

**ANALISIS KEMENARIKAN JEMBATAN SITU GUNUNG SEBAGAI
DAYA TARIK WISATA DALAM UPAYA MENINGKATKAN
MINAT BERKUNJUNG DI KAWASAN SITU GUNUNG
TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO**



Pariwisata Prajna Arta Bhuwana
(Pariwisata Memacu Perdamaian dan Kesejahteraan Dunia)

Diajukan Untuk:

SKRIPSI

Disusun oleh :

Nama : Chandra Yudia Prananda
NPM : 15.10.1498
Program Studi : Manajemen Kekhususan
Manajemen Pariwisata
Jenjang : Strata Satu (S-1)
Status : Terakreditasi B BAN PT

**SEKOLAH TINGGU ILMU EKONOMI PARIWISATA
YAPARI BANDUNG**

2019

BBTNGGP

P2

0954

**ANALISIS KEMENARIKAN JEMBATAN SITU GUNUNG SEBAGAI
DAYA TARIK WISATA DALAM UPAYA MENINGKATKAN
MINAT BERKUNJUNG DI KAWASAN SITU GUNUNG
TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO**



Pariwisata Prajna Artha Bhuwana
(Pariwisata Memacu Perdamaian dan Kesejahteraan Dunia)

Diajukan Untuk:

SKRIPSI

Disusun oleh :

Nama : Chandra Yudia Prananda
NPM : 15.10.1498
Program Studi : Manajemen Kekhususan
Manajemen Pariwisata
Jenjang : Strata Satu (S-1)
Status : Terakreditasi B BAN PT

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PARIWISATA
YAPARI BANDUNG**

2019



Pariwisata Prajna Artha Bhuwana
(Pariwisata Memacu Perdamaian dan Kesejahteraan Dunia)

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS KEMENARIKAN JEMBATAN SITU GUNUNG
SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DALAM UPAYA MENINGKATKAN
MINAT BERKUNJUNG DI KAWASAN SITU GUNUNG
TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO**

Oleh :

**CHANDRA YUDIA PRANANDA
NPM. 15.10.1498**

**Disetujui Untuk Memenuhi Persyaratan
Ujian Sidang Sarjana (S-1)
STIEPAR YAPARI BANDUNG**

Bandung, Januari 2019

Pembimbing I



(Nova Riana, Dra., M.Si., CHE)

Pembimbing II

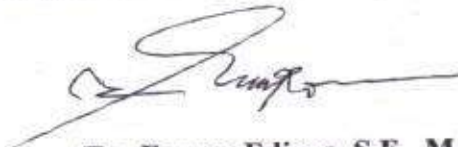


(Titing Kartika, S.Pd., M.M., MBA)

Mengetahui,

Ketua Prodi

Manajemen Kekhususan Manajemen Pariwisata



(Dr. Emron Edison, S.E., M.M)

Menyetujui,

Ketua

STIEPAR YAPARI BANDUNG



(Dr. Bambang Hermanto, M.Si)



Pariwisata Prajna Artha Bhuwana
(Pariwisata Memacu Perdamaian dan Kesejahteraan Dunia)

PERNYATAAN ORSINILITAS

Dengan ini menyatakan:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik (Sarjana Manajemen, S.M), baik di STIEPAR YAPARI maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari dosen pembimbing;
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
4. Memberi kewenangan kepada STIEPAR YAPARI untuk menyimpan, mengalih/format-kan, merawat dan mempublikasikan skripsi ini untuk kepentingan akademis dan ilmu pengetahuan.
5. Pernyataan ini saya buat sesungguhnya apabila kemudian hari terdapat penyimpanan dari ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi yang sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bandung, Januari 2019

Peneliti



Chandra Yudia Prananda

15.10.1498



Pariwisata Prajna Artha Bhuwana
(Pariwisata Memacu Perdamaian dan Kesejahteraan Dunia)

ABSTRACT

ATTRACTIVINESS JEMBATAN SITU GUNUNG AS A TOURISM ATTRACTION IN AN EFFORT INCREASE TOURIST VISITING SITU GUNUNG AREA GEDE PANGRANGO NATIONAL PARK

Oleh :

Chandra Yudia Prananda
NPM. 15.10.1498

Under Guidance of:

Nova Riana, Dra., M.Si dan Titing Kartika, S.Pd., M.M., MBA. Tourism

This research was done in Jembatan Situ Gunung, Gede Pangrango National Park, the purpose of this research are examine attractiveness in Jembatan Situ Gunung as a tourism attraction and attractiveness is main factor of tourist visited number. This research was classified as a qualitative descriptive research, there were four key informant, consist of the leader of Gunung Gede Pangrango, leader of Jembatan Situ Gunung (PT. Fontis Aquam Vivam), goverment tourism office of Kabupaten Sukabumi and society on the Gede Pangrango village.

The research found that attractiveness of Jembatan Situ Gunung as tourism attraction can be interesting for tourist, beacause as the longest suspension bridge in Asia Tenggara. Nowadays Jembatan Situ Gunung becomes the main factor of tourist to visit Situ Gunung, because the attractiveness of Situ Gunung that show the beautiful nature. But, is have a problem about the attraction, because the attraction is just focus to the bridge. In this research we can known that Jembatan Situ Gunung is interesting as tourism attraction and can be a main factor of tourist visiting, but it still need optimized.

Kata Kunci : *Attractiveness, Tourism Attraction, Tourist Visiting, Situ Gunung*

ABSTRAK

ANALISIS KEMENARIKAN JEMBATAN SITU GUNUNG SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG DI KAWASAN SITU GUNUNG TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO

Oleh :

Chandra Yudia Prananda
NPM. 15.10.1498

Di Bawah Bimbingan:

Nova Riana, Dra., M.Si dan Titing Kartika, S.Pd., M.M., MBA. Tourism

Penelitian ini dilakukan di Jembatan Situ Gunung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango, tujuannya adalah untuk mengkaji mengenai kemenarikan jembatan situ gunung sebagai daya tarik wisata dan kemenarikan sebagai faktor utama minat berkunjung wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan memiliki informasi kunci sebanyak 4 orang terdiri dari Pengelola Kawasan Situ Gunung TNGGP, Pengelola Jembatan Situ Gunung (PT.Fontis Aquam Vivam), Dinas Pariwisata Kabupaten Sukabumi dan Tokoh Masyarakat Desa Gede pangrango.

Hasil penelitian menunjukan bahwa, kemenarikan Jembatan Situ Gunung sebagai daya tarik wisata menarik bagi wisatawan karena sebagai jembatan gantung terpanjang se Asia Tenggara. Saat ini Jembatan Situ Gunung menjadi faktor utama wisatawan berkunjung ke kawasan Situ Gunung. Hal ini karena kemenarikan Jembatan Situ Gunung yang menampilkan keindahan alamnya. Namun, masih ada kekurangan mengenai atraksi yang disuguhkan hanya fokus ke Jembatan Situ Gunung. Dalam hasil penelitian ini dapat dinyatakan bahwa Jembatan Situ Gunung menarik sebagai daya tarik wisata dan menjadi faktor utama minat berkunjung wisatawan namun masih perlu dioptimalkan.

Kata Kunci : Kemenarikan, Daya Tarik Wisata, Minat Berkunjung, Situ Gunung



Pariwisata Prajna Artha Bhuwana
(Pariwisata Memacu Perdamaian dan Kesejahteraan Dunia)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur marilah kita panjatkan kepada Allah Yang Maha Esa atas segala nikmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dalam rangka menyelesaikan studi S1 Manajemen Kekhususan Manajemen Pariwisata di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yayasan Pariwisata Indonesia (STIEPAR YAPARI) Bandung. Adapun peneliti telah melakukan penelitian dengan judul Analisis Kemenarikan Jembatan Situ Gunung Sebagai Daya Tarik Wisata dalam Upaya Meningkatkan Minat Berkunjung di Kawasan Situ Gunung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terimakasih atas bantuan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI Bandung, Bapak Dr. H. Bambang Hermanto, Drs., M.Si.
2. Wakil Ketua I Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI Bandung, Bapak Panji Pamungkas, S.E., M.MT.
3. Wakil Ketua II Bidang Administrasi Umum, SDM dan Keuangan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI Bandung, Ibu Nova Riana, Dra., M.Si dan selaku pembimbing I (Pertama) yang selalu memberikan motivasi, nasehat dan arahan yang baik dalam penelitian yang saya laksanakan dari awal pelaksanaan hingga terselesaikannya skripsi ini.

4. Ibu Titing Kartika, S.Pd., M.M., MBA.Tourism selaku pembimbing II (Kedua) yang selalu memberikan dorongan, motivasi, nasehat dan arahan yang baik.
5. Bapak Dr. Emron Edison, S.E., MM selaku ketua Prodi Manajemen Pariwisata
6. Unit Pelaksana Tugas Bidang Kemahasiswaan, Bapak Taufiq Hidayat, S.Sos., M.M.
7. Bapak/ibu dosen pengajar dan karyawan di STIEPAR YAPARI BANDUNG
8. Peneliti mempersembahkan semua ini untuk 2 orang luar biasa yang selalu memberi inspirasi dan motivasi yaitu Ayah, Ibu dan Kakak , sang inspirasi bagi peneliti, yang selalu memberikan semangat, saran dan motivasi. Sehingga peneliti mampu mengerjakan tulisan ini dari larut pagi hingga larut malam, selama berbulan-bulan lamanya. Tidak peduli mata yang lelah, pikiran yang sama lelah dan perut yang selalu minta jatah. Semua akan penulis abadikan dengan sebuah kelulusan. Terimakasih atas kasih sayang dan cinta yang tiada terhingga selama ini, serta doa yang tak pernah peneliti dengar namun selalu terasa doa tersebut selalu mengiri langkah peneliti untuk bersemangat menyelesaikan skripsi.
9. Dinas Pariwisata Kabupaten Sukabumi selaku informasi kunci yang telah membantu mengumpulkan data-data skripsi peneliti.
10. Bapak Dady selaku kepala RTPN Situ Gunung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango dan selaku informasi kunci yang telah membantu mengumpulkan data-data skripsi peneliti
11. Bapak Deni selaku pengelola Jembatan Situ Gunung dan selaku informasi kunci yang telah memberikan dan mengumpulkan data skripsi peneliti.
12. Bapak Hery Hermawandi selaku kepala Desa Gede Pangrango dan informasi kunci yang telah memberikan data-data untuk melengkapi skripsi peneliti.
13. Bapak kepala RW Desa Gede Pangrango Kecamatan Kadudampit yang membantu melengkapi data skripsi peneliti.

14. Sahabat MP 2015 yang memberikan dukungan selalu, terimakasih untuk 3,5 tahunnya pengalaman terbaik adalah ketika mengenal kalian, pengenalan yang sulit untuk di bayangkan dan sulit untuk dilupakan. Terutama Bagja, Putri, Nindah, Erisha, Dias, Maya, Rahmat, Fahmi, Ranti.
15. Kang Taufik, Kang izal, Teh Ajeng, Teh Ananda, Teh Nurmala makasih banyak kakak-kakak ku buat semua ilmu yang dari dulu dan sampai saat ini selalu diberikan kepada peneliti.

Peneliti menyadari dalam penulisan skripsi ini masih memiliki keterbatasan dalam penulisan ataupun penyajian oleh karenanya peneliti meminta saran dan masukan yang membangun. Semoga skripsi ini dapat di gunakan dan bermanfaat sebagaimana mestinya. Amin.

Bandung, Januari 2019

Peneliti



Pariwisata Prajna Artha Bhuwana
(Pariwisata Memacu Perdamaian dan Kesejahteraan Dunia)

Daftar Isi

| | |
|---|-----------|
| Lembar Pengesahan | i |
| Lembar orsinilitas | ii |
| Abstrak | iii |
| Abstract | iv |
| Kata Pengantar | v |
| Daftar Isi..... | viii |
| Daftar Tabel | x |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan dan Identifikasi Masalah..... | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| 1.5 Waktu Penelitian | 9 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 9 |
| 2.1 Pengertian Pariwisata | 9 |
| 2.2 Jenis - Jenis Wisata | 10 |
| 2.3 Kemenarikan Pariwisata..... | 15 |
| 2.4 Daya Tarik Wisata..... | 19 |
| 2.5 Minat Berkunjung | 21 |
| 2.6 Pengertian Wisatawan | 21 |
| 2.7 Destinasi Wisata..... | 26 |
| 2.8 Penelitian Terdahulu | 27 |
| 2.9 Kerangka Berfikir..... | 29 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 30 |
| 3.1 Metode Penelitian..... | 30 |
| 3.2 Objek Penelitian | 30 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data | 31 |
| 3.3.1 Teknik Wawancara..... | 32 |
| 3.3.2 Observasi | 33 |
| 3.3.3 Studi Dokumentasi..... | 33 |

| | |
|--|-----------|
| 3.3.4 Kuisisioner..... | 33 |
| 3.4 Teknik Sampling | 34 |
| 3.4 Teknik Analisis Data..... | 35 |
| 3.4.1 Data Reduction..... | 35 |
| 3.4.2 Penyajian Data | 35 |
| 3.4.3 Penarikan Kesimpulan | 36 |
| 3.6 Teknik Analisis Kuisisioner..... | 36 |
| 3.7 Pengujian Kredibilitas Data..... | 38 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 41 |
| 4.1 Gambaran Umum | 41 |
| 4.2 Jembatan Situ Gunung..... | 43 |
| 4.3 Profil Wisatawan..... | 44 |
| 4.3.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 45 |
| 4.3.2 Responden Berdasarkan Usia..... | 45 |
| 4.3.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 46 |
| 4.3.4 Responden Berdasarkan Daerah Asal Wisatawan | 47 |
| 4.3.5 Responden Berdasarkan Pendapatan Wisatawan..... | 48 |
| 4.4 Hasil Penelitian dan Pembahasan | 49 |
| 4.4.1 Kemenarikan Jembatan Situ Gunung sebagai Daya Tarik Wisata..... | 71 |
| 4.4.2 Kemenarikan Jembatan Situ Gunung sebagai faktor utama minat berkunjung di Kawasan Situ Gunung..... | 82 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 89 |
| 5.1 Kesimpulan | 89 |
| 5.1.1 Kemenarikan Jembatan Situ Gunung sebagai Daya Tarik Wisata..... | 89 |
| 5.1.2 Kemenarikan Jembatan Situ Gunung sebagai faktor utama minat berkunjung di Kawasan Situ Gunung | 90 |
| 5.2 Saran | 90 |
| Daftar Pustaka | 89 |



Pariwisata Prajna Artha Bhuwana
(Pariwisata Memacu Perdamaian dan Kesejahteraan Dunia)

Daftar Tabel

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan..... | 4 |
| Tabel 1.2 Waktu Penelitian | 8 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 27 |
| Tabel 3.1 Teknik Pengumpulan Data | 31 |
| Tabel 3.2 Alternatif dan Skor Skala Likert..... | 37 |
| Tabel 4.1 Penggolongan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 44 |
| Tabel 4.2 Penggolongan Responden Berdasarkan Usia | 45 |
| Tabel 4.3 Penggolongan Responden Berdasarkan Pekerjaan | 45 |
| Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Daerah Asal Wisatawan | 46 |
| Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pendapatan Wisatawan..... | 47 |
| Tabel 4.6 Something To See | 48 |
| Tabel 4.7 Something To Do..... | 49 |
| Tabel 4.8 Something To Do | 50 |
| Tabel 4.9 Something To Buy | 51 |
| Tabel 4.10 Kemenarikan Pariwisata..... | 51 |
| Tabel 4.11 Atraksi..... | 53 |
| Tabel 4.12 Atraksi..... | 53 |
| Tabel 4.13 Atraksi..... | 54 |
| Tabel 4.14 Fasilitas | 55 |
| Tabel 4.15 Fasilitas | 56 |
| Tabel 4.16 Fasilitas | 56 |
| Tabel 4.17 Infrastruktur | 57 |
| Tabel 4.18 Infrastruktur | 58 |
| Tabel 4.19 Infrastruktur | 59 |
| Tabel 4.20 Transportasi | 59 |
| Tabel 4.21 Hospitality..... | 60 |
| Tabel 4.22 Hospitality | 61 |
| Tabel 4.23 Daya Tarik Wisata | 62 |

| | |
|---|----|
| Tabel 4.24 Minat Transaksional | 63 |
| Tabel 4.25 Minat Transaksional | 64 |
| Tabel 4.26 Minat Referensial | 65 |
| Tabel 4.27 Minat Preferensial | 66 |
| Tabel 4.28 Minat Eksploratif | 67 |
| Tabel 4.29 Minat Berkunjung | 67 |
| Tabel 4.30 Kemenarikan Jembatan Situ Gunung Sebagai Daya Tarik Wisata | 70 |
| Tabel 4.31 Kemenarikan Jembatan Situ Gunung Sebagai Daya Tarik Wisata | 73 |
| Tabel 4.32 Kemenarikan Jembatan Situ Gunung sebagai faktor utama Minat Berkunjung di Kawasan Situ Gunung | 82 |



Pariwisata Prajna Artha Bhuwana
(Pariwisata Memacu Perdamaian dan Kesejahteraan Dunia)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan sebuah kebutuhan, pada dasarnya manusia membutuhkan wisata adalah untuk menjadikan dirinya lebih segar setelah bekerja dengan lelah atau beraktivitas yang menjadikan jenuh, selain itu banyak orang melakukan kegiatan wisata untuk mencari pengalaman yang baru karena setiap daerah memiliki keunikan masing-masing untuk dijadikan sebuah pengalaman bagi wisatawan.

Indonesia merupakan sebuah negara yang memiliki beragam budaya dan sumber daya alam yang sangat melimpah, dari melimpahnya sumber daya alam yang dimiliki Indonesia banyak sekali keunikan dan kemenarikan yang tersebar disetiap daerah yang ada di Indonesia. Pariwisata yang maju dan meningkat setiap tahunnya dapat dilihat dari tingkat kunjungan dan lama tinggal di suatu wilayah/daerah. Untuk dapat menciptakan sebuah peningkatan dalam tingkat kunjungan wisatawan di daya tarik wisata dapat dengan menggali kemenarikan dari sebuah daya tarik wisata, yang kemenarikan tersebut diperkirakan mampu untuk meningkatkan kualitas produk daya tarik wisata yang lebih unggul dan memiliki daya saing.

Maka tidak heran jika melihat wisatawan yang berkunjung ke Indonesia hanya sekedar untuk menikmati pemandangan dan keindahan alamnya tetapi karena keunikannya alam dan budaya yang tidak dimiliki oleh negara lain. Dari Sabang sampai Merauke tidak ada satupun daerah di Indonesia yang tidak memiliki potensi wisata, hal ini membuktikan betapa pentingnya sektor

pariwisata. Pariwisata di Indonesia berkembang dengan sangat pesat, bahkan perkembangan pariwisata setiap tahunnya menjadi salahsatu kunci penggerak perekonomian daerah, maka pemerintah saat ini sedang giat dalam mengembangkan potensi pariwisata yang dimiliki Indonesia. Pengembangan pariwisata setiap daerah tentunya berbeda-beda, pengembangan dan pembangunan lebih disesuaikan dengan wilayahnya masing-masing. Dalam hal pengembangan tentunya dengan melihat potensi pariwisata dan kondisi lingkungan yang dimiliki setiap daerahnya.

