

MOTIVASI DAN PERSEPSI WISATAWAN DOMESTIK BERKUNJUNG KE LOKAWISATA BATURRADEN

Domestic Tourist's Motivation and Perception in Visiting Lokawisata Baturraden

INDRI KURNIAWATI^{*})

*Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta, Jl Colombo 1 Karangmalang, Caturtunggal Kabupaten Sleman
Yogyakarta, Indonesia, 55281*

**Email: indrikurniawati@uny.ac.id*

Diterima 08 Desember 2022 / Disetujui 30 Desember 2022

ABSTRACT

The development of tourist destinations depends on tourist arrival. The amount of tourist arrival varies, which can be influenced by some reasons. The reasons which can influence tourist arrival in a destination are tourists' motivation and perception. This research aims to know the domestic tourist's motivation and perception to visit Lokawisata Baturraden. This research applies the survey method and descriptive analysis with a quantitative approach. The data is obtained by distributing questionnaires, conducting the interview, and doing direct observation. The sample of this research is the domestic tourists who visit Baturraden. The research shows the motivation of domestic tourists visit to Baturraden are dominantly fantasy motivation that the tourists could escape from their routines to seek comforts and hang out with family. The domestic responds on the perception of the tourism's product components which consists of attraction, accessibility and amenity, they perceive that condition of at modern on is moderate. However they perceive the accessibility and amenity provides Baturraden is well prepared.

Keywords: perception, tourist motivation, tourism product..

ABSTRAK

Perkembangan suatu tempat wisata tidak lepas dari kunjungan wisatawan. Jumlah kunjungan wisatawan di sebuah destinasi yang sangat beragam dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah motivasi dan persepsi. Penelitian ini bertujuan menilai motivasi dan persepsi wisatawan domestik terhadap produk wisata yang terdiri dari atraksi, aksesibilitas, dan amenitas di Lokawisata Baturraden. Penelitian ini menggunakan metode survey dan analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner, wawancara, dan observasi langsung di lokasi penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu 100 wisatawan domestik yang berkunjung ke Lokawisata Baturraden yang diambil dengan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi wisatawan domestik mengunjungi Lokawisata Baturraden secara dominan karena ingin menghilangkan sejenak dari rutinitas sehari-hari untuk mencari kenyamanan, kesenangan, dan berkumpul bersama keluarga. Sedangkan persepsi wisatawan domestik terhadap produk wisata yang terdiri dari atraksi, aksesibilitas, dan amenitas di Lokawisata Baturraden biasa saja atau netral karena kurangnya variasi dan kurangnya tingkat keamanan di setiap wahana permainan. Wisatawan menyatakan jika kondisi aksesibilitas dan amenitas di Lokawisata Baturraden sangatlah baik. Hal ini dilihat dari kondisi jalan yang mudah dijangkau, serta akomodasi seperti hotel, toilet, tempat makan dan fasilitas pendukung lainnya yang memadai.

Kata kunci: motivasi wisatawan, persepsi, produk wisata.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan kegiatan yang sudah banyak dilakukan oleh masyarakat saat ini. Kegiatan wisata merupakan suatu aktivitas yang mendorong individu untuk melakukan mobilitas atau perpindahan dari tempat tinggal asal menuju ke daya tarik wisata (DTW) yang bisa berupa wisata alam, wisata buatan, wisata bahari, wisata olahraga, wisata budaya dan lain-lain (Suwena & Widyatmaja, 2017). Pada prinsipnya jika perjalanan itu tidak untuk bersenang-senang maka perjalanan tersebut tidak bias dikatakan sebagai suatu perjalanan dalam kategori pariwisata (Riesa, 2018). Kegiatan berwisata tidak lagi dapat diartikan secara sederhana sebagai pengisi waktu luang tetapi untuk mencari pengalaman. Banyaknya masyarakat yang mengunjungi daya tarik wisata di beberapa daerah tidak lepas dari dorongan baik dorongan internal ataupun eksternal. Dorongan tersebut kerap disebut dengan istilah motivasi. Jika meninjau lebih lanjut mengenai motivasi dalam pola perjalanan, awalnya individu melakukan perjalanan adalah untuk mempertahankan dirinya. Lalu berkembang menjadi motivasi untuk melepaskan diri dari kejenuhan kota, untuk interaksi sosial, perjalanan ziarah, perdagangan, kesenangan, dan pengembangan diri (Suwena & Widyatmaja, 2017). Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi masing-masing individu berbeda satu sama lain. Motivasi dapat memenuhi keinginan individu dan juga dapat menyebabkan individu melakukan suatu perjalanan wisata.

