

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Objek Wisata

Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara objek wisata merupakan tempat yang menjadi pusat daya tarik dan dapat memberikan kepuasan khususnya pengunjung (Harahap, 2018).

Objek wisata adalah suatu tempat yang menjadi kunjungan pengunjung karena mempunyai sumberdaya, baik alami maupun buatan manusia, seperti keindahan alam atau pegunungan, pantai flora dan fauna, kebun binatang, bangunan kuno bersejarah, monumen-monumen, candi-candi, tari-tarian, atraksi dan kebudayaan khas lainnya (Ananto, 2018). Menurut Siregar (2017) objek wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata, objek wisata sangat erat hubungannya dengan daya tarik wisata. Daerah yang merupakan objek wisata harus memiliki keunikan yang menjadi sasaran utama apabila berkunjung ke daerah wisata tersebut. Keunikan suatu daerah wisata dapat dilihat dari budaya setempat, alam dan flora fauna, kemajuan teknologi dan unsur spiritual.

Kualitas objek wisata tidak hanya dapat dinilai dari kondisi objek wisata itu sendiri, namun dilihat juga dari fasilitas, pelayanan, jasa, pemasaran, dan aksesibilitas yang mendukung objek wisata tersebut. Penilaian pengunjung terhadap objek wisata yang ada dapat digunakan sebagai acuan untuk pengembangan objek wisata dimasa yang akan datang. Dalam pengembangan pariwisata hendaknya sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengunjung agar pengunjung merasa puas dengan apa yang diberikan dan membuat pengunjung lebih lama bertahan ditempat tersebut dan juga ingin berkunjung kembali ke

tempat tersebut (Murti, 2013). Pengembangan objek wisata menjadi acuan sebagai sumber penghasilan utama bagi setiap daerah. Objek dan daya tarik wisata merupakan suatu bentuk dan fasilitas yang berhubungan dan dapat menarik minat pengunjung atau pengunjung untuk datang kesuatu daerah atau tempat tertentu.

Daya tarik yang belum dikembangkan merupakan sumberdaya potensial dan belum dapat disebut sebagai daya tarik wisata, sampai adanya suatu jenis pengembangan tertentu. Objek dan daya tarik wisata merupakan dasar dari kepariwisataan. Tanpa adanya daya tarik di suatu daerah atau tempat tertentu, kepariwisataan sulit untuk dikembangkan (Putra *et al.*, 2018). Suatu objek wisata harus meningkatkan kualitas objek menjadi lebih baik guna mendapatkan persepsi positif. Karena persepsi terhadap kualitas objek wisata yang dapat menjadi tolok ukur untuk melihat tingkat mutu suatu objek wisata. Kualitas objek wisata merupakan salah satu unsur penentu dalam menarik pengunjung berkunjung. Suatu objek wisata memiliki ketergantungan antara atraksi, fasilitas, infrastruktur, transportasi dan layanan. Hal ini tentu saja sangat menentukan apakah suatu objek tersebut layak dikunjungi atau tidak. Suatu objek wisata memerlukan infrastruktur dan transportasi untuk mengunjungi tempat tujuan wisata. Selain itu, ketersediaan fasilitas juga penting dalam menyediakan kebutuhan pengunjung selama berada jauh dari tempat tinggalnya (Niemah, 2014).

B. Pariwisata

Pariwisata merupakan segala bentuk perjalanan yang berhubungan dengan kegiatan rekreasi yang bertujuan mengisi waktu luang dengan bepergian ke satu tempat atau lebih (Utomo *et al.* 2017). Berdasarkan Undang-Undang No. 109 Tahun 2009 Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh pengunjung, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata dianggap sebagai suatu aset strategis untuk mendorong pembangunan pada wilayah-wilayah tertentu yang mempunyai potensi objek wisata (Aryunda, 2011).

Pariwisata berkembang layaknya perkembangan zaman yang selalu disesuaikan dengan kebutuhan konsumennya. Sumbangan pariwisata masih merupakan alternatif dalam mempercepat pembangunan di berbagai negara dan daerah yang tidak memiliki keunggulan komparatif di sektor industri (Kurniawati, 2015). Pembangunan pariwisata pada umumnya diarahkan sebagai sektor andalan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, peningkatan pendapatan daerah, memperluas lapangan pekerjaan, kesempatan berusaha serta meningkatkan pengenalan dan pemasaran produk dalam rangka meningkatkan kesejahteraan pengunjung (Widiastari *et al.*, 2017).

Industri pariwisata berlomba-lomba menciptakan produk wisata sesuai dengan tujuan pembangunan pariwisata yaitu untuk mengenalkan keindahan alam, kebudayaan dan adat istiadat (Hidayat, 2016). Pariwisata merupakan salah satu sektor yang menjadi pilihan bagi negara-negara berkembang dalam rangka mewujudkan pengunjung yang sejahtera dan makmur di samping sektor lain. Indonesia dengan keanekaragaman budaya, kekayaan alam serta keramah tamahan penduduknya merupakan potensi dalam kepariwisataan dan sebagai salah satu negara tujuan pariwisata dunia (Hariyana dan Mahagangga, 2015).

Pariwisata berasal dari asal kata wisata dengan kata kerjanya berwisata artinya bepergian atau melancong untuk bersenang-senang. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. (UU RI No. 10 Tahun 2009). Menurut undang – undang No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, disebutkan wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.

C. Wisatawan

Wisatawan juga adalah orang-orang yang datang berkunjung pada suatu tempat atau negara, biasanya mereka disebut sebagai pengunjung (visitor) yang terdiri dari banyak orang dengan bermacam – macam motivasi kunjungan, termasuk didalamnya. Jadi tidak semua pengunjung adalah wisatawan. Sesuai dengan Pasal 5 Resolusi Dewan Ekonomi dan Sosial Perserikatan Bangsa-Bangsa No. 870, yang dimaksud dengan pengunjung adalah seperti yang diuraikan di bawah ini:”Untuk tujuan statistik, yang dimaksud dengan visitor adalah setiap orang yang mengunjungi suatu negara yang bukan merupakan tempat tinggalnya yang biasa, dengan alasan apapun juga, kecuali mengusahakan sesuatu pekerjaan yang dibayar oleh negara yang dikunjunginya”. Menurut rumusan tersebut di atas yang termasuk ke dalamnya:

- a. Wisatawan (tourist) yaitu pengunjung yang paling sedikit tinggal selama 24 jam di negara yang dikunjunginya dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan ke dalam kalsifikasi sebagai berikut:
 - Pesiar (leisure), seperti untuk keperluan rekreasi, liburan, Kesehatan, studi keagamaan dan olah raga.
 - Hubungan dagang (bussines), keluarga, konferensi dan missi.
- b. Pelancong (exursionist) yaitu pengunjung sementara yang tinggal kurang dari 24 jam dinegara yang dikunjunginya (termasuk pengunjung dengan kapal pesiar).

Menurut G.A. Schmoll, wisatawan adalah individu atau kelompok individu yang mempertimbangkan dan merencanakan tenaga beli yang dimilikinya untuk perjalanan rekreasi dan berlibur, yang tertarik pada perjalanan pada umumnya dengan motivasi perjalanan yang pernah ia lakukan, menambah pengetahuan, tertarik oleh pelayanan yang diberikan oleh suatu daerah tujuan wisata yang dapat menarik pengunjung di masa yang akan datang. Defenisi wisatawan menurut World Tourism Organization (WTO) memberi defenisi, wisatawan adalah setiap orang 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 dari hal berikut ini:

- a. Memanfaatkan waktu luang untuk berkreasi, liburan, kesehatan, pendidikan, keagamaan dan olah raga.
- b. Bisnis atau mengunjungi kaum keluarga. Pengunjung dapat dibagi dalam dua kategori, yaitu wisatawan dan ekskursionis.

Menurut Norval, wisatawan ialah setiap orang yang datang dari suatu negara asing, yang alasannya bukan untuk menetap atau bekerja di situ secara teratur, dan yang di negara dimana ia tinggal untuk sementara itu membelanjakan uang yang didapatkannya di lain tempat. (Soekadijo,2000;13).

Ekskursionis adalah pengunjung yang hanya tinggal sehari di negara yang dikunjunginya, tanpa bermalam. Hal tersebut juga meliputi orang-orang yang mengadakan pelayaran pesiar (cruise passanger). Tidak termasuk orang - orang yang secara legal tidak memasuki sesuatu negara asing, seperti misalnya orang yang dalam perjalanan menunggu di daerah transit di pelabuhan udara. Menurut Swarbrooke, dkk (Ismayanti, 2010: 3) mengidentifikasi empat jenis wisatawan yaitu:

- a. Wisatawan Massal kelompok atau Organized Mass Tourist
- b. Wisatawan Massal Individu atau Individual Mass Tourist
- c. Penjelajah atau Explorer
- d. Petualang atau Drifter Wisatawan merupakan unsur utama dalam pariwisata.

