

ANALISIS PERSEPSI PENGUNJUNG PADA TAMAN WISATA LEBAH DI PT. MADU PRAMUKA

Muhammad Hendi Faisal¹, Henita Fajar Oktavia², Tungga Buana Diana³.

¹Mahasiswa Agribisnis, Universitas Borobudur

^{2,3}Program Studi Agribisnis, Universitas

Borobudur Email: hendi_faisal@yahoo.com

Naskah diterima: 12/11/2021, direvisi: 30/11/2021, dipublikasi: 24/12/2021

ABSTRAK

Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka menjadi tempat wisata edukasi di DKI Jakarta, setiap tahunnya terjadi kenaikan jumlah pengunjung. Keadaan tersebut menunjukkan tingginya antusias masyarakat yang ingin berwisata dan mendapatkan pengetahuan baru dalam satu tempat wisata di kota besar seperti Jakarta. Namun diketahui pada tahun 2020 mengalami penurunan jumlah pengunjung yang signifikan, dikarenakan pada tahun 2020 terjadi pandemi Covid-19.

Adapun sektor pariwisata merupakan salah satu yang terdampak sangat besar dari virus Covid-19. Pariwisata yang pada awalnya kian mengalami pertumbuhan yang begitu pesat, seakan melemah dan mengalami penurunan yang drastis. Kondisi yang terjadi dalam sektor pariwisata, akan bisa ditanggulangi jika menemukan solusi yang sesuai untuk penanganan virus Covid-19.

Kualitas daya tarik wisata dinilai dari Daya Tarik (*Attraction*), Aksesibilitas (*Accesibility*), Fasilitas (*amenities*), dan Jasa Pendukung Pariwisata (*Ancilliary*). Menurut Zebua (2016) pengembangan pariwisata hendaknya sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen.

Daya tarik wisata selain kualitas, hal yang perlu diperhatikan adalah produk wisata. Menurut Kotler dan Amstrong (2008), produk wisata adalah semua yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan observasi. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja dengan teknik penarikan sampel adalah *purposive sampling*, dan untuk penyusunan skala menggunakan skala likert. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan alat analisis yaitu *Microsoft Excel* dan SPSS (untuk uji reliabilitas dan uji validitas). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pengunjung terhadap daya tarik Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka dengan menggunakan konsep pariwisata 4A dinilai baik.

Kata kunci: Taman Wisata Lebah, Konsep Wisata 4A, Persepsi Pengunjung

ABSTRACT

Bee Tourism Park PT. Madu Pramuka is an educational tourist spot in DKI Jakarta, every year there is an increase in the number of visitors. This situation shows the high enthusiasm of people who want to travel and gain new knowledge in a tourist spot in a big city like Jakarta. However, it is known that in 2020 there will be a significant decrease in the number of visitors, due to the Covid-19 pandemic in 2020.

The tourism sector is one of the most affected by the Covid-19 virus. Tourism, which initially experienced such rapid growth, seemed to be weakening and experiencing a drastic decline. Conditions that occur in the tourism sector can be overcome if appropriate solutions are found for handling the Covid-19 virus.

The quality of tourist attractions is assessed from Attraction, Accessibility, Facilities (amenities), and Tourism Support Services (Ancillary). According to Zebua (2016) tourism development should be in accordance with what consumers want. Tourist attraction in addition to quality, the thing that needs to be considered is tourism products. According to Kotler and Armstrong (2008), tourism products are anything that can be offered to the market in order to attract attention, acquisition, use or consumption that can satisfy a want or need.

This research was conducted using a qualitative approach, with data collection techniques using questionnaires, interviews and observations. Determination of the location of the study was done deliberately with a sampling technique is purposive sampling, and for the preparation of the scale using a Likert scale. Data analysis used quantitative descriptive analysis using analytical tools, namely Microsoft Excel and SPSS (for reliability and validity tests). The results showed that the visitor's perception of the attractiveness of the Bee Tourism Park PT. Madu Pramuka using the 4A tourism concept is considered good.