Selain faktor internal, faktor eksternal juga mempengaruhi individu sebelum melakukan perjalanan atau kegiatan wisata. Faktor eksternal yang biasanya mempengaruhi keputusan untuk berwisata adalah komponen pariwisata atau produk wisata itu sendiri. Menurut Cooper *et al.* (1995), ada empat komponen produk wisata yang sangat berpengaruh

bagi calon wisatawan sebelum melakukan kegiatan wisata yaitu (*Attractions, Accessibilities, Amenities, Ancillaries*). Atraksi adalah hal yang menarik di yang ada di objek wisata sehingga wisatawan tertarik untuk berkunjung ke obyek wisata tersebut. Wisatawan mengunjungi obyek wisata untuk menemukan hal menarik atau unik yang tidak pernah ditemukan pada kehidupan sehari-hari. Daya tarik wisata yang menarik atau unik dapat menimbulkan keinginan wisatawan untuk berwisata (Nisa dan Abrani, 2014). Lebih lanjut Garcia-Sastre *et al.* (2020) mengungkapkan jika motivasi juga dapat mempengaruhi pengalaman wisatawan dalam melakukan perjalanan.

Aksesibilitas adalah kemudahan wisatawan menuju ke daerah tujuan wisata. Jalan masuk atau pintu masuk utama ke daerah tujuan wisata merupakan *access* penting dalam kegiatan pariwisata. *Airport*, pelabuhan, terminal, dan segala macam jasa transportasi lainnya menjadi *access* penting dalam pariwisata. Di sisi lain *access* ini diidentikkan dengan transferabilitas yaitu kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Amenitas adalah segala sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Amenitas yang dimaksud dapat berupa akomodasi atau usaha penginapan, usaha makanan dan minuman, dan fasilitas umum di daerah tujuan wisata, transportasi dan infrastruktur (Suwena & Widyatmaja, 2017). Pelayanan tambahan (*ancillary service*) atau sering disebut juga pelengkap yang harus disediakan oleh pemerintah daerah dari suatu daerah tujuan wisata, baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata. Pelayanan yang disediakan termasuk: pemasaran, pembangunan fisik (jalan raya, rel kereta, air minum, listrik, telepon, dan lain-lain) serta mengkoordinir segala macam aktivitas dan dengan peraturan perundang-undangan baik di objek wisata maupun di jalan raya. Elemen yang dimiliki oleh daerah tujuan wisata harus saling mendukung dan berkaitan sehingga terbentuk daya tarik wisata yang mempesona bagi wisatawan (Sayangbatti & Baiquni, 2013).

Banyumas adalah salah satu kabupaten yang terletak di Jawa Tengah yang menawarkan banyak daya tarik wisata bagi wisatawan. Salah satu diantaranya adalah Baturraden. Baturraden merupakan wisata alam yang terletak sekitar 14 kilometer dari Purwokerto yang merupakan pusat kota di Kabupaten Banyumas. Baturraden merupakan wisata legendaris di Purwokerto yang menjadi primadona wisatawan domestik dan asing ketika berada di Purwokerto. Sampai saat ini Baturraden masih menjadi tujuan wisata alam utama di Purwokerto. Hal ini dapat dilihat dari tabel jumlah kunjungan wisatawan ke Baturraden tahun 2016-2018.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Baturraden tahun 2016-2018.