Terlaksananya kegiatan pariwisata tergantung pada adanya interaksi antara wisatawan dan objek wisata, yang didukung dengan berbagai sarana prasarana pariwisata. Sebuah objek wisata akan dikatakan menarik jika banyak dikunjungi wisatawan. (Kuntowijoyo, 2006 : 55). Wisatawan adalah aktor dalam kegiatan wisata. Berwisata menjadi sebuah pengalaman manusia untuk menikmati,

mengantisipasi dan mengingatkan masa-masa didalam kehidupan. (Ismayanti, 2010 : 2) Menurut WTO (World Tourism Organization) definisi wisatawan adalah sebagai berikut:

- Pengunjung adalah setiap orang yang berkunjung kesuatu negara lain dimana ia mempunyai tempat kediaman, dengan alasan melakukan pekerjaan yang diberikan oleh negara yang dikunjunginya.
- Wisatawan adalah setiap orang yang bertempat tinggal disuatu 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.
 - a. Memanfaatkan waktu luang untuk untuk rekreasi, liburan kesehatan, pendidikan, keagamaan dan olahraga.
 - b. Bisnis atau mengunjungi keluarga.
- Darmawisata atau excursionist, adalah pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24 jam dinegara yang dikunjunginya termasuk orang yang berkeliling dengan kapal pesiar, namun tidak termasuk pesiar yang memasuki negara secara legal, contohnya orang yang hanya tinggal diruang transit pelabuhan udara.

D. Motivasi

1. Pengertian

Istilah motivasi berasal dari bahasa latin, yakni *movere*, yang berarti menggerakkan, dorongan atau kekuatan yang menyebabkan suatu tindakan atau perbuatan. Kata *movere*, dalam bahasa inggris sering disepadankan dengan *motivation* yang berarti pemberian motif, atau hal yang menimbulkan dorongan atau keadaan yang menimbulkan dorongan (Suwatno dan Priansa,2014).

Menurut Nurfitriana (2016), Motivasi merupakan proses psikologis yang mencerminkan interaksi antara jiwa, sikap, kebutuhan, persepsi dan keputusan dalam diri seseorang.

2. Motivasi pariwisata

Berdasarkan McIntosh (1972) dalam Soekadijo (2000), mengatakan bahwa motivasi yang mendorong seseorang melakukan perjalanan dapat dikelompokkan menjadi empat, yaitu:

- a. *Physical or physiological motivation* (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), adalah motif yang berhubungan dengan kebutuhan badaniah seperti olahraga, istirahat, dan kesehatan, dan sebagainya.
- b. *Cultural motivation* (motivasi budaya), yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan dengan berbagai objek tinggalan budaya (monumen bersejarah).
- c. *interpersonal motivation* (motivasi interpersonal), seperti mengunjungi teman dan keluarga (*VFR, Visiting Friends and Relatives*), tetangga atau berkenalan dengan orang-orang tertentu, atau berjumpa, atau sekedar melihat tokoh-tokoh terkenal (penyanyi, penari, bintang film, tokoh-tokoh politik dan sebagainya).
- d. *Prestige motivation* (motivasi karena gengsi). Banyak orang beranggapan bahwa orang yang pernah mengunjungi tempat-tempat lain itu dengan sendirinya melebihi sesamanya yang tidak pernah bepergian. Orang yang pernah bepergian ke daerah-daerah lain dianggap naik gengsinya.

Apapun motivasi seseorang melakukan perjalanan, maka bagi seseorang wisatawan, perjalanan tersebut akan mempunyai manfaat atau akibat seperti dibawah ini (Krippendorf, 1997 dalam Pitana dan Gayatri, 2005):

- a. *Travel is recuperation and regeneration* (perjalanan wisata merupakan wahana penyegaran dan regenerasi fisik dan mental).
- b. *Travel is compensation and social integration* (perjalanan wisata merupakan kompensasi terhadap berbagai hal yang melelahkan sekaligus juga berfungsi sebagai wahana integrasi sosial).
- c. *Travel is escape* (perjalanan wisata merupakan pelarian dari situasi keseharian yang penuh ketegangan, rutinitas yang menjemukan, atau kejenuhan-kejenuhan karena beban kerja).

- d. *Travel is communication* (perjalanan wisata merupakan mekanisme bagi seseorang untuk mengeluarkan perasaannya, melalui komunikasi dengan orang lain, termasuk dengan pengunjung lokal).
- e. *Travel is broadens the mind* (perjalanan wisata merupakan wahana untuk mengembangkan wawasan).
- f. *Travel is freedom and self determination* (perjalanan wisata merupakan wahana untuk mendapatkan kebebasan dengan berbagai *secular ritual*, ataupun dengan berbagai inversi yang dapat dilakukan).
- g. *Travel is self realization* (perjalanan wisata merupakan wahana untuk realisasi diri).
- h. *Travel is happiness* (perjalanan wisata memang merupakan sesuatu yang menyenangkan, membuat hidup lebih bahagia).

Menurut Utama (2013), faktor pendorong pariwisata dapat diprediksi dari jumlah penduduk dari suatu negara asalwisatawan, pendapatan perkapitanya, lamanya waktu senggang yang dimiliki yang berhubungan dengan musim di suatu negara, kemajuan teknologi informasi dan transportasi, sistem pemasaran yang berkembang, keamanan dunia, sosial dan politik serta aspek lain yang berhubungan dengan fisik dan non fisik wisatawan.

E. Persepsi

1. Pengertian

Persepsi seringkali dinamakan dengan pendapat, sikap dan penilaian. Persepsi diartikan sebagai “suatu proses yang didahului oleh penginderaan” yaitu merupakan proses yang berujung ke pusat susunan syaraf yaitu otak hingga individu tersebut mengalami persepsi (Kurniawati, 2015). Walgito (2002) menyatakan bahwa persepsi merupakan proses yang terjadi di dalam diri individu yang dimulai dengan diterimanya rangsang, sampai rangsang itu disadari dan dimengerti oleh individu sehingga individu dapat mengenali dirinya sendiri dan keadaan di sekitarnya

Proses persepsi, individu dituntut untuk memberikan penilaian terhadap suatu objek yang dapat bersifat positif atau negatif, senang atau tidak senang dan sebagainya. Dengan adanya persepsi maka sikap akan terbentuk sebagai suatu kecenderungan yang stabil untuk berlaku atau bertindak secara tertentu di dalam situasi yang tertentu pula. Persepsi dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri individu (faktor internal) dan faktor dari luar diri individu (faktor eksternal). Faktor internal meliputi kecerdasan, minat, emosi, pendidikan, pendapatan, kapasitas alat indera dan jenis kelamin. Adapun yang termasuk faktor eksternal adalah pengaruh kelompok, pengalaman masa lalu dan perbedaan latar belakang sosial budaya (Hutabarat, 2008).

Informasi yang sampai kepada seseorang menyebabkan individu yang bersangkutan membentuk persepsi, dimulai dengan pemilihan atau penyaringan informasi yang masuk tersebut untuk disusun menjadi kesatuan yang bermakna dan akhirnya terbentuk interpretasi mengenai informasi ini. Surata (1993) menyatakan bahwa terdapat tiga rangkaian proses yang membentuk suatu persepsi, yaitu seleksi, organisasi, dan interpretasi. Stimulus yang masuk mula-mula diseleksi dan hanya stimulus yang menarik perhatian diubah menjadi kesadaran. Kemudian, stimulus yang diterima di susun dalam bentuk sederhana dan terpadu pada tahap organisasi. Penilaian dan pengambilan keputusan dilakukan pada tahap interpretasi. Walgito (2002) menyatakan bahwa ada tiga hal yang berperan dan mempengaruhi persepsi manusia, yaitu keadaan stimulus berupa manusia yang akan dipersepsi, situasi atau keadaan sosial yang melatarbelakangi stimulus, dan keadaan orang yang mempersepsi. Persepsi dibentuk melalui serangkaian proses (kognisi) yang diawali dengan penerimaan rangsangan atau stimulus dari objek oleh indera (mata, hidung, mulut, telinga, kulit) dan dipahami dengan penafsiran tentang objek yang dimaksud. Oleh karena itu, persepsi merupakan respon terhadap rangsangan yang datang dari suatu objek sehingga respon ini berkaitan dengan penerimaan atau penolakan oleh individu tersebut (Hutabarat, 2008).

