *et al.*, 2021) bahwa 49 persen wanita mengalami tingkat stres yang terus meningkat dalam lima tahun terakhir ini dibanding dengan pria yang hanya berkisar 39 persen. Penyebab dari meningkatnya stres terhadap wanita yaitu disebabkan oleh urusan domestik rumah tangga, dan tuntutan anak disekolah sampai hubungan dengan pasangannya. Sementara itu ibu-ibu yang tinggal di daerah cenderung menghadapi stres yang lebih banyak dipicu oleh

masalah ekonomi. Sumber stres lainnya termasuk ekspektasi peran ganda, kurangnya dukungan sosial, dan beban kerja yang berlebihan. Sebaliknya, stres pada ibu rumah tangga yang tidak bekerja seringkali dikaitkan dengan faktor lain seperti isolasi sosial, kurangnya dukungan emosional, dan ekspektasi peran tradisional yang mengurangi kesempatan pribadi atau perkembangan individu (Junaidi *et al.*, 2024). Untuk itu ibu rumah tangga perlu melakukan perjalanan wisata untuk memberikan kesempatan bersantai dan menikmati waktu tanpa beban pekerjaan rumah tangga

3.2. Persepsi Pengunjung Terhadap Taman Wisata Alam Madapangga Menggunakan 4A (Attraction, Accessibility, Amenity, Anciliary services)

a) Attraction (Atraksi)

Attraction merupakan komponen terpenting dan menjadi faktor utama dalam menarik minat kunjungan wisatawan. Jenis atraksi yang dapat menjadi modal dalam pengembangan sebuah destinasi wisata yaitu, *natural resources* (alam), *culture resources* (budaya) dan atraksi buatan. Pada aspek atraksi menggunakan 3 indikator yaitu keunikan daya tarik wisata, keragaman aktivitas wisata, daya tarik wisata dan hasil buatan manusia untuk ketiga aspek ini dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Hasil Jawaban Responden Aspek *Attraction*

No	Indikator	Skor	Frekuensi	Persentase
1	Keunikan daya tarik Wisata	3	99	99%
		2	1	1%
		1	0	0%
	Jumlah		100	100%
2	Keragaman Aktivitas Wisata	3	98	98%
		2	2	2%
		1	0	0%
	Jumlah		100	100%
3	Daya Tarik Wisata dan Hasil Buatan Masyarakat	3	100	100%
		2	0	0%
		1	0	0%
	Jumlah		100	100%
Rekapitulasi Aspek Atraksi (<i>Analisis Skla Likert</i>)				
	>81,5	3	100	100
	55,6-77,7	2	0	0
	33,3-55,5	1	0	0
	Kesimpulan		Aspek ini dikategorikan Baik	

Sumber : Data Primer (2024)

Ket : Persentasi Skor Total >85 berarti Skor 3 (Kategori Baik); 55,6-77,7 berarti Skor 2 (Kategori Kurang Baik); 33,3-55,5 berarti Skor 1 (Kategori Tidak Baik)

Hasil analisis (Tabel 7) menunjukkan tingginya potensi wisata alam di TWA Madapangga. Potensi wisata dapat menjadi modal dalam pengelolaan wisata, pemerintah dapat meningkatkan promosi, kembangkan atraksi baru, tingkatkan fasilitas pendukung agar menjaga keamanan dan kenyamanan wisata, dan selalu libatkan masyarakat setempat dalam pengelolaan TWA. Keberadaan daya tarik destinasi wisata yang dikategorikan baik dapat membuat pengunjung akan merasa nyaman berkunjung dan bahkan akan kembali lagi ke tempat wisata (Herli *et al.*, (2015).



Gambar 2. Kondisi Atraksi Wisata TWA Madapangga

Persepsi wisatawan terhadap aspek atraksi berada dalam kategori “baik” (skor>81). Persepsi ini berdasarkan penilaian responden ditinjau dari segi pemandangan alam yang masih asri, ketersediaan sumber mata airnya yang tidak pernah kering, dikelilingi oleh berbagai macam fauna seperti monyet ekor panjang, burung dan bahkan pengunjung bisa melakukan pengamatan kupu-kupu yang hinggap di bebatuan sungai. Pengalaman wisata yang menyenangkan dapat meninggalkan kesan yang baik untuk pengunjung, hal ini penting karena sebuah atraksi wisata layak untuk dikunjungi harus memenuhi beberapa syarat yaitu sesuatu yang dilihat, sesuatu yang dilakukan, dan sesuatu yang dibeli (Yoeti, 2016).

b) Accessibility (Aksesibilitas)

Indikator yang digunakan yaitu kemudahan mencapai lokasi, kriteria kualitas infastruktur transportasi, aksesibilitas informasi.