Daftar Obyek Wisata	Jumlah Kunjungan Wisatawan (2016-2018)		
Curug Cipendok	55.900.00	41.685.00	26.573.00
Telaga Sunyi	17.591.00	16.217.00	0.00
Pancuran Tiga	75.409.00	73.045.00	20.540.00
Pancuran Tujuh	34.173.00	25.337.00	0.00
Bumi Perkemahan Baturraden	0.00	0.00	0.00
Lokawisata Baturraden	537.984.00	633.420.00	715.663.00
Wanawisata	6.870.00	7.319.00	9.286.00
Kalibacin	130.547.00	78.379.00	0.00
Curug Gedhe	40.719.00	32.414.00	0.00
Curug Ceheng	11.836.00	13.981.00	0.00
Dream Land Park	588.183.00	578.097.00	304.876.00

Sumber: <https://banyumaskab.bps.go.id/indicator/16/50/1/jumlah-pengunjung-obyek-wisata-di-kabupaten-banyumas.html>

Data kunjungan wisatawan di Baturraden tahun 2016-2018 cenderung meningkat. Tahun 2016 terdapat 537.984,00 orang wisatawan yang berkunjung, kemudian tahun 2017 sebanyak 633.420,00 orang dan data kunjungan terakhir tahun 2018 sebanyak 715.663,00 orang wisatawan yang berkunjung. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas tahun 2016-2018, Baturraden memiliki jumlah kunjungan wisatawan terbanyak dibandingkan objek wisata lainnya di Kabupaten Banyumas. Baturraden merupakan objek wisata yang semula dikelola oleh Dinporabudpar (Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata) Kabupaten Banyumas, Pada Februari 2022 dikelola oleh BLUD (Badan Layanan Umum Daerah). BLUD dibentuk dalam rangka meningkatkan PAD (Pendapatan Asli Daerah) Kabupaten Banyumas dari sektor pariwisata yang ditargetkan mencapai Rp 48 miliar. Dengan demikian, diharapkan strategi pencapaian PAD di bidang pariwisata dapat terwujud. (Sumarwoto, 2022).

Pariwisata merupakan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Setiap manusia dapat melakukan perjalanan di lingkungan sekitar asalnya atau di luar tempat tinggalnya. Dalam berwisata, wisatawan memiliki motivasi yang berbeda-beda. Motivasi merupakan salah satu dasar pemikiran perilaku manusia. Menurut Cohen (dalam Angela *et al.*, 2017) motivasi dipandang sebagai proses singkat untuk melihat perilaku perjalanan wisata, ke arah yang lebih menekankan bagaimana motivasi mempengaruhi kebutuhan psikologis dan rencana jangka panjang seseorang, dengan melihat bahwa motif intrinsik (seperti *self actualisation*) sebagai komponen yang sangat penting.

Motivasi merupakan hal yang mendasar bagi seseorang untuk menentukan sikap dan perbuatan yang akan dilakukannya. Dapat disimpulkan jika motivasi merupakan pendorong yang menggerakkan suatu individu dalam bertindak laku yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal (Keliwar, 2015). Sehingga setiap daya tarik wisata harus memiliki keunikan yang dapat memotivasi wisatawan untuk meningkatkan kunjungan sebagai salah satu toak ukur keberhasilan suatu daya tarik wisata.

Dapat dikatakan bahwa peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Baturraden dipengaruhi oleh persepsi dan motivasi wisatawan. Semakin positif persepsi wisatawan terhadap fasilitas yang disediakan maka semakin banyak pula wisatawan yang mengunjungi suatu objek wisata. Sedangkan Faktor yang mempengaruhi persepsi wisatawan seperti yang disebutkan oleh Chi dan Qu (Rajesh, 2013) yang terdiri dari (1) Lingkungan wisatawan; (2) Wisata alam (3) Hiburan dan acara; (4) objek wisata sejarah; (5) Infrastruktur; (6) Aksesibilitas; (7) Relaksasi; (8) kegiatan di luar ruangan; dan (9) Harga dan nilai.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Baturraden yang terletak di Jl Baturraden Km 14 Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Lokasi ini dipilih karena Baturraden merupakan salah satu obyek wisata yang paling populer dan memiliki kunjungan wisatawan tertinggi dibandingkan dengan objek wisata lain di sekitarnya. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan analisis deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa metode yaitu observasi, wawancara, kuesioner dan data dari sumber sekunder seperti studi pustaka dan sumber lain yang relevan dengan penelitian ini.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan kondisi di lapangan dan keutuhan penelitian (Sugiyono, 2016). Penelitian ini mempertimbangkan pengambilan sampel yaitu wisatawan domestik yang berkunjung ke Baturraden. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden yang diperoleh dari metode kuesioner. Jenis pertanyaan yang digunakan adalah pertanyaan tertutup.

