

**PENGEMBANGAN EKOWISATA DI SITU GEDE DITINJAU DARI MOTIVASI
DAN PREFERENSI PENGUNJUNG**
(The Ecotourism Development in Situ Gede Base on Motivation and Visitor Preferences)

Melewanto Patabang¹, Sultan Rylee², Dyah Prabanda³, Occy Bonanza⁴, Natasha Indah Rahmani⁵, Ira Resmayasari⁶, Kania S. Rahayu⁷, Hardjanto⁸

¹ Sekolah Vokasi IPB University (Jl. Kumbang No. 14 Babakan, Campus IPB Cilibende, Bogor, Indonesia. 16151)

² Departemen Manajemen Hutan Fakultas Kehutanan dan Lingkungan IPB University (Jl. Lingkar Akademik, Campus IPB Dramaga, Bogor, Indonesia. 16680)

Email Korespondensi: melewanto@yahoo.co.id

INFO ARTIKEL

Diterima
23 Maret 2024

Disetujui
27 Mei 2024

Tersedia Secara
Online
30 Juni 2024

ABSTRACT

Situ Gede offers various ecotourism resources, such as research forests, Situ Gede Lake, natural landscapes, and diverse types of flora and fauna that attract tourists. To increase the number of visitors, these resources need to be developed effectively. As tourists visiting Situ Gede have different characteristics, motivations, and preferences, these differences must be studied to develop ecotourism in Situ Gede. The research aims to identify the motivation, preferences, and evaluations of visitors that can be used to develop ecotourism in Situ Gede. The study uses a 1-4 Likert scale, and data analysis involves descriptive methods, calculating standard deviation values, and Pearson Chi-Square analysis. The research findings indicate that the primary motivation for respondents to visit is physical. Three tourism activities are influenced by age, namely meeting friends, being with family and attending meetings, and culinary tourism. The activities around the lake that are most popular with visitors are taking selfies, enjoying the lake's beauty, and having a picnic in a natural setting. The most popular activities in the Research Forest are relaxing and enjoying the forest atmosphere, observing the variety of plants there, and taking photos with a forest background.

Keywords: motivation, preferences, Situ Gede, visitor

ABSTRAK

Situ Gede memiliki beberapa sumberdaya ekowisata yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan. Sumberdaya itu antara lain adalah Hutan Penelitian, Danau Situ Gede, Landscape Alam, serta jenis-jenis flora dan fauna yang beraneka ragam. Sumberdaya ini perlu dikembangkan dengan baik agar dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Wisatawan yang berkunjung ke Situ Gede saat ini memiliki karakteristik, motivasi dan preferensi yang berbeda-beda. Perbedaan ini perlu dikaji untuk dijadikan salah satu dasar dalam mengembangkan ekowisata di Situ Gede. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi, preferensi dan penilaian pengunjung yang dapat digunakan untuk pengembangan ekowisata di Situ Gede. Penelitian ini menggunakan skala likert 1-4 dan analisis datanya menggunakan metode deskriptif dengan menghitung nilai standar deviasi, dan analisis *Pearson Chi -Square*. Hasil analisis menunjukkan bahwa motivasi utama responden untuk berkunjung adalah motivasi fisik. Aktivitas wisata yang dipengaruhi umur ada lima yaitu: bertemu dengan teman, bersama dengan keluarga, mengadiri suatu pertemuan, dan berwisata kuliner serta berekreasi diluar ruangan. Aktifitas di sekitar danau yang paling diminati pengunjung adalah aktifitas berswafoto, menikmati keindahan danau dan piknik dengan suasana alam. Aktivitas yang paling disukai di Hutan Penelitian yaitu bersantai menikmati suasana hutan, melihat jenis tumbuhan yang ada dan berfoto dengan latar suasana hutan.

Kata Kunci: motivasi, preferensi, Situ Gede, pengunjung

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Situ Gede yang merupakan sebuah danau dengan luas sekitar 6 hektar yang masuk dalam wilayah administrasi Kota Bogor Provinsi Jawa Barat. Situ Gede merupakan sebuah danau yang memiliki tiga fungsi yaitu untuk irigasi pertanian, pemancingan dan tempat wisata (Widyaningsih, 2015). Situ Gede merupakan objek ekowisata yang sering dikunjungi wisatawan karena memiliki potensi wisata yang sangat baik. Potensi ekowisata yang dimiliki Situ Gede antara lain adalah Hutan Penelitian, Danau Situ Gede, Landscape Alam, Pengankaran Rusa serta jenis-jenis Flora dan Fauna yang beraneka ragam. Potensi wisata ini mencakup tiga aspek yaitu aspek budaya (kesenian dan kuliner), aspek ekonomi (produk industri rumahan) dan aspek biologi (habitas khas yang unik) (Tosida *et al.* 2017). Potensi wisata yang dimiliki Situ Gede mempunyai daya Tarik tersendiri bagi wisatawan. Situ Gede merupakan salah satu kawasan wisata yang banyak digemari oleh generasi milenial (Setiawan & Batubara, 2022).