Jawa Barat adalah Provinsi yang memiliki ragam potensi sumberdaya alam yang sangat melimpah. Menurut Maryani (2004) Jawa Barat memiliki posisi yang strategis karena jaraknya yang relatif dekat dengan Jakarta sebagai pintu gerbang utama masuknya wisatawan. Secara eksternal, ada 3 (tiga) prasarana untuk menghubungkan Jawa Barat dengan kota lainnya yaitu jalan raya, kereta api dan pelabuhan udara, sehingga memungkinkan dengan mudah menjangkau Jawa Barat dalam transportasi. Selain itu Jawa Barat dikenal dengan negara yang mempunyai keberagaman flora dan fauna yang sangat tinggi di dunia. Hal ini dapat menjadi peluang dalam pengembangan sektor pariwisata di Jawa Barat.

Sebuah Fakta menarik mengenai Provinsi Jawa Barat karena merupakan salahsatu Provinsi terluas dengan jumlah Kota dan Kabupatennya yang sedikit. Salah satu kabupaten terluas di Jawa Barat adalah Kabupaten Sukabumi. Kabupaten Sukabumi merupakan kabupaten di Provinsi Jawa Barat yang memiliki beragam potensi daya tarik wisata, meliputi : Gunung, Rimba, Laut, Pantai, dan Sungai atau yang lebih di kenal orang dengan

GURILAPS. Potensi daya tarik wisata yang berada di Kabupaten Sukabumi tersebar ke dalam 8 Kecamatan, dimana masing-masing kecamatan tersebut memiliki potensi daya tarik wisata yang berbeda satu dengan yang lainnya. Kabupaten Sukabumi ini didukung oleh berbagai daya tarik wisata yang menarik dan unik, hal ini dilakukan dengan tujuan agar destinasi wisata yang ada tetap diminati oleh para wisatawan nusantara ataupun mancanegara.

Maka tidak asing lagi sektor Pariwisata merupakan salah satu fokus utama dalam pembangunan yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Sukabumi. Dalam penetapan sektor pariwisata yang dijadikan sebagai sektor unggulan ini, dengan melihat potensi Pariwisata dan kemenarikan Pariwisata yang dimiliki oleh Kabupaten Sukabumi.

Tabel 1.1
PERTUMBUHAN KUNJUNGAN WISATAWAN KE OBJEK WISATA
DI KABUPATEN SUKABUMI
TAHUN 2014 – 2017

| WISATAWAN | TAHUN | | | |
|-----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Nusantara : | 2.845.079 | 3.380.193 | 3.485.066 | 3.657.767 |
| Menginap | 593.927 | 829.083 | 1.394.027 | 1.490.479 |
| Tidak Menginap | 2.251.152 | 2.551.110 | 2.091.039 | 2.167.288 |
| Mancaanegara : | 72.581 | 115.548 | 115.547 | 122.810 |
| Menginap | 62.108 | 50.455 | 103.993 | 108.802 |
| Tidak Menginap | 10.473 | 65.093 | 11.554 | 14.008 |
| Jumlah | 2.917.660 | 3.495.741 | 3.600.613 | 3.780.577 |

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Sukabumi

Pada saat sektor pariwisata Kabupaten Sukabumi ditetapkan pemerintah sebagai sektor unggulan, wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Sukabumi selalu meningkat, dapat dilihat data pertumbuhan kunjungan wisatawan ke objek wisata di Kabupaten Sukabumi di atas yang memperlihatkan terjadi peningkatan kunjungan setiap tahunnya dan jika dilihat sebagian besar kunjungan tersebut merupakan kunjungan dari wisatawan Nusantara yang tidak menginap.

Wisata alam merupakan sebuah jenis wisata yang sangat berpotensi untuk dapat dikembangkan di Kabupaten Sukabumi. Hal ini di lihat dari jumlah luasnya lahan perkebunan di Kabupaten Sukabumi sehingga banyak

manfaat dari hasil perkebunannya. Jauh dari hal itu tidak hanya mengenai manfaat dari hasil perkebunan saja, tetapi memiliki keindahan alam dan keragaman budaya dari perkebunan Kabupaten Sukabumi, yang dapat dijadikan sebagai kemenarikan destinasi wisata.

Taman Nasional Gunung Gede Pangrango (TNGGP) merupakan sebuah pusat konservasi yang berada di bawah Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, TNGGP ini menjadi sebuah Taman Nasional model dan Taman Nasional tertua yang memiliki aktivitas yang padat lokasi yang berdekatan dengan organisasi pusat dengan aksesibilitas baik. TNGGP memiliki 13 RTPN, Situgunung adalah salah satu dari tiga belas RTPN dan merupakan Resort Pintu Masuk TNGGP, disebut demikian karena memiliki potensi wisata yang menarik sehingga banyak dikunjungi oleh masyarakat dengan berbagai tujuan.

Kemenarikan daya tarik wisata merupakan sebuah produk wisata yang sangat mendasar untuk dapat menarik wisatawan yang akan mengunjungi sebuah daya tarik wisata. Untuk melihat kemampuan dan kekuatan daya tarik wisata, memerlukan acuan yang dapat dijadikan untuk menentukan tingkat daya tarik, atau yang biasa di sebut dengan faktor-faktor penentu.

Faktor-faktor penentu tersebut harus diidentifikasi berdasarkan kriteria yang dianggap penting menurut para wisatawan. Menurut Suwantoro (2014:100) Faktor-faktor yang dapat dinilai oleh wisatawan :

1. *Things to do,*
2. *Sightseeing attractions,*

3. *Pleasantries of the weather,*
4. *Case of traveling around,*
5. *Service received in facilities and at attractions*
6. *Cost of things, activities, and services.*

Situ Gunung merupakan salahsatu daya tarik wisata yang juga memiliki 4 (empat) kemenarikan, karena lokasinya berada di kaki gunung sehingga membuat iklim daerah tersebut menjadi sangat sejuk, selain situ gunung termasuk kedalam kawasan konservasi maka flora dan fauna di sana masih terjaga, fasilitas wisata yang mendukung kegiatan pariwisata di Situ Gunung, serta keberadaan atraksi baru yaitu : jembatan Situ Gunung yang memungkinkan untuk dapat menarik wisatawan berkunjung ke kawasan Situ Gunung.

Berdasarkan data di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan memiliki judul "Kemenarikan Jembatan Situ Gunung Sebagai Daya Tarik Wisata Baru Dalam Meningkatkan Kunjungan di Kawasan Situ Gunung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango".

1.2 Rumusan dan Identifikasi Masalah

Dari hasil latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana Kemenarikan Jembatan Situ Gunung sebagai daya tarik wisata?
2. Bagaimana Kemenarikan Jembatan Situ Gunung sebagai faktor utama minat berkunjung di Kawasan Situ Gunung?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa menariknya Jembatan Situ Gunung sebagai daya tarik wisata.
2. Untuk mengetahui bagaimana Kemenarikan Jembatan Situ Gunung sebagai faktor utama minat berkunjung di Kawasan Situ Gunung

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi dan bahan masukan kedepannya jika ada mahasiswa/I, Khususnya Jurusan Manajemen Pariwisata yang akan melakukan penelitian mengenai Kemenarikan Jembatan Situ Gunung Sebagai Daya Tarik Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Minat berkunjung di Kawasan Situ Gunung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.

2. Manfaat Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi bahan referensi dan sumber informasi bagi pengelola untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas produk daya tarik wisata khususnya di Jembatan Situ Gunung dan Umumnya untuk seluruh Kawasan Situ Gunung dan berguna bagi pembaca yang ingin lebih mengetahui mengenai Kemenarikan Jembatan Situ Gunung Sebagai Daya Tarik Wisata Dalam Upaya meningkatkan minat berkunjung di Kawasan Situ Gunung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.

1.5 Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian yang dilakukan oleh peneliti selama meneliti sebagai berikut :

Tabel 1.2
Waktu Penelitian

| No | Kegiatan | Bulan (2018 - 2019) | | | | | |
|----|-------------------------------|---------------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| | | Sep | Okt | Nov | Des | Jan | Feb |
| 1 | Persiapan Penyusunan Proposal | | | | | | |
| 2 | Persiapan Proposal Penelitian | | | | | | |
| 3 | Seminar Proposal | | | | | | |
| 4 | Penyusunan Instrumen | | | | | | |
| 5 | Pengumpulan Data | | | | | | |
| 6 | Pengolahan Data | | | | | | |
| 7 | Pelaporan Hasil Penelitian | | | | | | |
| 8 | Ujian Sidang | | | | | | |



Pariwisata Prajna Artha Bhuwana
(Pariwisata Memacu Perdamaian dan Kesejahteraan Dunia)

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pariwisata

Dalam Undang-Undang Kepariwisataan No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan mendefinisikan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Sedangkan menurut Jafar Jafari dalam Utama & Mahadewi (2012:104) Menyatakan Bahwa “Pariwisata adalah suatu studi tentang manusia yang meninggalkan tempat asal mereka, suatu industri yang merespon kebutuhan dan dampak industri bagi sosial budaya, ekonomi, dan lingkungan fisik”.

Menurut Shashikant Gupta dalam Pendit (2006:34) Mengungkapkan bahwa “Pariwisata adalah gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah tuan rumah serta masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan-wisatawan serta para pengunjung lainnya”. Sedangkan menurut Marpaung (2002) Pariwisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan sementara manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin, keluar dari tempat kediamannya

Menurut Yoeti (2010:47) Pariwisata adalah Perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain untuk bersenang-senang. Lebih lanjut menurut Pitana dan Diarta (2009), mengemukakan “pariwisata adalah sebuah bisnis, jutaan orang mengeluarkan triliunan dollar amerika meninggalkan rumah dan

pekerjaan untuk menghabiskan waktu luang (*leisure*). Hal ini menjadi bagian penting dalam kehidupan dan gaya hidup di negara-negara maju namun demikian mempromosikan pariwisata sebagai esensial dalam kehidupan sehari-hari merupakan fenomena yang relative baru". Menurut WTO atau *World Tourism Organization* dalam Ismayanti (2010:4) mengungkapkan, Pariwisata adalah kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya.

Perjalanan wisata ini berlangsung dalam jangka waktu tidak lebih dari satu tahun secara berturut-turut untuk tujuan bersenang-senang, bisnis, dan lainnya.

Jadi dapat di simpulkan, pariwisata merupakan suatu perpindahan sementara dari suatu tempat ke tempat lain untuk bersenang-senang dan untuk menghabiskan waktu luang.

2.2 Jenis - Jenis Wisata

Menurut Pendit (2006:38) mengemukakan jenis-jenis pariwisata telah dikenal saat ini, antara lain :

1. Wisata Budaya

Ini dimaksudkan agar perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan, untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka. Jenis wisata budaya ini adalah jenis paling populer bagi Tanah Air kita. Bukti-bukti telah

datang ke negeri ini dimana mereka ingin mengetahui kebudayaan kita, kesenian kita dan segala sesuatu yang dihubungkan dengan adat istiadat dan kehidupan seni budaya kita.

2. Wisata Kesehatan

Hal ini dimaksudkan perjalanan seorang wisatawan dengan tujuan tersebut untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari dimana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani, dengan mengunjungi tempat peristirahatan seperti mata air panas mengandung mineral yang dapat menyembuhkan, tempat yang mempunyai iklim udara menyehatkan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas-fasilitas kesehatan lainnya.

3. Wisata Olahraga

Ini dimaksudkan wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau negara seperti Asian Games, Olympiade, Thomas Cup, Uber Cup, Tour de France, F-1 (Formula One) dan lain-lain. Macam cabang olahraga yang termasuk dala jenis wisata olahraga yang bukan tergolong dalam pesta olahraga atau games, misalnya berburu, memancing, berenang dan berbagai cabang olahraga dalam air atau di atas pegunungan.

4. Wisata Komersial

Dalam jenis wisata ini termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industry, pameran dagang dan sebagainya. Pada mulanya banyak orang yang berpendapat bahwa hal ini tidaklah dapat digolongkan ke dalam dunia kepariwisataan, dengan alasan bahwa perjalanan serupa ini, yaitu ke pameran atau pekan raya yang bersifat komersial hanya dilakukan oleh orang-orang yang khusus mempunyai tujuan-tujuan tertentu untuk urusan bisnis mereka dalam pekan raya tersebut. Tetapi kenyataannya dewasa ini dimana pameran-pameran atau pekan raya diadakan, banyak sekali dikunjungi oleh kebanyakan orang dengan tujuan ingin melihat-lihat fasilitas sarana angkutan serta sewa akomodasi dengan reduksi khusus yang menarik. Dan tidak jarang pameran atau pekan raya ini dimariahkan dengan berbagai macam atraksi dan pertunjukan kesenian. Karenanya, wisata komersial ini menjadi kenyataan yang sangat menarik dan menyebabkan kaum pengusaha angkutan dan akomodasi membuat rencana-rencana istimewa untuk keperluan tersebut.

5. Wisata Industri

Yang erat dengan wisata komersial adalah wisata industry. Perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awan ke suatu kompleks atau daerah perindustrian dimana terdapat pabrik-pabrik atau bengkel-bengkel besar dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian termasuk dalam golongan wisata industri ini. Hal ini banyak dilakukan di negara-negara yang telah

maju perindustriannya dimana masyarakat berkesempatan mengadakan kunjungan ke daerah-daerah atau kompleks-kompleks pabrik industri berbagai jenis barang yang dihasilkan secara masal di negara itu.

6. Wisata Politik

Jenis wisata ini meliputi perjalanan yang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil bagian secara aktif dalam peristiwa kegiatan politik seperti misalnya peringatan ulang tahun suatu negara, ulang tahun perayaan 17 Agustus di Jakarta, perayaan 10 Oktober di Moskow, penobatan Ratu Inggris di London dan sebagainya dimana fasilitas akomodasi, sarana angkutan dan atraksi aneka warna diadakan secara megah dan meriah bagi para pengunjung, baik dari dalam maupun luar negeri. Di samping itu juga peristiwa-peristiwa penting seperti konferensi, musyawarah, kongres atau konvensi public yang selalu disertai dengan darmawisata termasuk dalam jenis ini. Sebab dewasa ini peristiwa-peristiwa politik seperti tersebut di atas selalu disertai dengan kegiatan dunia kepariwisataan.

7. Wisata Konvensi

Yang dekat dengan wisata politik adalah apa yang dinamakan wisata konvensi. Berbagai negara dewasa ini membangun wisata konvensi dengan menyediakan fasilitas bangun beserta ruangan-ruangan tempat bersidang bagi para peserta suatu konferensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan lainnya baik bersifat nasional maupun internasional.

8. Wisata Sosial

Ke dalam jenis ini termasuk pula wisata remaja (*youth tourism*). Yang dimaksud jenis wisata ini adalah pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberik kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah (atau dengan kata lain tidak mampu membayar segala sesuatu yang bersifat luks).

9. Wisata Pertanian

Seperti halnya wisata industry, wisata pertanian ini adalah pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, lading pembibitan dan sebagainya dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk studi maupun melihat-lihat keliling sambil menikmati segarnya tanaman beraneka warna dan suburnya pembibitan berbagai jenis sayur-mayur dan palawija di sekitar perkebunan yang dikunjungi.

10. Wisata Maritim

Jenis wisata ini banyak dikatikan dengan kegiatan olahraga air, lebih-lebih di danau, bengawan, pantai, teluk atau lepas seperti memancing, berlayar, menyelam sambil melakukan pemotretan kompetensi berselancar, balapan mendayung, berkeliling melihat taman laut dengan pemandangan indah di bawah permukaan air serta berbagai rekreasi perairan yang banyak dilakukan di daerah-daerah atau Negara maritim.

11. Wisata Cagar alam

Wisata jenis ini biasanya banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usahanya dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh Undang-Undang.

12. Wisata Buru

Jenis wisata ini banyak dilakukan di negeri-negeri yang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.

13. Wisata Pilgrim

Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Banyak agen atau biro perjalanan menawarkan wisata pilgrim ini pada waktu-waktu tertentu dengan fasilitas akomodasi dan sarana angkutan yang diberi reduksi menarik ke tempat-tempat tersebut.

2.3 Kemenarikan Pariwisata

Menurut Pendit (2006) mengemukakan dalam dunia kepariwisataan segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat disebut “atraksi”, atau lazim pula dinamakan “objek wisata”. Mengutip dalam Jurnal Pariwisata STIEPAR (2006:86) Atraksi wisata atau kemenarikan objek (*tourism attraction*) wisata merupakan segala sesuatu yang dapat menarik (*pull factors*) wisatawan untuk datang, melihat, dan melakukan aktivitas wisata. Dalam dunia pariwisata kemenarikan suatu daya tarik wisata

merupakan produk wisata yang sangat mendasar dan penting untuk mendorong seseorang mengunjungi daya tarik wisata tersebut. Untuk melihat daya tarik wisata yang ada, diperlukan acuan yang dipakai untuk melihat kekuatan atau kemampuan daya tarik wisata terhadap tujuan yang akan dicapai.