Keywords: Bee Tourism Park, 4A Tourism Concept, Visitor Perception

I. PENDAHULUAN

Pertanian adalah kegiatan pemanfaatan sumber daya hayati yang dilakukan manusia untuk menghasilkan bahan pangan, bahan baku industri, atau sumber energi, serta untuk mengelola lingkungan hidup. Arimbawa dan Widanta (2017) menyatakan bahwa lahan adalah salah satu faktor produksi, tempat dihasilkannya produk pertanian yang memiliki sumbangan yang cukup besar terhadap usaha tani, karena banyak sedikitnya hasil produksi dari usaha tani sangat dipengaruhi oleh luas sempitnya lahan yang digunakan.

Sebagai salah satu dari bagian pertanian hortikultur, usaha pengembangan lebah madu di daerah Jakarta Timur merupakan salah satu usaha potensial untuk dikembangkan. Menurut Kusumaningrum (2012), pemeliharaan lebah madu tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja sekaligus menunjang produktifitas perkebunan dan hortikultura.

Virus Covid-19 yang tengah menjadi permasalahan kesehatan global untuk saat ini mengakibatkan dampak yang sangat besar terhadap semua sektor kehidupan di seluruh dunia. Mulai dari sektor ekonomi, pendidikan, sosial, pariwisata dan sebagainya. Hal ini terjadi karena virus Covid-19 menimbulkan rasa ketakutan akan bahaya dan resikonya yang berdasarkan berita dan fakta yang tersebar saat ini yaitu dapat berujung pada kematian.

Sebagai salah satu tempat wisata yang terpengaruh oleh adanya Covid-19, salah satu usaha yang dilakukan oleh pengelola Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka untuk meningkatkan jumlah pengunjung yaitu dengan membuka *Virtual Tour*. Pengelola Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka membuat video-video edukasi mengenai lebah dan madu. Seiring berjalannya waktu, *Virtual Tour* mendapat respon positif dari kalangan guru dan wali murid sehingga pengelola Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka mulai menggunakan aplikasi komunikasi jarak jauh seperti *Zoom*, *Google Meet*, dan lain sebagainya untuk melakukan *Tour* dan sesi tanya jawab secara langsung sehingga dapat berinteraksi dengan para murid.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, maka penelitian ini menjadi suatu hal yang penting bagi para pengelola wisata untuk mengetahui bagaimana persepsi pengunjung terhadap faktor-faktor pariwisata seperti Daya Tarik (*Attraction*), Aksesibilitas (*Accesibility*), Fasilitas (*Amenities*), dan Jasa Pendukung Pariwisata (*Ancilliary*) agar pengelolaan taman wisata dapat menjadi lebih baik.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka yang terletak di Komplek Wiladatika, Jl. Buperta No.1, Cibubur, Kota Jakarta Timur. Waktu penelitian dilakukan pada bulan April hingga bulan Juni 2021. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengambilan data primer ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pengunjung Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka dan observasi. Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini, dirancang dengan menggunakan Skala Likert untuk mengumpulkan data mengenai persepsi pengunjung.

Pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan observasi.

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja dan untuk penyusunan skala menggunakan skala likert. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan alat analisis yaitu *Microsoft Excel* dan SPSS (untuk uji reliabilitas dan uji validitas).

Software analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS versi 25 dan *Microsoft Excel*. *Software* SPSS digunakan untuk menghitung Uji Validasi dan Uji Reliabilitas. *Software Microsoft Excel* digunakan untuk membantu mengolah data dari software SPSS. Selain itu skala likert digunakan pada pengambilan data kuesioner untuk responden menjawab pernyataan yang dibuat oleh peneliti.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Profil Responden

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner yang dilakukan dengan jumlah 40 orang responden. Hasil yang diperoleh dapat dilihat dari Tabel dibawah ini.

a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Tabel 3.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	22	55%
2	Perempuan	18	45%
Total		40	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Tabel 3.1 diatas menunjukkan bahwa pengunjung terbanyak yang berkunjung ke Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka adalah laki-laki. Meskipun menunjukkan bahwa pengunjung laki-laki lebih banyak dibandingkan dengan pengunjung perempuan, tidak membuat Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka membedakan daya tarik wisata yang berada di dalam taman wisata. Menurut Reisinger dan Crotts (2009) dalam Junanto (2019), dengan adanya fasilitas *café*, pengunjung bisa berkumpul bersama teman maupun keluarga, karena perbedaan kebutuhan wisatawan laki-laki dan perempuan berbeda dimana nantinya akan mempengaruhi pengalaman berwisata mereka.

b. Responden Berdasarkan Usia.