Tabel 8. Hasil Jawaban Responden Aspek Accessibility

No	Indikator	Skor	Frekuensi	Persentase	
1	Kemudahan Mencapai Lokasi	3	85	85%	
		2	15	15%	
	1	0	0%		
2	Kriteria Kualitas Infastruktur Transportasi	Jumlah	100	100%	
		3	80	80%	
		2	17	17%	
	1	3	3%		
3	Aksesibilitas Informasi	Jumlah	100	100%	
		3	0	0%	
		2	75	75%	
	1	25	25%		
Rekapitulasi Aspek Accessibility (Analisis Skla Likert)					
		>81,5	3	80	80%
		55,6-77,7	2	20	20%
		33,3-55,5	1	0	0
Kesimpulan				Aspek ini dikategorikan Baik	

Sumber : Data Primer (2024)

Ket : Persentasi Skor Total >83,3 berarti Skor 3 (Kategori Baik); 58,3-80,5 berarti Skor 2 (Kategori Kurang Baik); 33,3-55,5 berarti Skor 1 (Kategori Tidak Baik).

Accessibility merupakan salah satu aspek terpenting dalam kegiatan pariwisata. Berbagai jenis transportasi ataupun jasa transportasi menjadi faktor penting untuk menciptakan akses yang memadai dalam pariwisata. Jika suatu daerah tidak memiliki aksesibilitas yang baik seperti bandara, pelabuhan dan jalan raya yang memadai, maka wisatawan akan kesulitan untuk mengunjungi daerah tersebut dan dapat mempengaruhi perkembangan aksesibilitas di daerah tersebut (Nurchayyo, 2015; Keliobas *et al.*, 2019).



Gambar 4. Kondisi accessibility TWA Madapangga

Persepsi wisatawan terhadap aspek aksesibilitas berada dalam kategori “baik” dari keadaan jalan yang sangat bagus, tersedianya rambu-rambu petunjuk jalan, ketersediaan

transportasi langsung dan sistem reservasi tiketnya. Tetapi untuk jarak tempuh dari pusat kota yang masih sangat jauh, kualitas dan ketersediaan terminal/ stasiun/ bandara terdekat yang masih kurang memadai baik dari jarak tempuhnya dan kualitasnya, serta ketersediaan peta dan panduan wisatanya yang masih belum tersedia, dan belum tersedianya transportasi *online*.

c) *Amenity (amenitas)*

Amenitas menggunakan 3 indikator yaitu ketersediaan fasilitas direkomendasikan, kualitas layanan wisata, keberagaman fasilitas pendukung.

Tabel 9. Hasil Jawaban Responden Aspek *Amenity*

No	Indikator	Skor	Frekuensi	Persentase
1	Ketersediaan Fasilitas di Rekomendasikan	3	0	0%
		2	0	0%
	Jumlah	100	100%	
2	Kualitas Layanan Wisata	3	97	97%
		2	3	3%
	Jumlah	100	100%	
3	Keberagaman Fasilitas Pndukung	3	19	19%
		2	80	80%
	Jumlah	100	100%	
Rekapitulasi Aspek <i>Amenity</i> (<i>Analisis Skla Likert</i>)				
	>83,3	3	0	0%
	58,3-80,5	2	99	99%
	33,3-55,5	1	1	1%
Kesimpulan		Aspek ini dikategorikan Kurang Baik		

Sumber : Data Primer (2024)
Ket : Persentasi Skor Total >83,3 berarti Skor 3 (Kategori Baik); 58,3-80,5 berarti Skor 2 (Kategori Kurang Baik); 33,3-55,5 berarti Skor 1 (Kategori Tidak Baik).

Menurut (Tjiptono, 2019) fasilitas merupakan layanan yang disediakan oleh objek wisata untuk mendukung kenyamanan dan aktivitas pengunjung. Fasilitas yang memadai dan yang sesuai standar dapat meningkatkan daya tarik suatu tempat wisata, sehingga memberikan kesan positif dari pengunjung dan dapat menarik minat kunjungan wisatawan. Fasilitas toilet, warung makan, layanan kesehatan, keamanan, dan akses internet terhitung masih sangat kurang, sehingga dapat meninggalkan kesan negatif bagi pengunjung.