Analisis data yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan skala Likert. Berdasarkan data kualitatif, jawaban wisatawan diklasifikasikan ke dalam kategori motivasi dan persepsi. Masing-masing kategori tersebut memiliki variabel yang berbeda. Jawaban dari hasil instrumen dengan menggunakan skala Likert memiliki taraf sangat positif hingga sangat negatif. Alternatif jawaban yang diberikan dalam angket penelitian ini adalah sebagai berikut: SS (Sangat Setuju), S (Setuju), N (Netral), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Baturraden

Baturraden terletak di jalan Raya Baturraden kilometer 14 Desa Baturraden, Kabupaten Banyumas. Destinasi ini terletak di lereng Gunung Slamet di selatan berketinggian sekitar 640 mdpl. Sejak tahun 1928, Baturraden dikenal sebagai tempat wisata yang memiliki pemandangan indah. Memiliki luas sekitar 16.800m² Baturraden mengusung visi menjadikan destinasi terindah, terlengkap, dan ternyaman di Jawa Tengah, Baturraden selalu berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik bagi wisatawan agar merasa nyaman dalam menikmati setiap atraksi dan beberapa fasilitas yang ada sehingga mereka akan datang lagi dan menginformasikan kepada lain.

Selain memiliki pemandangan alam dan cuaca yang sejuk, Baturraden juga memiliki beberapa tempat wisata yang sangat menarik bagi wisatawan. Ada beberapa koleksi unggas dan tanaman hias di Kebun Raya Baturraden. Setiap hari Minggu, wisatawan akan disuguhi musik tradisional bernama Kenthongan yang dimainkan oleh penduduk setempat. Pada tabel 2 ini akan ditampilkan macam-macam tempat wisata di Baturraden.

Tabel 2. Atraksi Wisata di Baturraden

No	Atraksi Wisata
1.	Sepeda Air
2.	Air Terjun Gumawang
3.	Cascade Alam
4.	Kolam Renang Langen Kusumo
5.	Kolam Renang Baturraden
6.	Pancuran Telu
7.	Pancuran Pitu
8.	Teater Alam Baturraden
9.	Bioskop 4D
10.	Mini Train
11.	Playing Ground
12.	<i>Flying Fox</i>

Sumber: Wawancara dengan pengelola UPT Lokawisata Baturraden

Aksesibilitas merupakan jalan masuk menuju kawasan wisata. Untuk mencapai tempat tujuan, wisatawan akan menggunakan beberapa moda transportasi. Baturraden memiliki kualitas jalan yang baik dan mudah diakses oleh beberapa kendaraan. Ini juga menyediakan beberapa transportasi umum seperti bus, kereta api, taksi mobil, dan taksi motor (grab, atau gojek). Selanjutnya ada angkutan lokal yang disebut angkot dengan tarif 5.000 rupiah per penumpang.

Infrastruktur di sekitar Baturraden berkembang pesat. Para wisatawan akan melihat banyaknya tempat-tempat umum seperti *Department Store*, Hiburan Malam, Museum, Restoran, Hotel, Kafe, Taman Kota dan lain sebagainya. Fasilitas tersebut disediakan untuk para wisatawan selama berlibur di Purwokerto.

Amenitas adalah fasilitas yang ada di kawasan wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Ini adalah akomodasi, toko, transportasi, toilet, tempat parkir, tempat sampah, restoran, dan sebagainya. Baturraden dikelilingi fasilitas seperti: Transportasi lokal, masjid, toilet, tempat makan, toko souvenir, tempat parkir, hotel, pusat informasi wisatawan (TIC). Semakin pesatnya kegiatan pariwisata di kota Purwokerto dan sekitarnya mendorong banyaknya usaha perhotelan dan usaha kuliner yang bermunculan. Hal ini akan menambah referensi wisatawan sehingga tidak kesulitan untuk memilih akomodasi jika berkunjung ke kota Purwokerto.

