

Persepsi Wisatawan Milenial terhadap Ekowisata Situ Gede Kota Bogor

Aditya Sugih Setiawan. Nisa Rahmaniya Utami
Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, Jl. Curug Mekar No. 17,
Yasmin. Kota Bogor, Jawa Barat 16113, Indonesia

Article Info

Keyword:

*Ecotourism
Millennials,
Tourist Perception*

Kata Kunci:

*Ecotourism
Millennials,
Tourist Perception*

Corresponding Author:

Aditya Sugih Setiawan
Email: aditsugih21@gmail.com

Copyright © 2022 by Authors,
Published by Garuda.
This is an open access article
under
the CC BY-SA License

SARIPATI

Salah satu kawasan ekowisata yang digemari oleh generasi milenial di Jawa Barat yaitu Ekowisata Situ Gede. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi wisatawan milenial terhadap ekowisata situ gede ditinjau dari 4 indikator yaitu: Attraction (Atraksi), Accesibilites (Aksesibilitas), Amenities (Amenitas) dan Ancillary Service (Jasa Pendukung Pariwisata). metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 50 responden. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif. Capaian persepsi wisatawan milenial terhadap Attraction (Atraksi) sebesar 75,6 %. Sementara itu Capaian persepsi wisatawan milenial terhadap Accesibilites (Aksesibilitas) sebesar 87,5 %. Adapun Capaian persepsi wisatawan milenial terhadap Amenities (Amenitas) sebesar 78,8%. Lain halnya Capaian persepsi wisatawan milenial terhadap Ancillary Service (Jasa Pendukung Pariwisata) sebesar 73,5 %.

ABSTRACT

One of the ecotourism areas favored by the millennial generation in West Java is Situ Gede Ecotourism. The purpose of this study is to determine the perception of millennial tourists towards ecotourism in situ Gede in terms of 4 indicators, namely: Attractions (Attractions), Accessibility (Accessibility), Amenities (Amenities), and Ancillary Service (Tourism Support Services). The research method used is a quantitative approach. The sample in this study was 50 respondents. Analysis of the data used is descriptive analysis. The achievement of millennial tourists' perceptions of attraction is 75.6%. Meanwhile, the achievement of millennial tourists' perceptions of accessibility are 87.5%. The achievement of millennial tourists' perceptions of amenities (amenities) are 78.8%. Another case is the achievement of millennial tourists' perceptions of Ancillary services (Tourism Support Services) of 73.5%.

Jawa barat merupakan salah satu destinasi unggulan di indonesia. Potensi wisata yang ada diantaranya wisata alam, wisata budaya serta wisata buatan. Adapun wisata alam unggulan di jawa barat diantaranya Taman Wisata Alam Pangandaran, Taman Nasional Gunung Gede Panggrango, Stone Garden Citatah dan lainnya. Sementara itu untuk wisata budaya yang menjadi unggulan diantaranya Saung Angklung Udjo, Kampung Naga, Keraton Kasepuhan Cirebon dan lainnya. Lain halnya wisata buatan yang menjadi unggulan di jawa barat diantaranya Trans Studio Bandung, Great Asia Africa, Cimory Dairyland dan lainnya. Berbagai potensi wisata tersebut, wisata alam menjadi daya tarik tersendiri di jawa barat. Salah satu konsep wisata alam yang menjadi trend yaitu Ekowisata. Adapun Ekowisata adalah segala bentuk kegiatan dan tujuan wisata yang pelaksanaannya menjamin tegaknya pilar ekologi, sosial-budaya, ekonomi serta pilar edukasi, pilar pengalaman dan pilar kepuasan bagi pengunjung (Darusman, Avenzora & Nitibaskara, 2013) dalam (Batubara, 2020). Sementara itu (Linberg dan Hawkins, 1995) dalam (Poerwanto, 2017) ekowisata merupakan hal tentang menciptakan dan memuaskan suatu keinginan akan alam, tentang mengeksplorasi potensi wisata untuk konservasi dan pembangunan dan tentang mencegah dampak negatifnya terhadap ekologi, kebudayaan dan keindahan. Pada pelaksanaannya, dikenal lima prinsip pariwisata ekowisata diantaranya *Nature based*; produk dan program berdasarkan kondisi alami, *Ecologically sustainable*; manajemen dan pelaksanaan berkelanjutan, *Environmentally educative*; pendidikan lingkungan bagi pengelola, masyarakat lokal dan pengunjung, *Local community based*; bermanfaat bagi masyarakat lokal, *Ecotourist based*; kepuasan bagi pengunjung.