2. Jenis- jenis persepsi

Jenis-jenis persepsi manusia menurut Mulyana *dalam* Keliwar (2015) dapat dibagi menjadi 2 (dua), yaitu :

- a. Persepsi terhadap lingkungan fisik.
- b. Persepsi terhadap manusia (persepsi sosial) yaitu proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian yang dialami seseorang didalam lingkungan orang tersebut.

3. Persepsi wisatawan

Persepsi wisatawan adalah penilaian atau pandangan wisatawan terhadap sesuatu. Suatu objek wisata harus meningkatkan kualitas objek menjadi lebih baik guna mendapatkan persepsi positif. persepsi dalam dunia pariwisata merupakan pendapat atau cara pandang wisatawan dalam memahami suatu destinasi wisata. Dalam industri pariwisata setiap wisatawan memiliki kepribadian masing-masing sehingga dalam melihat fenomena yang ada mereka memiliki persepsi masing-masing. persepsi wisatawan merupakan salah satu hal yang penting dalam pengembangan suatu destinasi pariwisata. Dalam industri pariwisata setiap wisatawan memiliki kepribadian masing-masing sehingga dalam melihat fenomena yang ada mereka memiliki persepsi masing-masing. Persepsi wisatawan merupakan salah satu hal yang penting dalam pengembangan suatu destinasi pariwisata. Mengenai apa yang diminati, diingini, dan diharapkan oleh pengunjung ke suatu destinasi menjadi amat penting artinya dalam kaitan dengan pemasaran objek wisata (Warpani *dalam* Kurniawati, 2015)

Persepsi merupakan kesan individu secara inderawi terhadap sesuatu yang pernah atau sedang dialami baik secara fisik (*tangible*) maupun non-fisik (*intangibile*). Sedangkan persepsi wisatawan adalah kesan yang diwujudkan dalam bentuk interpretasi dan sikap terhadap daya tarik pariwisata, fasilitas pariwisata, fasilitas umum, informasi pariwisata serta pelayanan yang diberikan kepada wisatawan selama berada di objek wisata tersebut (Keliwar, 2015).

Setiap wisatawan yang melakukan perjalanan wisata memiliki persepsi yang berbeda terhadap objek wisata yang didatangi, hal ini tergantung pada pengalaman berwisata, tingkat pendidikan, kondisi lingkungan, kondisi sosial-budaya negara asal wisatawan, serta pengaruh psikologis (Keliwar, 2015).

Menurut Mulyana *dalam* Keliwar (2015), persepsi merupakan suatu proses internal yang memungkinkan seseorang untuk memilih, mengorganisasikan serta menafsirkan rangsangan dari lingkungannya dan dari proses tersebut dapat mempengaruhi perilaku orang tersebut. Persepsi juga merupakan salah satu bentuk komunikasi, persepsi adalah yang menentukan orang untuk memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antara individu, dan sebagai konsekuensinya maka semakin cenderung membentuk suatu kelompok budaya ataupun kelompok identitas.

4. Faktor yang mempengaruhi pembentukan persepsi pengunjung

Persepsi pengunjung terbentuk oleh adanya persepsi individu, dimana proses pengolahan informasi dalam otak akan memiliki perbedaan antara satu individu dengan individu yang lain. Berikut adalah faktor yang mempengaruhi persepsi individu dalam menciptakan suatu persepsi pengunjung (Horton dan Choster *dalam* Rhesyana, 2014):

- a. Objek yang menjadi pengamatan berbeda pada setiap orang berdasar penerimaan rangsangan indera terhadap objek tersebut.
- b. Kedalaman pengamatan terhadap objek yang diamati tersebut berdasarkan pengidentifikasian melalui wujud objeknya.
- c. Faktor pribadi yang ditentukan oleh pengalaman, tingkat kecerdasan, kemampuan mengingat dan sebagainya.

5. Pengukuran Persepsi

Mengukur persepsi hampir sama dengan mengukur sikap. Walaupun materi yang diukur bersifat abstrak, tetapi secara ilmiah sikap dan persepsi dapat diukur, dimana sikap terhadap objek diterjemahkan dalam sistem angka. Dua metode

pengukuran sikap terdiri dari metode *Self Report* dan pengukuran *Involuntary Behavior* (Keliwar, 2015).

1. *Self Report* merupakan suatu metode dimana jawaban yang diberikan dapat menjadi indikator sikap seseorang. Namun kelemahannya adalah bila individu tidak menjawab pertanyaan yang diajukan maka tidak dapat mengetahui pendapat atau sikapnya.
2. *Involuntary Behaviour* dilakukan jika memang diinginkan atau dapat dilakukan oleh responden, dalam banyak situasi akurasi pengukuran sikap dipengaruhi kerelaan responden.

Selain itu pengukuran persepsi juga dapat menggunakan skala sikap (Skala *Likert*). Skala sikap (Skala *Likert*) dapat dipakai atau dimodifikasi untuk mengungkap persepsi sehingga dapat diketahui apakah persepsi seseorang positif, atau negatif terhadap suatu hal atau objek (Keliwar, 2015).

F. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian dari Nisa *et al.* (2014) menyatakan bahwa persepsi pengunjung merupakan hal penting dalam kegiatan wisata alam di Hutan Pendidikan Mandiangin. Persepsi pengunjung wisata penting diketahui agar pengelolaan Hutan Pendidikan Mandiangin sebagai Hutan Wisata Alam lebih baik dengan melibatkan pengunjung dalam pengelolaannya. Kawasan Hutan Pendidikan Mandiangin berpotensi dikembangkan sebagai daerah tujuan wisata karena memiliki keindahan pemandangan alam.

Hasil penelitian dari Fitroh *et al.* (2017) dalam judul pengaruh atraksi wisata dan motivasi pengunjung terhadap keputusan berkunjung wisata alam Kawah Ijen menyatakan bahwa motivasi merupakan komponen yang penting dalam diri pengunjung untuk proses pengambilan keputusan dalam mengunjungi daya tarik wisata yang akan di kunjunginya.

Hasil penelitian dari Muskin dan Sunarti (2018) menyatakan bahwa motivasi merupakan faktor penting bagi calon pengunjung di dalam mengambil keputusan

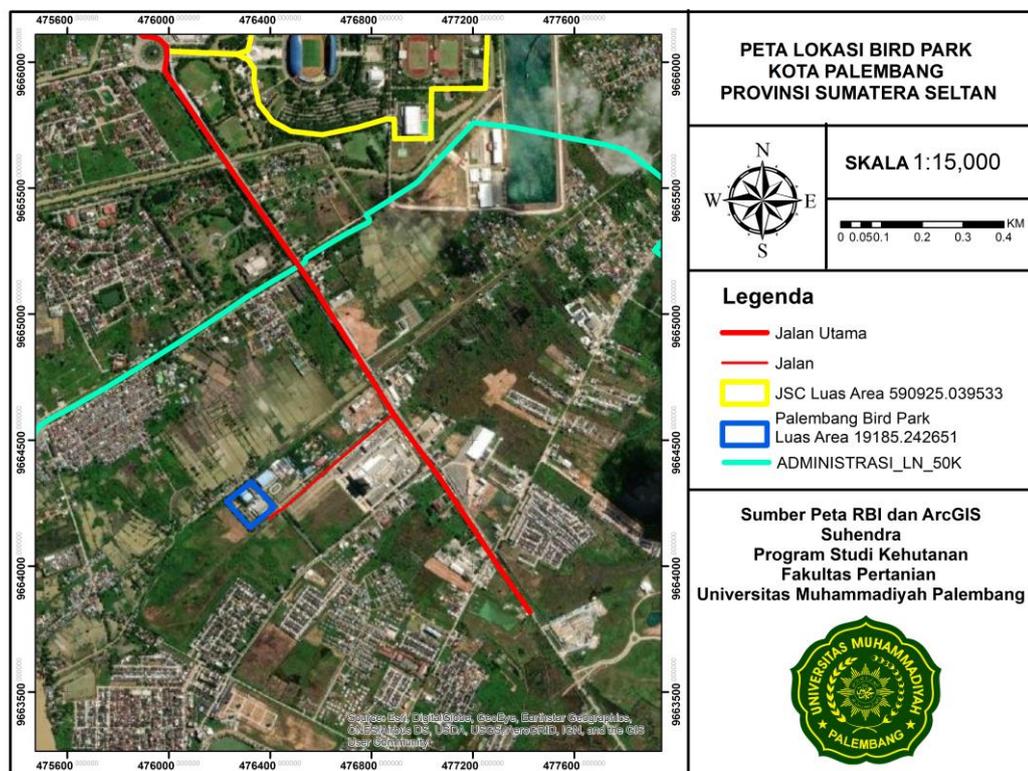
mengenai daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Motivasi pengunjung ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya motivasi yang terdiri dari motivasi fisik, motivasi sosial dan motivasi fantasi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung pengunjung. Diketahui bahwa item motivasi fisik, motivasi sosial dan motivasi fantasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung pengunjung dan memiliki pengaruh yang paling kuat dibanding item yang lain sehingga pada hasil penelitian ini variabel motivasi fisik memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan berkunjung.