2. Analisis Motivasi dan Persepsi Wisatawan Domestik Berkunjung ke Baturraden

Kajian motivasi yang dilakukan kepada wisatawan di berbagai elemen atau industri pariwisata, dapat membantu meningkatkan pelayanan guna menambah dan menyesuaikan penawaran untuk lebih diminati oleh wisatawan (Antonio *et al.*, 2018). Salah satu objek wisata yang bergantung dengan motivasi kunjungan wisatawan adalah Lokawisata Baturraden. Para wisatawan yang berkunjung ke Baturraden memiliki alasan dan tujuan yang berbeda apakah untuk menghabiskan liburan atau untuk bersenang-senang. Setiap wisatawan yang berkunjung ke daerah tujuan wisata juga memiliki motivasi yang berbeda-beda baik secara fisik, minat budaya, daya tarik wisata, keindahan pemandangan alam serta flora dan fauna (Pitana dan Gayatri, 2005). Berikut diuraikan pada Tabel 1.3 yang menggambarkan motivasi wisatawan yang berkunjung ke Baturraden.

Tabel 3. Motivasi Wisatawan Domestik Berkunjung ke Baturraden.

Jenis Motivasi	SS	S	N	TS	STS
Relaksasi, kesehatan dan kenyamanan. Berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, bersantai, dan sebagainya	13%	73%	14%	0%	0%
Untuk mengetahui budaya, adat istiadat, tradisi, kesenian, dan daerah lainnya	12%	46%	30%	12%	1%
Mengunjungi teman dan keluarga, bertemu pasangan, melakukan hal-hal yang dianggap membawa gengsi, melarikan diri dari situasi yang membosankan	14%	33%	21%	26%	6%
Untuk melarikan diri dari rutinitas sehari-hari yang penuh tekanan	22%	68%	9%	1%	0%

Keterangan: SS: Sangat Setuju; S: Setuju; N:Netral; TS: Tidak Setuju; STS: Sangat Tidak Setuju

Berdasarkan tabel tersebut terlihat terdapat 86% responden pada pernyataan pertama yang setuju jika alasan mereka berkunjung ke Baturraden adalah untuk memulihkan kondisi fisik seperti relaksasi, olah raga atau perawatan kesehatan agar semangat bekerja kembali muncul. Terbukti dari hasil wawancara dengan beberapa wisatawan domestik bahwa alasan mereka berkunjung ke Baturraden adalah untuk memulihkan kesehatan dengan berendam di Pancuran Telu dan Pancuran Pitu yang dapat membantu menghilangkan penat dari rutinitas sehari-hari yang dilakukan.

Kemudian pada pernyataan kedua, terdapat 58% wisatawan yang setuju jika berkunjung ke Baturraden untuk mengetahui sejarah dan kesenian tradisional yang ada di daerah tersebut. Berdasarkan wawancara dengan salah satu wisatawan yang berasal dari luar Jawa, disebutkan bahwa mereka berkunjung untuk melihat bagaimana musik Kenthongan dimainkan. Pada pernyataan ketiga, hanya 47% wisatawan yang setuju jika berkunjung ke tempat wisata ini untuk mengunjungi kerabat, keluarga atau karena gengsi. Dalam pernyataannya baru-baru ini, ada 90% wisatawan yang setuju jika berkunjung ke Baturraden adalah untuk menghilangkan penat akibat rutinitas sehari-hari. Semoga setelahnya mereka kembali bersemangat untuk melakukan aktivitas seperti biasa.

Table 4. Prosentase Motivasi Wisatawan Domestik berkunjung ke Lokawisata Baturraden.

Rata-rata prosentase Motivasi Wisatawan berkunjung ke Baturraden	
Motivasi Psikologi	86%
Motivasi Budaya	58%
Motivasi Sosial	47%
Motivasi Fantasi	90%