Tabel 3.2 Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah Responden	Persentase
1	20-30 tahun	17	42.5%
2	31-40 tahun	7	17.5%
3	41-50 tahun	7	17.5%
4	>50	9	22.5%
Total		40	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Tabel 3.2 diatas, persentase terbesar berada pada kisaran usia dimana termasuk responden usia produktif, sehingga pada kisaran usia tersebut kelompok responden ini melakukan perjalanan dan berwisata untuk melepas penat. Dengan demikian, menurut Haban, Koleangan, dan Kawung (2017), pihak pengelola taman wisata perlu memperhatikan daya tarik yang mungkin diminati dan menarik bagi pengunjung dengan kelompok usia tersebut; walaupun sebenarnya Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka memiliki fungsi sebagai obyek wisata alam yang disukai semua kalangan.

c. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.

Tabel 3.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
1	SMA/Sederajat	19	47.5%
2	D3	1	2,5%
3	S1	20	50%
Total		40	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Tabel 3.3 diatas, dapat disimpulkan bahwa dari 40 responden tingkat pendidikan pengunjung terbanyak yaitu SMA/Sederajat. Menurut Fitriyya (2012) pendidikan mempunyai peranan yang sangat penting bagi kehidupan seseorang, hal ini disebabkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang akan semakin luas pengetahuannya dan semakin tinggi daya analisisnya. Sehingga pada akhirnya akan mampu memecahkan masalah-masalah yang dihadapinya, dengan kata lain pendidikan memberikan prasyarat bagi kemampuan seseorang untuk memperbaiki kualitasnya yaitu kualitas untuk menjalankan tugas yang diembannya tersebut. Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka memiliki daya tarik yaitu edukasi madu yang memberikan pengunjung informasi baru mengenai lebah dan madu.

d. Responden Berdasarkan Pekerjaan.

Tabel 3.4 Reponden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Pegawai Swasta	29	72.5%
2	Ibu Rumah Tangga	5	12,5%
3	Mahasiswa	4	10%
4	Wiraswasta	2	5%
Total		40	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Tabel 3.4 diatas menunjukkan sebagian besar pengunjung Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka adalah pegawai swasta dimana mereka menggunakan waktu liburnya di akhir pekan dengan berkunjung ke Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka bersama teman maupun keluarga untuk menikmati suasana yang berbeda.

e. Responden Berdasarkan Domisili.

Tabel 3.5 Responden Berdasarkan Domisili

No.	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Jabodetabek	28	70%
2	Jawa Barat	8	20%
3	Jawa Tengah	4	10%
Total		40	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Tabel 3.5 diatas, dapat disimpulkan dari 40 responden, banyaknya pengunjung yang berasal dari Jabodetabek menunjukkan bahwa lokasi Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka sangat strategis karena mudah dijangkau pengunjung dari dalam kota.

B. Persepsi Pengunjung Berdasarkan 4A

Persepsi pengunjung terhadap daya tarik Taman Wisata Lebah terbagi menjadi empat kategori yang berdasarkan pada konsep 4A pariwisata, Daya Tarik (*Attraction*), Fasilitas (*Amenity*), Aksesibilitas (*Accessibility*), dan Jasa Pelayanan Tambahan (*Ancilliary*).

1. Persepsi Pengunjung Terhadap Daya Tarik (*Attraction*).

Pada bagian persepsi pengunjung terhadap daya tarik (*attraction*) terdapat beberapa poin, yaitu: (1) Persepsi pengunjung terhadap lebah dan madu; (2) Persepsi pengunjung terhadap pemandu; (3) Persepsi pengunjung terhadap virtual tour.

Tabel 3.6 Persepsi Pengunjung Terhadap Lebah dan Madu

No.	Pernyataan	Skor Tertinggi	Masuk dalam kriteria
1	Banyaknya jenis lebah yang dibudidayakan.	24	Baik
2	Kondisi sarang lebah.	28	Baik
3	Jumlah lebah yang berada dalam satu sarang.	23	Baik

Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan dari Tabel 3.6 diatas mengenai persepsi pengunjung terhadap lebah dan madu, pada pernyataan banyaknya jenis lebah yang dibudidayakan (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 24); kondisi sarang lebah (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 28); jumlah lebah yang berada dalam satu sarang (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 23).