Gambar 6. Kondisi *amenity* di TWA Madapangga

d) *Anciliary services (Layanan Pendukung)*

Menurut (Suryano, 2013) berpendapat tentang adanya komponen *ancilliary service* yakni keberadaan petugas dan kelembagaan organisasi sangat membantu dalam memfasilitasi berbagai kebutuhan operasional dan teknis, sekaligus mendorong pengembangan serta pemasaran kepariwisataan destinasi bersangkutan. Pada aspek *ancilliary services* menggunakan 3 indikator yaitu keterlibatan masyarakat local, kualitas layanan informasi, kemitraan dan kolaborasi, indikator ini dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Hasil Jawaban Responden Aspek *Anciliary services*

No	Indikator	Skor	Frekuensi	Persentase
1	Ketersediaan Masyarakat Lokal	3	74	74%
		2	26	26%
	Jumlah	100	100%	
2	Kualitas Layanan Informasi	3	86	86%
		2	13	13%
	Jumlah	100	100%	
3	Kemitraan dan Kolaborasi	3	98	98%
		2	2	2%
	Jumlah	100	100%	
Rekapitulasi Aspek <i>Ancilliary Service</i> (<i>Analisis Skla Likert</i>)				
	>92	3	58	58%
	62,5-87,5	2	42	42%
	33,3-58,3	1	0	0%
Kesimpulan		Aspek ini dikategorikan Baik		

Sumber : Data Primer (2024)
Ket : Persentasi Skor Total >83,3 berarti Skor 3 (Kategori Baik); 58,3-80,5 berarti Skor 2 (Kategori Kurang Baik); 33,3-55,5 berarti Skor 1 (Kategori Tidak Baik).

Layanan ini mencakup proses pemasaran, pembangunan fisik seperti jalan raya, rel, listrik dan sebagainya, serta pengelolaan berbagai

bentuk kegiatan dengan Seluruh ketentuan hukum yang berlaku, baik di jalan raya maupun di lokasi objek wisata (Ismayani, 2010; Mussadad *et al.*, 2019). *Ancillary* juga merupakan salah satu aspek penting dalam sebuah pariwisata, seperti lembaga pengelolaan, turis informasi, agen travel dan pemangku kepentingan, yang memiliki peran penting dalam kepariwisataan.

Persepsi wisatawan terhadap aspek ansiliani berada dalam kategori “baik” dari bentuk kerjasama yang baik antara pihak masyarakat dan pengelolaan TWA, seperti penjagaan atraksi wisata dari loket, parkir, warung makan, dan bahkan kegiatan gotong royong lainnya. Peran kolaborasi pemerintah dan masyarakat ini sangat penting dalam pembangunan tempat wisata dan perlu dikembangkan dengan kesadaran, pemahaman, dan penghayatan dari pihak yang ikut serta (Anwar *et al.*, 2021).

3.3. Hasil Rapitukulasi Data 4 Aspek (Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Service)

Tabel 11 menunjukkan bahwa objek dan daya tarik yang di TWA Madapangga masuk kedalam kategori baik dengan hasil analisis 4 aspek.

Tabel 11. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden dari 4 aspek (Attraction, Accessibility, Amenity, Ansiliary Service)

Aspek	Skor	Frekuensi	Persentase
Attraction,	3	96	96%
Accessibility, Amenity,	2	4	4%
Ansiliary Service	1	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer (2024)

Menurut (Fadhiil & Muchatar, 2024) suatu daya tarik wisata harus mencakup empat unsur utama yaitu daya tarik, aksesibilitas, amenitas, dan layanan tambahan. Untuk atraksi wisata meliputi keindahan alam, budaya lokal yang menarik, dan seni pertunjukan, untuk aksesibilitas yang meliputi kondisi jalan, transportasi lokal, dan keberadaan fasilitas umum seperti terminal, untuk amenitas atau fasilitas yang terdiri atas ketersediaan

akomodasi, restoran, dan agen perjalanan, dan yang terakhir untuk layanan tambahan yang mendukung pariwisata, termasuk organisasi mengunjungi sesuatu Suatu daya tarik wisata dapat dikatakan baik apabila pengelolaannya mengintegrasikan keempat aspek tersebut.