Penentuan faktor-faktor daya tarik wisata dengan kriteria menurut Suwanto (2004:19) meliputi objek yang menarik, penyediaan fasilitas yang memenuhi, adanya jalur penghubung yang menunjang. Kesemuanya tercermin pada penyediaan prasarana dan sarana pariwisata serta citra wisatawan sehingga didapatkan 4 faktor kemenarikan, yaitu :

1. Tingkat keanekaragaman aktivitas wisata (**Atraksi**), melihat jumlah kegiatan wisata yang ada, meliputi : atraksi alam (flora dan fauna, pemandangan alam, fasilitas olahraga dan memancing).
2. Tingkat kelengkapan fasilitas pelayanan wisata (**Amenitas**), meliputi jumlah kelengkapan fasilitas, meliputi penginapan, tempat makan, toko cinderamata dan fasilitas umum.
3. Tingkat kemudahan pencapaian (**Aksesibilitas**), dengan mengukur fungsi/status jalur transportasi, kondisi prasarana perhubungan dan prasarana angkutan umum lainnya, meliputi: jaringan dan moda angkutan, jarak dari kota terdekat, frekuensi dan tarif, masalah polusi, kapasitas jalan, kualitas jalan, lampu penerangan jalan dan papan petunjuk lokasi.
4. Tingkat pengelolaan potensi wisata (**Ancillary**), melihat ada atau tidaknya pengelolaan potensi wisata, meliputi :

- 1) Perlindungan terhadap sumber daya alam dan lingkungan.
- 2) Keberlanjutan ekonomi.
- 3) Peningkatan integritas budaya.
- 4) Nilai pendidikan dan pembelajaran

Konsep kemenarikan objek agrowisata menurut Sastrayuda (2010:24), pola aktivitas pengunjung di lokasi agrowisata sangat bervariasi dan memiliki kekhususan tergantung dari jenis lokasi dan karakter agro itu sendiri. Pola aktivitas tersebut meliputi :

1. Aktivitas pengunjung dengan karakter agrowisata yang berada di perbukitan dapat memadukan berbagai kegiatan, seperti :
 - 1) Menikmati pemandangan/fotografi
 - 2) Jalan-jalan, *jogging*, bersepeda
 - 3) Bermain/rekreasi keluarga
 - 4) Memetik buah-buahan, sayur mayur, menikmati keindahan taman bunga
 - 5) Menanam bibit
 - 6) Berkemah
 - 7) Kegiatan outbound
 - 8) Mengamati lokasi flora
 - 9) Membeli hasil agrowisata
2. Aksesibilitas, seperti :
 - 1) Kemudahan menuju lokasi
 - 2) Kualitas prasarana jalan
 - 3) Kecukupan fasilitas menuju lokasi

3. Gambaran fasilitas yang dapat dikembangkan dalam lokasi agrowisata :

Fasilitas Umum

- 1) Parkir dalam lokasi
- 2) Pos keamanan
- 3) Tempat sampah
- 4) Masjid/mushola
- 5) Kamar mandi/toilet
- 6) Restoran
- 7) Toko cinderamata
- 8) Pusat informasi/TIC
- 9) Kendaraan wara-wiri
- 10) Locket karcis

Fasilitas olahraga dan bermain

- 1) Berenang
- 2) *Outbound*
- 3) Arena permainan anak-anak

4. *Ancillary Service*

- 1) Kualitas SDM dalam memberikan pelayanan
- 2) Sistem pengamanan pengunjung

2.4 Daya Tarik Wisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, daya tarik wisata yaitu segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam,

budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Menurut A. Yoeti (2010:19) Istilah Daya Tarik Wisata berasal dari kata *tourist attractions* yang dapat diartikan segala sesuatu yang menarik untuk dilihat atau disaksikan wisatawan kalau berkunjung pada suatu destinasi wisata. Kemudian, menurut Ismayanti (2010:148) Daya tarik wisata merupakan sasaran perjalanan wisata seperti berikut ini.

1. Ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam, serta flora dan fauna, seperti pemandangan alam, panorama indah, hutan rimba dengan tumbuhan hutan tropis, serta binatang-binatang langka
2. Karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata *agro* (pertanian), wisata tirta (air), wisata petualangan, taman rekreasi dan tempat hiburan.
3. Sasaran wisata minat khusus, seperti berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah dan tempat-tempat ziarah.

Menurut Yoeti (2010:34) daya tarik wisata adalah semua hal yang menarik untuk dilihat dan dirasakan oleh wisatawan yang disediakan atau bersumber dari alam saja. Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi sebuah daya tarik wisata :

1. *Something To See* adalah destinasi wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang biasa dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dalam kata lain destinasi tersebut harus mempunyai daya tarik yang biasa dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dalam kata lain destinasi tersebut harus mempunyai daya

tarik khusus yang mampu untuk menyedot minat dari wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut.

2. *Something To Do* adalah agar wisatawan biasa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang, bahagia, *relax*, berupa fasilitas rekreasi baik arena permainan atau tempat makan, terutama makanan khas dari tempat tersebut sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah tinggal disana.
3. *Something To Buy* adalah fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau ikon dari daerah tersebut, sehingga bias dijadikan sebagai oleh-oleh.

Menurut Marpaung (2002:78) Objek dan daya tarik wisata adalah suatu bentukan dan atau aktivitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah/tempat tertentu.

2.5 Minat Berkunjung

Pada dasarnya minat berkunjung adalah perasaan ingin mengunjungi suatu tempat atau wilayah yang menarik untuk dikunjungi. Dalam hal ini teori minat berkunjung diambil dari teori minat beli terhadap suatu produk, sehingga dalam beberapa kategori minat berkunjung dapat diaplikasikan dari model minat beli. Berikut adalah penjelasan tentang teori minat berkunjung. Minat adalah dorongan untuk memotivasi seseorang melakukan tindakan. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:201) mengemukakan bahwa minat membeli merupakan aktivitas psikis yang timbul karena adanya perasaan dan pikiran terhadap suatu barang atau jasa yang diinginkan.

Menurut Kotler dan Keller (2009:242) terdapat dua faktor yang mempengaruhi minat beli seseorang. Pertama, sikap orang lain, dalam hal ini sikap orang lain berpengaruh negatif dan positif berhubungan dengan minat belinya. Pengaruh negatif menyebabkan konsumen menolak melakukan pembelian suatu produk, sedangkan pengaruh positif akan memberi motivasi konsumen untuk melakukan pembelian.

Minat menurut Susanto & Kotler (2000) bahwa minat sebagai dorongan, yaitu rangsangan internal yang kuat yang memotivasi tindakan (pernyataan minat untuk berkunjung ulang), dimana dorongan ini dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif akan produk. Dalam penelitian faktor yang diindikasikan sebagai stimulus yang memotivasi niat beli adalah persepsi wisatawan sendiri terhadap kualitas daya tarik wisata.

2.6 Pengertian Wisatawan

Menurut Cohen dalam Swarbrooke dan Horner dalam Ismayanti (2010:33), mengidentifikasikan empat jenis wisatawan sebagai berikut :

1. Wisatawan massal kelompok (organised mass tourist), adapun karakteristiknya sebagai berikut:
 - 1) hanya mau membeli paket wisata ke DTW terkenal, dan sudah berkembang dan dipromosikan melalui media massa;
 - 2) memilih berpergian dengan rombongan dan dikelola oleh pemimpin perjalanan serta didampingi pramuwisata;
 - 3) melakukan perjalanan pergi-pulang melalui jalur yang sama;
 - 4) memilih jadwal yang tetap dan tidak terjadi perubahan acara selama berwisata.

Wisatawan tipe ini sulit melakukan lintas budaya karena kurang bersosialisasi dengan orang baru dan masyarakat setempat.

2. Wisatawan massal individu (individual mass tourist), adapun karakteristiknya sebagai berikut:
 - 1) membeli paket wisata yang memberikan kebebasan berwisata;
 - 2) kreatif merancang paket wisata sesuai dengan selera dan membuat keputusan perjalanan sendiri;
 - 3) memilih DTW yang sudah dikenal, namun masih mau mencoba mendatangi daerah-daerah tujuan baru selama itu bukan daerah asing;
 - 4) bergantung pada fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan oleh usaha wisata.
3. Penjelajah (explorer), wisatawan kelompok ini selalu membuat rencana perjalanan sendiri, mau berinteraksi dan bersosialisasi serta tingkat ketergantungan terhadap fasilitas dan pelayanan dari usaha wisata lebih rendah dibandingkan dengan dua kelompok di atas.
4. Petualang (drifter), wisatawan ini selalu mencoba dapat diterima di lingkungan asing dan baru, sebisa-bisanya mereka menghindari kontak dengan industri pariwisata formal.

Sedangkan menurut Smith dalam Wolah (2016), menjelaskan bahwa “Wisatawan adalah orang yang tidak sedang bekerja, atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu”. Sedangkan menurut Kasumaningrum (2009), Wisatawan yang berkunjung kesuatu daerah biasanya benar-benar ingin menghabiskan waktunya untuk

bersantai, menyegarkan pikiran dan benar-benar ingin melepaskan diri dari rutinitas kehidupan sehari-hari.

Menurut *World Tourism Organization* memberikan definisi sebagai berikut :

1. Pengunjung adalah setiap orang yang berkunjung ke satu Negara lain dimana ia mempunyai tempat kediaman, dengan alasan melakukan pekerjaan yang diberikan oleh Negara yang dikunjunginya.
2. Wisatawan adalah setiap orang yang bertempat tinggal di suatu negara tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung ke suatu tempat pada Negara yang sama untuk jangka waktu lebih dari 24 jam yang tujuan perjalanannya dapat diklasifikasikan pada salah satu hal berikut ini :
 - 1) Memanfaatkan waktu luang untuk berkreasi, liburan, kesehatan, pendidikan dan olahraga
 - 2) Bisnis untuk mengunjungi kaum keluarga
3. Darmawisata atau excursionist, adalah pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24 jam di Negara yang di kunjunginya, termasuk orang yang berkeliling dengan kapal pesiar, namun tidak termasuk para pesiar yang memasuki Negara secara legal.

Menurut Perreault dan Dorden dalam Ismayanti (2010) wisatawan di bagi kedalam 5 (lima) kelompok yaitu :

1. Wisatawan “sandal jepit” atau *budget*

Sebenarnya ia memiliki pendapatan cukup, tetapi ketika berwisata, ia menetapkan anggaran terbatas sehingga setiap kegiatan diperhitungkannya secara matang dan sebisa-bisanya mendapatkan fasilitas yang murah. Uniknya, kebanyakan dari wisatawan ini berpendidikan tinggi sehingga pengetahuannya tentang daerah wisata sungguh-sungguh luar biasa

2. Wisatawan petualang atau *advonturir*

Ia berpendidikan dan memahami bentuk daerah wisata yang dikunjungi. Tujuan perjalanannya adalah satu, yaitu berpetualang. Ia rela membayar berapa pun selama petualangannya menjadi pengalaman yang tidak terlupakan. Ia selalu membuat keputusan perjalanan sendiri dengan mencari informasi sebanyak-banyaknya dari berbagai sumber.

3. Wisatawan yang selalu waspada

Dalam memilih liburan, ia selalu meminta pendapat dari banyak sumber, dan ia sangat mempercayai sumber dari mulut ke mulut, rekomendasi dari teman dan kerabat, atau sumber informasi lain yang terpercaya. Ia mengutamakan kewaspadaan saat berwisata karena pada dasarnya ia adalah tipe muda khawatir sehingga persiapan perjalanan merupakan kegiatan yang mutlak dilakukannya.

4. Pelancong atau *vacationer*

Ia berwisata dalam kelompok kecil dan senang menghabiskan waktu untuk bersantai di akhir pekan. Ketika perjalanan wisatanya hampir berakhir, ia mulai mencari dan memilih liburan berikutnya. Ia merupakan orang-orang yang aktif dan berpenghasilan rendah. Ia

senang berinteraksi dengan masyarakat setempat dan menjadikan persahabatan sebagai pengalaman wisata.

5. Wisatawan Menengah atau *moderate*

Ia memiliki cita rasa pilihan wisata yang tinggi. Pilihan fasilitas wisata selalu eksklusif dan mewah, tetapi kurang menyenangkan wisata pada waktu liburan karena ia tidak suka dengan kepadatan di tempat wisata sehingga akhir pekan bukanlah waktu yang tepat baginya untuk melakukan perjalanan wisata.

Orang yang melakukan kegiatan wisata disebut wisatawan/*tourist*. *United Nation Conference on Travel and Tourism* dalam Sedarmayanti (2013) memberi Batasan lebih umum, tetapi menggunakan istilah visitor (pengunjung), yaitu :

Setiap orang yang mengunjungi negara yang bukan merupakan tempat tinggalnya, untuk mencari berbagai tujuan, tetapi bukan mencari pekerjaan atau penghidupan dari negara yang dikunjunginya.

Batasan ini juga di gunakan IUOTO (*International Union Of Official Travel Orgnasization dalam Sedarmayanti (2013)*). Batasan ini sebenarnya hanya berlaku untuk wisatawan internasional, tetapi dapat juga di berlakukan bagi wisatawan domestik. Selanjutnya visitor dibedakan menjadi dua yakni : 1. Wisatawan (*tourist*), mereka yang mengunjungi suatu daerah lebih dari 24 jam, 2. Pengunjung/pelancong (*Excursionists*), adalah mereka yang berada di suatu destinasi wisata kurang dari 24 jam.

Sehingga dapat di katakan wisatawan adalah seseorang atau suatu kelompok yang melakukan kegiatan wisata yang bertujuan untuk bersenang-senang atau mendapatkan pengalaman baru dengan dilakukan lebih dari 24 jam.

2.7 Destinasi Wisata

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Menurut Suryadana dan Oktavia (2015) Destinasi pariwisata adalah area atau kawasan geografis yang berbeda dalam suatu atau lebih wilayah administrative yang didalamnya terdapat unsur: daya tarik wisata, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, masyarakat serta wisatawan yang saling terikat dan melengkapi untuk terwujudnya kegiatan kepariwisataan.

2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

| No. | Peneliti | Judul | Hasil | Perbandingan |
|-----|----------------------------|--|---|---|
| 1. | Muhammad | Lanskap Ekologi Keresasian Dan Kemenarikan Kepariwisataa Alam Di Wilayah Yogyakarta. Universitas Gajah Mada 2014 | - Mengkaji mengenai lanskap ekologi tingkat keserasian dan kemenarikan lingkungan di wilayah kepariwisataan Yogyakarta | - Mengkaji Mengenai Kemenarikan Jembatan Situ Gunung Sebagai Daya Tarik Wisata - Minat Kunjungan Wisatawan - Dilihat daari aspek seberapa menariknya atraksi wisata |
| 2. | Muhammad Firdhani Ramadhan | Faktor-faktor Kemenarikan Di Resort Giri Tirta Kahirupan Berdasarkan Persepsi Wisatawan. STIEPAR Tahun 2015 | - Berdasarkan Aspek Persepsi wisatawan - Hasil penelitian menunjukan aspek aksesibilitas yang memadai dapat menarik wisatawan untuk berkunjung | - Berdasarkan Aspek Minat Berkunjung Wisatawan - Dilihat daari aspek seberapa menariknya atraksi wisata - Berdasarkan Apek Fasilitas |
| 3. | Tri Agus Setiawan | Kemenarikan Daya Tarik Wisata Pantai Pariang Di Kota Bengkulu Provinsi Bengkulu | - Hasil penelitian menunjukan bahwa terdapat 17 kemenarikan | - Berdasarkan Aspek Minat Berkunjung Wisatawan - Dilihat daari aspek seberapa menariknya |

| | | | | |
|--|--|-----------------------|----------------------|---|
| | | STIEPAR Tahun 2015 | di pantai pariang | atraksi wisata untuk meningkatkan minat berkunjung - Berdasarkan Aspek Fasilitas memperngaruhi minat berkunjung |
|--|--|-----------------------|----------------------|---|

2.9 Kerangka Berfikir





Pariwisata Prajna Artha Bhuwana
(Pariwisata Memacu Perdamaian dan Kesejahteraan Dunia)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:2) menjelaskan bahwa “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”.

Menurut Sugiyono (2017:9) Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan observatif dan deskriptif analitis yang dilakukan di Kawasan Wisata Situ Gunung Kabupaten Sukabumi.

3.2 Objek Penelitian

Lokasi penelitian adalah Situ Gunung Kabupaten Sukabumi. Objek yang dijadikan penelitian atau fokus yang dijadikan sebagai titik perhatian suatu penelitian. Objek penelitian adalah Kemenarikan.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Menurut Sugiyono (2017:224) “Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data”. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data :

Tabel 3.1

Teknik Pengumpulan Data

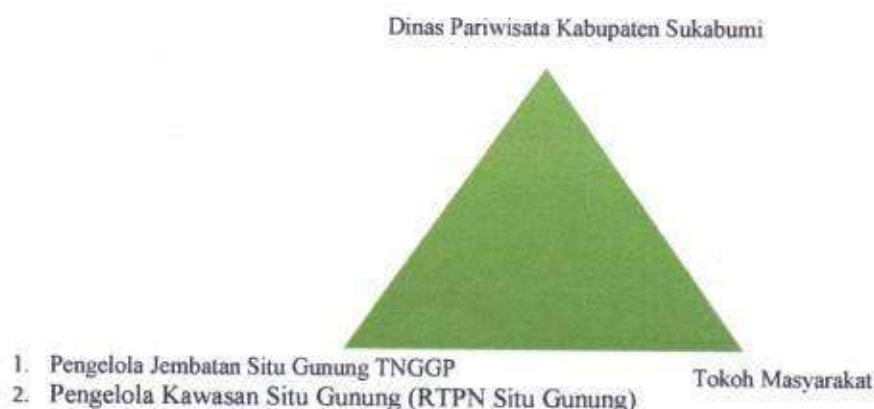
| DATA PRIMER | | DATA SEKUNDER | |
|----------------------------------|-------------------------|---|---------------------------------|
| JENIS DATA | TEKNIK PENGUMPULAN DATA | JENIS DATA | TEKNIK PENGUMPULAN DATA |
| Informasi mengenai lokus | Wawancara | | |
| Kemenarikan jembatan situ gunung | Observasi dan Wawancara | | |
| | | Tentang Minat kunjungan di kawasan situ gunung kabupaten sukabumi | Studi Dokumentasi & Kuisisioner |

Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2018

3.3.1 Teknik Wawancara

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur. Jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan (Sugiyono, 2009:73-74). Dalam hal ini penulis mengadakan wawancara dengan beberapa informasi kunci (*key informan*), seperti : Pengelola Kawasan Situ Gunung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango, Pengelola Jembatan Situ Gunung, Dinas Pariwisata Kabupatenm Sukabumi dan Tokoh Masyarakat.

Gambar 3.1 Wawancara Triangulasi



Sumber: Olahan Peneliti (2018)

3.3.2 Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung ke objek penelitian. Dalam hal ini penulis akan mengamati di tempat penelitian mengenai fenomena-fenomena yang berhubungan langsung dengan data yang akan digunakan. Dari hasil pengamatan ini penulis kemudian melakukan pencatatan terhadap objek yang penulis teliti. Obyek yang menjadi sasaran penulis adalah Kawasan Pariwisata Situ Gunung Kabupaten Sukabumi.

3.3.3 Studi Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2017:240) Mengemukakan bahwa Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

Dalam hal ini studi dokumentasi yang menjadi bagian dari data sekunder adalah foto-foto, Jurnal dan buku kunjungan.

3.3.4 Kuisisioner

Menurut Sugiyono (2009: 199). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien. Pertanyaan dalam kuesioner dapat berupa pertanyaan/ Pernyataan tertutup dan terbuka. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pertanyaan tertutup.