Pad Tabel 2, pengelompokkan motivasi diadaptasi dari McIntosh (1997). Motivasi wisatawan terdiri dari Motivasi Psikologi, Motivasi Budaya, Motivasi Sosial dan Motivasi Fantasi. Berdasarkan tabel tersebut terlihat bahwa motivasi yang disukai wisatawan adalah motivasi fantasi. Terbukti total persentase responden yang menjawab sangat setuju dan setuju ada 90%. Artinya ada 90 responden yang memiliki motivasi fantasi. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa motivasi fantasi adalah alasan utamanya. Motivasi yang kedua adalah motivasi psikologis. Terbukti total persentase responden yang menjawab sangat setuju dan setuju motivasi psikologis adalah 86%. Artinya ada 86 orang yang memiliki motivasi psikologis. Motivasi psikologis merupakan motivasi yang banyak dilakukan dengan keinginan untuk

memulihkan kondisi fisik, bersantai, berolahraga, atau kesehatan. dapat disimpulkan wisatawan yang berkunjung ke Baturraden adalah untuk mengisi waktu luang dengan bersantai bersama keluarga, mengikuti kegiatan outbond. menyusuri instansi tertentu, menikmati pemandangan alam, dan berendam di Pancuran Telu dan Pancuran Pitu.

Selanjutnya ada 58% responden yang menjawab sangat setuju dan setuju berkunjung ke Baturraden adalah untuk menikmati acara budaya. Artinya ada 58 orang yang termasuk responden adalah motivasi pro budaya. Motivasi ini merupakan keinginan untuk mengetahui adat, budaya, dan tradisi kesenian daerah. Hal itu sesuai dengan acara yang biasa digelar oleh Badan Pelaksana Teknis Kawasan Pariwisata Baturraden (BLU Baturraden). Di dalamnya terdapat kesenian daerah seperti upacara adat seperti Grebeg Suran Baturraden yang dilaksanakan pada Bulan Sura dan pertunjukan adat Lengger Banyumas atau Ebeg. Kenthongan yang dimainkan oleh penduduk setempat dilakukan setiap hari Minggu atau hari libur.

Daya tarik wisata yang didukung dengan fasilitas dan pelayanan yang baik dapat meningkatkan minat dan loyalitas wisatawan. Daya tarik wisata dan pelayanan merupakan inti dari kegiatan pariwisata yang berperan sebagai pendorong bagi calon wisatawan dalam menjalankan kegiatan wisata. Apabila pengelola dapat memenuhi kebutuhan wisatawan dengan memberikan pelayanan prima selama berada di tempat wisata atau daya tarik wisata, maka akan berdampak pada kunjungan kembali atau loyalitas wisatawan (Suhartapa, 2021). Hal ini menjadi tantangan bagi pengelola Lokawisata Baturraden karena mayoritas wisatawan menyatakan cukup satu kali untuk berkunjung ke Lokawisata Baturraden.

3. Persepsi Wisatawan Domestik terhadap Produk Wisata di Baturraden

Persepsi merupakan proses kognitif yang kompleks dan menghasilkan gambaran unik yang mungkin berbeda dengan kenyataan. Persepsi turis tentang citra destinasi juga penting. Semakin positif persepsi wisatawan akan atraksi wisata, fasilitas, akses dan sarana penunjang yang disediakan maka semakin banyak wisatawan yang mengunjungi daya tarik wisata (Pusparini *et al.*, 2022). Dalam hal ini akan dibahas persepsi wisatawan terhadap produk wisata di Baturraden. Daya tarik meliputi keindahan, keunikan, dan tata ruang. Berikut ini akan dijelaskan lebih lanjut mengenai kondisi kualitas, keamanan, kebersihan, dan pelayanan objek wisata di Baturraden.

Tabel 5. Persepsi Wisatawan Domestik terhadap Produk Wisata di Baturraden

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Wisatawan merasa aman dari bencana dan kejahatan di Baturraden	8%	33%	42%	17%	0%
Baturraden memiliki banyak atraksi yang dapat dinikmati oleh wisatawan dari segala usia	16%	67%	12%	4%	1%
Tingkat keamanan di seluruh objek wisata cukup baik	3%	52%	41%	4%	0%
Atraksi di Baturraden menarik	3%	41%	37%	15%	4%
Jalan menuju Baturraden mudah diakses	8%	28%	33%	28%	3%
Baturraden bersih dari sampah	10%	59%	25%	6%	0%
Kondisi kolam renang di Baturraden bersih dan nyaman	9%	46%	33%	11%	1%
Pengelola di Baturraden ramah	12%	58%	24%	6%	0%
Baturraden lebih unik dari tempat wisata disekitarnya	13%	53%	31%	2%	2%

Keterangan: SS: Sangat Setuju; S: Setuju; N:Netral; TS: Tidak Setuju; STS: Sangat Tidak Setuju

Pernyataan kedua ada 83% wisatawan menyatakan jika kawasan wisata ini memiliki banyak jenis permainan dan atraksi yang dapat dinikmati oleh wisatawan dari segala usia. Diketahui hanya 55% wisatawan domestik yang menyatakan setuju dengan tingkat keamanan di Baturraden. Tidak jauh berbeda dengan wisatawan yang menyatakan tingkat keamanan di Baturraden biasa saja yaitu sekitar 41%.