Menurut Fatahudin *et al.*, (2021) permasalahan yang ada di Situ Gede dalam pelaksanaan kegiatan ekowisata adalah kurangnya dukungan sarana dan prasarana pendukung. Lebih lanjut Setiawan & Batubara (2022) mengemukakan bahwa masalah lain terkait wisata di Situ Gede adalah pemanfaatan potensi wisata yang belum optimal karena atraksi yang disajikan masih belum baik dan terkesan monoton. Paket wisata yang ditawarkan oleh kelompok masyarakat di Situ Gede juga masih sangat sederhana sehingga kurang menarik minat wisatawan (Tosida *et al.*, 2018). Kondisi ini jika tidak diperbaiki maka tidak akan dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berwisata ke Situ Gede. Pengembangan sarana pendukung dapat dilakukan dengan berdasar pada penilaian pengunjung. Hasil penelitian Zulfa dan Sudrajat (2023) menunjukkan bahwa hasil penilaian pengunjung terhadap sarana dan prasarana dapat dijadikan dasar untuk melakukan perbaikan/pembenahan untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan saat berkunjung. Hal lain yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke Situ Gede adalah membuat atraksi wisata yang baik dan menarik. Atraksi wisata yang baik dari suatu destinasi wisata dapat meningkatkan motivasi wisatawan untuk melakukan kunjungan ke suatu destinasi wisata. Motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke suatu destinasi wisata (Suhartapa & Sulisty, 2021; Simanjuntak *et al.*, 2020). Hasil penelitian Patabang *et al.*, (2023) menunjukkan bahwa motivasi fisik memiliki pengaruh yang paling kuat untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata.

Selain motivasi faktor lain yang perlu diketahui dalam pengembangan ekowisata adalah preferensi. Preferensi merupakan kecenderungan untuk memilih sesuatu yang lebih disukai daripada yang lain dalam membuat keputusan dari seorang individu (Koranti *et al.*, 2017). Preferensi perlu diketahui karena wisatawan memiliki preferensi yang bervariasi terhadap destinasi wisata (Wahyuni & Tamami, 2021; Sudiarta 2023). Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan ekowisata di Situ Gede perlu dilakukan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan berdasarkan motivasi dan preferensi pengunjung.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi dan preferensi pengunjung terhadap aktifitas wisata serta penilaian pengunjung terhadap fasilitas pendukung di Situ Gede Kota Bogor. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi pengelola untuk pengembangan wisata di Situ Gede.

KAJIAN LITERATUR

Motivasi Pengunjung

Motivasi wisatawan berkunjung ke objek wisata terdiri dari empat ketogori yaitu: motivasi fisik, motivasi sosial, motivasi budaya dan motivasi status (Patabang *et al.*, 2023). Menurut Monalisa *et al.*, (2023) motivasi wisatawan berkunjung ke destinasi wisata yaitu: motivasi untuk berhubungan dengan orang lain, motivasi memenuhi kebutuhan fisik, motivasi untuk mengenal budaya, serta motivasi untuk

memperoleh status dan prestise. Khusus untuk wisatawan muda ada tujuh faktor baru yang memotivasi untuk melakukan aktivitas wisata yaitu: faktor pendukung, faktor ego and *family enhancement*, faktor novelty, faktor aktualisasi, faktor leisure time, dan faktor interaksi sosial (Sari *et al.*, 2018). Motivasi utama berkunjung ke destinasi wisata yaitu sebagai pelarian dari rutinitas, berkumpul dengan keluarga & teman, menambah pengetahuan budaya, berolah raga, & petualangan (Satriyo & Bastian, 2020). Lebih lanjut hasil penelitian Simanjuntak *et al.*, (2020) dan Suhartapa & Sulisty, (2021) menunjukkan bahwa motivasi memberikan pengaruh yang signifikan bagi minat wisatawan untuk kembali berkunjung ke suatu destinasi wisata.