Menurut Hamzah (2011), langkah awal dalam beternak lebah madu harus memenuhi dua persyaratan pokok, yaitu adanya koloni lebah dan sarang untuk tempat perkembangbiakannya. Keberhasilan beternak lebah madu sangat erat kaitannya dengan habitat ideal seperti tempat atau musim yang cocok, ketersediaan air dan ketersediaan tanaman berbunga sebagai sumber pakan. Kegiatan hidup lebah juga sangat dipengaruhi oleh suhu udara di alam sekitarnya karena suhu yang terlalu dingin atau terlalu panas dapat membunuh seluruh anggota koloni lebah.

Tabel 3.7 Persepsi Pengunjung Terhadap Pemandu

No.	Pernyataan	Skor Tertinggi	Masuk dalam kriteria
1	Jumlah pemandu yang tersedia memadai.	24	Baik
2	Kecakapan pemandu dalam berinteraksi dengan pengunjung.	21	Sangat Baik
3	Kemampuan pemandu dalam menjawab pertanyaan pengunjung.	21	Sangat Baik

Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan dari Tabel 3.7 diatas mengenai persepsi pengunjung terhadap pemandu, pada pernyataan jumlah pemandu yang tersedia memadai (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 24); pernyataan kecakapan pemandu dalam berinteraksi dengan pengunjung (skor tertinggi pada kriteria sangat baik dengan skor 21); pernyataan kemampuan pemandu dalam menjawab pertanyaan pengunjung (skor tertinggi pada kriteria sangat baik dengan skor 21).

Menurut Wyckof dalam Lovelock yang dikutip oleh Tjiptono (2012), kualitas pelayanan merupakan nilai lebih yang diinginkan sebagai pengendali terhadap tingkat yang lebih dominan untuk menyesuaikan dan memenuhi harapan atau ekspektasi pelanggan. Oleh karena itu, kualitas sebuah jasa harus berlandaskan pada apa yang dibutuhkan oleh pelanggan dan sebisa mungkin berakhir juga atau setidaknya mendekati pada persepsi pelanggan tersebut.

Tabel 3.8 Persepsi Pengunjung Terhadap Virtual Tour

No.	Pernyataan	Skor Tertinggi	Masuk dalam kriteria
1	Kefasihan /kepahaman narasumber mengenai materi yang disampaikan	26	Baik
2	Suasana Virtual Tour yang nyaman dan menyenangkan	26	Baik
3	Kemampuan Host/Moderator mengatasi kendala dalam	22	Baik

Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan dari Tabel 3.8 diatas mengenai persepsi pengunjung terhadap *virtual tour*, pada pernyataan kefasihan/kepahaman narasumber mengenai materi yang disampaikan (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 26); suasana *virtual tour* yang nyaman dan menyenangkan (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 26); kemampuan host/moderator mengatasi kendala dalam *virtual tour* (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 22).

Kenyamanan pengunjung merupakan hal yang wajib dipenuhi, apalagi ditengah pandemi seperti sekarang ini, dengan adanya pembatasan kegiatan secara berkelompok salah satu yang dapat dilakukan oleh Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka dalam menjalankan jasanya yaitu dengan mengadakan *Virtual Tour*. *Virtual tour* dipilih karena pengunjung dapat berinteraksi dengan lingkungan taman wisata yang disimulasikan dengan komputer sehingga pengunjung seolah-olah terlibat langsung secara fisik.

2. Persepsi Pengunjung Terhadap Fasilitas (*Amenity*).

Pada bagian persepsi pengunjung terhadap fasilitas (*facility*) terdapat beberapa poin, yaitu: (1) Persepsi pengunjung terhadap gazebo; (2) Persepsi pengunjung terhadap kantin; (3) Persepsi pengunjung terhadap mushola; (4) Persepsi pengunjung terhadap toilet umum; (5) Persepsi pengunjung terhadap tempat sampah; (6) Persepsi pengunjung terhadap area parkir; (7) Persepsi pengunjung terhadap café; (8) Persepsi pengunjung terhadap tempat cuci tangan.