Kuisisioner disini untuk memudahkan peneliti dalam mendapatkan data tentang fenomena yang dikaji agar semakin jelas dan dikuatkan oleh hasil wawancara

3.4 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2017:218) Mengemukakan bahwa *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi oleh Spradley dalam Sugiyono (2009:389) dinamakan *social situation* atau situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen yaitu: tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis. Menurut Sugiyono (2009:390), penelitian kualitatif tidak menggunakan populasi karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi, tetapi ditransferkan ke tempat lain pada situasi sosial yang memiliki kesamaan dengan situasi sosial pada kasus yang dipelajari”

Menurut Muharto & Ambarita (2016) dalam penelitian kualitatif sampel yang diambil berperan sebagai informan atau responden dan jumlah bukan ukuran melainkan tingkat pengetahuan dan keterlibatan sampel terhadap objek penelitian. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai informan atau narasumber dalam penelitian. Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2015:90) memberikan saran tentang ukuran sampel untuk penelitian dan salah satunya adalah ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500. Dari saran diatas maka peneliti menyediakan 100 kuisioner yang akan disebar untuk pengumpulan data.

Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel di Situ Gunung Kabupaten Sukabumi dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dalam melaksanakan penelitian ini.

3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh

3.4.1 Data Reduction

Data yang diperoleh di rangkum, lalu di pilih hal-hal yang pokok. Memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila perlu.

3.4.2 Penyajian Data

Setelah data di reduksi, maka langkah selanjutnya adalah menampilkan data, penyaji data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan, antar kategori, *Flowchart* dan sejenisnya. Dengan menampilkan data maka akan memperoleh untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3.4.3 Penarikan Kesimpulan

Langkah selanjutnya adalah pengambilan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

3.6 Teknik Analisis Kuisisioner

Teknik analisis yang digunakan oleh peneliti untuk hasil kuisisioner yang diperoleh dari hasil penelitian kemudian diolah secara statistic menggunakan skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2016:93) dalam penelitian dan pengembangan skala *Likert* digunakan dalam mengembangkan instrumen yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap potensi terhadap permasalahan suatu obyek, rancangan suatu produk, proses membuat produk dan produk yang telah dikembangkan. Jawaban setiap item instrumen menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif dalam pertanyaan dan pernyataan yang dibuat dalam bentuk *checklist* dan pilihan ganda yang dapat berupa kata-kata dan diberi skor dengan 5 alternatif jawaban, yaitu :

Tabel 3.2

ALTERNATIF DAN SKOR SKALA LIKERT

| Alternatif Jawaban | Skor |
|---------------------|------|
| Sangat setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Ragu-ragu | 3 |
| Tidak setuju | 2 |
| Sangat tidak setuju | 1 |

Sumber: Sugiyono (2015)

Dengan teknik pengumpulan data angket, maka instrument tersebut misalnya diberikan kepada 100 orang wisatawan yang diambil secara acak.

Dari 100 orang wisatawan setelah dilakukan analisis misalnya:

| | | |
|----|----------------|-----|
| 25 | Orang menjawab | SS |
| 40 | Orang menjawab | ST |
| 5 | Orang menjawab | RG |
| 20 | Orang menjawab | TS |
| 10 | Orang menjawab | STS |

Data interval tersebut dapat dianalisis dengan menghitung rata-rata jawaban berdasarkan skoring setiap jawaban dan responden. Berdasarkan skor yang telah ditetapkan dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Jumlah skor untuk 25 orang yang menjawab SS} = 25 \times 5 = 125$$

$$\text{Jumlah skor untuk 40 orang yang menjawab ST} = 40 \times 4 = 160$$

$$\text{Jumlah skor untuk 5 orang yang menjawab RG} = 5 \times 3 = 15$$

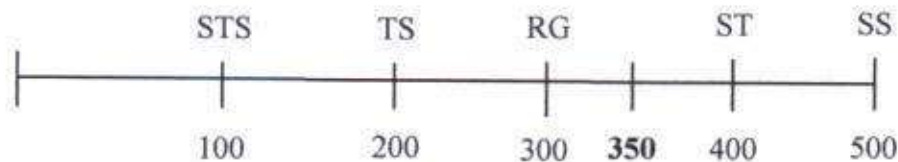
$$\text{Jumlah skor untuk 20 orang yang menjawab TS} = 20 \times 2 = 20$$

$$\text{Jumlah skor untuk 10 orang yang menjawab STS} = 10 \times 1 = 10$$

$$\text{Jumlah total} = 350$$

Jumlah skor ideal (kriterium) untuk seluruh item = $100 \times 5 = 500$
 (seandainya semua menilai SS). Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian =
 350. Jadi berdasarkan data itu maka pendapat wisatawan = $(350 : 500) \times 100\%$
 = 70% dari yang diharapkan (100%)

Secara kontinuum dapat digambarkan seperti berikut:



Jadi berdasarkan data yang diperoleh dari 100 responden maka rata-rata
 350 terletak pada daerah setuju.

3.7 Pengujian Kredibilitas Data

Data-data atau temuan dalam penelitian kualitatif dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Untuk itu diperlukan uji kebenaran (uji kredibilitas) terhadap data yang didapatkan. Pengujian kredibilitas data penelitian dilakukan dengan cara:

1. Triangulasi

Pengujian kredibilitas data penelitian ini menggunakan triangulasi teknik dan triangulasi sumber data. Triangulasi teknik dilakukan dengan cara menanyakan hal yang sama dengan teknik yang berbeda, yaitu dengan wawancara mendalam, observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Triangulasi sumber data dilakukan dengan cara menanyakan hal yang sama melalui sumber yang berbeda.

2. Diskusi dengan pembimbing

Hasil penelitian yang masih bersifat sementara didiskusikan dengan dosen pembimbing. Melalui diskusi ini banyak pertanyaan dan saran berkenaan dengan data yang didapat. Bila pertanyaan yang berkaitan tersebut belum mampu terjawab, maka peneliti kembali ke lapangan untuk mencari jawaban. Dengan demikian datanya akan menjadi lengkap dan kredibel.



Pariwisata Prajna Artha Bhuwana
(Pariwisata Memacu Perdamaian dan Kesejahteraan Dunia)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

Situ Gunung merupakan sebuah destinasi wisata yang berada dalam wilayah Taman Nasional Gunung Gede Pangrango yang di kelola oleh Resort PTN Situgunung masuk dalam wilayah kerja Bidang Pengelolaan Taman Nasional Wilayah II Selabinata – Sukabumi, Seksi Pengelolaan Taman Nasional Wilayah IV Situgunung. Terletak di sebelah selatan Gunung Gede pada ketinggian 950 - 1036 mdpl. Secara geografis terletak diantara $6^{\circ}47'02''$ - $6^{\circ}51'57''$ LS dan $106^{\circ}54'48''$ - $106^{\circ}58'18''$ BT. Secara administratif termasuk kedalam wilayah Desa Gede Pangrango, Desa Gede Pangrango Kecamatan Kadudampit, Kabupaten Sukabumi. RPTN Situgunung Cimungkad memiliki luas $\pm 3,314,28$ Ha, dengan Pal Batas 4549 s/d 4977 dengan Jumlah Pal Batas RPTN Situgunung Cimungkad Sebanyak 428 Buah. RPTN Situgunung dibagi kedalam beberapa Blok, dari timur ke barat secara berurutan adalah ; Blok Cilebaksiuh, Blok Pasir Tugu, Blok Curug Sawer, Blok Puspa Dua, Blok Menara, Blok Bumi Perkemahan, Blok Cimahi, Blok Panel, Blok Nangolong, Blok Ciarya, Blok Masigit, Blok Danau/TWA, Blok Cikaramat, Blok Andong Koneng, Dan Blok Balong Ciodeng Desa Seuseupan . Kantor Resort Situgunung berkedudukan di Jl. Raya Situgunung Km 8 Kp. Pasangrahan, Desa Pangrango, Kec. Kadudampit – Sukabumi. Resort Situgunung merupakan salah satu resort yang memiliki obyek wisata yang banyak didatangi oleh pengunjung.

Panorama dan fenomena alam yang indah merupakan obyek wisata alam di situgunung. Danau adalah obyek utama Situ Gunung dengan memiliki luas sebesar 10 Ha dengan panorama alam indah dikelilingi barisan bukit. Di hulu danau terdapat Air Terjun (Curug) Cimanaracun merupakan sumber air yang mengalir ke danau situgunung. Menempuh perjalanan \pm 1 jam ke atas danau menelusuri jalan berbatu terdapat air terjun yang terbesar di TNGP dengan tinggi \pm 30 meter disebut Curug Sawyer. Di atas Curug sawer menempuh perjalanan \pm 1 jam terdapat dua air terjun pada lokasi yang berdekatan disebut Curug Kembar namun air terjun ini belum dikembangkan menjadi sebuah obyek wisata alam. Terdapat juga beberapa lokasi bumi perkemahan dan Wisma Tamu, untuk saat ini perusahaan jasa wisata tersebut dikelola oleh (PIHAH KE TIGA / RAKATA), Selain itu terdapat Atraksi wisata yang baru saja di resmikan pada tahun 2018 yaitu Jembatan Situ Gunung yang pengelolaannya tersebut di kelola secara langsung oleh (PIHAH KE TIGA). Dan Adanya Jalur Interpretasi Situgunung Yaitu, Mulai Dari Pintu Gerbang Situgunung Sampai Air Terjun/Curug Sawyer, Kurang Lebih Dengan Jarak 2,500 m.

Beranekaragam jenis Flora dapat dijumpai di Resort Situgunung, sebagian diantaranya yaitu ; Tegakan Damar (*Agathis sp*), Rasamala (*Altingia exelsa*), Pasang (*Lithocarpus spp*), Saninten (*Castanopsis argentea*), Puspa (*Schima walichii*), dan Jamuju (*Dacrydium imbricatus*). Hidup berbagai jenis perdu, epipit, perambat, dan berbagai jenis tumbuhan bawah lainnya. Keseluruhan jenis tumbuhan itu sebagian bermanfaat sebagai tumbuhan hias dan tumbuhan obat. Sebagai perwakilan dan demonstrasi tumbuhan obat yang

terdapat di wilayah Bidang Pengelolaan Wilayah II, pada bulan Pebruari 2006 telah dibangun *Demplot Tumbuhan Obat* di Situgunung.

Jenis Fauna yang dapat dijumpai di Resort Situgunung diantaranya Lutung (*Trachypithecus auratus*), Owa (*Hylobates moloch*), Tupai (*Sciurus Spp*), Bunglon (*Pseudocalotes tympanistriga*), jenis burung seperti Elang hitam (*Ictinaetus malayensis*), Kutilang (*Picnonotus aurigaster*), Walet sapi (*Collocalia esculenta*) dan suatu waktu dapat dilihat berbagai jenis serangga seperti belalang dan kupu-kupu. Satwa yang sering meninggalkan jejak diantaranya : Kijang (*Muntiacus muntjak*), Babi hutan (*Sus Spp*), Sigung (*Myrdaus javensis*) dan Musang (*Paradoxorus haemaproditus*).

4.2 Jembatan Situ Gunung

Jembatan Situ Gunung merupakan jembatan gantung terpanjang di Asia Tenggara, Jembatan ini terletak Kawasan Situ Gunung, Desa Gede Pangrango, Kecamatan Kadudampit, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat. Jembatan gantung ini merupakan salah satu atraksi wisata baru yang berada di bagian Taman Nasional Gunung Gede Pangrango. Jembatan yang memiliki panjang 243 m² dengan tinggi 161 m² menjadi rute jalur cepat untuk menuju ke Curug Sawyer. Pengelolaan Jembatan Situ Gunung ini di kelola oleh pihak ketiga di luar Taman Nasional yaitu : PT. Fontis Aquam Vivam, Jembatan ini di bangun pertengahan 2017, Pembangunan jembatan ini di lakukan secara manual dengan melibatkan penduduk setempat dan ahli yang di datangkan dari Bandung. Jembatan Situ Gunung terselesaikan dalam waktu kurang dari 1 tahun, tepatnya 4 bulan.

Jembatan ini memiliki kekuatan menahan beban hingga 75 ton yang terbagi atas 35 ton untuk menopang barang yang sudah ada dan 40 ton untuk menopang wisatawan yang menaiki jembatan. Wisatawan yang berkunjung tidak perlu khawatir dengan hal-hal yang tidak diinginkan karena untuk keselamatan dan kenyamanan wisatawan yang berkunjung ke Jembatan Situ Gunung jembatan ini pun telah disertifikasi dan lulus uji beban yang langsung dilakukan oleh Kementrian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat. Pembangunan Jembatan Situ Gunung ini bertujuan untuk menarik wisatawan untuk datang ke Situ Gunung, Khususnya Kabupaten Sukabumi. Selain itu dengan adanya jembatan gantung ini dapat mengurangi dampak negatif terhadap habitat flora dan fauna yang ada di sekitar kawasan Taman Nasional Gunung Gede Pangrango. Selain dari jembatan gantung yang di suguhkan untuk wisatawan, terdapat juga pertunjukan kesenian tradisional yang ditampilkan di area Jembatan Situ Gunung ini hal ini pun bertujuan untuk memperkenalkan kebudayaan masyarakat sekitar.

4.3 Profil Wisatawan

Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang, penentuan sampel dilakukan untuk memastikan bahwa responden adalah wisatawan yang berkunjung ke Situ Gunung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango. Penyajian mengenai identitas responden di sini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang keadaan para responden. Adapun gambaran mengenai responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dikelompokkan

berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, asal daerah wisatawan dan tingkat pendapatan wisatawan.

1.3.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan perincian sebagai berikut:

Tabel 4.1
Penggolongan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | Frekuensi | Presentase |
|-------|---------------|-----------|------------|
| 1 | Laki - Laki | 29 | 29 % |
| 2 | Perempuan | 71 | 71 % |
| Total | | 100 | 100 % |

Berdasarkan tabel di atas mengenai pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin, 29 responden laki – laki atau 29% dan 71 responden perempuan atau 71% semuanya menikmati kegiatan di Jembatan Situ Gunung tersebut. Hasilnya didominasi oleh responden perempuan karena perempuan lebih antusias mengunjungi Jembatan Situ Gunung.

1.3.2 Responden Berdasarkan Usia

Jembatan Situ Gunung ini hampir dinikmati oleh semua kalangan untuk menikmati keindahan alamnya mulai dari anak – anak sampai dewasa sehingga memungkinkan bahwa wisatawan yang menikmati Jembatan Situ Gunung bervariasi. Tabulasi usia responden dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.2
Penggolongan Responden Berdasarkan Usia

| No | Jenis Kelamin | Frekuensi | Presentase |
|-------|-------------------|-----------|------------|
| 1 | Di bawah 15 Tahun | 1 | 1 % |
| 2 | 15 – 20 Tahun | 27 | 27 % |
| 2 | 21 – 30 Tahun | 26 | 26 % |
| 3 | 31 – 40 Tahun | 19 | 19 % |
| 4 | Di atas 40 Tahun | 27 | 27% |
| Total | | 100 | 100 % |

Dari tabel di atas mengenai pengelompokan usia wisatawan yang mengunjungi Jembatan Situ Gunung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango. Wisatawan dibawah 15 tahun 1 responden (1%), Wisatawan 15 – 20 Tahun 27 Responden (27%), wisatawan yang berusia 21 – 30 tahun sebanyak 26 responden (26%), wisatawan yang berusia 31 – 40 tahun 19 responden (19%) dan wisatawan di atas 40 tahun 27 (27%). Maka hasilnya di dominasi oleh responden berusia 15 – 20 dan usia di atas 40 Tahun.

1.3.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden yang di gunakan dalam penelitian ini terdiri atas 100 responden berikut tabulasi dari para responden berdasarkan pekerjaan:

Tabel 4.3
Penggolongan Responden Berdasarkan Pekerjaan

| No | Jenis Kelamin | Frekuensi | Presentase |
|----|-------------------|-----------|------------|
| 1 | Pelajar/Mahasiswa | 29 | 29% |
| 2 | Pegawai Negeri | 28 | 28% |

| | | | |
|-------|-----------------|-----|------|
| 2 | Pegawai BUMN | 6 | 6% |
| 3 | Wiraswasta | 7 | 7% |
| 4 | Karyawan Swasta | 20 | 20% |
| 5 | Lainnya | 10 | 10% |
| Total | | 100 | 100% |

Berdasarkan tabel di atas bahwa pengelompokan 100 responden wisatawan yang berkunjung berdasarkan pekerjaannya. Pelajar atau mahasiswa sebanyak 29 responden atau 29%, Pegawai Negeri 28 responden atau sebesar 28%, wiraswasta sebanyak 7 responden atau 7%, karyawan swasta 20 responden atau 20% dan pekerjaan lainnya 10 responden atau 10%. Hasil dari penelitian ini didominasi oleh Pelajar dan mahasiswa karena selain berwisata tempat ini pun dapat dijadikan sebagai tugas penelitian atau observasi khususnya flora dan fauna.

1.3.4 Responden Berdasarkan Daerah Asal Wisatawan

Responden yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas 100 responden berikut tabulasi dari para responden berdasarkan daerah asal wisatawan:

Tabel 4.4
Daerah Asal Wisatawan

| No | Jenis Kelamin | Frekuensi | Presentase |
|-------|---------------|-----------|------------|
| 1 | Sukabumi | 58 | 58% |
| 2 | Jabodetabek | 27 | 27% |
| 2 | Bandung | 7 | 7% |
| 3 | Cianjur | 6 | 6% |
| 4 | Padang | 1 | 1% |
| 5 | Sumedang | 1 | 1% |
| Total | | 100 | 100% |

Berdasarkan tabel di atas bahwa pengelompokan 100 responden wisatawan yang berkunjung berdasarkan asal daerahnya. Sukabumi 28

responden atau 58%, Jabodetabek 27 responden atau 27%, Bandung 7 Responden atau 7%, Cianjur 6 Responden atau 6%, Padang 1 responden atau 1% dan sumedang 1 responden atau 1%. Hasil dari penelitian ini bahwa daerah asal wisatawan yang mendominasi adalah wisatawan berasal dari daerah sukabumi, untuk di luar sukabumi Jabodetabek menjadi pendominasi yang berkunjung ke Jembatan Situ Gunung.

1.3.5 Responden Berdasarkan Pendapatan Wisatawan

Responden yang di gunakan dalam penelitian ini terdiri atas 100 responden berikut tabulasi dari para responden berdasarkan pendapatan wisatawan:

Tabel 4.5
Pendapatan Wisatawan

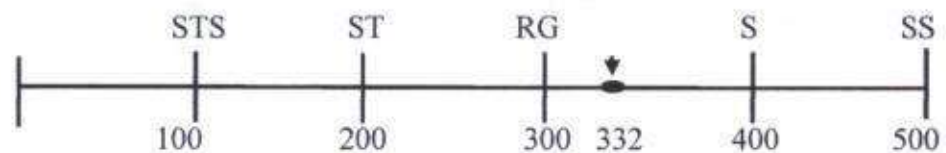
| No | Jenis Kelamin | Frekuensi | Presentase |
|-------|-----------------------|-----------|------------|
| 1 | Di bawah 1.000.000 | 19 | 19% |
| 2 | 1.000.000 – 2.500.000 | 28 | 28% |
| 3 | Di atas 2.500.000 | 53 | 53% |
| Total | | 100 | 100% |

Berdasarkan tabel di atas bahwa pengelompokan 100 responden wisatawan yang berkunjung berdasarkan Pendapatannya. Wisatawan dengan pendapatan di bawah 1.000.000 sebanyak 19 responden atau 19%, pendapatan wisatawan antara 1.000.000 – 2.500.000 28 responden atau 28% dan wisatawan dengan pendapatan di atas 2.500.000 53 responden atau 53%. Hasil di atas menyebutkan bahwa wisatawan yang berkunjung berdasarkan pendapatan di dominasi oleh wisatawan yang berpendapatan di atas 2.500.000.