LANDASAN TEORI

Trend ekowisata juga menjadi familiar terutama di kalangan generasi milenial. Menurut (Hidayatullah, et al., 2018) merupakan generasi modern yang hidup di pergantian milenium. Secara bersamaan di era ini teknologi digital mulai merasuk ke segala sendi-sendi kehidupan. Generasi milenial atau yang disebut generasi Y ini lahir sekitar tahun 1980 sampai 2000. Menurut Sunaryo (2004) dalam (Tunjungsari, 2018) dalam terjadinya suatu persepsi harus terdapat unsur-unsur berikut dibawah ini : 1. Adanya objek yang dipersepsi 2. Adanya perhatian yang merupakan langkah pertama sebagai persiapan dalam mengadakan persepsi. 3. Adanya alat indera/reseptor yaitu alat untuk menerima stimulus. 4. Saraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus ke otak, kemudian sebagai alat untuk mengadakan respon. Sementara itu Secara formal persepsi dapat didefinisikan sebagai suatu proses yang mana seseorang menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan stimulus ke dalam suatu gambaran dunia yang bererti dan menyeluruh Simamora (2002) dalam (Febrina, 2018).

Salah satu kawasan ekowisata yang digemari oleh generasi milenial di jawa barat yaitu Ekowisata Situ Gede. Kawasan tersebut terletak di kecamatan bogor barat, kota bogor. Kawasan ekowisata situ gede merupakan area prioritas pariwisata unggulan di provinsi jawa barat. Adapun kawasan ekowisata situ gede tersebut memiliki luas \pm 6Ha. Namun demikian, meskipun kawasan ekowisata situ gede merupakan potensi unggulan di jawa barat, tetapi masih banyak permasalahan yang ada di kawasan tersebut. Beberapa permasalahan khususnya bagi wisatawan milenial di antaranya potensi seputaran situ gede belum optimal, salah satunya fasilitas jogging track yang belum baik. Sementara itu atraksi yang ada di ekowisata situ gede masih monoton seperti berperahu bebek yang menjadikan generasi milenial kurang tertarik. Mengacu bebrapa permasalahan yang ada peneliti tertarik untuk meneliti “Persepsi Wisatawan Milenial terhadap Ekowisata di Kota Bogor”.

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi wisatawan milenial terhadap ekowisata situ gede ditinjau dari 4 indikator yaitu: *Attraction* (Atraksi), *Accesibilites* (Aksesibilitas), *Amenities* (Amenitas) dan *Ancillary Service* (Jasa Pendukung Pariwisata).

METHODS

Pada penelitian ini penulis bermaksud mendapatkan gambaran persepsi wisatawan milenial terhadap ekowisata Situ Gede. Sementara itu metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2015) menerangkan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, analisis data bersifat statistik. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada persepsi wisatawan milenial dari konsep 4A yang di paparkan oleh Cooper, et al. (1993) dalam (Sunaryo, 2013) yaitu: *Attraction* (Atraksi), *Accesibilites* (Aksesibilitas), *Amenities* (Amenitas) dan *Ancillary Service* (Jasa Pendukung Pariwisata).

Sementara itu jumlah ukuran sampel yang layak dalam suatu penelitian berkisar diantara 30 hingga 500 sampel (Sugiyono, 2015). Oleh karena itu jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 50 responden. Adapun menurut (Sugiyono, 2015) Metode analisis deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskriptifkan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Sementara itu skala pengukuran penelitian yang digunakan dengan skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2015). Nilai untuk setiap jawaban yang diberikan responden adalah sebagai berikut : Sangat Setuju (SS) dengan bobot skor 5, Setuju (S) dengan bobot skor 4, Kurang Setuju (KS) dengan bobot skor 3, Tidak Setuju (TS) dengan bobot skor 2, Sangat Tidak Setuju (STS) dengan bobot skor 1.

RESULTS AND DISCUSSION

A. *Attraction* (Atraksi)

Attraction (atraksi) merupakan suatu keunikan dan daya tarik berupa alam, budaya, maupun buatan/artificial. Adapun variabel *Attraction* (atraksi) pada Ekowisata Situ Gede terdapat pada Tabel 1.