Tabel 3.9 Persepsi Pengunjung Terhadap Gazebo

No.	Pernyataan	Skor Tertinggi	Masuk dalam kriteria
1	Kondisi Gazebo terawat dengan baik.	12	Cukup
2	Kebersihan gazebo terjaga dengan baik.	16	Baik
3	Ukuran gazebo luas.	17	Baik

Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan dari Tabel 3.9 diatas mengenai persepsi pengunjung terhadap gazebo, pada pernyataan kondisi gazebo terawat dengan baik (skor tertinggi pada kriteria cukup dengan skor 12); pernyataan kebersihan gazebo terjaga dengan baik

(skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 16); pernyataan ukuran gazebo luas (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 17).

Fasilitas gazebo adalah salah satu fasilitas dengan ruang-ruang terbuka sebagai alternatif tempat berkumpul dan melakukan kegiatan santai bersama anggota keluarga lainnya. Gazebo merupakan fasilitas yang disediakan bagi pengunjung, yang ingin melakukan kegiatan bersantai sekaligus menikmati suasana di Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka. Gazebo biasanya membutuhkan tempat yang luas dan lingkungan yang bersih dan nyaman.

Tabel 3.10 Persepsi Pengunjung Terhadap Kantin

No.	Pernyataan	Skor Tertinggi	Masuk dalam kriteria
1	Kondisi kantin terawat dengan baik.	18	Baik
2	Makanan yang ditawarkan beragam.	16	Cukup
3	Harga yang ditawarkan bersahabat.	15	Baik

Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan dari Tabel 3.10 mengenai persepsi pengunjung terhadap kantin, pada pernyataan kondisi kantin terawat dengan baik (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 18); pernyataan makanan yang ditawarkan beragam (skor tertinggi pada kriteria cukup dengan skor 16); pernyataan harga yang ditawarkan bersahabat (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 15).

Sebagai penunjang kebutuhan pangan pengunjung, Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka menyediakan fasilitas kantin. Fasilitas kantin dinilai cukup dibutuhkan bagi pengunjung untuk makan siang atau di peruntukan juga bagi pengunjung yang tidak membawa bekal dapat menggunakan kantin sebagai tempat membeli makan dan minum.

Tabel 3.11 Persepsi Pengunjung Terhadap Mushola.

No.	Pernyataan	Skor Tertinggi	Masuk dalam kriteria
1	Kondisi mushola terawat dengan baik	20	Baik
2	Ruang ibadah bersih dan sejuk.	17	Baik
3	Perlengkapan sholat lengkap. (Sajadah, Mukena, Sarung)	20	Baik

Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan dari Tabel 3.11 mengenai persepsi pengunjung terhadap mushola, pada pernyataan kondisi mushola terawat dengan baik (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 20); ruang ibadah bersih dan sejuk (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 17); perlengkapan sholat lengkap (sajadah, mukena, sarung) (skor tertinggi berada pada kriteria baik dengan skor 20).

Ibadah sholat lima waktu merupakan ibadah yang wajib dilakukan oleh setiap umat muslim. Pelaksanaan ibadah sholat tidak mengikat seseorang untuk melakukannya di tempat tertentu, karena sesungguhnya ibadah ini dapat dilakukan di mana saja. Keberadaan tempat ibadah dapat membuat pelaksanaan ibadah sholat menjadi lebih baik dan nyaman. Fasilitas mushola di Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka berada di halaman depan yang akan terlihat setelah pengunjung masuk ke taman wisata, hal ini menjadikan fasilitas mushola di Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka mudah dijangkau.

Tabel 3.12 Persepsi Pengunjung Terhadap Toilet Umum.

No.	Pernyataan	Skor Tertinggi	Masuk dalam kriteria
1	Kondisi toilet umum terawat dengan baik	13	Cukup
2	Jarak toilet umum dengan lokasi Taman Wisata cukup dekat.	14	Baik
3	Jumlah toilet umum memadai	13	Baik

Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan dari Tabel 3.12 mengenai persepsi pengunjung terhadap toilet umum, pada pernyataan kondisi toilet umum terawat dengan baik (skor tertinggi pada kriteria cukup dengan skor 13); pernyataan jarak toilet umum dengan lokasi Taman Wisata cukup dekat (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 14); pernyataan jumlah toilet umum memadai (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 13).