Motivasi berkunjung wisatawan ke suatu destinasi dapat ditingkatkan melalui jenis atraksi wisata yang baik dan menarik (Setiawan & Batubara, 2022). Sebagai contoh wisata alam, motivasi wisatawan untuk melakukan kunjungan dikarenakan adanya keindahan destinasi wisata dan kondisi aksesibilitas yang baik (Handoyo, *et al.*, 2022). Faktor – faktor yang dapat memengaruhi tingkat kunjungan wisata dalam menikmati wisata alam adalah motivasi fisik, nilai keaslian/kelestarian, nilai keindahan, sarana penunjang, aksesibilitas dan biaya perjalanan wisata Sabila dan Purwanti, (2019). Semenantara itu untuk kunjungan ke desa wisata misalnya, faktor pendorong yang paling dominan adalah motivasi untuk menambah wawasan dan melepas penat dari aktifitas sehari-hari (Prameswari *et al.*, 2018).

Preferensi Pengunjung

Preferensi wisatawan terhadap destinasi wisata bervariasi mulai dari wisata petualangan, wisata alam, wisata pedesaan, dan ekowisata (Sudiarta *et al.*, 2023). Preferensi masyarakat ini dapat digunakan sebagai salah satu acuan oleh pengelola untuk memaksimalkan keberadaan suatu destinasi wisata (Pradipta *et al.*, 2018). Beberapa atribut yang dapat dikaji berdasarkan preferensi wisatawan antara lain adalah: atribut pelayanan tambahan, aksesibilitas, atraksi/daya tarik dan fasilitas (Adiguna *et al.*, 2020). Terdapat hubungan yang signifikan antara preferensi pengunjung dengan atribut sikap wisatawan dalam memilih suatu paket wisata (Nugraheni, *et al.*, 2021).

Preferensi wisatawan dalam memilih atraksi wisata antara lain adalah suasana alam yang indah, ada tour guide dan ketersediaan sarana penunjang seperti aksesibilitas dan jaringan internet (Alamanda, 2020). Preferensi pengunjung juga dipengaruhi secara signifikan oleh revitalisasi produk wisata. Hasil penelitian Ihsan, (2020) menunjukkan bahwa revitalisasi produk wisata dan preferensi pengunjung memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Revitalisasi dapat dilakukan antara lain dengan melakukan beberapa hal seperti: perbaikan manajemen atraksi wisata, perbaikan fasilitas, dan peningkatan kebersihan lingkungan (Permadi *et al.*, 2021). Hasil penelitian Rachmandita & Umillia, (2023) menunjukkan bahwa strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkan destinasi berdasarkan preferensi pengunjung antara lain adalah memaksimalkan tingkat kelengkapan kualitas keamanan, memelihara daya tarik destinasi, memberikan edukasi terkait kebersihan, budaya, keramahtamahan, memasang papan himbauan pada titik kumpul wisatawan, adanya edukasi terhadap masyarakat tentang budaya keramahtamahan dan memasang banner terkait himbauan 5S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan, Santun) serta membuat media promosi online.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kawasan Wisata Situ Gede, Kelurahan Situ Gede, Kecamatan Bogor Barat Kota Bogor Provinsi Jawa Barat. Pengumpulan data dilakukan melalui survei dengan menggunakan kuisioner dalam bentuk pertanyaan tertutup. Dasar yang digunakan dalam Menyusun kuisioner yaitu data sekunder yang diperoleh dari studi pustaka dan penelusuran dokumen yang berkaitan dengan ekowisata di wilayah studi. Jenis data yang dikumpulkan berupa karakteristik, motivasi dan preferensi responden terhadap kawasan wisata Situ Gede. Jumlah responden yang diwawancara sebanyak 50 orang yang merupakan pengunjung Kawasan Wisata Situ Gede. Penentuan jumlah responden dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin (Sulaiman & Kuserdyana, 2012) dengan asumsi populasi sebanyak 100 orang dan tingkat kesalahan 10%. Responden dipilih dengan menggunakan metode aksidental sampling dimana sampling ini ditentukan atas dasar aspek kebetulan yang berarti memilih siapa saja responden (wisatawan) yang ditemui di wilayah studi dan bersedia

untuk diwawancara. Teknik penilaian menggunakan metode skala likert dengan empat kriteria penilaian 1 – 4 (Ananda & Meirina, 2020). Hasil penilaian dengan skala likert ini dianalisis lanjut menggunakan statistika induktif untuk menghitung nilai: standar deviasi, mean dan range untuk mengetahui penyebaran data, dan analisis *Pearson Chi-Square* untuk mengetahui hubungan antara motivasi dengan umur responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Motivasi

Motivasi wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata yang masih alami adalah untuk melepas kepenatan dari kesibukan sehari-hari (Prameswari *et al.*, 2018). Hasil penelitian Muksin & Sunarti (2018) keputusan wisatawan untuk mengunjungi sebuah tempat wisata dipengaruhi oleh motivasi secara signifikan. Hasil analisis hubungan antara motivasi dengan minat wisatawan untuk berkunjung ke Situ Gede disajikan pada Tabel 1