Tabel 1. Variabel *Attraction* (atraksi) Ekowisata Situ Gede

| Indikator | STS (1) | TS (2) | KS (3) | S (4) | SS (5) | Skor | % |
|--|------------|-----------|-----------|----------|-----------|------|------|
| Bersepeda sekeliling Ekowisata Situ Gede | 2 | 2 | 12 | 112 | 75 | 203 | 81 |
| menikmati pemandangan dan berfoto/swafoto di sekitar Situ Gede | 2 | 6 | 9 | 108 | 75 | 200 | 80 |
| Memancing di sekitar Ekowisata Situ Gede | 3 | 16 | 36 | 56 | 65 | 176 | 70 |
| Berjalan santai menyusuri Ekowisata Situ Gede | 2 | 12 | 18 | 60 | 105 | 197 | 79 |
| Menikmati perahu bebek di ekowisata Situ Gede | 3 | 18 | 45 | 40 | 65 | 171 | 68 |
| Capaian persepsi wisatawan | | | | | | | 75,6 |

Sumber: Olah data peneliti (2022)

Mengacu pada *Attraction* (atraksi) yang ada di kawasan Ekowisata Situ Gede, Capaian persepsi wisatawan milenial menunjukkan prosentase sebesar 75,6%. Hal tersebut dapat dikategorikan baik. Kondisi ini didukung dengan berbagai atraksi wisata yang disukai oleh

wisatawan milenial diantaranya bersepeda sekeliling kawasan Ekowisata Situ Gede, serta menikmati pemandangan alam sambil berfoto. Aktivitas tersebut tentu menjadi trend tersendiri bagi wisatawan milenial jika dikaitkan dengan sosial media yang sering digunakan oleh milenial.

B. *Accesibilites* (Aksesibilitas)

Accesibilites (Aksesibilitas) yang mencakup kemudahan sarana dan sistem transportasi di Ekowisata Situ Gede terdapat pada Tabel 2.

Tabel 2. Variabel *Accesibilites* (Aksesibilitas) Ekowisata Situ Gede

| Indikator | STS (1) | TS (2) | KS (3) | S (4) | SS (5) | Skor | % |
|--|------------|-----------|-----------|----------|-----------|------|------|
| Tersedianya jalur transportasi umum ke Ekowisata Situ Gede | 0 | 0 | 30 | 52 | 135 | 217 | 87 |
| mampu di lalui kendaraan roda dua/roda empat | 0 | 0 | 21 | 60 | 140 | 212 | 88 |
| Capaian persepsi wisatawan | | | | | | | 87,5 |

Sumber : Olah data peneliti (2022)

Menurut data yang diperoleh mengenai variabel *Accesibilites* (Aksesibilitas) Ekowisata Situ Gede, capaian persepsi wisatawan milenial mencapai 87,5 %. Kondisi tersebut dapat dikategorikan baik. Hal ini didukung dengan jalur transportasi umum yang memadai bagi wisatawan khususnya yang tidak menggunakan kendaraan pribadi. Adapun aksesibilitas menuju kawasan Ekowisata Situ Gede sudah cukup memadai untuk dilalui kendaraan roda dua maupun roda empat. Hal tersebut berdampak meningkatkan minat kunjungan wisatawan khususnya milenial menuju kawasan Ekowisata Situ Gede.

C. *Amenities* (Amenitas)

Amenities (Amenitas) merupakan dimensi yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata di Ekowisata Situ Gede terdapat pada Tabel 3.

Tabel 3. Variabel *Amenities* (Amenitas) Ekowisata Situ Gede

| Indikator | STS (1) | TS (2) | KS (3) | S (4) | SS (5) | Skor | % |
|---|------------|-----------|-----------|----------|-----------|------|----|
| Terdapat warung atau restoran di Ekowisata Situ Gede | 2 | 8 | 45 | 44 | 90 | 189 | 76 |
| Area parkir dan toilet yang memadai di Ekowisata Situ Gede | 2 | 8 | 6 | 88 | 100 | 204 | 82 |
| Tersedianya sarana ibadah di Ekowisata Situ Gede | 3 | 8 | 30 | 72 | 75 | 188 | 75 |
| Area bermain anak di Ekowisata Situ Gede | 2 | 2 | 9 | 88 | 110 | 211 | 84 |
| Shelter serta tempat sampah yang cukup di Ekowisata Situ Gede | 1 | 8 | 30 | 88 | 65 | 192 | 77 |

Sumber: Olah data peneliti (2022)

Menurut data yang diperoleh mengenai variabel *Amenities* (Amenitas) Ekowisata Situ Gede, persepsi wisatwan milenial mencapai 78,8%. Hal tersebut dapat di kategorikan baik. Kondisi tersebut didukung oleh persepsi area parkir serta toilet yang ada di kawasan Ekowisata Situ Gede dianggap memadai. Sementara itu area bermain untuk anak juga mendukung terhadap persepsi wisatawan pada amenities. Kondisi tersebut didukung area tersebut telah diperbaharui sehingga area bermain anak cukup luas.