4.4 Hasil Penelitian dan Pembahasan

TABEL 4.6
SOMETHING TO SEE

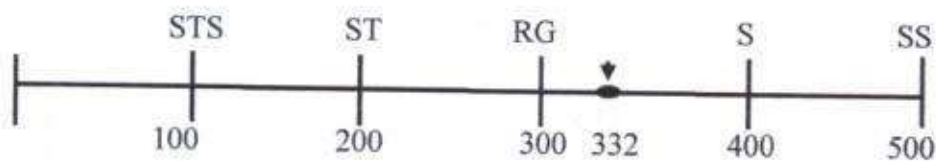
| No. | Penyatuan | Total | | | | | HASIL |
|--------------------------------------|-----------------------------------|-------|-----|----|----|---|---|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 1. | Adanya atraksi yang dapat dilihat | 15 | 66 | 12 | 5 | 2 | $75 + 264 + 42 + 10 + 2 = 393$ Indeks % : |
| Nilai skor x total jawaban responden | | 75 | 264 | 42 | 10 | 2 | $393 \times 100 \% = 78 \%$ |



Berdasarkan hasil di atas yang diperoleh dari 100 responden maka rata-rata 393 terletak pada setuju, dan dengan hasil ini menyatakan bahwa adanya atraksi yang dapat di lihat oleh wisatawan adalah kunci penting dalam sebuah daya tarik wisata.

TABEL 4.7
SOMETHING TO DO

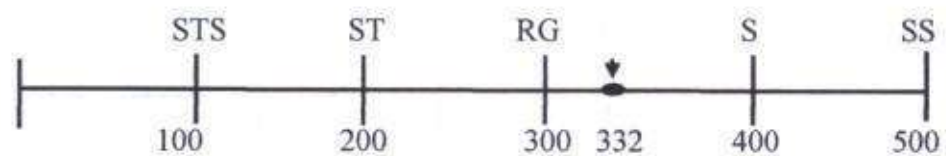
| No. | Pernyataan | Total | | | | | HASIL |
|--------------------------------------|--|-------|-----|----|---|---|--|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 2. | Adanya kegiatan yang dapat dilakukan secara langsung | 13 | 68 | 14 | 0 | 5 | $65 + 272$ $+ 42 + 0$ $+ 5 =$ 384 Indeks % : |
| Nilai skor x total jawaban responden | | 65 | 272 | 42 | 0 | 5 | $384 \times$ $100 \% =$ 76,8 % |



Berdasarkan hasil di atas yang diperoleh dari 100 responden maka rata-rata 384 terletak pada setuju, dan dengan hasil ini menyatakan bahwa di dalam sebuah daya tarik wisata memerlukan kegiatan yang dapat dilakukan langsung oleh wisatawan yang berkunjung.

TABEL 4.8
SOMETHING TO DO

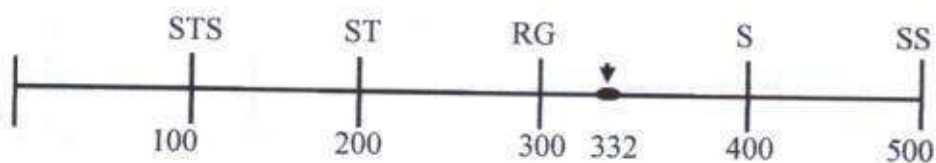
| No. | Pernyataan | Total | | | | | HASIL |
|--------------------------------------|---|-------|-----|----|---|---|---|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 3. | Jembatan Situ Gunung memiliki banyak kegiatan yang bisa dilakukan wisatawan | 18 | 51 | 21 | 4 | 6 | $90 + 204 + 63 + 8 + 6 =$ 371 Indeks % : $371 \times 100 \%$ $=$ 74,2 % |
| Nilai skor x total jawaban responden | | 90 | 204 | 63 | 8 | 6 | |



Berdasarkan hasil di atas yang diperoleh dari 100 responden maka rata-rata 371 terletak pada setuju, dan dengan hasil ini menyatakan bahwa Jembatan Situ Gunung tidak hanya sebagai sebuah jembatan untuk penyebrangan tetapi banyak kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan seperti berfoto, menguji adrenaline tentunya hal ini menjadi sebuah kemenarikan bagi wisatawan yang berkunjung.

TABEL 4.9
SOMETHING TO BUY

| No. | Pernyataan | Total | | | | | HASIL |
|--------------------------------------|---|-------|-----|----|----|----|--|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 4. | Ketersediaan Toko cinderamata menarik saya untuk datang ke Jembatan Situ Gunung | 7 | 52 | 18 | 12 | 11 | $35 + 208 + 54 + 24 + 11 = 332$ Indeks % : |
| Nilai skor x total jawaban responden | | 35 | 208 | 54 | 24 | 11 | $332 \times 100 \% = 66,4 \%$ |



Berdasarkan hasil di atas yang diperoleh dari 100 responden maka rata-rata 332 terletak pada setuju, dan dengan hasil ini menyatakan bahwa dalam sebuah kawasan pariwisata memerlukan sebuah fasilitas umum termasuk salah satunya fasilitas perbelanjaan.

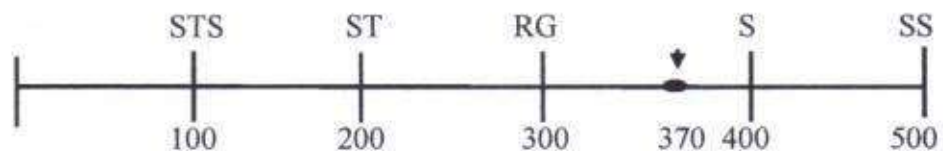
Tabel 4.10
KEMENARIKAN PARIWISATA

| No | INDIKATOR | POIN |
|---------------|-------------------------|------|
| 1 | SOMETHING TO SEE | 393 |
| 2 | SOMETHING TO DO | 384 |
| | - Secara Langsung | 371 |
| 4 | - Tidak Secara Langsung | |
| | SOMETHING TO BUY | 332 |
| Jumlah | | 1480 |

Sumber : Olahan Peneliti 2018

Untuk mendapatkan nilai rata-rata Kemenarikan Pariwisata, seluruh hasil poin dari indikator dijumlahkan lalu dibagi jumlah indikator. $1480 \div 4 = 370$ hasil ini merupakan rata-rata dari nilai Kemenarikan Pariwisata.

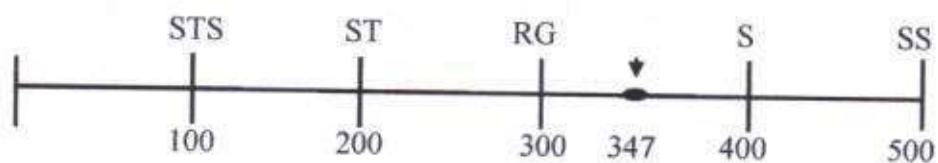
Untuk mengetahui penilaian wisatawan terhadap Kemenarikan Pariwisata dapat diukur berdasarkan data yang diperoleh dari hasil perhitungan 4 indikator Kemenarikan Pariwisata dengan skor ideal (kriterium) untuk seluruh item pernyataan $5 \times 100 = 500$. Sedangkan jumlah yang diperoleh peneliti sebesar 370 dengan presentase $(370:500) \times 100 = 74\%$ dari yang diharapkan (100%). Maka secara kontinuum dapat dilihat sebagai berikut :



Jadi berdasarkan data yang diperoleh dari 100 responden kondisi Kemenarikan Pariwisata di Jembatan Situ Gunung saat ini rata-rata 370, dan titik 370 pada garis kontinuum tersebut jika diordinalkan terletak pada bobot 4 yang terletak pada daerah setuju bahwa di daya tarik wisata Jembatan Situ Gunung memiliki keindahan alam, menarik untuk berfoto, banyak kegiatan yang dapat dilakukan juga nyaman untuk melakukan kegiatan wisata, selain itu juga tersedia barang-barang penunjang pariwisata dan tersedia barang-barang unik untuk dibeli.

Tabel 4.11
ATRAKSI

| No. | Pernyataan | Total | | | | | HASIL |
|--------------------------------------|--|-------|-----|----|----|---|---|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 5. | Perlu adanya atraksi pendukung kegiatan pariwisata | 11 | 59 | 13 | 7 | 3 | $55 + 236 + 39 + 14 + 3$ $=$ 347 Indeks % : $347 \times 100 \%$ $=$ 69,4 % |
| Nilai skor x total jawaban responden | | 55 | 236 | 39 | 14 | 3 | |



Berdasarkan hasil di atas yang diperoleh dari 100 responden maka rata-rata 347 terletak pada setuju, dan dengan hasil ini menyatakan bahwa sebuah daya tarik harus memiliki banyak inovasi dan kreatifitas untuk menciptakan atraksi pendukung selain dari *core product* atau produk inti.

Tabel 4.12
ATRAKSI

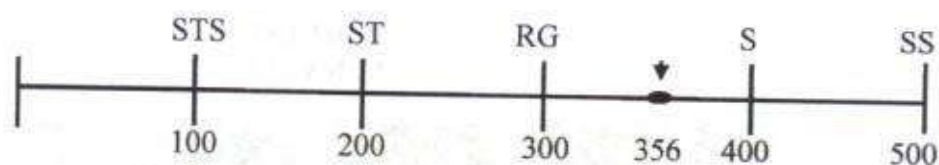
| No. | Pernyataan | Total | | | | | HASIL |
|--------------------------------------|---|-------|-----|----|---|---|--|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 6. | Jembatan Situ Gunung memiliki pemandangan alam yang menarik | 37 | 46 | 9 | 3 | 5 | $185 + 184 + 27 + 6 + 5 = 407$ Indeks % : $407 \times 100 \% = 81,4 \%$ |
| Nilai skor x total jawaban responden | | 185 | 184 | 27 | 6 | 5 | |

| | | | | | |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|
| | STS | ST | RG | S | SS |
| | | | | | |
| | 100 | 200 | 300 | 400 | 500 |

Berdasarkan hasil di atas yang diperoleh dari 100 responden maka rata-rata 407 terletak pada sangat setuju, dan dengan hasil ini menyatakan salah satu kemenarikan yang dimiliki Jembatan Situ Gunung adalah memiliki pemandangan alam yang menarik wisatawan untuk berkunjung.

Tabel 4.13
ATRAKSI

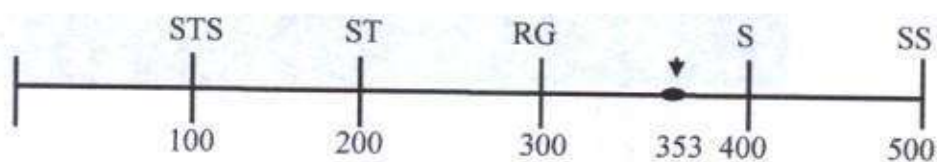
| No. | Pernyataan | Total | | | | | HASIL |
|--------------------------------------|--|-------|-----|----|----|---|--|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 7. | Jembatan Situ Gunung memiliki keanekaragaman flora dan fauna | 15 | 48 | 22 | 8 | 7 | $75 + 192 + 66 + 16 + 7 = 356$ Indeks % : $356 \times 100 \% = 71,2 \%$ |
| Nilai skor x total jawaban responden | | 75 | 192 | 66 | 16 | 7 | |



Berdasarkan hasil di atas yang diperoleh dari 100 responden maka rata-rata 356 terletak pada setuju, dan dengan hasil ini menyatakan bahwa Jembatan Situ Gunung selain memiliki keindahan alam yang menjadi kemenarikan lainnya adalah keanekaragaman flora dan fauna yang ada di sekitar jembatan situ gunung.

Tabel 4.14
FASILITAS

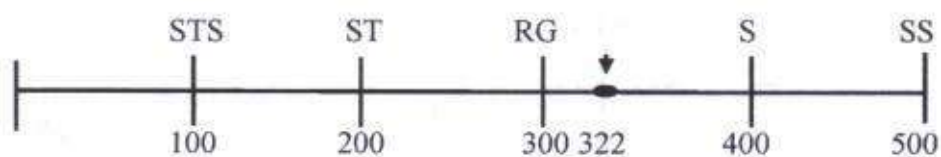
| No. | Pernyataan | Total | | | | | HASIL |
|---|---|-------|-----|----|----|---|--|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 8. | Keberadaan fasilitas restoran meningkatkan minat kunjungan saya | 9 | 56 | 18 | 13 | 4 | $45 + 224 + 54 + 26 + 4 = 353$ Indeks % : $353 \times 100 \% = 70,6 \%$ |
| Nilai skor x total jawaban responden | | 45 | 224 | 54 | 26 | 4 | |



Berdasarkan hasil di atas yang diperoleh dari 100 responden maka rata-rata 353 terletak pada setuju, dan dengan hasil ini menyatakan bahwa selain dari menikmati alam wisatawan ada yang ingin mencari makanan khas suatu daerah sehingga fasilitas restoran diperlukan untuk dapat menunjang kebutuhan wisatawan yang berkunjung.

Tabel 4.15
FASILITAS

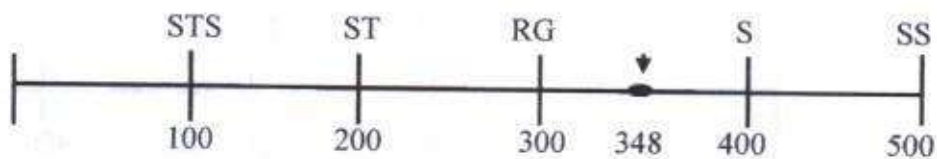
| No. | Pernyataan | Total | | | | | HASIL |
|--------------------------------------|---|-------|-----|----|----|---|---|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 9. | Keberadaan fasilitas bank (ATM) meningkatkan minat kunjungan saya | 11 | 36 | 22 | 26 | 5 | $55 + 144 + 66 + 52 + 5$ $=$ 322 Indeks % : $322 \times 100 \%$ $=$ 64,4 % |
| Nilai skor x total jawaban responden | | 55 | 144 | 66 | 52 | 5 | |



Berdasarkan hasil di atas yang diperoleh dari 100 responden maka rata-rata 322 terletak pada setuju, dan hasil ini menyatakan bahwa sebuah daya tarik harus memiliki fasilitas pendukung untuk kegiatan wisata itu sendiri. Dalam hal ini keberadaan fasilitas bank (ATM) diperlukan untuk menunjang wisatawan yang akan berkunjung.

Tabel 4.16
FASILITAS

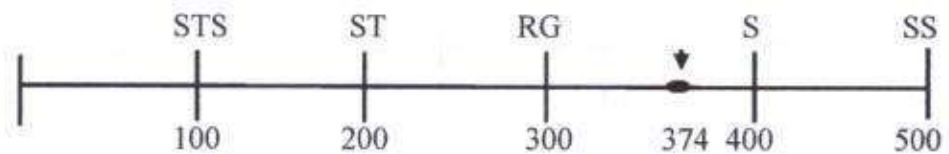
| No. | Pernyataan | Total | | | | | HASIL |
|--------------------------------------|---|-------|-----|----|----|---|---|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 10. | Jembatan Situ Gunung memiliki lahan parkir yang memadai | 16 | 38 | 30 | 10 | 6 | $80 + 152 + 90 + 20 + 6$ $=$ 348 Indeks % : $348 \times 100 \%$ $=$ 69,6 % |
| Nilai skor x total jawaban responden | | 80 | 152 | 90 | 20 | 6 | |



Berdasarkan hasil di atas yang diperoleh dari 100 responden maka rata-rata 348 terletak pada setuju, sehingga menurut data di atas bahwa Jembatan situ gunung memiliki lahan parkir yang memang memadai, agar wisatawan pun lebih nyaman dengan adanya lahan parkir yang memadai.

Tabel 4.17
INFRASTRUKTUR

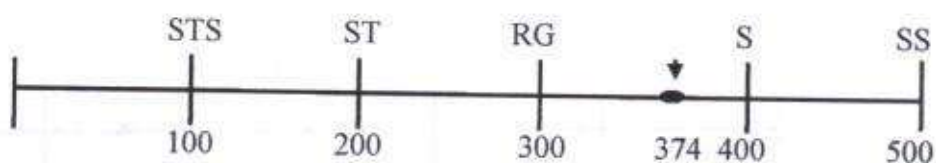
| No. | Pernyataan | Total | | | | | HASIL |
|---|---|-------|-----|----|---|---|--|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 11. | Papan penunjuk lokasi memudahkan saya menuju Jembatan Situ Gunung | 25 | 44 | 20 | 3 | 7 | $125 + 176 + 60 + 6 + 7 = 374$ Indeks % : $374 \times 100 \% = 74,8 \%$ |
| Nilai skor x total jawaban responden | | 125 | 176 | 60 | 6 | 7 | |



Berdasarkan hasil di atas yang diperoleh dari 100 responden maka rata-rata 374 terletak pada setuju, dalam sebuah daya tarik wisata memerlukan aksesibilitas yang memadai salahsatunya dengan adanya papan petunjuk untuk menciptakan kemudahan bagi wisatawan yang akan berkunjung.

Tabel 4.18
INFRASTRUKTUR

| No. | Pernyataan | Total | | | | | HASIL |
|--------------------------------------|--|-------|-----|----|---|---|---|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 12. | Lampu penerang jalan memudahkan saya untuk menuju Jembatan Situ Gunung malam hari. | 19 | 50 | 22 | 4 | 5 | $95 + 200 + 66 + 8 + 5 = 374$ Indeks % : $374 \times 100 \% = 74,8 \%$ |
| Nilai skor x total jawaban responden | | 95 | 200 | 66 | 8 | 5 | |



Berdasarkan hasil di atas yang diperoleh dari 100 responden maka rata-rata 374 terletak pada setuju, dan dengan hasil ini menyatakan bahwa penerangan jalan sangat diperlukan hal ini diperlukan untuk memudahkan wisatawan yang ingin bermalam di area *camp* yang tersedia.