Hasil penelitian dari Kawung *et al.* (2016) Provinsi Sulawesi Utara, merupakan salah satu wilayah tujuan wisata di Indonesia yang memiliki berbagai objek wisata baik objek wisata alam maupun wisata budaya. Objek wisata Bukit Kasih Kanonang merupakan salah satu tujuan wisata di Kabupaten Minahasa Provinsi Sulawesi Utara yang banyak diminati oleh pengunjung. Namun keberadaan objek wisata ini ada kesan terabaikan. Persepsi dari pengunjung menjadi sorotan dimana sebagian besar responden memberikan komentar yang buruk terhadap kondisi kebersihan dan kondisi fasilitas umum objek wisata ini.

III. METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan di objek wisata Palembang *Bird Park* PBP pada bulan Juli-Agustus 2020.



Gambar 2 Peta lokasi Penelitian

B. Alat dan Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pengunjung objek wisata PBP sedangkan alat yang digunakan adalah alat tulis, daftar pertanyaan (kuesioner), kamera digital dan *laptop*.

C. Batasan Penelitian

Batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pengunjung yang menjadi responden merupakan pengunjung yang datang dengan tujuan berkunjung ke objek wisata PBP.
2. Penyebaran kuesioner pada responden dilakukan pada hari kerja, akhir pekan dan hari libur.
3. Karakteristik responden dipilih berdasarkan usia produktif 15->55 tahun (Gautama, 2007).

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang diambil dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber penelitian secara langsung untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam penelitian. Data primer diperoleh dari observasi langsung ke lokasi penelitian berupa pengamatan dan wawancara secara langsung dengan responden menggunakan kuesioner. Pengambilan data sekunder dilakukan dengan studi pustaka yaitu mengumpulkan semua literatur-literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang akan dibahas. Data sekunder yang dikumpulkan meliputi gambaran umum dan peta lokasi wisata alam objek wisata PBP.

E. Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel pengunjung yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *Accidental sampling*. *Accidental sampling* yaitu pengambilan sampel secara aksidental (*accidental*) dengan mengambil kasus atau responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian (Notoatmodjo, 2010).

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dengan alat bantu kuesioner untuk mendapatkan data dan informasi sebanyak-banyaknya tentang permasalahan yang diangkat sehubungan dengan persepsi dan motivasi pengunjung terhadap wisata alam objek wisata PBP .

G. Variabel Penelitian

1. Variabel Motivasi

Variabel motivasi pengunjung yaitu berdasarkan faktor-faktor penarik dan faktor faktor pendorongnya. Dalam variabel motivasi terdapat beberapa indikator yang didapatkan dari hasil observasi dan beberapa refrensi dari penelitian terdahulu. Menurut Anggela *et al.* (2017) konsep motivasi ini dilatarbelakangi oleh faktor - faktor yang ada di sekitar pengunjung. Faktor pendorong terbentuk dari faktor - faktor *intangible* yang berasal dari dalam diri pengunjung itu sendiri. Sedangkan faktor penarik terbentuk oleh faktor-faktor *tangible* yang ada di wisata alam seperti keunikan wisata alam, atraksi wisata dan potensi wisata lainnya. Variabel motivasi pengunjung dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Variabel motivasi pengunjung

No	Variabel	Indikator
1	Faktor pendorong	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum pernah dikunjungi sebelumnya 2. Tugas (sekolah/kuliah) 3. Rekreasi 4. Menambah pengetahuan mengenai Burung kicau 5. Berkumpul dengan teman atau keluarga
2	Faktor penarik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daya tarik Palembang Bir Park (burung kicau) 2. Harga yang terjangkau 3. Akses yang mudah 4. Terdapat spot foto

2. Variabel persepsi

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011). Variabel persepsi pengunjung dilihat berdasarkan daya tarik, fasilitas, akses dan pelayanan tambahan. Variabel persepsi terdapat 15 indikator yang didapatkan dari hasil observasi dan referensi dari penelitian terdahulu seperti penelitian Anggela *et al.* (2017) dan Nisa *et al.* (2014). Variabel pengunjung dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Variabel persepsi pengunjung

No	Variabel	Indikator
1	Daya Tarik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daya tarik Keunikan PBP sudah baik 2. Daya tarik Keindahan pemandangan alam sudah baik
2	Fasilitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lahan parkir di objek wisata PBP sudah baik 2. Tempat sampah di objek wisata PBP sudah baik 3. Toilet di objek wisata PBP sudah baik 4. Mushola di objek wisata PBP sudah baik 5. Saung/gazebo di objek wisata PBP sudah baik
3	Aksesibilitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jalan menuju wisata alam sudah baik 2. Ketersediaan sarana transportasi sudah baik 3. Petunjuk jalan menuju wisata alam sudah baik
4	Pelayanan Tambahan	<ol style="list-style-type: none"> 1. objek wisata PBP akan lebih baik jika menyediakan pemandu wisata. 2. objek wisata PBP akan lebih baik jika memberikan papan informasi untuk setiap satwa yang ada dilokasi tersebut. 3. objek wisata PBP akan lebih indah apabila ditambah wahana bermain anak.

H. Metode Pengukuran

1. Metode Pengukuran Data Motivasi

Metode pengukuran data motivasi pengunjung menggunakan skala Guttman. Menurut Sugiyono (2011) skala *Guttman* bersifat tegas dan konsisten dengan memberikan jawaban dari pertanyaan iya dan tidak. Penilaian setuju diberikan dengan skor 1 dan jawaban yang tidak setuju diberi skor 0. Setelah dilakukan skoring lalu dihitung dengan cara persentase (%). Jawaban pertanyaan untuk mengetahui motivasi responden dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$p = \frac{a}{b} \times 100\%$$

Keterangan:

P= Persentase (%)

b= Jumlah pertanyaan

a = Jumlah jawaban iya

Hasil perhitungan diinterpretasikan dalam bentuk persentase ke dalam kriteria deskriptif persentase lalu menafsirkannya menggunakan kalimat yang bersifat kualitatif. Menurut Sugiyono (2011). Pembagian kriteria deskriptif persentase di bagi menjadi dua kategori sesuai dengan skala *Guttman* yaitu 51%-100 % iya sedangkan 0%-50% Tidak.

2. Metode Pengukuran Data Persepsi

Metode pengukuran data persepsi pengunjung dalam penelitian ini adalah skala *likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial yang diukur. Menurut Keliwar dan Nurcahyo (2015) dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator dijadikan sebagai pedoman dalam

menyusun butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap butir instrumen yang menggunakan skala *likert* memiliki gradasi sangat positif sampai dengan sangat negatif. Klasifikasi skor variabel persepsi disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Klasifikasi skor variabel persepsi pengunjung

No	Kategori	Skor
1	Sangat Baik (SB)	5
2	Baik (B)	4
3	Cukup Baik (CB)	3
4	Tidak Baik (TB)	2
5	Sangat Tidak Baik (STB)	1

Sumber : Arikunto (2010).