3.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Pengunjung Di Taman Wisata Alam Madapangga

a) Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan dalam penelitian ini sebagai pengukuran seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil koefisien determinasi menunjukkan dilai *Adjusted R Square* sebesar 0,026 atau 2,6%. Hal ini dapat dijelaskan bahwa kemampuan dan variabel umur, pendidikan, informasi dan pengalaman dalam menjelaskan variasi nilai variabel sebesar 2,6% dan sisanya 97,4% merupakan penjelasan dari variabel-variabel independen lain di luar model regresi diluar penelitian.

b) Uji Simultan (F)

Dalam penelitian ini menggunakan uji simultan F untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersamaan terhadap variabel depende. Hasil uji simultan (F) menunjukkan terdapat nilai signifikansi 0,165 yang lebih besar dibandingkan taraf signifikansi α 0,05 yang berarti bahwa umur, pendidikan, informasi dan pengalaman secara simultan atau bersamaan tidak berpengaruh terhadap persepsi pengunjung di TWA Madapangga.

c) Uji Hipotesis (t)

Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh umur, pendidikan, informasi dan pengalaman terhadap persepsi pengunjung sebagai objek dan daya tarik di TWA Madapangga. Berdasarkan hasil uji (t) pada variabel umur diperoleh nilai signifikan sebesar $0,518 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa umur tidak mempunyai pengaruh terhadap persepsi pengunjung, oleh karena itu H1 ditolak. Diperoleh nilai signifikan sebesar $0,222 > 0,05$ pada variabel pendidikan yang berarti

pendidikan tidak berpengaruh terhadap persepsi pengunjung maka H2 ditolak. Untuk variabel informasi diperoleh nilai signifikan sebesar $0,785 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa informasi tidak berpengaruh. persepsi pengunjung maka H3 ditolak. Namun diperoleh nilai signifikan sebesar $0,031 < 0,05$ untuk variabel pengalaman yang menunjukkan bahwa pengalaman mempengaruhi persepsi pengunjung maka H4 diterima. Hal ini juga didukung oleh penelitian (Rizki & Pangestuti, 2017) bahwa pengalaman berpengaruh langsung terhadap loyalitas pengunjung.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kondisi aspek *atrraction* di TWA Madapangga sudah di kategorikan baik dengan persentase 100%, untuk aspek *accessibility* wisatawan berpendapat kondisi akses menuju TWA baik dgn jumlah 80%, dan masih terdapat penilaian kurang baik sejumlah 20%. Pada aspek *amenitas*, mayoritas wisatawan menilai *amenity* di TWA Madapangga masih tergolong kurang baik dgn jumlah 99%, dan ketegori tidak baik sejumlah 1%. Pada aspek *ancillary service* wisatawan menyatakan berada pada kategori baik sejumlah 58% dan kategori kurang baik sejumlah 42%.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pengunjung ada 2 yaitu faktor internal yang terdiri dari umur dan pendidikan, sedangkan faktor eksternal terdiri dari informasi dan pengalaman, dari faktor-faktor diatas hanya pengalaman yang memiliki pengaruh terhadap persepsi pengunjung sedangkan faktor umur, pendidikan dan informasi tidak memiliki pengaruh dari hasil analisis

4.2. Saran

1. Perlu adanya penelitian lebih lanjut terkait strategi pengembangan Taman Wisata Alam Madapangga.
2. Pengelola tempat wisata disarankan untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap sarana dan prasarana, memprioritaskan perbaikan fasilitas penting seperti toilet, warung makan, dan tempat istirahat, serta memastikan kebersihan dan keamanan terhadap pengunjung. Untuk dapat memaksimalkan pelayanan dan promosi, pihak pengelola perlu mengikuti kegiatan pelatihan-pelatihan yang berkaitan dengan pengelolaan kawasan wisata, melakukan penyediaan serta mengembangkan sistim pengelolaannya sebagai nilai pengembangan Taman Wisata Alam Madapangga

Daftar Pustaka

- Andi Muh Akbar Saputra, Lalu Puji Indra Kharisma, Ahmad Ashril Rizal, Muhammad Ikhwan Burhan, N. W. P. (2023). TEKNOLOGI INFORMASI: Peranan TI dalam berbagai bidang (Y. A. Supriano (ed.)). PT. Sonpedia Publisher Indonesia.
- Anwar, R.K., Hadia, M.S.D., Hendarmawan, Khadijah, U. L. S. (2021). No TitleCommunity Participation In Environmental Management At Jatiluhur Reservoir Tourism Site, Indonesia. 8(2), 363–370.
- Apriani, N. L., Suharsono, N., & Tripalupi, L. E. (2020). Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Daya Tarik Wisata Tenganan Pegringsingan, Kabupaten Karangasem. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 12(1), 97. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v12i1.22930>
- Ardiansyah, I. & R. G. M. (2020). Kajian Atraksi, Amenitas Dan Aksesibilitas Untuk Pengembangan Kepariwisata Di Taman Wisata Alam Gunung Pancar Kabupaten Bogor. Jurnal Inovasi