Tabel 1. Hubungan antara motivasi dengan minat wisatawan untuk berkunjung ke Situ Gede

No.	Variabel Bebas	Koefisien Regresi	Standar Deviasi	T Hitung	Signifikan
1	(Constant)	0,679	0,717	0,947	0,344
2	Motivasi Fisik	0,378	0,123	3,067	0,002
3	Motivasi Sosial	0,041	0,126	0,323	0,747
4	Motivasi Budaya	0,075	0,144	0,518	0,605
5	Motivasi Fantasi	0,026	0,110	0,237	0,813
6	Motivasi Kenangan	0,321	0,150	2,139	0,033

Sumber : Hasil analisis data Tahun 2023

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa motivasi fisik dan motivasi kenangan memiliki pengaruh yang sangat nyata terhadap minat wisatawan untuk berkunjung ke Wisata Situ Gede. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan hasil uji t yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Muksin & Sunarti (2018) yang menyatakan bahwa motivasi fisik memiliki pengaruh yang paling kuat bagi wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Motivasi yang memberikan pengaruh paling signifikan terhadap pengunjung untuk memutuskan berkunjung ke tempat wisata adalah motivasi fisik. Motivasi wisatawan untuk mengunjungi sebuah tempat wisata juga ditentukan oleh informasi yang dapat diperoleh wisatawan tentang daya tarik yang dimiliki oleh destinasi wisata (Sahara *et al.*, 2016)

Tabel 2. Hubungan antara komponen masing-masing motivasi dengan umur responden

No.	Motivasi	Nilai Skala			Hubungan Motivasi dengan Umur Responden	
		Rata-rata	Standar Deviasi	Jumlah	Pearson Chi-Square	Sig.
1	Berolahraga	2,9600	0,80711	148,00	1,572 ^a	0,955
2	Bersantai	3,4400	0,50143	172,00	2,652 ^a	0,266
3	Pengobatan	2,0600	0,65184	103,00	5,387 ^a	0,25
4	Mencari kenyamanan	3,3800	0,60238	169,00	4,561 ^a	0,335
5	Meditasi	2,1400	0,75620	107,00	3,273 ^a	0,774
6	Outbound	2,3400	0,65807	117,00	2,491 ^a	0,646

No.	Motivasi	Nilai Skala			Hubungan Motivasi dengan Umur Responden	
		Rata-rata	Standar Deviasi	Jumlah	Pearson Chi-Square	Sig.
7	Berenang di Danau	1,8600	0,60643	93,00	7,352 ^a	0,118
8	Istirahat	3,1200	0,65900	156,00	2,209 ^a	0,697
9	Membuat video untuk sosial media	2,8600	0,78272	143,00	6,454 ^a	0,374
10	Berswafoto	3,4600	0,57888	173,00	3,737 ^a	0,443
11	Bertemu dengan teman	3,0200	0,84491	151,00	13,523 ^a	0,035
12	Kebersamaan dengan keluarga	2,3400	0,59281	117,00	12,702 ^a	0,048
13	Merekatkan hubungan dengan pasangan	2,5200	0,78870	126,00	2,339 ^a	0,886
14	Mencari hiburan	3,2200	0,76372	161,00	3,192 ^a	0,784
15	Menghadiri pertemuan	1,9000	0,81441	95,00	19,120 ^a	0,004
16	Karyawisata	2,4600	0,64555	123,00	3,317 ^a	0,506
18	Mempelajari adat Jawa Barat	1,8000	0,60609	90,00	1,082 ^a	0,897
19	Mengetahui tradisi	2,0400	0,63760	102,00	3,733 ^a	0,443
20	Melihat kesenian	1,5800	0,53795	79,00	1,867 ^a	0,76
21	Wisata kuliner khas Bogor	2,4600	0,83812	123,00	14,356 ^a	0,026
22	Berbelanja produk lokal	1,9600	0,60474	98,00	5,422 ^a	0,247
23	Berekreasi di luar ruangan	3,5600	0,50143	178,00	5,642 ^a	0,06
24	Piknik	3,4200	0,57463	171,00	2,078 ^a	0,721
25	Menghindari dari kepenatan kota	2,9800	0,65434	149,00	1,782 ^a	0,776
26	Membuat vlog	2,3600	0,66271	118,00	5,456 ^a	0,244
27	Melakukan penelitian	1,8200	0,62890	91,00	6,606 ^a	0,158
28	Melakukan prawedding	1,8000	0,80812	90,00	7,303 ^a	0,121
29	Membuat video pemandangan alam	2,8000	0,78246	140,00	5,247 ^a	0,513
30	Menghilangkan kesedihan	3,0400	0,78142	152,00	4,223 ^a	0,646
31	Melupakan seseorang	2,2600	0,69429	113,00	3,043 ^a	0,551
31	Bernostalgia	2,9400	0,51150	147,00	3,080 ^a	0,545
33	Mengobati kerinduan	2,6000	0,53452	130,00	4,835 ^a	0,305
34	Kenangan terhadap atraksi	3,0000	0,53452	150,00	2,196 ^a	0,7
35	Kenangan terhadap fasilitas	2,9200	0,69517	146,00	3,971 ^a	0,41