Toilet umum merupakan fasilitas publik yang wajib tersedia di suatu destinasi pariwisata. Mengingat pentingnya keberadaan toilet umum, maka perlu dikembangkan dan dikelola dengan baik. Menurut Darwis, Hendranigrum, dan Adriani (2016), fasilitas toilet umum harus dikelola dengan memperhatikan beberapa aspek yang bisa menyelamatkan, menyehatkan, mengamankan, menyamankan, memudahkan, dan menyamankan baik pengguna maupun pengelola.

Tabel 3.13 Persepsi Pengunjung Terhadap Tempat Sampah.

No.	Pernyataan	Skor Tertinggi	Masuk dalam kriteria
1	Jumlah tempat sampah memadai.	14	Baik
2	Letak penempatan tempat sampah strategis	17	Baik
3	Keberadaan tempat sampah tidak mengganggu	15	Baik

Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan dari Tabel 3.13 mengenai persepsi pengunjung terhadap tempat sampah, pada pernyataan terkait jumlah tempat sampah memadai (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 14); letak penempatan tempat sampah strategis (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 17); keberadaan tempat sampah tidak mengganggu (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 15).

Menurut Ginting (2021), fasilitas tempat sampah merupakan usaha pengelola taman wisata, untuk mencegah dan mengawasi kerugian yang diakibatkan dari tempat-tempat yang tidak bersih yang berpotensi terjadinya penularan penyakit, pencemaran lingkungan, ataupun gangguan kesehatan lainnya.

Tabel 3.14 Persepsi Pengunjung Terhadap Area Parkir.

No.	Pernyataan	Skor Tertinggi	Masuk dalam kriteria
1	Kondisi area parkir nyaman.	18	Baik
2	Area parkir dijaga oleh petugas jaga.	19	Baik
3	Area parkir luas.	17	Baik

Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan dari Tabel 3.14 mengenai persepsi pengunjung terhadap area parkir, pada pernyataan kondisi area parkir nyaman (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 18); area parkir dijaga oleh petugas jaga (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 19); area parkir luas (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 17).

Fasilitas parkir merupakan lokasi yang digunakan sebagai tempat pemberhentian kendaraan dalam kurun waktu tertentu tergantung kebutuhan pengendara. Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka memiliki fasilitas parkir sebagai tempat meletakkan kendaraan pegawai, wisatawan, maupun tamu. Namun, area parkir di Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka masih menggunakan cara konvensional tanpa adanya portal maupun gardu otomatis, sehingga kendaraan bermotor khususnya roda dua sedikit kesulitan jika area parkir tersebut penuh.

Tabel 3.15 Persepsi Pengunjung Terhadap Cafe.

No.	Pernyataan	Skor Tertinggi	Masuk dalam kriteria
1	Kondisi café terawat dengan baik.	17	Baik
2	Minuman yang tersedia beragam.	14	Baik
3	Harga yang ditawarkan bersahabat.	15	Baik

Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan dari Tabel 3.15 mengenai persepsi pengunjung terhadap café, pada pernyataan kondisi *café* terawat dengan baik (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 17); minuman yang tersedia beragam (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 14); harga yang ditawarkan bersahabat (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 15).

Secara umum, *café* adalah tempat minum kopi yang pengunjungnya dihibur dengan musik. *Café* juga diartikan sebagai tempat minum yang pengunjungnya dapat memesan minuman seperti kopi, teh dan kue-kue. Namun menurut Safitri (2017), pengertian *café* pada saat ini sudah bergeser, disamping sebagai tempat untuk minum kopi, *café* juga dijadikan sebagai tempat untuk berkumpul, baik itu berdiskusi tentang masalah pekerjaan atau hanya sekadar menghabiskan waktu bersama dengan teman-teman. Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka memiliki *café* yang diberi nama *Bee Lounge* yang biasanya ramai pada akhir pekan, posisi *café* yang berada di bawah pohon menjadikan cafe ini teduh dan sejuk meskipun pada siang hari.

Tabel 3.16 Persepsi Pengunjung Terhadap Tempat Cuci Tangan.