Pengukuran Skor dan persentase Penggolonga penilaian adalah sebagai berikut :

a) Cara Menghitung Skor

$$\text{Skor} = \text{Frekuensi} \times \text{Bobot Nilai}$$

$$\text{Jumlah skor} = \text{Jumlah skor skala penilaian 1 sampai dengan 5}$$

b) Cara Menghitung Persentase Skor Penilaian

Penggolongan skor nilai (Arikunto 2010) dilakukan berdasarkan skor ideal, dimana nilainya tergantung pada jumlah responden yang ingin dilihat. misalnya jika dibandingkan dengan jumlah keseluruhan responden pada penelitian ini adalah berjumlah 53.

$$\text{skor ideal (skor tertinggi)} = 53 \times \text{bobot tertinggi}$$

$$= 53 \times 5$$

$$= 265 \times (\text{sangat baik})$$

$$\text{Skor terendah} = 53 \times \text{bobot terendah}$$

$$= 53 \times 1$$

$$= 53 \times (\text{sangat tidak baik})$$

Sehingga persentasi penggolongan skor penilaian:

$$\frac{\text{JUMLAH SKOR}}{\text{SKOR IDEAL}} \times 100 \longrightarrow \frac{\text{JUMLAH SKOR}}{265} \times 100$$

Dalam penerapannya penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu untuk mengumpulkan data hasil kuesioner dan pentabukasian data sebelum dianalisis. Hasil perhitungan persentase kemudian diinterpretasikan dengan Tabel sebagai berikut:

Tabel 4. *Persentase Kategori Penilaian*

No	Kategori	Kelas Interval
1	Sangat Baik (SB)	81 – 100%
2	Baik (B)	61 – 80%
3	Cukup Baik (CB)	41 – 60%
4	Tidak Baik (TB)	21 – 40%
5	Sangat Tidak Baik (STB)	0 – 20%

Sumber : Arikunto(2010).

I. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan peneliti adalah analisis deskriptif kuantitatif yaitu analisis yang berusaha memberikan gambaran yang jelas dan terperinci berdasarkan kenyataan yang ditemukan di lapangan melalui hasil wawancara dan penyebaran kuesioner. Data yang sudah diperoleh dari lapangan selanjutnya diolah sebagai berikut :

- 1) Tabulasi, yaitu mengelompokkan data untuk mempermudah dalam proses analisis.
- 2) Mengukur data menggunakan skala *likert* untuk mengukur persepsi pengunjung dan skala *guttman* untuk mengkaji motivasi pengunjung.
- 3) menghitung nilai kumulatif, yaitu penghitungan nilai persepsi dan motivasi secara keseluruhan untuk ditarik kesimpulan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

PBP beroperasi sejak Desember 2015 dengan respon yang positif dari pengunjung dibuktikan dari beberapa tahun awal pembukaan tempat wisata ini jumlah pengunjung meningkat dari tahun ke tahun. PBP berlokasi di Jalan Gubernur H.A. Bastari, Jakabaring, Kawasan OPI Mall, Sungai Kedukan, Kecamatan Rambutan Kota Palembang, Sumatera Selatan Menempati lahan dengan luas 2 Ha dengan berbagai jenis burung dan ada beberapa satwa lain mengajak pengunjung untuk lebih mengenal alam dan lingkungan. PBP merupakan ekspansi dari taman wisata sejenis yang ada di Bandung karena pemilik dari kedua objek wisata ini merupakan orang yang sama. Dibukanya PBP ini karena di Kota Palembang masih sangat kurang untuk tempat wisata, sehingga menjadi dasar pembukaan taman burung yang bisa mengedukasi tentang satwa, alam dan lingkungan. Berbagai jenis burung kicau dan burung hias, Sebagaimana pada Gambar 3.



Gambar 3. Burung - burung yang ada di PBP, di Komplek OPI Mal.

2. Informasi Umum

PBP dengan luas 2 Ha memiliki 2.000 ekor burung dari berbagai jenis yang didatangkan sebgaiian besar berasal dari objek wisata serupa di Bandung. sampai saat ini izin kelola objek wisata ini Masih dalam proses pembuatan perizinan dari BKSDAE (Balai Konservasi Sumber Daya Alam dan Ekosistem) Sumatera Selatan, hal ini dikarenakan data yang belum lengkap dari pihak pengelola. Ada beberapa wahana yang dapat dikunjungi seperti Iguana (*Iguana iguana*), Kelinci (*Oryctolagus cuniculus*), Kura-Kura pipih – putih (*Siebenrockiella crassicolli*), Kuda (*Equus caballus*), Kolam Ikan, Rumah Kucing hingga koleksi Ular piton. Informasi mengenai PBP dapat pengunjung peroleh di loket pembelian tiket sekaligus pintu masuk, sebagaimana Gambar 4.



Gambar 4. Tempat pembelian tiket di PBP di Komplek OPI Mal,

Biaya yang dikeluarkan pengunjung untuk dapat memasuki objek wisata ini sebesar 50.ribu/orang sedangkan untuk memasuki wahana seperti spa ikan dan rumah kucing pengunjung akan dikenai biaya tambahan. Pengunjung yang datang pada saat penelitian cukup sedikit dibandingkan dengan pengunjung pada saat peneliti melakukan survey di bulan Januari 2020. Hal ini disebabkan karena pandemi Covid-19 yang terjadi pada saat penelitian, dilaksanakan. Wisata PBP ini juga baru dibuka kembali setelah lebih dari 3 bulan ditutup.

3. Wahana di Palembang *Bird Park*

1) *Fish SPA* (SPA Ikan)

Merupakan wahana yang menyajikan spa ikan untuk pengunjung yang ingin rileksasi kaki untuk mengangkat kotoran atau kuman yang ada dikaki, dengan cara memasukkan kaki kedalam kolam yang berisi ikan dan setelah itu ikan-ikan akan berkumpul disekitar kaki dan membersihkan kaki dengan cara memakan kulit mati atau kuman yang menempel disela-sela jari kaki atau kuku.

Anda bisa bersantai bersama keluarga dan teman sembari merileksasikan kaki di kolam ikan. Untuk masuk ke *Fish SPA* ini tarif tambahan sebesar Rp 25 ribu/orang/30 menit.

2) Tangkap Ikan

Pengunjung yang datang bukan hanya dapat berinteraksi dengan berbagai jenis burung tetapi juga bisa menangkap ikan yang ada dikolam. Sembari bermain di PBP untuk menikmati waktu bersama pengunjung dapat bermain menangkap ikan dengan jaring yang disdiakan pengelola. Hasil ikan tangkapannya juga boleh dibawa pulang dengan membayar tarif tambahan sebesar 20.ribu/orang.

3) Rumah Kucing

Selain ada burung, ikan dan satwa lain di sini juga terdapat rumah kucing, yang merupakan wahana baru di objek wisata PBP sebagai salah satu daya tarik tambahan yang menarik untuk dikunjungi baik bagi pecinta kucing maupun pengunjung biasa. pengunjung dapat bermain dengan beragam jenis kucing yang ada di wahana ini, pengunjung dapat bermain bersama kucing-kucing tersebut selama 30 menit dengan tarif sebesar 30 ribu/orang. rumah Kucing dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Rumah kucing yang ada di PBP, di Komplek OPI Mal.

4) Berkuda

objek wisata PBP juga menyediakan kuda Poni yang dapat di Tunggangi oleh pengunjung untuk berkeliling dengan di tuntun oleh penjaga kuda. Biasanya yang menaiki kuda poni adalah anak-anak karena tempat berkeliling yang tidak jauh dan hanya berjalan dikoridor dalam saja. Tarif untuk menaiki kuda poni sebesar Rp 25 ribu/Orang untuk tiga kali berputar.

5) Beroto dengan Ular Piton

Bagi pengunjung yang pecinta hewan reptile tentu sangat senang dengan adanya tempat ini, karena selain dapat berinteraksi dengan burung pengunjung juga dapat berfoto berlatar belakang ular atau bersama ular dengan jenis ular piton. Pengunjung yang ingin berfoto bersama dengan ular dikenakan tarif Rp 20 ribu.

6) Burung

Burung yang terdapat di Objek PBP dibagi ke beberapa kandang, ada dua kandang besar untuk burung hias seperti love bird (*Agapornis*) dan satu kandang

besar lain diisi oleh burung jalak (*Sturnidae*), sedangkan untuk burung-burung yang dilindungi seperti burung elang Jawa (*Nisaetus bartelsis*), burung hantu (*Strigiformes*) dan burung gagak (*Corvus linnaeus*) diletakkan di kandang yang terpisah. Di bagian tengah juga terdapat kandang berukuran sedang untuk burung unta. Untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan seperti ditendang atau dipatuk oleh burung-burung ini pengunjung khususnya anak-anak disarankan untuk tidak memasuki atau bermain terlalu dekat dengan burung-burung tersebut. Bagi Anda pecinta burung hias, seperti burung macaw merupakan burung yang memiliki bulu yang indah dengan warna yang beragam pada Bulunya. Sehingga menjadikan burung ini sangat diminati oleh beberapa pecinta burung. Untuk bisa berfoto dengan burung-burung yang berada di kandang kecil seperti burung macaw (*Anodorhynchus hyacinthinus*), gagak (*Corvus linnaeus*), elang (*Nisaetus bartelsis*) dan unggas pengunjung akan dikenakan tarif sebesar 20 ribu/Orang. Sebagaimana Terdapat pada Gambar 6.