Sumber: Hasil analisis data Tahun 2023.

Hasil analisis data pada Tabel 2 menunjukkan bahwa motivasi berkunjung wisatawan yang dipengaruhi oleh tingkat umur adalah bertemu dengan teman, bersama dengan keluarga, mengadiri suatu pertemuan, dan berwisata kuliner serta berekreasi diluar ruangan. Hasil penelitian Monalisa *et al.*, (2023) menunjukkan bahwa motivasi tertinggi wisatawan untuk berkunjung ke destinasi adalah untuk bertemu teman dan mencari pengalaman. Khusus untuk wisatawan dengan usia muda dengan kisaran umur 12-25 tahun, hasil penelitian Sari *et al.*, (2018) menunjukkan bahwa faktor yang paling memotivasi usia muda untuk berwisata adalah faktor pendukung berupa keuangan, iklim destinasi, aksesibilitas, amenitas dan kondisi lingkungan. Pada bagian lain hasil penelitian Utama (2015) untuk wisatawan usia lanjut menunjukkan bahwa faktor yang paling memotivasi mereka untuk berkunjung ke destinasi wisata adalah keberadaan daya tarik wisata, pelayanan selama berwisata, perjalanan dari dan ke destinasi serta ketersediaan fasilitas penunjang wisata.

B. Preferensi

Informasi terkait preferensi pengunjung suatu destinasi wisata dibutuhkan untuk menjadi bahan pertimbangan pengelola untuk menentukan segmen pasar potensial pengunjung suatu destinasi wisata (Isnan, 2016). Preferensi merupakan kecenderungan untuk memilih sesuatu yang lebih disukai daripada yang lain dalam membuat keputusan dari seorang individu (Koranti *et al.*, 2017). Preferensi pengunjung dalam penelitian ini dikelompokkan ke dalam dua bagian yaitu preferensi terhadap aktifitas di sekitar Danau Situ Gede dan aktifitas di Hutan Penelitian yang berada di wilayah. Kedua kelompok ini dapat dikategorikan ke dalam wisata alam pada lokasi yang berbeda.

Preferensi Terhadap Aktifitas di Sekitar Danau Situ Gede Hasil wawancara tentang preferensi pengunjung terhadap aktifitas di sekitar danau yang berada di wilayah studi terdiri dari 10 aktifitas yang secara rinci disajikan pada Tabel 3. Data pada Tabel 3 menunjukkan bahwa aktifitas berswafoto, menikmati keindahan danau dan piknik dengan suasana alam memiliki nilai preferensi menarik sampai sangat menarik dengan nilai rata-rata lebih besar dari 3. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga aktifitas ini memberikan daya tarik yang paling diminati pengunjung sehingga perlu dipertahankan. Aktifitas lainnya selain ketiga aktifitas diatas perlu mendapat perhatian khusus untuk ditingkatkan karena hanya mendapat penilaian cukup baik.

Tabel 3. Preferensi pengunjung terhadap Aktifitas di sekitar Danau

No.	Aktifitas	Mean	Std. Deviation	Range
1.	Menikmati keindahan Danau	3,5200	0,67733	3,00
2.	Olahraga	2,9200	0,56569	2,00
3.	Berswafoto	3,5400	0,54248	2,00
4.	Bermain perahu bebek	2,7000	0,73540	2,00
5.	Mengetahui sejarah Danau Situ Gede	1,9000	0,67763	2,00
6.	Berenang	2,3200	0,71257	2,00
7.	Memancing	2,9800	0,68482	3,00
8.	Kulineran	2,3200	0,74066	3,00
9.	Menenangkan diri di pinggir danau	2,6600	0,77222	3,00
10.	Piknik dengan suasana alam	3,3800	0,60238	2,00