Tabel 4.19
INFRASTRUKTUR

| No. | Pernyataan | Total | | | | | HASIL |
|---|--|-------|-----|----|----|---|--|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 13. | Jalan menuju Jembatan Situ Gunung dapat dilalui dengan mudah | 17 | 61 | 9 | 8 | 4 | $85 + 244 + 27 + 16 + 4 = 376$ Indeks % : $376 \times 100 \% = 75,2 \%$ |
| Nilai skor x total jawaban responden | | 85 | 244 | 27 | 16 | 4 | 75,2 % |

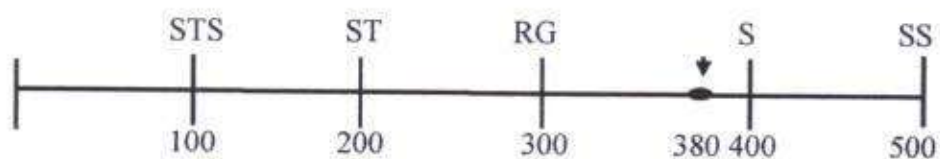
STS ST RG S SS

100 200 300 376 400 500

Berdasarkan hasil di atas yang diperoleh dari 100 responden maka rata-rata 376 terletak pada setuju, dan dengan hasil ini menyatakan bahwa untuk mencapai lokasi jembatan ini aksesnya dapat dilalui dengan mudah.

Tabel 4.20
TRANSPORTASI

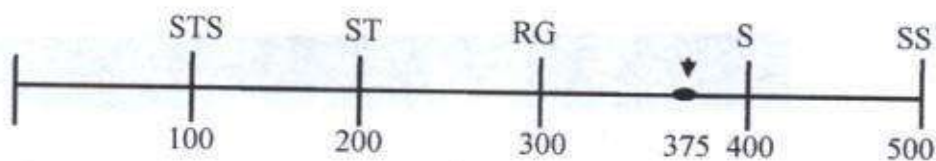
| No. | Pernyataan | Total | | | | | HASIL |
|---|---|-------|-----|----|----|---|---|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 14. | Adanya kendaraan umum memudahkan saya untuk menuju Jembatan Situ Gunung | 21 | 58 | 5 | 12 | 4 | $105 + 232 + 15 + 24 + 4 = 380$ Indeks % : $380 \times 100 \% = 76 \%$ |
| Nilai skor x total jawaban responden | | 105 | 232 | 15 | 24 | 4 | 76 % |



Berdasarkan hasil di atas yang diperoleh dari 100 responden menyatakan bahwa wisatawan setuju dengan adanya kendaraan umum untuk menuju jembatan situ gunung ini, mengingat jaraknya pun cukup jauh dari tempat parkir sehingga dengan adanya transportasi umum memudahkan wisatawan untuk menuju ke jembatan situ gunung

Tabel 4.21
KERAMAHTAMAHAN

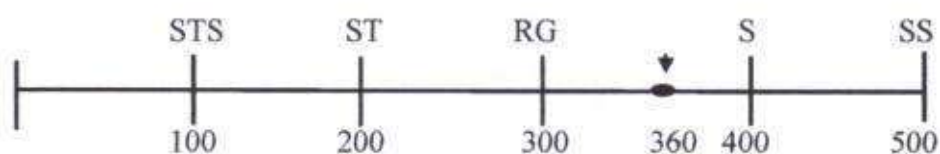
| No. | Pernyataan | Total | | | | | HASIL |
|---|---|-------|-----|----|---|---|---|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 15. | Pelayanan yang ramah membuat minat saya untuk berkunjung ke Kawasan Situ Gunung | 17 | 56 | 19 | 2 | 5 | $85 + 224 + 57 + 4 + 5 = 375$ Indeks % : $375 \times 100 \% = 75 \%$ |
| Nilai skor x total jawaban responden | | 85 | 224 | 57 | 4 | 5 | |



Berdasarkan data yang dari tabel di atas pelayanan menjadi hal yang penting untuk wisatawan karena dengan pelayanan yang ramah dapat meningkatkan minat berkunjung kembali ke situ gunung.

Tabel 4.22
KERAMAHTAMAHAN

| No. | Pernyataan | Total | | | | | HASIL |
|---|--|-------|-----|----|---|---|---|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 16. | Jembatan Situ Gunung telah memiliki pelayanan yang baik. | 11 | 50 | 32 | 2 | 5 | $55 + 200 + 96 + 4 + 5 = 360$ Indeks % : $360 \times 100 \% = 72 \%$ |
| Nilai skor x total jawaban responden | | 55 | 200 | 96 | 4 | 5 | |



Berdasarkan data di atas bahwa pelayanan di jembatan situ gunung memiliki indeks 72% atau dengan rata-rata 360 dimana jika dilihat di ordinalkan di garis kontinuum terletak pada bobot 4 atau setuju sehingga wisatawan merasa pengelola jembatan situ gunung memerlukan pelayanan yang baik untuk dapat menciptakan kesan tidak dilupakan oleh wisatawan yang berkunjung.

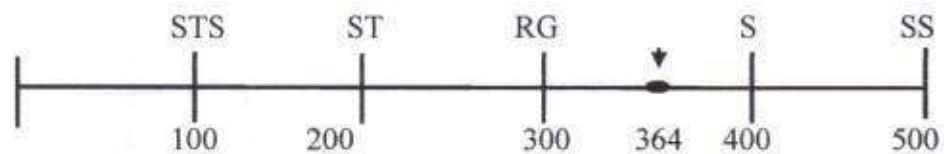
Tabel 4.23
DAYA TARIK WISATA

| No | INDIKATOR | INSTRUMEN | POIN |
|---------------|---------------|-----------|-------------------|
| 1 | ATRAKSI | 3 | 347 407 356 |
| 2 | FASILITAS | 3 | 353 322 348 |
| 3 | INFRASTRUKTUR | 3 | 374 374 376 |
| 4 | TRANSPORTASI | 1 | 380 |
| 5 | HOSPITALITY | 2 | 375 360 |
| Jumlah | | 12 | 4372 |

Sumber : Olahan Peneliti 2018

Untuk mendapatkan nilai rata-rata Daya Tarik Wisata, seluruh hasil poin dari indikator dijumlahkan lalu dibagi jumlah instrument penilaian. $4372 \div 12 = 364,33$ atau di bulatkan menjadi 364 hasil ini merupakan rata-rata nilai dari data tarik wisata.

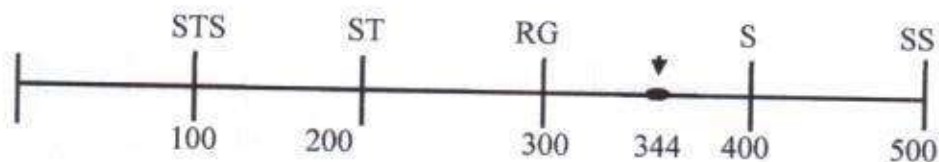
Untuk mengetahui penilaian wisatawan mengenai Daya Tarik Wisata dapat diukur berdasarkan data yang diperoleh dari hasil perhitungan 4 indikator Daya Tarik Wisata dengan skor ideal (kriterium) untuk seluruh item pernyataan $5 \times 100 = 500$. Sedangkan jumlah yang diperoleh peneliti sebesar 370 dengan presentase $(364:500) \times 100 = 72 \%$ dari yang diharapkan (100%). Maka secara kontinuum dapat dilihat sebagai berikut :



Jadi berdasarkan data yang diperoleh dari 100 responden kondisi daya tarik wisata Jembatan Situ Gunung saat ini rata-rata 364, dan titik 370 pada garis kontinum tersebut jika diordinalkan terletak pada bobot 4 yang terletak pada daerah setuju bahwa di daya tarik wisata Jembatan Situ Gunung membutuhkan atraksi pendukung wisata lainnya sehingga banyak kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan selain menikmati keindahan alam, *camp*, juga banyak wisatawan yang berfoto maka dari itu pengelola membuat spot foto tambahan yang berbentuk unik lebih indah untuk difoto. Selain itu wisatawan memerlukan ketersediannya toko cendera mata di area wisata serta para wisatawan memerlukan fasilitas perbankan di dekat daya tarik wisata.

Tabel 4.24
MINAT TRANSAKSIONAL

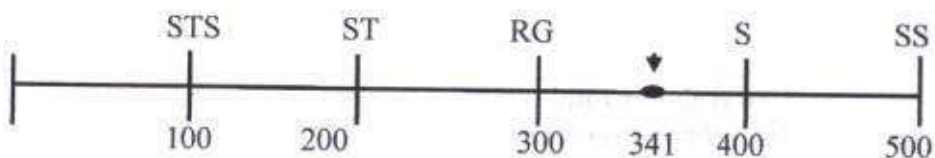
| No. | Pernyataan | Total | | | | | HASIL |
|---|---|-------|-----|----|----|---|--|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 17. | Saya selalu bersedia mengunjungi jembatan situ gunung | 7 | 53 | 22 | 13 | 5 | $35 + 212 + 66 + 26 + 5 = 344$ Indeks % : $344:500 \times 100 \% = 68,8 \%$ |
| Nilai skor x total jawaban responden | | 35 | 212 | 66 | 26 | 5 | |



Berdasarkan data di atas rata-rata nilai wisatawan yang selalu bersedia mengunjungi jembatan situ gunung 344 jika titik 344 ini garis kontinum tersebut diordinalkan maka terletak pada bobot 4 yang terletak pada daerah setuju, sehingga wisatawan selalu bersedia untuk mengunjungi jembatan situ gunung hal ini di pengaruhi dengan tingkat kemenarikan atraksi wisata yang ada di jembatan situ gunung.

Tabel 4.25
MINAT REFERENSIAL

| No. | Pernyataan | Total | | | | | HASIL |
|--------------------------------------|---|-------|-----|----|----|---|---|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 18. | Jembatan Situ Gunung adalah daya tarik pilihan utama saya | 7 | 47 | 30 | 13 | 2 | $35 + 188 + 90 + 26 + 2 =$ 341 Indeks % : $341 : 500 \times 100 \% =$ 68,2 % |
| Nilai skor x total jawaban responden | | 35 | 188 | 90 | 26 | 2 | |

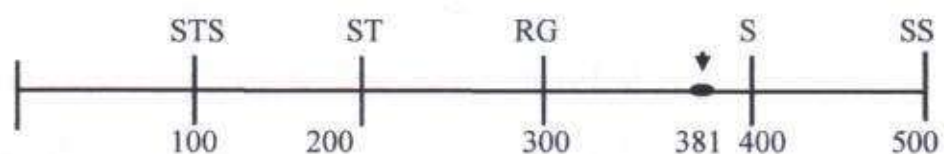


Berdasarkan data di atas rata-rata nilai wisatawan yang selalu bersedia mengunjungi jembatan situ gunung 341 jika titik 341 ini pada garis

kontinuum tersebut diordinalkan maka terletak pada bobot 4 yang terletak pada daerah setuju, wisatawan setuju menjadikan jembatan situ gunung menjadi daya tarik utama hal ini karena jarak lokasi jembatan situ gunung ini jauh terhadap objek lainnya, dan atmosfer kawasan ini mampu menciptakan orang yang berkunjung menjadi mau lebih lama di kawasan ini. Serta pelayanan yang diberikan membuat wisatawan nyaman untuk dijadikan daya tarik utama.

Tabel 4.26
MINAT PREFERENSIAL

| No. | Pernyataan | Total | | | | | HASIL |
|--------------------------------------|--|-------|-----|----|---|---|---|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 19. | Saya merekomendasikan jembatan situ Gunung kepada orang lain | 12 | 67 | 14 | 4 | 3 | $60 + 268 + 42 + 8 + 3 = 381$ Indeks % : $381:500 \times 100 \% = 76,2 \%$ |
| Nilai skor x total jawaban responden | | 60 | 268 | 42 | 8 | 3 | |

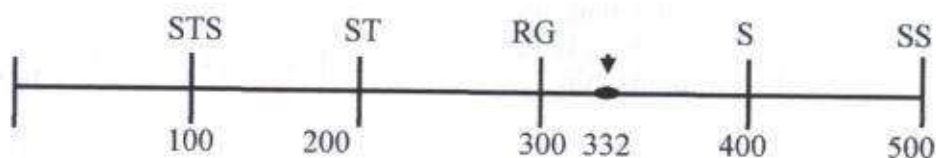


Berdasarkan data di atas rata-rata nilai wisatawan yang selalu bersedia mengunjungi jembatan situ gunung 381 jika titik 381 ini garis kontinuum tersebut diordinalkan maka terletak pada bobot 4 yang terletak pada daerah setuju, sebagian wisatawan bahkan hampir setiap yang berkunjung selalu merekomendasikan jembatan situ gunung ini kepada orang lain hal ini karena wisatawan merasa puas dengan

kemenarikan yang ada sehingga mau merekomendasikan jembatan ini kepada orang lain.

Tabel 4.27
MINAT PREFERENSIAL

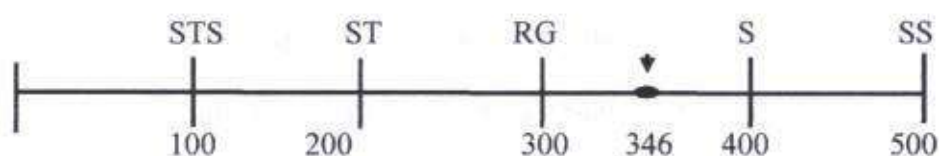
| No. | Pernyataan | Total | | | | | HASIL |
|--------------------------------------|---|-------|-----|----|----|---|--|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 20. | Saya lebih memilih Jembatan Situ Gunung dibandingkan dengan tempat wisata lainnya | 5 | 51 | 20 | 19 | 5 | $25 + 204 + 60 + 38 + 5 = 332$ Indeks % : $332 : 500 \times 100 \% = 66,4 \%$ |
| Nilai skor x total jawaban responden | | 25 | 204 | 60 | 38 | 5 | |



Berdasarkan data di atas rata-rata nilai wisatawan yang selalu bersedia mengunjungi jembatan situ gunung 332 jika titik 332 ini garis kontinum tersebut diordinalkan maka terletak pada bobot 4 yang terletak pada daerah setuju, wisatawan memilih jembatan situ gunung dibanding tempat wisata lainnya karena tingkat kemenarikan atraksi yang disuguhkan beragam dan lebih menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan.

Tabel 4.28
MINAT EKSPLORSTIF

| No. | Pernyataan | Total | | | | | HASIL |
|--------------------------------------|---|-------|-----|----|----|---|--|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 21. | Saya selalu mencari informasi mengenai Jembatan Situ Gunung | 7 | 55 | 19 | 15 | 4 | $35 + 220 + 57 + 30 + 4 = 346$ Indeks % : $346:500 \times 100 \% = 69,2 \%$ |
| Nilai skor x total jawaban responden | | 35 | 220 | 57 | 30 | 4 | |



Berdasarkan data di atas rata-rata nilai wisatawan yang selalu bersedia mengunjungi jembatan situ gunung 346 jika titik 346 ini garis kontinuum tersebut diordinalkan maka terletak pada bobot 4 yang terletak pada daerah setuju, informasi menjadi hal yang penting karena wisatawan yang sebelum berkunjung ke jembatan situ gunung selalu mencari informasi mengenai jembatan ini, sehingga sangat diperlukan adanya pusat informasi baik itu secara *online* ataupun *offline*.

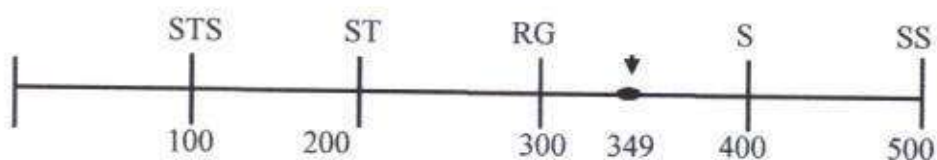
Tabel 4.29
MINAT BERKUNJUNG

| No | INDIKATOR | INSTRUMEN | POIN |
|---------------|---------------------|-----------|------------|
| 1 | Minat transaksional | 2 | 344 341 |
| 2 | Minat referensial | 1 | 381 |
| 3 | Minat preferensial | 1 | 332 |
| 4 | Minat eksploratif | 1 | 346 |
| Jumlah | | 5 | 1744 |

Sumber : Olahan Peneliti 2018

Untuk mendapatkan nilai rata-rata Minat Berkunjung, seluruh hasil poin dari indikator dijumlahkan lalu dibagi jumlah instrument penilaian. $1744 \div 5 = 348,8$ atau di bulatkan menjadi 349 hasil ini merupakan rata-rata nilai dari Minat Berkunjung.

Untuk mengetahui penilaian wisatawan terhadap Minat Berkunjung dapat diukur berdasarkan data yang diperoleh dari hasil perhitungan 5 instrumen Minat Berkunjung dengan skor ideal (kriterium) untuk seluruh item pernyataan $5 \times 100 = 500$. Sedangkan jumlah yang diperoleh peneliti sebesar 349 dengan presentase $(349:500) \times 100 = 69,8 \%$ dari yang diharapkan (100%). Maka secara kontinuum dapat dilihat sebagai berikut :



Jadi berdasarkan data yang diperoleh dari 100 responden terhadap minat berkunjung di Jembatan Situ Gunung saat ini rata-rata 349, dan titik 349 pada garis kontinuum tersebut jika diordinalkan terletak pada

bobot 4 yang terletak pada daerah setuju, menunjukkan bahwa minat berkunjung wisatawan tinggi hal ini dipengaruhi dengan beberapa faktor seperti tingkat kemenarikan jembatan situ gunung dan pelayanan yang diberikan dapat menciptakan minat berkunjung meningkat. Mengingat tempatn ini nyaman serta fasilitas yang ada sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan rekreasi.