Gambar 6. Burung Macaw (*Anodorhynchus hyacinthinus*) yang ada di PBP, di Komplek OPI Mal.

4. Fasilitas

Di PBP juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang telah di sediakan untuk pengunjung seperti :

- Tempat duduk-duduk dan beristirahat bagi pengunjung diletakkan didekat pintu masuk serta di kandang burung *love bird* untuk pengunjung yang menikmati kicauan burung atau waktu memberi makan burung.
- Toilet umum. Pengunjung juga disediakan toilet umum yang berada di dekat pintu tiket, toilet ini juga sudah tertata dengan baik dan dijaga dengan baik oleh pengelola.
- Ruang ibu menyusui. Di objek wisata PBP disediakan Ruang Ibu Menyusui agar lebih nyaman bagi orang tua dalam memberikan asi apabila ada orang tua yang membawa anak yang masih dalam usia menyusui
- Musholla. Pengunjung yang beraga islam juga tidak usah khawatir karena lokasi ini menyediakan musholla untuk dapat tetap beribadah sholat sehingga tidak perlu keluar dari objek wisata PBP.
- Kantin. Bagi pengunjung yang lapar, haus atau sekedar mengemil juga disediakan kantin yang menyediakan makanan berat dan makanan ringan yang dapat dipesan, namun pengunjung dilarang membawa makan tersebut kedalam kandang, pengunjung disediakan meja dan kursi yang ada di dekat pintu tiket yang berada didepan.

B. Karakteristik Responden Berdasarkan Identitas

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa pengunjung didominasi oleh laki-laki dan pengunjung potensial antara pelajar dan mahasiswa dengan interval usia 15 tahun sampai dengan 25 Tahun.

Karakteristik responden berdasarkan identitas, diperoleh melalui pembagian koesioner kepada responden dengan memberikan 6 pertanyaan yang telah diberikan pilihan jawaban berdasarkan indikator identitas responden. Jumlah responden yang diberikan kuesioner berjumlah 53 responden. Sebagaimana pada Tabel 5.

Tabel 5. Identitas Responden

Variabel Penelitian	Karakteristik	Jumlah (N=53)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki Laki	29	54,72%
	Perempuan	24	45,28%
Usia	15 s/d 25 Tahun	26	49,06%
	26 s/d 35 Tahun	19	35,85%
	36 s/d 45 Tahun	7	13,21%
	46 s/d 55 Tahun	1	1,89%
	➤ 55 Tahun	-	-
Pendidikan Terakhir	SD	-	-
	SMA/SMK	23	43,40%
	Diploma	5	9,43%
	Sarjana	25	47,17%
Pekerjaan Utama	Pelajar/Mahasiswa	12	22,64%
	Wiraswasta	18	33,96%
	Pegawai Negeri Sipil	3	5,66%
	Ibu RUMah Tangga	4	7,55%
	Lainnya	16	30,19%
Status Pernikahan	Menikah	22	41,51% %
	Belum Menikah	31	58,49%
Tempat Tinggal	Kota Palembang	39	73,58%
	Luar Kota Palembang	14	26,42%
Frekuensi kunjungan	1 kali	40	75,47%
	2 Kali	9	16,98%
	3 Kali	3	5,66%
	➤ 3 Kali	1	1,89%

Dari tabel di atas, diketahui bahwa pengunjung berjenis kelamin laki laki sebanyak 29 Orang dengan persentase 54,72% dan perempuan sebanyak 24 orang atau 45,28%. Hasil ini menunjukkan bahwa pengunjung kawasan wisata PBP didominasi oleh laki-laki. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurhidayah (2017) yang menyatakan bahwa wisata alam merupakan kegiatan yang didominasi oleh laki-laki, dengan banyaknya burung hias adna burung kicau yang ada diobjek wisata PBP menjadi daya tarik yang untuk penggemar burung kicau dan burung hias yang memang lebih banyak digemari oleh laki-laki.

Tabel di atas dapat dilihat usia pengunjung di objek wisata Palembang Bird Park didominasi oleh usia dari 15 tahun sampai dengan 25 tahun sebanyak

26 Orang atau 49,06%, di ikuti dengan usia antara 26 tahun sampai dengan 35 tahun sebanyak 19 Orang atau 35,85%.

Objek wisata PBP didominasi oleh pengunjung yang berusia antara 15 sampai dengan 25 tahun dengan persentase sebesar 49%. atau hampir separuh dari sampel pengunjung yang diambil pada saat penelitian. Serupa dengan apa yang telah dikemukakan oleh Koranti *et, al* (2017) yang menyatakan bahwa kelompok umur 16-26 tahun adalah kelompok umur yang lebih berenergi, sehingga diperkirakan diusia ini orang lebih suka melakukan perjalanan untuk mengunjungi tempat yang menarik. Diikuti oleh pengunjung usia 26 tahun sampai dengan 35 tahun dengan besaran persentase 36%, usia antara 36 tahun sampai dengan 45 tahun sebesar 13% dan usia antara 46 tahun sampai dengan 55 tahun dengan persentase sebesar 2%. Hal ini menyatakan bahwa pengunjung yang datang didominasi oleh usia remaja sampai dewasa dengan daya tarik utama burung yang memang jarang dijumpai di kota Palembang sendiri. selain dari pada burung, beberapa lokasi fotogenik kekinian juga menjadi daya tarik tambahan bagi remaja untuk datang ke lokasi ini.

Berdasarkan tingkat pendidikan pengunjung yang menjadi respondek pada saat penelitian dilakukan adalah mulai dari SMA, Diploma dan Sarjana (Strata 1). Data di atas menyatakan bahwa pengunjung yang datang didominasi oleh pengunjung yang berpendidikan strata 1 dengan persentase sebesar 47% dan SMA 43%, sedangkan 10% lainnya memiliki tingkat pendidikan Diploma. Banyaknya pengunjung yang memiliki pendidikan strata 1 untuk datang ke objek wisata PBP ini disebabkan oleh lokasi wisata yang dekat dengan kota dan perkantoran sehingga banyak pengunjung yang datang untuk menghilangkan penat pekerjaan dengan berlibur bersama dengan keluarga. sedangkan untuk pendidikan SMA dengan persentase sebesar 43% banyak disebabkan karena mereka menginginkan tempat foto bersama burung maupun satwa lain, serta ada uga yang datang bersama keluarga dan karena belum pernah masuk ke objek wisata PBP.

Indikator pengunjung berdasarkan status pekerjaan pengunjung yang menjadi responden yang berstatus Pelajar/Mahasiswa sebesar 22,66%, PNS sebesar 5,66%, Wiraswasta 33,96%, Ibu Rumah Tangga 7,55% dan profesi lainnya sebesar 30,19%. Hal ini menyatakan bahwa Pengunjung yang datang ke

objek wisata PBP telah dikunjungi dan dinikmati oleh banyak kalangan pekerjaan. adapun yang dominan datang ke objek wisata PBP adalah pengunjung yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta dengan kunjungan yang lebih intens dibandingkan pengunjung lainnya.

Berdasarkan persentase diatas pengunjung yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta karena pekerjaan mereka tidak terikat oleh waktu sehingga mereka bisa meluangkan waktu datang ke PBP meskipun tidak dihari libur. Meskipun begitu, banyak pengunjung di akhir pekan. untuk status pekerjaan lainnya itu terdiri dari berbagai pekerjaan seperti anggota TNI dan Petani. Pelajar atau mahasiswa yang datang ke PBP ini kebanyakan mereka datang bersama keluarga ada juga yang berlibur bersama teman-teman. Fakta ini berkorelasi dengan pengunjung objek wisata PBP didominasi oleh rentang umur 15-25 tahun, dimana pada umur ini orang lebih berenerjik dalam melakukan suatu perjalanan dan untuk memperoleh pengalaman baru. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Dwiputra (2013) yang menyatakan bahwa mayoritas pengunjung ke suatu objek wisata adalah yang suka mencari pengalaman baru seperti pelajar dan mahasiswa, kelompok ini bekunjung bersama teman pelajar/mahasiswa lainnya.