Sumber : Hasil analisis data Tahun 2023

Preferensi terhadap Aktifitas di Hutan Penelitian. Hasil wawancara tentang preferensi pengunjung terhadap aktifitas di hutan pendidikan yang berada di wilayah studi dikelompokkan kedalam 7 kategori aktifitas yang secara rinci disajikan pada Tabel 4. Data pada Tabel 4 menunjukkan bahwa aktifitas bersantai menikmati suasana hutan, melihat jenis tumbuhan yang ada dan berfoto dengan latar suasana hutan memiliki nilai rata-rata tertinggi dengan nilai lebih besar dari 3. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga aktifitas ini yang paling baik dan diminati oleh wisatawan yang berkunjung ke wilayah studi sehingga perlu untuk dipertahankan dan ditingkatkan. Tabel 4 juga menunjukkan bahwa ada satu aktifitas yang mendapat preferensi kurang dari pengunjung yaitu mencari/mempelajari mengenai serangga. karena aktifitas ini merupakan wisata minat khusus yang hanya diminati oleh responden yang ingin belajar lebih banyak tentang serangga.

Tabel 4. Preferensi pengunjung terhadap Aktifitas di Hutan Penelitian

No.	Aktifitas	Mean	Std. Deviation	Range
1.	Karyawisata	2,6600	0,77222	3,00

No.	Aktifitas	Mean	Std. Deviation	Range
2.	Bersantai	3,3000	0,50508	2,00
3.	Melihat Jenis Tumbuhan	3,1600	0,68094	2,00
4.	Melihat Burung	2,9600	0,66884	3,00
5.	Mencari Serangga	1,5400	0,50346	1,00
6.	Menikmati suasana hutan	3,4600	0,54248	2,00
7.	Berfoto dengan latar suasana hutan	3,1200	0,65900	2,00

Sumber: Hasil analisis data tahun 2023

C. Penilaian Pengunjung terhadap Fasilitas Pendukung

Fasilitas di tempat wisata merupakan salah satu penunjang bagi daya tarik wisata karena dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjung untuk menikmati suatu destinasi wisata. Hasil wawancara tentang preferensi pengunjung terhadap fasilitas penunjang wisata di wilayah studi terdiri dari 13 fasilitas termasuk aksesibilitas, yang secara rinci disajikan pada Tabel 5. Data pada Tabel 5 menunjukkan bahwa sebagian besar fasilitas dan aksesibilitas di wilayah studi sudah tergolong baik (nilai diatas 3) dan sudah memberikan kepuasan bagi pengunjung saat mempergunakannya, namun demikian masih ada 4 fasilitas yang perlu mendapat perhatian untuk ditingkatkan kualitasnya. Fasilitas yang perlu mendapat perhatian tersebut adalah: toilet, tempat sampah, shelter, tempat duduk, dan jalan setapak. Hasil penelitian Zulfa & Sudrajat (2023) menunjukkan bahwa penilaian pengunjung terhadap sarana dan prasarana dapat dijadikan dasar untuk melakukan perbaikan/pembenahan sarana dan prasarana di tempat wisata. Upaya pengembangan fasilitas wisata harus tetap sesuai dengan tata guna lahan dan lingkungan berupa perbaikan, perawatan fasilitas yang sudah ada dan juga pengadaan atau penambahan fasilitas-fasilitas baru dari segi fasilitas rekreasi sesuai dengan kebutuhan pengunjung (Sari & Wirakusuma, 2016).

Tabel 5. Preferensi pengunjung terhadap Fasilitas di wilayah Studi

No.	Fasilitas	Mean	Std. Deviation	Range
1.	Foodcourt	3,1600	0,61809	3,00
2.	Toilet	2,8400	0,73845	3,00
3.	Masjid	3,1600	0,73845	3,00
4.	Parkiran	3,0400	0,72731	3,00
5.	Pusat Informasi	3,0400	0,69869	3,00
6.	Tempat Sampah	2,9600	0,72731	3,00
7.	Shelter	2,9000	0,70711	3,00
8.	Tempat duduk 2	2,9400	0,61974	2,00
9.	Panggung	3,0400	0,63760	3,00
10.	Jalan utama	3,2000	0,63888	3,00
11.	Papan petunjuk	3,1000	0,67763	3,00
12.	Papan peringatan	3,0600	0,65184	3,00
13.	Jalan Setapak	2,8600	0,72871	3,00

Sumber: Hasil Analisis Data Tahun 2023

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi fisik dan motivasi kenangan memiliki pengaruh yang sangat nyata terhadap minat wisatawan untuk berkunjung ke Wisata Situ Gede. Motivasi berkunjung wisatawan yang dipengaruhi oleh tingkat umur adalah bertemu dengan teman, bersama dengan keluarga, mengadiri suatu pertemuan, dan berwisata kuliner serta berekreasi diluar ruangan. Aktifitas wisata yang paling diminati wisatawan yaitu berswafoto, menikmati keindahan danau dan piknik dengan suasana alam, bersantai menikmati suasana hutan, dan melihat jenis tumbuhan yang ada. Hasil penilaian wisatawan terhadap fasilitas wisata menunjukkan bahwa sebagian besar fasilitas dan aksesibilitas di wilayah studi sudah tergolong baik (nilai diatas 3) dan sudah memberikan kepuasan bagi pengunjung saat mempergunakannya.