D. Ancillary Service (Jasa Pendukung Pariwisata).

Ancillary Service (Jasa Pendukung Pariwisata) hal yang mendukung kegiatan pariwisata di Ekowisata Situ Gede terdapat pada Tabel 4.

Tabel 4. Variabel *Ancillary Service* (Jasa Pendukung Pariwisata) Ekowisata Situ Gede

| Indikator | STS (1) | TS (2) | KS (3) | S (4) | SS (5) | Skor | % |
|---|------------|-----------|-----------|----------|-----------|------|------|
| Terdapat pengelola di kawasan Ekowisata Situ Gede | 2 | 8 | 36 | 88 | 50 | 184 | 74 |
| Terdapat TIC di Ekowisata Situ Gede | 1 | 16 | 30 | 80 | 55 | 182 | 73 |
| Capaian persepsi wisatawan milenial | | | | | | | 73,5 |

Sumber: Olah data peneliti (2022)

Mengacu pada data yang diperoleh terkait varibel *Ancillary Service* (Jasa Pendukung Pariwisata), capaian persepsi wisatawan milenial sebesar 73,5 %. Hal tersebut dapat di kategorikan baik karena dari indokator yang ada wiatawan milenial cukup menyoroti TIC di Ekowisata Situ Gede. Kondisi TIC yang ada saat ini dirasa cukup mampu memberikan informasi terkait hal apa saja yang ada di kawasan Ekowisata Situ Gede. Selain itu Pengelolaan yang dilakukan oleh swadaya masyarakat di Ekowisata Situ Gede cukup memberikan rasa aman terhadap wisatawan milenial. Meski demikian kedua indikator tersebut baiknya mendapat peningkatan yang signifikan. Adapun terkait TIC spot yang ada bisa di pindahkan ke area terdapat sehingga memudahkan wisatawan milenial dalam mendapatkan sumber informasi.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Implikasi dalam penilaian wisatwan milenial terhadap ekowisata di situ gede diharapkan kriteria *Attraction* (Atraksi) dan *Ancillary Service* (Jasa Pendukung Pariwisata) dapat dikembangkan terlebih dahulu. Hal ini mengacu pada hasil penelitian yang menunjukkan capaian persepsi dari kedua kriteria tersebut masih belum baik dimata wisatwan milenial. Penambahan jalur trek untuk besepeda akan lebih diminati oleh wisatawan milenial ke kawasan ekowisata situ gede. Lain halnya lagi dengan pengelolaan yang definitif diharapkan mampu meningkatkan manajerial yang mumpuni. Hal tersebut tentunya berdampak pada

peningkatan pendapatan daerah serta pedapatan masyarakat sekitar kawasan ekowisata situ gede.

CONCLUSION

Persepsi wisatawan milenial terhadap ekowisata situ gede ditinjau dari 4 indikator yaitu: *Attraction* (Atraksi) sebesar 75,6%, *Accesibilites* (Aksesibilitas) sebesar 87,5%, *Amenities* (Amenitas) sebesar 78,8% dan *Ancillary Service* (Jasa Pendukung Pariwisata) sebesar 75,5%.

REFERENCES

- Batubara, R. P. (2020). Strategi Pengembangan Oukup Sebagai Ekowisata Kesehatan Kabupaten Karo. *Jurnal Ilmiah Pariwisata, Volume 25 No. 2 Juli 2020*, 121-132.
- Febrina, D. (2018). PERSEPSI WISATAWAN MANCANEGARA TERHADAP BRAND PARIWISATA WONDERFUL INDONESIA. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 72-81.
- Hidayatullah, S., Waris, A., Devianti, R. C., Sari, S. R., Wibowo, I. A., & PW, P. M. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol. 6, No. 2, 2018*, 240-249.
- Poerwanto, S. (2017). Pembangunan Masyarakat Berbasis Pariwisata: Reorientasi dari Wisata Rekreatif ke Wisata Kreatif. *Journal of Tourism and Creativity*, 105-120.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Tunjungsari, K. R. (2018). Karakteristik dan Persepsi Wisatawan Mancanegara di Kawasan Sanur dan Canggu, Bali. *Jurnal Pariwisata Terapan No.2, Vol. 2, 2018*, 108-121.