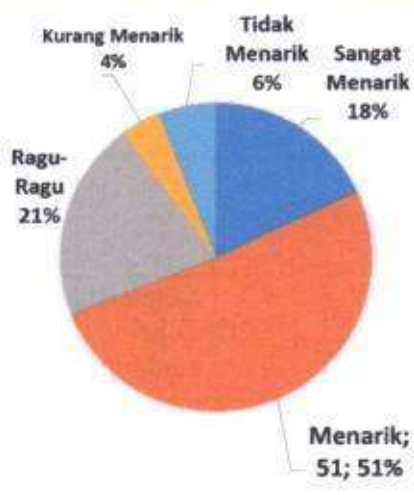

4.4.1 Kemenarikan Jembatan Situ Gunung sebagai Daya Tarik


Wisata

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan penulis dengan studi dokumentasi dan wawancara kepada informasi kunci serta wisatawan dan dari hasil pengolahan likert diatas maka diketahui bahwa Kemenarikan Jembatan Situ Gunung sebagai Daya Tarik Wisata sebagai berikut:

Tabel 4.30
Kemenarikan Jembatan Situ Gunung Sebagai Daya Tarik Wisata

| No. | Indikator | Kegiatan | Hasil Penelitian |
|-----|---|--|---|
| 1. | Tingkat kemenarikan atraksi yang ditampilkan | <ul style="list-style-type: none"> - Pemandangan Alam - Pertunjukan kesenian masyarakat setempat - Keberagaman Flora dan fauna |  <p align="center"> Kurang Menarik 5% Tidak Menarik 2% Sangat Menarik 15% Menarik 66; 66% Ragu-Ragu 12% </p> <p>Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada wisatawan dapat di simpulkan bahwa atraksi yang dapat dilihat oleh wisatawan atau di tampilkan menarik, karena selain memperlihatkan keindahan alam serta keberagaman flora dan fauna nya. Terdapat pertunjukan kesenian berasal dari masyarakat asli Desa Gede Pangrango salah satunya adalah karinding.</p> |
| 2. | Tingkat kemenarikan kegiatan yang dapat dinikmati secara langsung | <ul style="list-style-type: none"> - Menyebrangi Jembatan - Menikmati Pemandangan Alam - Pertunjukan kesenian masyarakat setempat - Adrenaline Tourism - Camping - Photography Tourism - Hiking | <p>Sangat diperlukan adanya kegiatan yang dapat dilakukan secara langsung oleh wisatawan, karena dengan adanya kegiatan yang dapat dilakukan langsung oleh wisatawan menjadi sebuah pendorong untuk wisatawan dapat mengunjungi sebuah destinasi wisata.</p> |

| | | | |
|----|---|--|--|
| | | - Wellcome drink |  <p>Menarik, karena setiap wisatawan yang datang dipersilakan untuk mengambil wellcome drink dan wellcome drink yang diberikan itu adalah makanan ciri khas dari Kabupaten Sukabumi.</p> |
| 3. | Jembatan Situ Gunung memiliki banyak kegiatan yang bisa dilakukan wisatawan | <ul style="list-style-type: none"> - Menyebrangi Jembatan - Menikmati Pemandangan Alam - Pertunjukan kesenian masyarakat setempat - Camping - Photography Tourism - Hiking |  <p>Berdasarkan hasil di atas kegiatan yang dapat dilakukan wisatawan di jembatan situ gunung menarik, karena kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan beragam selain dari</p> |

| | | untuk menikmati pemandangan alam tetapi (menurut inf. 01 dan 02) lokasi wisata ini menempatkan sebagai wisata kesehatan. Jauh dari hal itu pun lokasi wisata ini menjadi wisata <i>adrenaline</i> bagi wisatawan. | | | | | | | | | | |
|----------------|--|---|----------|------------|---------|-----|-----------|-----|----------------|-----|---------------|-----|
| 4. | Ketersediaan Toko cinderamata sebagai pendukung dari kegiatan pariwisata yang dapat dibeli wisatawan | <p>Berdasarkan hasil penelitian, observasi, wawancara dan kuisioner bahwa ketersediaan toko cinderamata ini diperlukan karena dapat menjadi pendukung kegiatan pariwisata.</p>  <table><thead><tr><th>Kategori</th><th>Persentase</th></tr></thead><tbody><tr><td>Menarik</td><td>52%</td></tr><tr><td>Ragu-Ragu</td><td>18%</td></tr><tr><td>Kurang Menarik</td><td>12%</td></tr><tr><td>Tidak Menarik</td><td>11%</td></tr></tbody></table> <p>Menurut informasi kunci (inf. 01, inf. 02 dan inf. 03) sangat penting adanya toko cinderamata ini, tetapi saat ini ketersediaan toko cinderamata ini belum dapat meningkatkan tingkat kunjungan wisata disitu gunung. Menurut Inf. 02 dengan adanya cinderamata ini pasti dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Menurut inf. 03 saat ini masyarakat masih belum terlalu banyak yang bergelut di bidang cinderamata.</p> | Kategori | Persentase | Menarik | 52% | Ragu-Ragu | 18% | Kurang Menarik | 12% | Tidak Menarik | 11% |
| Kategori | Persentase | | | | | | | | | | | |
| Menarik | 52% | | | | | | | | | | | |
| Ragu-Ragu | 18% | | | | | | | | | | | |
| Kurang Menarik | 12% | | | | | | | | | | | |
| Tidak Menarik | 11% | | | | | | | | | | | |


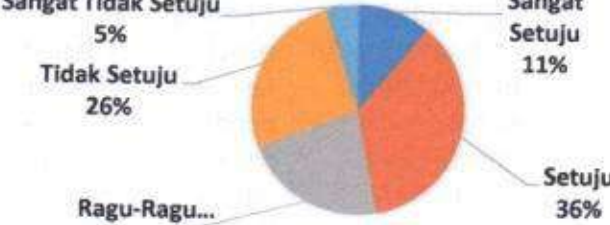
Berdasarkan hasil penelitian di atas mengenai kemenarikan jembatan situ gunung, persepsi wisatawan 66% menyatakan menarik dengan atraksi wisata yang ditampilkan atau di pertunjukan, persepsi wisatawan 68% kegiatan yang dapat dinikmati secara langsung menarik, 51% beragam kegiatan yang bisa dilakukan wisatawan menarik, dalam persepsi wisatawan 52% menarik, Ketersediaan Toko cinderamata sebagai pendukung dari kegiatan pariwisata yang dapat dibeli wisatawan. Selain dari data di atas terdapat faktor-faktor yang menentukan kemenarikan adapun faktor-faktor untuk menentukan kemenarikan ini di dasarkan pada teori yang dikemukakan oleh Suwanto (2004:19), yang menyatakan bahwa penentuan faktor kemenarikan meliputi tingkat keberagaman aktivitas wisata (atraksi), tingkat kelengkapan fasilitas pelayanan wisata (Amenitas), Tingkat kemudahan pencapaian (Aksesibilitas), Tingkat pengelolaan potensi wisata (Ancillary). Berikut lebih rinci faktor-faktor kemenarikan tersebut:

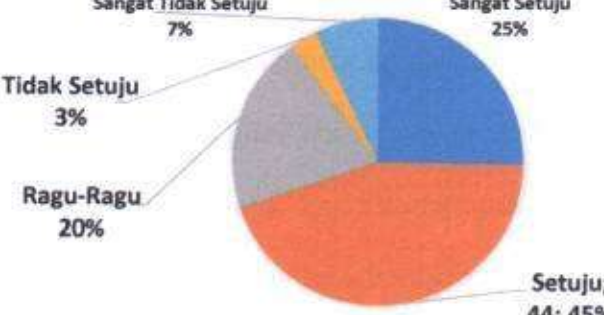
Tabel 4.31
Kemenarikan Jembatan Situ Gunung Sebagai Daya Tarik Wisata

| No. | Indikator | Hasil Penelitian |
|-----|-------------------|---|
| | | <p>Tidak Menarik 6%</p> <p>Kurang Menarik 7%</p> <p>Ragu-Ragu 14%</p> <p>Sangat Menarik 11%</p> <p>Menarik 62%</p> |
| 1. | Atraksi pendukung | Menurut informasi kunci 1 dan 2, di lokasi situ gunung ini sangat memerlukan atraksi pendukung kegiatan pariwisata, |

| | kegiatan pariwisata | karena melihat daya tarik wisata Jembatan Situ Gunung ini ada trendnya. Pihak pengelola selalu berupaya untuk menambah spot-spot kegiatan pariwisata pendukung lainnya yang masih dalam proses pengerjaan. | | | | | | | | | | | | |
|--|--|---|----------|------------|----------------|-----|---------|-----|-----------|----|----------------|----|---------------|----|
| 2. | Jembatan Situ Gunung memiliki pemandangan alam yang menarik | Tujuan dibangunnya Jembatan Situ Gunung ini adalah menampilkan keindahan alam, sehingga jembatan situ gunung ini menjadi sebuah magnet bagi wisatawan yang ingin melihat pemandangan alam. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, kuisisioner menyatakan bahwa pemandangan alam yang dimiliki menarik untuk dikunjungi wisatawan | | | | | | | | | | | | |
| <table><thead><tr><th>Kategori</th><th>Persentase</th></tr></thead><tbody><tr><td>Sangat Menarik</td><td>37%</td></tr><tr><td>Menarik</td><td>46%</td></tr><tr><td>Ragu-Ragu</td><td>9%</td></tr><tr><td>Kurang Menarik</td><td>3%</td></tr><tr><td>Tidak Menarik</td><td>5%</td></tr></tbody></table> | | | Kategori | Persentase | Sangat Menarik | 37% | Menarik | 46% | Ragu-Ragu | 9% | Kurang Menarik | 3% | Tidak Menarik | 5% |
| Kategori | Persentase | | | | | | | | | | | | | |
| Sangat Menarik | 37% | | | | | | | | | | | | | |
| Menarik | 46% | | | | | | | | | | | | | |
| Ragu-Ragu | 9% | | | | | | | | | | | | | |
| Kurang Menarik | 3% | | | | | | | | | | | | | |
| Tidak Menarik | 5% | | | | | | | | | | | | | |
| 3. | Jembatan Situ Gunung memiliki keanekaragaman flora dan fauna | Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan studi dokumentasi dengan informasi kunci, bahwa karena pada dasarnya Kawasan Situ Gunung sendiri termasuk kawasan taman nasional Gunung Gede Pangrango sehingga beragam | | | | | | | | | | | | |

| | | <p>sekali flora dan fauna yang ada di sekitar Jembatan Situ Gunung.</p> <p>Berdasarkan diagram di bawah menunjukan setuju jembatan situ gunung ini memiliki beragam flora dan fauna, hal ini tentunya menjadi sebuah kemenarikan menikmati alam sambil melihat flora dan fauna yang ada di sekitar kawasan.</p> | | | | | | | | | | | | |
|--|--|--|----------|------------|---------|-----|-----------|-----|----------------|----|---------------|----|----------------|-----|
| <table border="1"> <caption>Data from Pie Chart</caption> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Menarik</td> <td>48%</td> </tr> <tr> <td>Ragu-Ragu</td> <td>22%</td> </tr> <tr> <td>Kurang Menarik</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>Tidak Menarik</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Sangat Menarik</td> <td>15%</td> </tr> </tbody> </table> | | | Kategori | Persentase | Menarik | 48% | Ragu-Ragu | 22% | Kurang Menarik | 8% | Tidak Menarik | 7% | Sangat Menarik | 15% |
| Kategori | Persentase | | | | | | | | | | | | | |
| Menarik | 48% | | | | | | | | | | | | | |
| Ragu-Ragu | 22% | | | | | | | | | | | | | |
| Kurang Menarik | 8% | | | | | | | | | | | | | |
| Tidak Menarik | 7% | | | | | | | | | | | | | |
| Sangat Menarik | 15% | | | | | | | | | | | | | |
| 4. | Keberadaan fasilitas restoran meningkatkan minat kunjungan wisatawan | <p>Berdasarkan pengamatan peneliti menyatakan keberadaan fasilitas restoran menjadi pendukung untuk kegiatan pariwisata di suatu daya tarik wisata.</p> <p>Banyak wisatawan yang berkunjung untuk menikmati makanan khas suatu daerah, Sehingga dalam hal ini menurut inf. 1 dan 2 bahwa adanya fasilitas restoran ini sangat penting, tetapi saat ini fasilitas restoran pun belum dapat menjadi sebuah pendorong</p> | | | | | | | | | | | | |

| | | |
|---|--|---|
| | | dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. |
| <p style="text-align: center;">Fasilitas Restoran</p>  <p style="text-align: center;"> ■ Sangat Setuju ■ Setuju ■ Ragu - Ragu ■ Kurang Setuju ■ Tidak Setuju </p> | | |
| 5. | Keberadaan fasilitas perbankan meningkatkan minat kunjungan saya | <p>Berdasarkan hasil wawancara, kuisioner menyatakan setuju bahwa wisatwan memerlukan dengan adanya fasilitas perbankan.</p> <p>Berdasarkan hasil observasi, wawancara kepada informasi kunci menyatakan bahwa fasilitas perbankan sudah menjadi keharusan di adakan di dekat daya tarik wisata karena dengan adanya hal ini akan dapat menciptakan kemudahan bagi wisatawan yang berkunjung.</p> |
|  <p style="text-align: center;"> Sangat Tidak Setuju 5% </p> <p style="text-align: center;"> Tidak Setuju 26% </p> <p style="text-align: center;"> Ragu-Ragu... </p> <p style="text-align: center;"> Sangat Setuju 11% </p> <p style="text-align: center;"> Setuju 36% </p> | | |
| 6. | Jembatan Situ Gunung memiliki lahan parkir yang memadai | <p>Berdasarkan hasil obesrvasi dan kuisioner bahwa Jembatan Situ Gunung memiliki lahan parkir yang cukup memadai, dimana lahan parkir tersebut dapat menampung 50 kendaraan mobil, 100 motor.</p> |

| | | |
|----|--|---|
| | | Menurut data diagram di bawah menyatakan bahwa responden setuju jika jembatan situ gunung harus memiliki lahan parkir yang memadai, namun saat ini justru dengan jumlah wisatawan yang berkunjung tetapi lahan parkir kurang memadai. |
| | | <p style="text-align: center;">Sangat Tidak Setuju 6%</p> <p style="text-align: right;">Sangat Setuju 16%</p> <p style="text-align: left;">Tidak Setuju 10%</p> <p style="text-align: right;">Setuju 38%</p> <p style="text-align: left;">Ragu-Ragu 30%</p>  |
| 7. | Jalan menuju Jembatan Situ Gunung dapat dilalui dengan mudah | Berdasarkan hasil obesrvasi, wawancara dan kuisioner bahwa jalan menuju Jembatan Situ Gunung menurut wisatawan dapat dilalui dengan mudah. Hal ini karena petunjuk arah untuk menuju ke jembatan ini menjadi hal yang memudahkan wisatawan yang berkunjung ke Jembatan Situ Gunung. |
| | | <p style="text-align: center;">Sangat Tidak Setuju 7%</p> <p style="text-align: right;">Sangat Setuju 25%</p> <p style="text-align: left;">Tidak Setuju 3%</p> <p style="text-align: right;">Setuju; 44; 45%</p> <p style="text-align: left;">Ragu-Ragu 20%</p>  |

Secara keseluruhan hasil penelitian mengenai kemenarikan jembatan situ gunung sebagai daya tarik wisata menarik, 74% menurut persepsi wisatawan mengenai kemenarikan jembatan situ gunung menarik, sedangkan kondisi daya tarik sendiri menurut persepsi wisatawan adalah 72% dimana dalam hal ini menunjukkan kondisi baik, untuk itu maka daya tarik wisata Jembatan Situ Gunung membutuhkan atraksi pendukung wisata lainnya sehingga beragam kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan dengan menambahkan spot foto baru, selain itu juga pengelola berencana kedepannya untuk membuat permainan flying fox saat ini masih dalam proses pengerjaan dan pengelola sedang merumuskan untuk membuat Gallery, Jembatan selfie.

Yang menjadikan kemenarikan dari jembatan ini adalah menampilkan keindahan alamnya, selain itu tingkat keunikan jembatan ini yang menjadi jembatan terpanjang se Asia Tenggara. Faktor lain selain wisata alam jembatan situ gunung ini menyuguhkan penampilan budaya masyarakat setempat dalam hal ini tentunya menjadi nilai tambah bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke jembatan situ gunung.

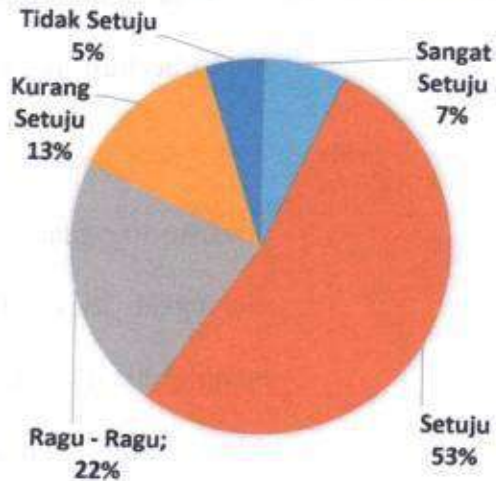
Namun demikian, masih ada kekurangan yaitu atraksi pendukung wisata yang ada masih kurang sehingga wisatawan akan merasa cepat bosan, upaya pemenuhan fasilitas wisata pun di perlukan dalam upaya meningkatkan kenyamanan wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata.

