

Kepuasan Masyarakat Terhadap Daya Tarik Wisata Panorama Alam Pabangbon, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat

Devita Gantina*, Arief Faizal Rachman
Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

devita@stptrisakti.ac.id

ABSTRACT

The development of tourism is increasingly interesting to study, given that the number of development of alternative tourist destinations and newly formed for domestic and foreign tourists who travel. Bogor Regency has a goal to improve the quality of tourist destinations. This study provides an overview of how an outdoor recreation attraction has an impact on local community satisfaction. The community receives and feels satisfaction as a host so that the hospitality of the community at a tourist destination can also give satisfaction to tourists. This study uses descriptive quantitative methods, carried out in cross-sectional way, data collection techniques by distributing questionnaires. Respondents are local people who live around Panorama Alam Pabangbon. Sampling using the Cluster sampling method Data analysis methods are validity and reliability tests, descriptive statistical analysis, using the help of SPSS 21 software for windows. The number of samples in this study amounted to 100 people. Data collection using a questionnaire that was tested for validity and reliability. The results of the study indicate that public satisfaction about the tourist attraction of Bukit Panorama Pabangbon is satisfactory with an average value of 143.78 in the range of scores 140 - <170 with a percentage of 50%.

Keywords: *Tourist Attraction; Local Community Satisfaction*

ABSTRAK

Perkembangan pariwisata semakin menarik untuk diteliti, mengingat bahwa banyaknya perkembangan daerah tujuan wisata alternatif dan baru dibentuk untuk wisatawan domestik maupun mancanegara yang melakukan perjalanan. Kabupaten Bogor mempunyai tujuan untuk meningkatkan kualitas daerah tujuan wisata. Penelitian ini memberikan gambaran tentang bagaimana sebuah daya tarik wisata luar ruang yang memberikan dampak terhadap kepuasan masyarakat setempat. Masyarakat menerima dan merasakan kepuasan sebagai tuan rumah sehingga keramahtamahan masyarakat di tujuan wisata dapat memberikan kepuasan juga terhadap wisatawan. Penelitian ini sangat penting dilakukan untuk melihat apakah masyarakat menerima dan memberikan citra baik Bukit Pabangbon sebagai tujuan wisata. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, dilaksanakan secara *cross-sectional*, teknik pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner. Responden adalah masyarakat setempat yang tinggal di sekitar Panorama Alam Pabangbon. Penarikan sampel menggunakan metode *Cluster sampling*. Metode analisis data adalah uji validitas dan reliabilitas, analisis statistik deskriptif, menggunakan bantuan software SPSS 21 for window. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan masyarakat tentang daya tarik wisata Bukit Panorama Pabangbon tergolong memuaskan dengan nilai rata-rata 143,78 pada rentang skor 140 - <170 dengan persentase 50%.

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata; Kepuasan Masyarakat Setempat

PENDAHULUAN

Bertambahnya minat berwisata masyarakat saat ini menjadi faktor pendukung berkembangnya kawasan wisata di berbagai daerah khususnya di Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Salah satu magnet bagi wisatawan yang tinggal di daerah padat atau perkotaan seperti Jakarta dan sekitarnya adalah tidak hanya berwisata di kawasan Puncak di Bogor Timur, tetapi juga perkembangan kawasan wisata di Bogor Bagian Barat.

Berkembangnya kawasan wisata alternatif selain Puncak diperlukan oleh Kabupaten Bogor karena Puncak sudah mencapai titik tertinggi dalam sebuah siklus produk kawasan wisata. Siklus ini akan memberikan banyak dampak negatif terhadap pengelolaan kawasan, seperti berkembangnya bangunan tidak berizin di kawasan hijau, kemacetan di sepanjang jalur Puncak dan dampak sosial kepada masyarakat.

Kawasan Bogor Barat sebagai alternatif tujuan wisata selain Puncak perkembangannya didukung oleh keindahan alam dan kemauan masyarakatnya. Salah satu daya tarik wisata yang baru berkembang dan menjadi ikon untuk berfoto adalah Kawasan Panorama Alam Pabangbon yang terletak di Kecamatan Leuwiling, Kabupaten Bogor.