REFERENSI

- Adiguna, M. K., Amani, H., & Tripiawan, W. (2020). Preferensi Wisatawan Terhadap Destinasi Kampung Wisata Tabek Indah Resort Di Provinsi Lampung Dengan Teknik Analisis Conjoint. *eProceedings of Engineering*, 7(1).
- Alamanda, D. T., Ramdhan, A., & Partono, A. P. (2020). Preferensi Wisatawan Nusantara Terhadap Komponen Wisata Papandayan Menggunakan Analisis Konjoin. *Gema Publica*, 5(1), 27-44.
- Ananda, V., & Meirina, I. (2020). Persepsi Pengunjung Tentang Sarana Dan Prasarana Objek Wisata Rumah Pohon Tabek Patah. *Kaji. Pariwisata dan Bisnis*, 1(2), 88-95. <http://jkpbp.ppj.unp.ac.id/index.php/JKPBp/article/view/82>
- Fatahudin, M., Purwanto, M.Y.J., Rau, M.I. (2021). Perencanaan Pengembangan Prasarana Kawasan Ekowisata Situ Gede Kota Bogor. *Jurnal Teknik Sipil Dan Lingkungan*, 6(1), 49-60. DOI: 10.29244/jstil.6.1.49-60
- Handoyo, E. W., Walangitan, H. D., & Pangemanan, P. A. (2022). Persepsi dan Motivasi Pengunjung Nusantara Taman Nasional Bunaken. *Agri-Sosioekonomi*, 18(2), 449-460. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.18.2.2022.41786>
- Ihsan, M., & Siregar, A. P. (2020). Peran Preferensi Memediasi Pengaruh Revitalisasi Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Objek Wisata Danau Sipin Jambi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(1), 100-105. <http://dx.doi.org/10.33087/ekonomis.v4i1.129>
- Isnan, W. (2016). Karakteristik dan preferensi pengunjung wisata alam Bantimurung. *Buletin Eboni*, 13(1), 69-78. <https://doi.org/10.20886/buleboni.5078>
- Koranti, K., Sriyanto, Lestyono, S. (2017). Analisis Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Di Wisata Taman Wisata Kopeng. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 22(3), 242-254.
- Monalisa, Riesa, R. M., & Novadilastri. (2023). Motivasi Wisatawan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Ujung Batu Kota Padang. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(1), 19-33. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jkph/article/view/92>
- Muksin, D.R.M., & Sunarti. (2018). Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 55(1), 195-203
- Nugraheni, R. S. L., Ihsannudin, I., & Zuhriyah, A. (2022). Preferensi Pengunjung Terhadap Paket Wisata Kawasan Ekosistem Esensial Pantai Taman Kili Kili Kabupaten Trenggalek. *Bharanomics*, 2(2), 201-216. <https://doi.org/10.46821/bharanomics.v2i2.231>
- Patabang, M. Nabila, S.A., Hardjanto, Iswati, A. (2023). Motivasi Pengunjung Terhadap Pengembangan Wisata Budaya di Kota Tangerang Selatan Provinsi Banten. *Jurnal Sosial Terapan* 1(1), 12-17. DOI : 10.29244/jstrsv.1.1.12-17
- Permadi, L. A., Septiani, E., & Darwini, S. (2021). Potensi Pengembangan Wisata di Kota Mataram Berdasarkan Persepsi dan Preferensi Wisatawan. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*, 7(2), 207-220. <https://jseh.unram.ac.id/index.php/jseh/article/view/50>
- Pradipta, I. G. A., Sarwadana, S. M., & Pradnyawathi, N. L. M. (2018). Persepsi dan preferensi masyarakat terhadap taman rekreasi bantaran Sungai Loloan Sanur. *Jurnal Arsitektur Lansekap*, 4(2), 194-201. <https://doi.org/10.24843/JAL.2018.v04.i02.p09>
- Prameswari, D. R., Ardhyanto, A., & Kusuma, H. E. (2018). Korespondensi motivasi pengunjung dan karakteristik desa wisata. *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia*, 7(1), 43-50. <https://doi.org/10.32315/jlbi.7.1.24>
- Rachmandita, H., & Umilia, E. (2023). Strategi Pengembangan Potensi Wisata Koridor Jembatan Surabaya Berdasarkan Preferensi Pengunjung. *Jurnal Teknik ITS*, 12(1), C63-C68. <http://dx.doi.org/10.12962/j23373539.v12i1.112285>