C. Motivasi

Pengunjung yang memutuskan untuk datang ke objek wisata PBP dipengaruhi oleh dua faktor yaitu: faktor pendorong dan faktor penarik. faktor pendorong memiliki 5 (lima) variable yang menjadi acuan oleh peneliti untuk melihat bagaimana motivasi pengunjung untuk datang ke objek wisata PBP. Motivasi adalah faktor internal yang medorong seseorang untuk dapat melakukan suatu tindakan, Rangkuti (2008)

1. Faktor Pendorong

Faktor pendorong pengunjung untuk berkunjung ke objek wisata PBP dimotivasi oleh lima variabel seperti yang tertera pada Tabel 6.

Tabel 6. Pernyataan faktor pendorong Motivasi Pengunjung

Variabel	Jawaban (Ya)	Ya (%)	Jawaban (Tidak)	Tidak (%)
Belum pernah dikunjungi sebelumnya	980	92%	80	8%
Tugas (sekolah/kuliah)	140	13%	920	87%
Rekreasi	920	87%	140	13%
Menambah pengetahuan mengenai Burung kicau	840	79%	220	21%
Berkumpul dengan teman atau keluarga	980	92%	80	8%

Berdasarkan data responden pada Tabel 6 terkait faktor pendorong yang memotivasi pengunjung untuk datang ke objek wisata PBP menunjukkan bahwa pengunjung banyak termotivasi oleh variabel belum pernah dikunjungi sebelumnya dan variabel berkumpul dengan teman atau keluarga dengan skor nilai jawaban ya sebesar 980 atau 92%. Hal ini sesuai dengan penelitian Dwiputra (2013) bahwa mayoritas pengunjung datang ke suatu objek wisata adalah mereka yang suka mencari penemuan baru atau sesuatu yang memang belum pernah mereka kunjungi sebelumnya.

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa variabel belum pernah dikunjungi sebelumnya menjadi dominan dengan 92% ini menunjukkan bahwa objek wisata ini belum banyak diketahui secara luas dan belum banyak dikunjungi oleh pengunjung sebelumnya atau baru pertama kali datang ke objek wisata ini. Meskipun variabel berkunjung dengan teman atau keluarga memiliki persentase yang sama yaitu 92%, pengunjung juga mendapatkan nilai edukatif terlihat dari cukup besarnya nilai penambahan pengetahuan mengenai burung kicau sebesar 79%. Artinya meskipun sangat jarang mahasiswa atau siswa yang berkunjung dengan maksud mengerjakan tugas, tetapi pengunjung yang datang kesana tetap mendapat pengetahuan baru mengenai burung kicau.

2. Faktor Penarik

Secara umum pengunjung memberikan nilai sikap sangat baik untuk keempat variabel penarik dengan rata-rata skor 1025 terhadap motivasi penarik yang ada di objek wisata PBP. Dari empat variabel penilaian, tiga variabel memberikan nilai sangat baik dan hanya satu variabel yang memberikan nilai tidak baik. Terlihat dari tabel 7.

Tabel 7. Faktor Penarik

No	Variabel	Jawaban (Ya)	Jawaban (Tidak)	Ya	Tidak
1	Daya tarik PBP (Burung Kicau)	1250	75	94%	6%
2	Harga yang terjangkau	600	725	45%	55%
3	Akses yang mudah	1175	150	89%	11%
4	Terdapat spot foto	1075	250	81%	19%

Berdasarkan data responden pada Tabel 7 terlihat bahwa skor nilai untuk jawaban ya memiliki nilai sebesar 1250 atau 94% responden menyatakan variabel daya tarik dari PBP Sangat Baik sebagai faktor penarik pengunjung untuk datang ke objek wisata ini, sedangkan hanya 6% dari pengunjung yang memberikan jawaban tidak untuk variabel daya tarik sebagai motivasi dari pengunjung untuk datang ke objek wisata PBP. Hal ini menyatakan bahwa memang daya tarik dari objek wisata PBP sangat baik dan menjadi faktor yang menarik pengunjung untuk datang dan berkunjung ke objek wisata ini. Akses yang mudah juga mendapat nilai yang tinggi dengan skor nilai 1175 untuk jawaban ya artinya akses untuk menuju objek wisata ini sangat mudah dijangkau karena letak yang tidak jauh dari pusat kota dan dekat dengan tempat berkumpul lainnya seperti Jakabaring Sport City dan dalam kompleks OPI Mall Palembang. Lokasi yang strategis menjadikan objek wisata ini mudah dijangkau oleh pengunjung baik yang berasal dari dalam kota Palembang maupun pengunjung dari luar Kota Palembang. Akses yang mudah menjadikan objek wisata ini memiliki nilai lebih untuk dikunjungi baik untuk berekreasi, berkumpul bersama teman atau keluarga ataupun sekedar melepas penat setelah bekerja.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai variabel motivasi penarik, faktor penarik yang memotivasi pengunjung semua berdasarkan daya tarik dari PBP. Selain kicauan burung yang menjadi faktor penarik yang besar adalah akses yang mudah untuk menuju lokasi objek wisata. tempat berfoto juga merupakan faktor menarik yang memotivasi pengunjung untuk datang, terlihat juga dari pengunjung usia antara 15-25 tahun yang dominan untuk datang ke objek wisata PBP. Sedangkan faktor yang paling rendah dalam memotivasi pengunjung datang ke lokasi ini adalah harga yang terjangkau. Hal ini disebabkan karena memang harga untuk masuk ke lokasi ini relative mahal untuk mahasiswa dan pelajar.

Sesuai dengan yang disampaikan Said Kaliwar dan Anton Nurcahyo (2015) yang menyatakan bahwa keunikan daya tarik memotivasi pengunjung untuk datang ke objek wisata Desa Budaya Pampang di Samarinda. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa pengunjung sangat tertarik untuk datang ke objek wisata ini karena keunikan yang diberikan dengan adanya beragam jenis burung kicau dan menikmati kicauan burung serta memberi makan burung yang ada di PBP. Selain itu pengunjung juga mengharapkan memperoleh pengetahuan mengenai burung kicau maupun hewan lain yang ada objek wisata PBP kota Palembang. Namun, minimnya informasi terkait Burung Kicau dan satwa lain yang ada di PBP seperti ciri spesifik, habitat, perkembangbiakan, pakan, kebiasaan dan kurang aktifnya penjaga kandang dalam memberikan informasi sehingga menyebabkan pengunjung kesulitan memperoleh informasi yang diharapkan. Oleh sebab itu, pihak pengelola diharapkan dapat memberikan sarana prasarana berupa penjaga kandang yang memiliki pengetahuan mengenai satwa yang menjadi tanggung jawabnya.

D. Analisis Persepsi Pengunjung Terhadap Objek Wisata PBP

Persepsi pengunjung terhadap objek wisata PBP Kota Palembang tahun 2020 merupakan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis nilai sikap/pandangan pengunjung mengenai Daya tarik, Aksesibilitas, Fasilitas dan Pelayanan tambahan yang ada di objek wisata PBP.

1. Persepsi Pengunjung Terhadap Daya Tarik

Berdasarkan hasil penelitian dari sebaran kuesioner, jawaban pengunjung mengenai daya tarik objek wisata PBP mendapatkan nilai Persentase rata-rata sebesar 70% atau masuk kedalam kategori baik berdasarkan tabel 4 yang menunjukkan bahwa angka 70% mengindikasikan PBP sebagai objek wisata memiliki daya tarik yang baik sebagai objek wisata kekinian. Didukung dengan karakteristik pengunjung yang datang ke objek wisata ini didominasi oleh pengunjung dengan rentan usia antara 15 tahun sampai dengan 25 tahun dengan persentasi sebesar 49,06%, Serta didominasi oleh pengunjung dengan status belum menikah sebesar 58,49%. Hal ini dapat dinyatakan bahwa objek wisata PBP menjadi destinasi wisata kekinian yang bukan hanya menjadi objek wisata keluarga melainkan juga sebagai tempat berkumpulnya muda-mudi baik dari kota Palembang maupun tamu dari luar kota Palembang seperti diantaranya berasal dari Muara Enim, Prabumulih, Ogan Ilir dan beberapa daerah lainnya.