No.	Pernyataan	Skor Tertinggi	Masuk dalam kriteria
1	Kondisi tempat cuci tangan terawat dengan baik.	15	Baik
2	Tempat cuci tangan higienis (<i>touch free</i>).	15	Baik
3	Jumlah tempat cuci tangan memadai	15	Baik

Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan dari Tabel 3.16 mengenai persepsi pengunjung terhadap tempat cuci tangan, pada pernyataan kondisi tempat cuci tangan terawat dengan baik (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 15); tempat cuci tangan higienis (*Touch Free*) (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 15); jumlah tempat cuci tangan memadai (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 15).

Pandemi Covid-19 tengah melanda Indonesia dan Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka pun terkena dampaknya. Sesuai dengan aturan dari pemerintah Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka menerapkan prosedur kesehatan yang ketat, salah satunya dengan membuat tempat cuci tangan. Sanitasi yang berada pada tempat-tempat umum, merupakan suatu usaha untuk mengawasi kegiatan yang sedang berlangsung di tempat-tempat umum. Hal ini dikarenakan erat hubungannya dengan timbulnya atau menularnya suatu penyakit, sehingga kerugian yang ditimbulkan oleh kegiatan tersebut dapat dicegah.

3. Persepsi Pengunjung Terhadap Aksesibilitas (*Accesibility*).

Pada bagian persepsi pengunjung terhadap aksesibilitas (*accessibility*), yaitu: (1) Persepsi pengunjung terhadap akses jalan.

Tabel 3.17 Persepsi Pengunjung Terhadap Akses Jalan.

No.	Pernyataan	Skor Tertinggi	Masuk dalam kriteria
1	Lokasi Taman Wisata mudah dijangkau	12	Baik
2	Jalan menuju lokasi Taman Wisata aman.	15	Baik
3	Kondisi jalan menuju lokasi Taman Wisata baik dan terawat.	14	Baik

Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan dari Tabel 3.17 mengenai persepsi pengunjung terhadap akses jalan, pada pernyataan lokasi Taman Wisata mudah dijangkau (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 12); jalan menuju lokasi Taman Wisata aman (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 15); kondisi jalan menuju lokasi Taman Wisata baik dan terawat (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 14).

Keadaan jalan menuju lokasi obyek wisata menjadi sangat penting, karena wisatawan yang akan berkunjung ke obyek wisata akan memperhatikan kondisi dan akses jalan yang akan dilewati. Keadaan jalan yang beraspal dan tidak berlubang akan meningkatkan minat wisatawan. Faktor lain seperti waktu tempuh dan keterkaitan jarak menuju lokasi obyek wisata menjadi pilihan bagi wisatawan yang akan berkunjung. Menurut Wijaya (2020), dengan adanya akses yang mudah dan lancar serta komparatif terhadap biaya kunjungan wisata, maka akan menjadi daya tarik sendiri yaitu untuk memudahkan mobilitas para wisatawan yang ingin berkunjung ke lokasi obyek wisata tersebut.

4. Persepsi Pengunjung Terhadap Pengelolaan (*Ancilliary*)

Pada bagian persepsi pengunjung terhadap pengelolaan (*ancilliary*) yaitu: (1) Persepsi pengunjung terhadap promosi.

Tabel 3.18 Persepsi Pengunjung Terhadap Promosi.

No.	Pernyataan	Skor Tertinggi	Masuk dalam kriteria
1	Kemudahan mendapatkan informasi	14	Cukup
2	Kelengkapan informasi melalui media sosial	15	Cukup
3	Kelengkapan informasi melalui media cetak	16	Baik

Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan dari Tabel 3.18 mengenai persepsi pengunjung terhadap promosi, pada pernyataan kemudahan mendapatkan informasi (skor tertinggi pada kriteria cukup dengan skor 14); pernyataan kelengkapan informasi melalui media sosial (skor tertinggi pada kriteria cukup dengan skor 15); pernyataan kelengkapan informasi melalui media cetak (skor tertinggi pada kriteria baik dengan skor 16).