- Sabila, F. W., & Purwanti, E. Y. (2019). Pendakian di Jawa Tengah: motivasi ekowisata dan perilaku wisatawan. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 2(3), 67-86. <https://doi.org/10.14710/jdep.2.3.67-86>
- Sahara, F. N. A., Iqbal, M., & Sanawiri, B. (2016). Analisis motivasi berkunjung wisatawan dan tingkat pengetahuan wisatawan tentang produk industri kreatif sektor kerajinan (Studi pada wisatawan domestik di Kota Batu, Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 35(2).
- Sari, C. N., & Wirakusuma, R. M. (2016). Pengembangan Fasilitas Wisata berdasarkan Preferensi Pengunjung di Wana Wisata Situ Cisanti Kabupaten Bandung. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 13(2), 15-35. <https://doi.org/10.17509/jurel.v13i2.4977>
- Satriyo, G., dan Bastian, Y. (2020). Identifikasi Perilaku, Persepsi, Dan Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Banyuwangi Serta Pengaruhnya Terhadap Pemberdayaan Masyarakat. *BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 14(3), 216-228. <https://doi.org/10.19184/bisma.v14i3.20152>
- Setiawan, A.S., Batubara, R.P. (2022). Penerapan Prinsip Ekowisata di Situ Gede sebagai Daya Tarik Wisata Unggulan Kota Bogor. *Jurnal Altasia*, 4(2). 45-51. <https://doi.org/10.37253/altasia.v4i2.6758>
- Simanjuntak, N.M., Djumrianty, D., Lisnini. (2020). Motivasi dan Persepsi Pengunjung Pedestrian Sudirman Palembang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 95-101. <https://doi.org/10.5281/jtiemb.v1i2.2407>
- Sudiarta, I. N. (2023). Preferensi Wisatawan Terhadap Destinasi Wisata Di Kabupaten Bangli. *Tourism: Jurnal Travel, Hospitality, Culture, Destination, and MICE*, 6(1), 38-44.
- Suhartapa dan Sulisty, A. (2021). Pengaruh Persepsi dan Motivasi Wisatawan Terhadap Minat Kunjung Ulang Di Pantai Baru Yogyakarta. *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya*. 12(2), 115-122. DOI: 10.31294/khi.v12i2.10579
- Sulaiman, S., & Kuserdyana. (2012). Pengantar Statistika Pariwisata: Aplikasinya dalam Bidang Pariwisata, Usaha Perjalanan, dan Perhotelan. Penerbit: Alfabeta Bandung.
- Tosida, E.T., Walujo, A.D., dan Suriyansyah, M.I. (2017). Penguatan Keberlanjutan Dan Pencitraan Kearifan Lokal Kolaborasi Edu-Eko Wisata. *Media Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2). 122-139
- Tosida, E., Walujo, A., Suriyansyah, M., Bayu, H., & Nurfajri, R. (2018). Pengembangan Media Pembelajaran Digital Kolaboratif Edu Wisata Situ Gede. *Charity: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 55-67. Retrieved from <http://journals.telkomuniversity.ac.id/charity/article/view/1579>
- Utama, I. G. B. R. (2015). Hubungan motivasi perjalanan dan kepuasan wisatawan mancanegara lanjut usia berwisata di Bali. *Jurnal KEPARIWISATAAN, Volume*, 15(2), 1-25.
- Wahyuni, I.N., dan Tamami, N.D.B. (2021). Preferensi Wisatawan Terhadap Destinasi Wisata Pantai Camplong Kabupaten Sampang. *Jurnal Pamator*, 14(1), 51-59. <http://journal.trunojoyo.ac.id/pamator>
- Widyaningsih, P. (2015). Penilaian Ekonomi Situ Gede, Kelurahan Situ Gede, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor. Skripsi Departemen Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan, Institut Pertanian Bogor.
- Zulfa, E., & Sudrajat, A. S. E. (2023). Ketersediaan Sarana Dan Prasarana Pariwisata Di Pantai Glagah Wangi Berdasarkan Preferensi Pengunjung. *Indonesian Journal of Spatial Planning*, 4(2), 29-37. <http://dx.doi.org/10.26623/ijsp.v4i2.6441>