Selanjutnya pernyataan ketiga menunjukkan bahwa didominasi oleh 44% yang setuju jika objek wisata di Baturraden menarik. Hal ini sesuai dengan berbagai permainan dan atraksi yang dapat dinikmati oleh para wisatawan. Pada pernyataan keempat terlihat 36% wisatawan yang menyatakan aksesibilitas Pacuran Telu dan Pitu cukup mudah diakses. Namun ada 64% wisatawan mengatakan bahwa jalan menuju Pancuran Telu dan Pitu kurang mudah diakses dan jaraknya terlalu jauh. Dibutuhkan sekitar 30 menit hingga satu jam untuk mencapai tempat itu.

Pada pernyataan kelima, terdapat 69% wisatawan yang memberikan respon baik terhadap kebersihan di Baturraden. Berdasarkan pantauan, Baturraden bersih dari sampah. Dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab pengelola didukung oleh perilaku wisatawan yang selalu ingin menjaga kebersihan. Terkait masalah *hygiene* di tempat wisata di Baturraden, yang paling rawan adalah kebersihan kolam. Berdasarkan kuisioner yang disebar, terdapat 55% wisatawan yang setuju bahwa kondisi kolam renang di Baturraden bersih dan nyaman. Hal ini karena para pemangku kepentingan bertanggung jawab atas masalah ini. Mereka selalu membersihkan kolam setiap pagi sebelum gerbang dibuka.

Pada pernyataan selanjutnya, terdapat 70% wisatawan yang setuju jika Baturraden memiliki pelayanan pegawai yang baik. Penampilan dari cara mereka berpakaian seragam, cara berkomunikasi, membantu wisatawan, dan cara melakukan tugas adalah kesan wisatawan terhadap kualitas sumber daya manusia. Pernyataan terakhir menunjukkan bahwa 68% wisatawan domestik menjawab setuju jika Baturraden merupakan tempat yang paling unik diantara yang lainnya.

Table 6. Prosentase Persepsi Wisatawan Domestik terhadap Atraksi Wisata di Baturraden.

Jumlah Prosentase Persepsi Wisatawan Domestik terhadap Atraksi Wisata di Baturraden	
SS	1%
S	53%
N	44%
TS	2%
STS	0%

Berdasarkan tabel di atas dari delapan pernyataan tanggapan wisatawan domestik terhadap kondisi objek wisata di Baturraden didapatkan hasil perhitungan yang diperoleh rata-rata dari delapan pernyataan tersebut. Rata-rata dari total persentase tersebut, terdapat 54% wisatawan yang sangat setuju dan setuju. Artinya terdapat 54 wisatawan yang melihat kondisi objek wisata, keamanan, kebersihan, kebersihan, keunikan dan pelayanan pegawai yang baik. Sementara itu ada 44% dari rata-rata persentase total wisatawan yang menjawab netral. Artinya, 44 wisatawan menyatakan bahwa keragaman objek wisata di Baturraden biasa saja.

Tabel 7. Persepsi wisatawan terhadap aksesibilitas di Baturraden

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Jalan utama menuju Baturraden mudah diakses dan kondisi baik	15%	70%	13%	2%	0%

Keterangan: SS: Sangat Setuju; S: Setuju; N:Netral; TS: Tidak Setuju; STS: Sangat Tidak Setuju

Berdasarkan tabel di atas, terdapat 85% wisatawan yang menjawab sangat setuju dan setuju jika akses utama ke Baturraden dari pusat kota Purwokerto sangat mudah diakses. Berdasarkan pantauan, kondisi jalan utama di Purwokerto sudah diaspal dengan baik. Selain itu jalur masuk menuju kota Purwokerto juga cukup beragam yaitu terminal bus dan stasiun kereta. Wisatawan dapat dengan mudah mengunjungi Purwokerto menggunakan transportasi umum atau pribadi.