Tingginya tingkat kunjungan wisatawan ke Bukit Panorama Pabangbon memberikan implikasi adanya interaksi antara masyarakat setempat (*host*) dan pengunjung (*guest*). Studi kepuasan masyarakat setempat ini dilakukan sebagai kajian awal rencana pengembangan sebuah daerah tujuan wisata. Kawasan Bukit Panorama Pabangbon sebagai daya tarik wisata yang baru berkembang nantinya akan diharapkan memberikan dampak positif terhadap masyarakat setempat.

Kajian kepuasan masyarakat setempat terhadap kegiatan pariwisata di Panorama Alam Pabangbon perlu

dilakukan mengingat pulau ini sudah menjadi tujuan berlibur bagi wisatawan yang berasal dari Jakarta dan sekitarnya. Tingkat kunjungan yang tinggi di atas diasumsikan cukup besar untuk sebuah destinasi wisata yang baru dikenal. Dalam hal ini perlu diketahui sikap dan penerimaan masyarakat dalam interaksi kegiatan wisata di kawasan ini.

Dengan melihat keterangan di atas maka dapat dipastikan telah terjadi interaksi antara masyarakat tuan rumah dan wisatawan yang datang ke Panorama Alam Pabangbon. Interaksi ini akan berimplikasi kepada kepuasan masyarakat terhadap kegiatan pariwisata di pulau ini. Namun demikian sampai saat ini belum diketahui tingkat kepuasan masyarakat setempat terhadap pariwisata di Kawasan Panorama Alam Pabangbon. Hal ini ditengarai karena belum terarah dengan baik pengembangan pariwisata *outdoor recreation* ini

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata berbasis masyarakat atau *community based Tourism (CBT)*, merupakan pengembangan pariwisata dengan tingkat keterlibatan masyarakat setempat yang tinggi dan dapat dipertanggung jawabkan dari aspek social dan lingkungan hidup (Hermawan, 2017).

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan keindahan, keaslian, dan nilai yang menjadi motivasi wisatawan untuk mengunjunginya (Wiradipoetra, 2016).

Terdapat tiga komponen utama dari produk wisata: Atraksi, Amenitas/Fasilitas, Aksesibilitas (Goudie & Middleton, 2001). Kepuasan adalah suatu keadaan yang dirasakan konsumen setelah dia mengalami suatu kinerja (atau hasil) yang telah memenuhi berbagai harapannya. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang (pelanggan) setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan (pelayanan yang diterima dan dirasakan) dengan yang

diharapkannya (Irine, 2009). Nilai yang didapat oleh wisata wan sangatlah penting untuk pengelolaan objek wisata selanjutnya (Gantina, 2018).

Kepuasan masyarakat lokal sangatlah penting untuk keberlanjutan pariwisata ditempat tersebut. Dalam kasus yang ekstrim, permusuhan masyarakat telah mendorong turis pergi. Tindakan oleh industri untuk mempertahankan hubungan positif antara tuan rumah dan wisatawan dapat mengantisipasi dan mencegah insiden dan efek negatif. Komponen kepuasan mencakup berbagai isu nyata dan dirasakan - termasuk berkerumun, akses ke pekerjaan, berbagi manfaat, reaksi terhadap perilaku wisata, dan lain-lain. Masalah ini membahas kepuasan secara keseluruhan. Isu-isu substantif individu yang berkaitan dengan kepuasan (yang dapat diidentifikasi melalui keluhan atau penggunaan survei) diperlakukan secara terpisah (Rachman, 2007).

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian adalah metode kuantitatif, dengan pendekatan deskriptif karena penelitian ini bertujuan memperoleh gambaran lengkap mengenai pengaruh aktifitas pariwisata terhadap kepuasan masyarakat setempat. Adapun waktu yang digunakan secara *cross-sectional*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang terdiri dari dua bagian. Unit analisis penelitian ini adalah sekitar 100 orang masyarakat setempat yang menetap di sekitar Bukit Pabangbon, dalam penelitian ini penarikan sampel secara *cluster sampling*/ Teknik sampling daerah yaitu proses pengambilan sampel digunakan untuk menentukan sampel bila obyek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Objek Wisata Panorama Alam Pabangbon sebagai Daerah Tujuan Wisata