- Penelitian, 1(4), 707–716.
- Dewa Putu Oka Prasiasa. (2013). Destinasi Pariwisata berbasis masyarakat.
- Fentri, D. M. (2017). Persepsi Pengunjung Terhadap Daya Tarik Taman Wisata Alam Hutan Rimbo Tujuh Danau Di Desa Wisata Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Riau. *Jom Fisip*, 4(2), 1–11.
- Hasanah, M., & Satrianto, A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Ke Objek Wisata Komersial”Di Sumatera”Barat. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, 1(3), 931. <https://doi.org/10.24036/jkep.v1i3.7720>
- Herli, A. M., Raharjana, I. K., & Purbandini. (2015). Sistem Pencarian Hotel Berdasarkan. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 1(1), 9–16.
- I Ketut Suwena, I. G. N. W. (2010). Pengetahuan dasar ilmu pariwisata.
- Junaidi, J., Harkina, P., & ... (2024). Pengaruh Rasa Syukur Dan Kecemasan Dengan Stres Pada Ibu Rumah Tangga. *Jurnal Psikologi* 6(1), 69–76. <https://www.ejurnalmalahayati.ac.id/index.php/PSIKOLOGI/article/view/9244>
- Junanto, J. (2020). Perbedaan Persepsi Wisatawan Perempuan dan Laki-laki Mancanegara terhadap Keselamatan dan Keamanan Wisata di Kota Yogyakarta. *Tourisma: Jurnal Pariwisata*, 2(2), 88. <https://doi.org/10.22146/gamajts.v2i2.56855>
- Keliobas, N., Latupapua, Y. T., & Pattinasarany, C. K. (2019). Persepsi Pengunjung Terhadap Objek Wisata Pantai Gumumae Di Kecamatan Bula Kabupaten Seram Bagian Timur. *Jurnal Hutan Pulau-Pulau Kecil*, 3(1), 25–39. <https://doi.org/10.30598/jhppk.2019.3.1.25>
- Mauludin, R. (2017). Pengaruh Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Daya Tarik Wisata Waduk Darma Kabupaten Kuningan. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 14(2), 57–68.
- Mussadad, A. A., Rahayu, O. Y., Pratama, E., Supraptiningsih, & Wahyuni, E. (2019). Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Di Indonesia. *Dinamika Administrasi: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Manajemen*, 2(1), 73–93.
- Oka A. yoeti. (2016). Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata.
- Putra, P. K., & Sunarta, I. N. (2019). Identifikasi Komponen Daya Tarik Wisata Dan Pengelolaan Pantai Labuan Sait, Desa Adat Pecatu, Kabupaten Badung. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 6(2), 292. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2018.v06.i02.p13>
- Rizki, A. M., & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Destinasi dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Kampung Warna Warni Jodipan, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 49(2), 157–164.
- Rohman, N., Susanto, D. R., & Kiswanto, A. (2021). Strategi Pengelolaan Pantai Banyu Tibo Berbasis Ekowisata Di Kabupaten Pacitan Jawa Timur. *Journal of Tourism and Economic*, 3(2), 135–144. <https://doi.org/10.36594/jtec.v3i2.98>
- Sufi Abdulhaji, Ibnu sina Hi, Y. (2017). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar Di Kota Ternate. <https://doi.org/https://doi.org/10.33387/HJP.V7I2.317>
- Sugiama, A. G. (2011). Ecotourism : Pengembangan Pariwisata berbasis konservasi alam.
- Sugiyono. (2013). Kebijakan Pengembangan

Pembangunan destinasi Pariwisata
Konsep dan Aplikasinya di Indonesia.

Sugiyono. (2016). “Metode Penelitian
Manajemen (Pendekatan Kuantitatif,
Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods),
Penelitian Tindakan (Action Research,
dan Penelitian Evaluasi).”

Suryano, B. (2013). Kebijakan Pembangunan
Destinasi Pariwisata dan Aplikasinya di
Indonesia.

Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa, Prinsip,
Penerapan dan Pelatihan.