Promosi memiliki peran yang sangat penting terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata tersebut. Alma dalam Stela (2015) menjelaskan promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan dan meyakinkan calon wisatawan mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon wisatawan.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dikemukakan, maka dapat ditarik kesimpulan dari hasil pengolahan data kuesioner mengenai persepsi pengunjung terhadap daya tarik dengan menggunakan konsep 4A bahwa dalam semua faktor, Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka mendapatkan hasil rata-rata Baik. Hal ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Analisis persepsi pengunjung terhadap faktor 4A:
 - a. Persepsi pengunjung terhadap daya tarik

Berdasarkan jawaban responden mayoritas pengunjung menilai bahwa daya tarik Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka baik, hal ini dikarenakan pengunjung Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka mendapatkan informasi

baru mengenai lebah dan madu dan dapat melihat secara langsung bagaimana bentuk dari sarang madu yang dibuat oleh lebah.

b. Persepsi pengunjung terhadap fasilitas.

Berdasarkan jawaban responden mayoritas pengunjung menilai bahwa fasilitas Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka cukup baik, hal ini dikarenakan kondisi dari toilet umum yang dibuat dengan sederhana.

c. Persepsi pengunjung terhadap aksesibilitas.

Berdasarkan jawaban responden mayoritas pengunjung menilai bahwa aksesibilitas Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka baik, hal ini berdasarkan bahwa jalan akses menuju Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka sangat mudah dan jalanan yang dilalui oleh kendaraan pengunjung sudah bagus.

d. Persepsi pengunjung terhadap jasa pelayanan tambahan.

Berdasarkan jawaban responden mayoritas pengunjung menilai bahwa aksesibilitas Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka baik, tetapi banyak pengunjung yang masih belum mengetahui Taman Wisata Lebah PT. Madu Pramuka melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Arimbawa, P. D. & Widanta A.A. B.P (2017). Pengaruh Luas Lahan, Teknologi dan Penelitian Terhadap Pendapatan Petani Padi Dengan Produktivitas Sebagai Variabel Intervening di Kecamatan Mengwi, *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*. Vol.6(8), 1603-1604.
- Darwis, RR. Hendraningrum, A. dan Adriani, Y. 2016. Kelayakan Fasilitas Publik Dalam Kawasan Industri Wisata Belanja Di Kota Bandung: Studi Kasus Terhadap Toilet Dan Musola. *Jurnal Barista*. Vol.3(2): 188-202.
- Fitriyya, M. (2012). Pengaruh Pendidikan Kesehatan Tentang Inisiasi Menyusu Dini Melalui Kombinasi Metode Ceramah-Tanya Jawab-Leaflet Terhadap Pengetahuan dan Sikap Ibu Hamil di RB An-Nisa Surakarta. [Skripsi]. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Ginting, Sabar Ulina BR. (2021). Analisis Fasilitas Dan Pengelolaan Sanitasi Lingkungan Di Objek Wisata Bukit Gundaling Kabupaten Karo Tahun 2020. [Skripsi]. Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara.
- Haban, Yuzuardi; Koleangan, R. A. M dan Kawung, G. M. V. (2017). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan dan Nilai Ekonomi Kebun Raya Bogor. *Jurnal Pembangunan Ekonomi dan Keuangan Daerah*, Vol. 18(4): 1-19.

- Hamzah, Desri. (2011). Produksi Lebah Madu (*Apis Cerana*) Yang Dipelihara Pada Sarang Tradisional Dan Moderen Di Desa Kuapan Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. [Skripsi]. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Junanto. (2019). Perbedaan Persepsi Wisatawan Peremouoan dan Laki-laki Mancanegara Terhadap Keselamatan dan Keamanan Wisata di kota Yogyakarta. *Gajah mada Journal of Tourism Studies*. Vol. 2(2): 88-99.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kusumaningrum, Risky. (2012). Analisis Usaha Lebah Madu Anggota Paguyuban Peternak Lebah Bunga Alam Lestari Kabupaten Batang. [Skripsi]. Surakarta: Universitas Sebeleas Maret.
- Stela, Sangkaeng, Lisbeth, Mananeke, & Sem, G, oroh, 2015. Pengaruh Citra, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA*. Vol.3(3). ISSN 2303-11.
- Tjiptono, F, dan G, Chandra. (2012). Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi.
- Wijaya, Suhendra. (2020). Pembangunan Infrastruktur Pariwisata Terhadap Dampak Sosial Ekonomi Masyarakat Sekitar Obyek Wisata Desa Sekotong Barat. [Skripsi]. Nusa Tenggara Barat: Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Zebua, Manahati. (2016). Inspirasi Pengembangan Pariwisata Daerah. Yogyakarta: Deepublish Publisher.