4.4.2 Kemenarikan Jembatan Situ Gunung sebagai faktor utama minat berkunjung wisatawan di Kawasan Situ Gunung

Hasil penelitian berupa kutipan wawancara menjelaskan jawaban mengenai kemenarikan Jembatan Situ Gunung dalam meningkat minat berkunjung. Adapun faktor-faktor untuk meningkatkan minat berkunjung di dasarkan pada teori yang dikemukakan oleh Ferdinand (2002:129), yang menyatakan bahwa minat beli atau minat berkunjung dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut: Minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan minat eksploratif. Dapat diketahui bahwa Kemenarikan Jembatan Situ Gunung dalam upaya meningkatkan minat berkunjung sebagai berikut:

Tabel 4.34
Kemenarikan Jembatan Situ Gunung sebagai faktor utama minat berkunjung wisatawan di Kawasan Situ Gunung

| No. | Indikator | Hasil Penelitian |
|-----|--|--|
| 1. | Selalu bersedia mengunjungi jembatan situ gunung | Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan kuisisioner dengan wisatawan dapat di kompilasi bahwa wisatawan selalu bersedia untuk mengunjungi Jembatan Situ Gunung karena kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan cukup beragam. |



Selain itu terdapat pertunjukan kebudayaan masyarakat setempat yang menjadi nilai tambah dari daya tarik wisata Jembatan Situ Gunung. Jembatan ini pun baru di resmikan oleh Kementerian Pekerjaan Umum dan Rumah Rakyat bulan Juni 2018, tetapi banyak wisatawan dari Sukabumi ataupun dari luar wilayah Sukabumi antusias untuk selalu bersedia mengunjungi Jembatan Situ Gunung ini karena jembatan ini menjadi salahsatu jembatan gantung terpanjang di Asia Tenggara.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informasi kunci (inf. 01 dan 02) dapat disimpulkan bahwa dengan adanya kemenarikan jembatan situ gunung dapat membuat wisatawan bersedia untuk berkunjung kembali, selain itu pelayanan yang di berikan oleh pengelola menjadi hal yang penting juga untuk menciptakan kenyamanan sehingga wisatawan dapat berkunjung kembali.

| 2. | Jembatan Situ Gunung adalah daya tarik pilihan utama wisatawan | <p>Berdasarkan observasi, wawancara dan kuisioner dengan wisatawan dapat di simpulkan bahwa wisatawan menjadikan Jembatan Situ Gunung sebagai daya tarik utama untuk di kunjungi karena melihat kenyamanan tempatnya untuk rekreasi.</p> <div><table><thead><tr><th>Kategori</th><th>Persentase</th></tr></thead><tbody><tr><td>Setuju</td><td>48%</td></tr><tr><td>Ragu - Ragu</td><td>30%</td></tr><tr><td>Kurang Setuju</td><td>13%</td></tr><tr><td>Tidak Setuju</td><td>2%</td></tr></tbody></table></div> <p>Selain itu karena memang saat ini atraksi wisata yang menyajikan keindahan alam sedang <i>trend</i> hal ini menjadikan Jembatan Situ Gunung sebagai daya tarik utama untuk dikunjungi.</p> <p>Hasil wawancara dengan informasi kunci 02 bahwa saat ini wisatawan pasti menjadikan Jembatan Situ Gunung sebagai daya tarik utama karena jembatan ini dikelola oleh swasta sehingga pasti perusahaan berupaya untuk menciptakan jembatan ini pilihan utama para wisatawan, selain itu teknologi yang berkembang menciptakan orang untuk memilih jembatan situ gunung sebagai daya tarik utama.</p> | Kategori | Persentase | Setuju | 48% | Ragu - Ragu | 30% | Kurang Setuju | 13% | Tidak Setuju | 2% |
|---------------|--|---|----------|------------|--------|-----|-------------|-----|---------------|-----|--------------|----|
| Kategori | Persentase | | | | | | | | | | | |
| Setuju | 48% | | | | | | | | | | | |
| Ragu - Ragu | 30% | | | | | | | | | | | |
| Kurang Setuju | 13% | | | | | | | | | | | |
| Tidak Setuju | 2% | | | | | | | | | | | |
| 3. | Merekomendasikan jembatan situ | Berdasarkan observasi, wawancara dan kuisioner dengan wisatawan dapat di | | | | | | | | | | |

| | <p>Gunung kepada orang lain</p> | <p>simpulkan bahwa wisatawan yang telah berkunjung bersedia untuk merekomendasikan jembatan situ gunung ini kepada orang lain karena pengalaman yang didapatkan wisatawan selama berkunjung disana memuaskan.</p> <div><table><thead><tr><th>Response</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>Setuju</td><td>51%</td></tr><tr><td>Ragu - Ragu</td><td>20%</td></tr><tr><td>Kurang Setuju</td><td>19%</td></tr><tr><td>Tidak Setuju</td><td>5%</td></tr></tbody></table></div> <p>Selain itu melalui teknologi yang berkembang pesat saat ini terutama media sosial membantu merekomendasikan jembatan ini kepada wisatawan lain.</p> | Response | Percentage | Setuju | 51% | Ragu - Ragu | 20% | Kurang Setuju | 19% | Tidak Setuju | 5% |
|---------------|---|---|----------|------------|--------|-----|-------------|-----|---------------|-----|--------------|----|
| Response | Percentage | | | | | | | | | | | |
| Setuju | 51% | | | | | | | | | | | |
| Ragu - Ragu | 20% | | | | | | | | | | | |
| Kurang Setuju | 19% | | | | | | | | | | | |
| Tidak Setuju | 5% | | | | | | | | | | | |
| 4. | <p>Selalu mencari informasi mengenai Jembatan Situ Gunung</p> | <p>Berdasarkan observasi, wawancara dan kuisioner dengan wisatawan bahwa wisatawan yang akan berkunjung dan yang sudah berkunjung selalu mencari informasi mengenai Jembatan Situ Gunung ini.</p> | | | | | | | | | | |



Secara keseluruhan hasil penelitian mengenai kemenarikan jembatan situ gunung sebagai faktor utama minat berkunjung di kawasan situ gunung, di mana menurut persepsi wisatawan 53% menyatakan setuju selalu bersedia mengunjungi jembatan situ gunung, 47% wisatawan setuju menjadikan jembatan situ gunung sebagai daya tarik utama, 67% wisatawan setuju untuk merekomendasikan daya tarik jembatan situ gunung, 51% wisatawan setuju untuk memilih jembatan

situ gunung dibandingkan dengan tempat lainnya dan 55% wisatawan setuju mencari informasi jembatan situ gunung. Minat berkunjung ini disebabkan kemenarikan jembatan situ gunung yang menampilkan keindahan alamnya, selain itu tingkat keunikan jembatan ini yang menjadi jembatan terpanjang se Asia Tenggara. Faktor lain selain wisata alam jembatan situ gunung ini menyuguhkan penampilan budaya masyarakat setempat dalam hal ini tentunya menjadi nilai tambah bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke jembatan situ gunung.

Namun demikian, masih ada kekurangan yaitu atraksi yang disuguhkan hanya fokus di jembatan situ gunung saja, walaupun memang jembatan situ gunung ini menjadi sebagai faktor utama minat berkunjung, tetapi tetap wisatawan memerlukan atraksi wisata pendukung lainnya hal ini bertujuan minat wisatawan untuk berkunjung meningkat.



Pariwisata Prajna Artha Bhuwana
(Pariwisata Memacu Perdamaian dan Kesejahteraan Dunia)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis bab pembahasan maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

5.1.1 Kemenarikan Jembatan Situ Gunung Sebagai Daya Tarik Wisata

Secara keseluruhan hasil penelitian mengenai kemenarikan Jembatan Situ Gunung sebagai daya tarik wisata menarik bagi wisatawan, dalam hal ini pun daya tarik wisata menunjukkan kondisi yang baik, namun masih membutuhkan atraksi pendukung wisata lainnya sehingga atraksi wisata yang dapat dilakukan oleh wisatawan lebih beragam.

Saat ini yang menjadikan kemenarikan dari jembatan ini adalah jembatan gantung terpanjang se Asia Tenggara. Faktor lain yang menjadi kemenarikan jembatan Situ Gunung ini menyuguhkan penampilan budaya masyarakat setempat yang ditampilkan setiap *weekend* dimana hal ini menjadi nilai tambah bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke Jembatan Situ Gunung. Namun demikian, masih ada kekurangan yaitu atraksi pendukung wisata. Selain itu upaya pemenuhan fasilitas wisata pun diperlukan dalam upaya meningkatkan kenyamanan wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata.

5.1.2 Kemenarikan Jembatan Situ Gunung Sebagai Faktor Utama Minat Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Situ Gunung

Berdasarkan hasil kuisioner sebagian wisatawan, secara keseluruhan hasil penelitian menyatakan bahwa Jembatan Situ Gunung saat ini menjadi faktor utama wisatawan berkunjung ke kawasan situ gunung. Hal ini karena kemenarikan Jembatan Situ Gunung mencapai skor tertinggi, yaitu menampilkan keindahan alamnya. Faktor lain jembatan situ gunung ini merupakan jembatan gantung terpanjang se Asia Tenggara.

Namun demikian, masih ada kekurangan yaitu atraksi yang disuguhkan hanya fokus di jembatan gantung saja, walaupun memang dijadikan sebagai faktor utama minat berkunjung, tetapi wisatawan memerlukan atraksi pendukung lainnya untuk dapat meningkatkan minat berkunjung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dengan ini penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Dengan tingkat kemenarikan yang ada diperlukan adanya atraksi wisata pendukung lainnya, seperti : spot selfie baru di jembatan di konsep dengan unik dan menarik.
2. Upaya pemenuhan fasilitas pendukung wisata diperlukan seperti fasilitas perbankan (ATM), Toko Cinderamata, Restoran, Pusat Informasi (*Tourism Information Center*) dan Fasilitas Parkir.

3. Masyarakat setempat perlu di ajak untuk pengelolaan daya tarik wisata karena secara wilayah memang masuk Taman Nasional tetapi secara administratif masuk wilayah Desa Gede Pengrango, Kabupaten Sukabumi. Maka perlu adanya pemberdayaan masyarakat khususnya Desa Gede Pangarango.



Pariwisata Prajna Artha Bhuwana
(Pariwisata Memacu Perdamaian dan Kesejahteraan Dunia)

Daftar Pustaka

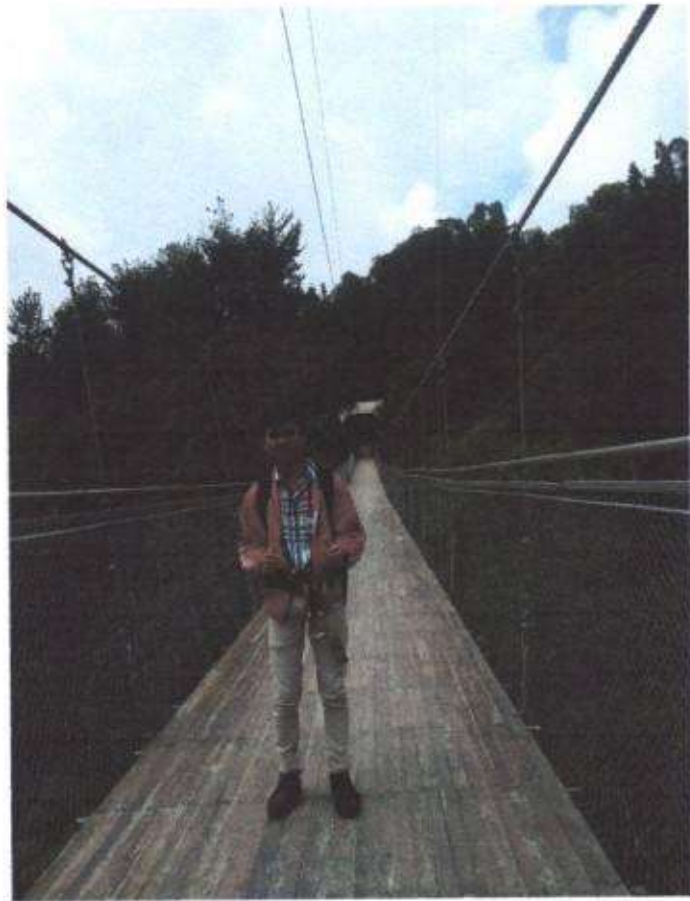
- Ismayanti. (2010). *Pangantar Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Indonesia.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Marpaung, H. (2002). *Pengetahuan Kepariwisata* (2 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Maryani, E. (2004). *Rapat Pengembangan Pariwisata Jawa Barat*. Bandung.
- Muharto, & Ambarita, A. (2016). *Metode Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: deepublish.
- Pendit, N. S. (2006). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Sastrayuda, G. (2010). *Konsep Pengembangan Kawasan Ekowisata*. Yogyakarta.
- Schiffman, & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen* (7 ed.). PT. Index.
- Sedarmayanti. (2013). *Membangun dan Mengembangkan Kebudayaan dan Industri Pariwisata (Bunga Rampai Tulisan Pariwisata)*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Spillane, J. (2002). *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Maryani, E. (2006, Februari 1). *Tourism Scientific Journal. Pengembangan Pariwisata Bandung Persepsi Wisatawan*, 7, 86.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadana, M., & Octavia, V. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A., & Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Susanto, A., & Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suwantoro, G. (2014). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Jakarta: PT.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009. (n.d.). Indonesia.
- Utama, I. R., & Mahadewi, N. E. (2012). *Metodologi Penelitian dan Pariwisata*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wolah, F. F. (2016). PERANAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI KABUPATEN POSO. *Acta Diurna*, 3.
- Yoeti, O. A. (2010). *Dasar-Dasar Pengerttian Hospitaliti dan Pariwisata*. Bandung: PT. Alumni.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KEGIATAN PRESENTASI, PENYEBARAN KUISIONER DAN







LAMPIRAN 2

Sukabumi, Januari 2019

Kepada Yth.

Pengunjung/Wisatawan

Di

Kawasan Situ Gunung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango

Dengan Hormat,

Dalam rangka penelitian untuk memperkuat data kepentingan penyusunan skripsi guna memenuhi syarat mencapai gelar S1 (Sarjana), di STIEPAR YAPARI BANDUNG, Program Manajemen Kekhususan Manajemen Pariwisata, mengenai **“Analisis Kemenarikan Jembatan Situ Gunung Dalam Upaya Meningkatkan Minat berkunjung di Kawasan Situ Gunung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango”**.

Maka dengan ini peneliti mengharapkan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi kuisioner penelitian ini, sesuai dengan petunjuk yang diberikan.

Atas perhatian, bantuan dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/I, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Chandra Yudia Prananda

Lampiran 3

Pada bagian ini, Bapak/Ibu dimohon untuk mengisi identitas diri. Pada setiap pertanyaan isilah tanda (√) pada kotak jawaban yang sesuai.

1. Berapa umur anda saat ini?
 - ☐ < 15
 - ☐ 15 – 20 Tahun
 - ☐ 21 – 30 Tahun
 - ☐ 31 – 40 Tahun
 - ☐ Lebih dari 40 Tahun
2. Apakah jenis kelamin anda?
 - ☐ Laki-laki
 - ☐ Perempuan
3. Apakah Pendidikan terakhir anda?
 - ☐ SD
 - ☐ SMP
 - ☐ SMA/SMK
 - ☐ Diploma
 - ☐ Sarjana
 - ☐ Lainnya, sebutkan
4. Apakah pekerjaan anda sekarang?
 - ☐ Pelajar/Mahasiswa
 - ☐ Karyawan Swasta
 - ☐ Pegawai Negeri
 - ☐ Wiraswasta
 - ☐ Lainnya, sebutkan
5. Dari manakah anda berasal?
 - ☐ Sukabumi
 - ☐ Cianjur
 - ☐ Bandung
 - ☐ Jabodetabek
 - ☐ Lainnya, sebutkan
6. Pendapatan wisatawan?
 - ☐ < Rp. 1.000.000
 - ☐ Rp. 1.000.000 – Rp. 2.500.000
 - ☐ > Rp. 2.500.000
 - ☐ Lainnya, sebutkan

KUISIONER

Analisis Kemenarikan Jembatan Situ Gunung Sebagai Daya Tarik Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Minat Berkunjung Di Kawasan Situ Gunung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango

| Pernyataan | STS | TS | RR | S | SS |
|--|-----|----|----|---|----|
| Something To See | | | | | |
| 1. Adanya atraksi yang dapat dilihat | | | | | |
| Something To Do | | | | | |
| 2. Adanya kegiatan yang dapat dilakukan secara langsung | | | | | |
| 3. Jembatan Situ Gunung memiliki banyak kegiatan yang bisa dilakukan wisatawan | | | | | |
| Something To Buy | | | | | |
| 4. Ketersediaan Toko cinderamata menarik saya untuk datang ke Jembatan Situ Gunung | | | | | |
| Atraksi | | | | | |
| 5. Perlu adanya atraksi pendukung kegiatan pariwisata | | | | | |
| 6. Jembatan Situ Gunung memiliki pemandangan alam yang menarik | | | | | |
| 7. Jembatan Situ Gunung memiliki keanekaragaman flora dan fauna | | | | | |
| Fasilitas | | | | | |
| 8. Keberadaan fasilitas restoran meningkatkan minat kunjungan saya | | | | | |
| 9. Keberadaan fasilitas bank meningkatkan minat kunjungan saya | | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| 10. Jembatan Situ Gunung memiliki lahan parkir yang memadai | | | | | |
| Infrastruktur | | | | | |
| 11. Papan penunjuk lokasi memudahkan saya menuju Jembatan Situ Gunung | | | | | |
| 12. Lampu penerang jalan memudahkan saya untuk menuju Jembatan Situ Gunung | | | | | |
| 13. Jalan menuju Jembatan Situ Gunung dapat dilalui dengan mudah | | | | | |
| Transportasi | | | | | |
| 14. Adanya kendaraan umum memudahkan saya untuk menuju Jembatan Situ Gunung | | | | | |
| Hospitality atau keramahtamahan | | | | | |
| 15. Pelayanan yang ramah membuat minat saya untuk berkunjung ke Kawasan Situ Gunung | | | | | |
| 16. Jembatan Situ Gunung telah memiliki pelayanan yang baik. | | | | | |
| Minat Transaksional | | | | | |
| 17. Saya selalu bersedia mengunjungi jembatan situ gunung | | | | | |
| 18. Jembatan Situ Gunung adalah daya tarik pilihan utama saya | | | | | |
| Minat Referensial | | | | | |
| 19. Saya merekomendasikan jembatan situ Gunung kepada orang lain | | | | | |
| Minat Preferensial | | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| 20. Saya lebih memilih Jembatan Situ Gunung dibandingkan dengan tempat wisata lainnya | | | | | |
| Minat Eksploratif | | | | | |
| 21. Saya selalu mencari informasi mengenai Jembatan Situ Gunung | | | | | |

Keterangan :

STS : Sangat Tidak

Setuju

TS : Tidak Setuju

RR : Ragu-Ragu

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

LAMPIRAN 4

Hasil Wawancara Dengan Informasi Kunci

ANALISIS KEMENARIKAN JEMBATAN SITU GUNUNG SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG DI KAWASAN SITU GUNUNG

| NO | KODE SUMBER | NARASUMBER |
|----|-------------|---|
| 1 | Inf. 01 | Kepala Pengelola Kawasan Situ Gunung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango |
| 2 | Inf. 02 | Pengelola Jembatan Situ Gunung |
| 3 | Inf. 03 | Dinas Pariwisata Kabupaten Sukabumi |
| 4 | Inf. 04 | Tokoh Masyarakat Desa Gede Pangrango |

| No | Variabel | Dimensi | Pertanyaan | Kode | Informasi Yang Di Dapat |
|----|---|------------------|--|---------|---|
| 1 | Kemenarikan Pariwisata/Attraksi Wisata Yoeti (2010) | Something To See | Bagaimanakah menurut Bapak atau Ibu mengenai kemenarikan atraksi di Jembatan Situ Gunung ? | Inf. 01 | Menarik, karena dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke kawasan Situ Gunung. |
| | | | | Inf. 02 | Menarik, Pada umumnya memang jembatan ini adalah untuk berwisata. Pelayanan dan service yang ada juga ditujukan untuk meningkatkan kemenarikan. |
| | | Something To Do | Menurut Bapak atau Ibu Jembatan Situ Gunung memiliki banyak | Inf. 01 | Tentu saja banyak kegiatan yang bisa dilakukan wisatawan, ada wisata foto/selfie, wisata kesehatan, melihat |

| | | | | | |
|--|--|------------------|--|---------|--|
| | | | kegiatan yang bisa dilakukan wisatawan? | | pertunjukan kesenian dan camping ground. |
| | | | | Inf. 02 | Banyak kegiatannya, selain dari jembatan terdapat pula Danau Situ Gunung dan Curug Sawyer |
| | | Something To Buy | Apakah Menurut Bapak atau Ibu Ketersediaan Toko cinderamata dapat menarik wisatawan untuk datang ke Jembatan Situ Gunung | Inf. 01 | Penting adanya toko cinderamata ini, tetapi untuk saat ini belum dapat meningkatkan minat berkunjung. |
| | | | | Inf. 03 | Persepsi wisatawan jadi membutuhkan kuisioner untuk menguji cinderamata ini dapat menarik wisatwan atau tidak |
| | | | | Inf. 04 | Itu kan persepsi wisatawan jadi memerlukan dengan kuisioner, tetapi kedepannya kalo bisa menyerap pekerja dengan masyarakat salahsatunya mengurus cinderamata itu sendiri. |