Persentase keunikan sebesar 72% menunjukkan bahwa daya tarik yang di berikan oleh objek wisata ini dapat menjadi modal jual yang baik untuk pengembangan objek wisata PBP selanjutnya. Nilai persentase Keindahan objek wisata ini hanya sebesar 68% masih dalam kategori interpretasi baik, ini dikarenakan beberapa tempat foto yang sudah rusak termakan usia seperti jembatan bambu dan kebersihan kandang yang kurang dirawat. Persentase persepsi pengunjung mengenai daya tarik objek wisata PBP dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Persentase Daya Tarik Pengunjung

Indikator	Pernyataan	Skor	Persentase (%)	Interpretasi
Daya Tarik	1. Keunikan	192	72	Baik
	2. Keindahan	179	68	Baik
Rata-rata		186	70	Baik

Berdasarkan skor rata-rata 186 dengan persentase sebesar 70% menginterpretasikan bahwa daya tarik dari objek wisata PBP sudah baik. Serupa dengan yang dikemukakan oleh Rare *et,al* (2017) yang menyatakan bahwa daya tarik pada suatu objek wisata sangat berpotensi dapat menarik pengunjung untuk datang berkunjung pada suatu objek wisata.

2. Persepsi Pengunjung Terhadap Akseibilitas

Persepsi pengunjung terhadap akseibilitas yang ada menuju dan pulang dari objek wisata PBP memiliki nilai yang baik, selain berada di dalam kompleks OPI Mall Palembang objek wisata ini juga bersebelahan dengan objek wisata lain. Persepsi akseibilitas terhadap objek wisata PBP dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Persentase Akseibilitas Pengunjung

Indikator	Pernyataan	Skor	Persentase (%)	Interpretasi
Aksesibilitas	1. Jalan Menuju Lokasi	191	72	Baik
	2. Sarana Transportasi	175	66	Baik
	3. Penunjuk Jalan	176	66	Baik
Rata-rata		181	68	Baik

Tabel 9 menunjukkan bahwa rata-rata skor aksesibilitas sebesar 181 atau 68% menyatakan bahwa aksesibilitas menuju lokasi wisata sudah Baik. Pernyataan yang memiliki nilai skor tertinggi adalah pernyataan pertama yaitu jalan menuju lokasi objek wisata PBP dengan nilai skor sebesar 191 atau 72% dalam kategori baik, ini disebabkan karena lokasi objek wisata yang masih dalam kompleks OPI Mall Palembang serta dekat dengan pemukiman dan juga tidak jauh dari Kompleks Jakabaring Sport City. Pernyataan Sarana Transportasi dan Penunjuk Jalan memiliki nilai persentase sama yaitu 66% atau memiliki interpretasi Baik dari pengunjung objek wisata PBP. ini disebabkan karena lokasi yang mudah dijangkau, lokasi wisata yang masih didalam kota Palembang serta objek wisata yang masih di dalam kompleks Mall OPI Palembang. N, Botha (2015),

menyatakan bahwa penilaian pengunjung terhadap akseibilitas untuk menuju lokasi objek wisata yang baik, ditunjukkan dengan akses jalan tidak menimbulkan kesulitan bagi pengguna jalan.

3. Persepsi Pengunjung Terhadap Fasilitas

Persepsi pengunjung terhadap fasilitas yang ada di objek wisata PBP dimaksudkan untuk melihat seberapa siap pengelola dalam mempersiapkan fasilitas yang ada di objek wisata tersebut. Persepsi ini memiliki 5 pernyataan yaitu lahan area parkir, tempat sampah, Toilet, Musholla dan Papan nama satwa atau petunjuk lain. Lebih lengkap dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Persepsi Pengunjung Terhadap Fasilitas objek wisata Pelembang *Bird Park* PBP

Indikator	Pernyataan	Skor	Persentase (%)	Interpretasi
Fasilitas	1. Lahan Parkir	179	68	Baik
	2. Tempat Sampah	177	67	Baik
	3. Toilet	174	66	Baik
	4. Musholla	177	67	Baik
	5. Papan Nama	152	57	Cukup Baik
Rata-rata		172	65	Baik

Berdasarkan Tabel 8 yang menyatakan nilai persentase persepsi fasilitas yang ada di lokasi objek wisata memiliki rata-rata skor sebesar 172 atau 65% artinya fasilitas yang ada di objek wisata PBP memiliki nilai baik. Skor tertinggi dari 5 (lima) pernyataan mengenai indikator fasilitas yang ada di objek wisata PBP adalah lahan area parkir dengan skor 179 atau 68% memiliki interpretasi baik, sedangkan untuk skor terendah terdapat di pernyataan papan nama sebesar 152 atau 57% dengan interpretasi cukup baik. Hal ini disebabkan karena papan nama

kurang memadai dan tidak banyak atau sudah rusak sehingga pengunjung tidak mendapatkan informasi.

4. Persepsi Pengunjung Terhadap Pelayanan Tambahan

Hasil penelitian dilapangan menunjukkan bahwa pelayanan tambahan yang ada di lokasi penelitian yang meliputi penjaga kandang masih belum optimal dan media sosial sebagai media pemasaran masih kurang dilihat oleh banyak orang. Pelayanan tambahan yang ada di PBP dapat dilihat dalam Tabel 11.

Tabel 11. Persepsi pengunjung Terhadap Pelayanan Tambahan

Indicator	Pernyataan	Skor	Persentase (%)	Interpretasi
Pelayanan	1. Penjaga Kandang	186	70	Baik
	2. Media Sosial	169	64	Baik
Rata-rata		178	67	Baik

Berdasarkan tabel 11 dapat di lihat bahwa skor rata-rata dari persepsi pengunjung terhadap pelayanan tambahan yang ada di objek wisata PBP menyatakan baik dengan nilai skor sebesar 178 atau 67%. Meskipun nilai skor tersebut menyatakan baik tetapi kurangnya informasi mengenai objek wisata PBP masih sangat sedikit di media sosial, terbukti dengan persentase skor media sosial yang hanya sebesar 64% menyatakan media sosial sebagai sumber informasi mengenai objek wisata PBP. selain itu, penjaga kandang kurang memberikan informasi kepada pengunjung mengenai satwa yang dalam pengawasannya, Artinya pengunjung kurang mendapatkan wawasan dan pemahaman dari penjaga kandang terkait satwa yang ada dikandang yang menjadi tanggung jawabnya.

Berdasarkan 4 indikator persepsi pengunjung terhadap objek wisata PBP memiliki nilai yang semuanya dalam kategori baik dengan nilai tertinggi di miliki oleh indikator daya tarik dengan persentase 70% dan persentase terendah di miliki oleh indikator fasilitas dengan persentase sebesar 65%. Daya tarik PBP yang unik, berbeda dan baru ada di kota Palembang menjadikan objek wisata PBP ini sebagai objek wisata yang menarik untuk di kunjungi. selain itu, lokasi yang

mudah di akses serta disediakan tempat foto yang lebih menarik lagi akan semakin menambah daya tarik dari objek wisata PBP. Indikator fasilitas yang ada di lokasi ini memiliki persepsi yang baik dari pengunjung meskipun ada nilai pernyataan yang cukup baik yaitu untuk pernyataan papan nama ini disebabkan karena di objek wisata PBP ini tidak disediakan papan informasi tentang satwa. sebenarnya pengelola sudah memberikan penjaga kandang untuk setiap satwa yang ada disana dan apabila pengunjung bertanya para penjaga kandang akan memberikan informasi mengenai satwa yang menjadi tanggung jawabnya. hanya saja informasi yang diberikan berdasarkan apa yang diketahui oleh penjaga kandang saja.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Faktor pendorong yang memotivasi pengunjung untuk datang ke objek wisata PBP adalah rasa ingin tahu dari pengunjung karena belum pernah berkunjung ke objek wisata PBP sebelumnya sekaligus dapat berkumpul bersama keluarga atau teman. Faktor penarik dalam memotivasi pengunjung untuk datang ke objek wisata PBP adalah daya tarik sebagai objek wisata yang terbilang baru berupa beragam jenis burung khususnya urung kicau dan tambahan satwa lainnya.
2. Persepsi pengunjung secara umum terhadap objek wisata Palembang *BIRD PARK* masuk dalam kategori baik. Persepsi pengunjung terhadap daya tarik pengunjung memiliki persentase rata-rata terbesar dengan nilai 70% (baik), persepsi terhadap aksesibilitas sebesar 68% (baik), persepsi terhadap fasilitas sebesar 65% (baik) dan persepsi terhadap pelayanan tambahan sebesar 67% (baik) jika ditambahkan penjaga kandang yang dapat memberikan informasi tentang satwa yang menjadi tanggung jawabnya.

B. SARAN

Diperlukannya pemandu pengunjung atau papan informasi mengenai satwa yang ada dikandang agar pengunjung lebih banyak memperoleh pengetahuan tentang satwa yang ada di objek wisata PBP khususnya burung dan memperhatikan kebersihan serta sarana tempat foto yang lebih menarik agar pengunjung merasa nyaman dan tertarik untuk datang ke objek wisata PBP.