Tabel 1. Daya Tarik Wisata Menurut Masyarakat

Descriptive	Mean
Atraksi	
Pabangbon menjadi ikon wisata alam	4.0900
Terdapat daya tarik flora dan fauna di destinasi wisata Pabangbon	4.0200
Terdapat daya tarik buatan untuk berfoto destinasi wisata Pabangbon	4.1800
Aksesibilitas	
Terdapat sarana transportasi umum menuju destinasi Pabangbon	4.1200
Kendaraan pribadi dapat mencapai destinasi wisata Pabangbon	4.1200
Lahan parkir tersedia di Destinasi wisata Pabangbon	4.2200
Terdapat Juruparkir yang berjaga di destinasi wisata Pabangbon	4.2200
Terdapat penunjuk jalan menuju destinasi wisata Pabangbon	4.2200
Amenitas	
Terdapat brosur destinasi wisata Pabangbon	4.3600
Fasilitas toilet tersedia di destinasi wisata Pabangbon	4.3900
Tersedia Pusat informasi destinasi wisata Pabangbon	4.3800
Tersedia warung makan dan minum destinasi wisata Pabangbon	4.3700
Tersedia tempat duduk yang nyaman destinasi wisata Pabangbon	4.4700
Tersedia tempat ber-swafoto destinasi wisata Pabangbon	4.5100
Valid N (listwise)	

Terlihat dari Tabel 1 diatas masyarakat puas dengan daya tarik di wisata pabangbon. Hal ini ditunjukkan dengan sebagian besar jawaban masyarakat setuju pada setiap pernyataan. Pernyataan tertinggi terdapat pada pernyataan tersedia tempat ber-swafoto destinasi wisata Pabangbon dengan nilai 4.51. bukit panorama memang menyediakan wisata swafoto yang sangat menarik.

Sedangkan nilai mean terendah terdapat pada pernyataan Terdapat daya tarik flora dan fauna di destinasi wisata Pabangbon dengan nilai 4.0200. lingkungan bukit panorama pabangbon merupakan kawasan perhutanan yang dikelilingi pohon pinus sehingga daya Tarik fauna tidak ada disini. Tetapi nilai mean masih ada dalam katagori baik.

Analisa Tingkat Kepuasan Dan Pariwisata di Objek Wisata Panorama Alam Pabangbon

Tabel 2 .Deskripsi Hasil Kepuasan Masyarakat

Descriptive	Mean
Destinasi Wisata Pabangbon baik bagi masyarakat	3.9500
Adanya manfaat bagi masyarakat dari usaha wisata di Destinasi Wisata Pabangbon	3.8600
Pariwisata membuka lapangan pekerjaan baru di Destinasi Wisata Pabangbon	3.7400
Destinasi Wisata Pabangbon mempekerjakan masyarakat generasi muda	3.5600
Destinasi Wisata Pabangbon membantu masyarakat dalam pelayanan publik	3.7300
Pariwisata mengembangkan budaya dan kerajinan masyarakat Destinasi Wisata Pabangbon	3.8500
Masyarakat dapat mengawasi jalannya aktifitas Destinasi Wisata Pabangbon	3.9000
Pariwisata memberikan pendapatan tambahan masyarakat Destinasi Wisata Pabangbon	3.8000
Akses ke lokasi wisata lebih mudah dijangkau oleh masyarakat	3.8800
Valid N (listwise)	

Pada Tabel 2 nilai mean tertinggi terdapat pada pernyataan Destinasi Wisata Pabangbon baik bagi masyarakat dengan nilai 3,950. Hal ini menggambarkan bahwa masyarakat puas akan objek wisata pabangbon. Untuk nilai terendah terdapat pada pernyataan Destinasi Wisata Pabangbon mempekerjakan masyarakat generasi muda dengan nilai 3.5600. hal ini sejalan dengan kenyataan dilapangan bahwa pengelola tempat wisata tersebut kebanyakan dikelola bukan oleh generasi muda. Keadaan ini dikarenakan gerenasi muda yang ada di objek wisata pabangbon bekerja di tempat lain ataupun masih focus untuk kuliah.

Tabel 3. Deskripsi masalah dan ketidakpuasan Masyarakat

Descriptive	Mean
Tidak menyebabkan harga kebutuhan pokok meningkat	4.5700
Tidak meningkatkan kriminalitas di Destinasi wisata Pabangbon	4.6300
Tidak merusak nilai-nilai moral masyarakat Desa	4.7100
Pabangbon tidak mengganggu aktifitas masyarakat	4.6500
Pabangbon tidak merusak lingkungan desa di sekitar Destinasi Wisata Pabangbon	4.7000
Tidak membatasi aktifitas masyarakat Destinasi wisata Pabangbon	4.7400
Tidak menyebabkan kemacetan di kawasan desa	4.8000
Valid N (listwise)	
	100

Dari tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai mean tertinggi berada pada pernyataan bahwa objek wisata bukit panorama Pabangbon Tidak menyebabkan kemacetan di kawasan desa dengan nilai 4.8000. dengan permasalahan yang dihadapi pengelola saat ini adalah rendahnya kunjungan wisatawan yang datang ke objek wisata tersebut, sehingga jalan menuju objek tersebut tidak menyebabkan kemacetan, berbeda dengan kondisi 2 tahun sebelumnya dimana pengunjung yang datang sangat banyak,

sehingga menyebabkan antrian kendaraan untuk mencapai kesana.

Sedangkan nilai terendah terdapat pada pernyataan Tidak menyebabkan harga kebutuhan pokok meningkat dengan nilai 4.5700. hal ini mungkin dikarenakan banyak wisatawan yang datang sehingga harga kebutuhan pokok sedikit berubah, tetapi perubahan ini masih dalam kategori setuju

Pengaruh Panorama Alam Pabangbon Sebagai Daerah Tujuan Wisata Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Setempat

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh daya Tarik terhadap Kepuasan Masyarakat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah atraksi (X1), aksesibilitas (X2), Amenitas (X3), dan Masalah Ketidakpuasan Masyarakat (X4). Sedangkan, variabel dependen penelitian ini adalah kepuasan masyarakat (Y).

Nilai R-Square sebesar 0.132 artinya variable independen dapat menjelaskan pengaruh daya Tarik terhadap kepuasan masyarakat sebanyak 13,2% dan sisanya di jelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti di penelitian ini. Uji serentak dilakukan dengan melihat nilai signifikansi. Nilai signifikansi sebesar 0.009 atau lebih kecil dari alpha yaitu 0.05. Artinya, daya tarik berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat. Selanjutnya, akan dilihat uji parsial pada tiap variabel independen. Terlihat bahwa variabel yang paling berpengaruh secara statistika terhadap kepuasan masyarakat adalah aksesibilitas

KESIMPULAN

Panorama Alam Pabangbon (PAPA) sebagai daya tarik wisata yang terletak di kawasan barat Kota Bogor dikenal dengan cepat sebagai daya tarik wisata alternatif di era milenial. Sumber daya alam pegunungan dengan pemandangan Gunung Salak memberikan kesan yang indah bagi yang melihatnya. Sebagai sebuah lokasi wisata, PAPA memiliki daya tarik yang dapat

mendatangkan pengunjung, bukan hanya keindahan alam Gunung Salak tetapi juga terdapat beberapa amenitas, seperti lokasi berfoto dengan dekorasi ala milenial dan tersedianya aksesibilitas bagi pengunjung yang datang ke lokasi

Secara keseluruhan dapat dikatakan masyarakat puas terhadap pengelolaan kegiatan pariwisata di PAPA dalam bidang ekonomi, sosial dan budaya serta peningkatan fasilitas umum seperti ketersediaan aksesibilitas yang terus diperbaiki kondisinya, sehingga bermanfaat tidak hanya bagi wisatawan tetapi juga kepada masyarakat setempat..

DAFTAR PUSTAKA

- Diana, Irine. (2009). Manajemen Pemasaran Usaha Kesehatan. Yogyakarta: Nuha Medika
- Gantina, D., & Swantari, A. (2018). Modeling of the destination image to the trip quality and perceived value in Bandung. In *2nd International Conference on Tourism, Gastronomy, and Tourist Destination (ICTGTD 2018)*. Atlantis Press
- Hermawan, H. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan: Studi Community Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran. *Media Wisata*, 15(1)
- Mancini, M. 2004. *Selling Destination: Geography for the Travel Professional*, Fourth Edition. New York: Delmar Learning
- Goudie, A. S., & Middleton, N. J. (2001). Saharan dust storms: nature and consequences. *Earth-science reviews*, 56(1-4), 179-204
- Wiradiputra, F. A., & Brahmanto, E. (2016). Analisis persepsi wisatawan mengenai penurunan kualitas daya tarik wisata terhadap minat berkunjung. *Jurnal Pariwisata*, 3(2), 129-137