Tabel 8. Persepsi wisatawan domestik terhadap amenities di Baturraden

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Wisatawan dapat dengan mudah menemukan toilet di Baturraden	11%	62%	20%	6%	1%
Tersedia tempat parkir yang luas	11%	57%	18%	11%	3%
Terdapat transportasi umum	20%	62%	13%	4%	1%
Wisatawan dapat dengan mudah menemukan akomodasi/jasa penginapan di sekitar Baturraden	24%	59%	15%	1%	1%
Wisatawan dapat dengan mudah menemukan tempat makan/kuliner	18%	60%	15%	7%	0%
Wisatawan dapat dengan mudah menemukan toko oleh-oleh dan souvenir	20%	57%	19%	4%	0%

Keterangan: SS: Sangat Setuju; S: Setuju; N:Netral; TS: Tidak Setuju; STS: Sangat Tidak Setuju

Pada Tabel 8 terlihat ada 62% wisatawan nusantara yang menyatakan setuju dengan mudahnya mencari toilet dan mushola di Baturraden. Juga ada dua masjid kecil dan nyaman yang disediakan di dalam dan sekitar Baturraden. Selanjutnya ada 57% wisatawan yang menjawab setuju tentang kemudahan mencari tempat parkir yang luas di Baturraden. Hal ini sesuai dengan 3 tempat parkir utama yang disediakan oleh kawasan Baturraden. Tempat parkir ini dapat menampung berbagai macam kendaraan dalam jumlah yang banyak. Rata-rata wisatawan domestik yang menjawab setuju dengan amenities di Baturraden sebanyak 78%. Sedangkan 62% wisatawan domestik setuju dengan ketersediaan transportasi umum di Baturraden.

Pada pernyataan keempat didominasi oleh tanggapan wisatawan yang menyatakan setuju sebanyak 59% bahwa mudahnya mencari hotel atau penginapan di Baturraden. Terdapat 60% respon wisatawan setuju dengan kemudahan mencari restoran di dalam maupun di luar Baturraden. Ada banyak penjual makanan yang menjual makanan tradisional dan khas dengan harga terjangkau. Mendoan adalah menu terbaik di sana. Untuk pernyataan terakhir, terdapat 57% wisatawan yang setuju dengan tersedianya oleh-oleh dan toko di Baturraden. Toko oleh-oleh di kawasan wisata ini yang dijual seperti kaos, gantungan kunci, makanan tradisional, minuman tradisional, dan sebagainya.

Table 9. Prosentase Persepsi Wisatawan Domestik terhadap Amenitas di Baturraden.

Jumlah Prosentase Persepsi Wisatawan Domestik terhadap Amenitas di Baturraden	
SS	12%
S	77%
N	9%
TS	2%
STS	0%

Berdasarkan keenam pernyataan pada tabel di atas ditemukan perhitungan rata-rata dari pernyataan-pernyataan tersebut. Rata-rata diperoleh persentase total wisatawan yang menjawab sangat setuju dan setuju sebesar 89%. Artinya ada 89 wisatawan yang menyatakan kondisi amenities di Baturraden sudah dipersiapkan dengan baik serta ketersediaan toilet dan tempat ibadah termasuk kebersihan dan kenyamanan fasilitas sudah cukup baik. Selain itu, lahan parkir yang

berkapasitas besar untuk berbagai jenis kendaraan, serta ketersediaan restoran atau tempat makan dan toko souvenir juga cukup baik. Selanjutnya terdapat 9% wisatawan yang menyatakan netral terhadap ketersediaan, kenyamanan, dan kebersihan amenities di Baturraden. Artinya 9 wisatawan menyatakan kebersihan dan kenyamanan di Baturraden sedang. Sebaliknya hanya 2% wisatawan yang tidak setuju dengan kondisi amenities di Baturraden.

Dari keseluruhan hasil kuisioner mengenai persepsi wisatawan terhadap kondisi Lokawisata Baturraden secara umum, dapat disimpulkan jika hasilnya positif karena dari 9 kategori hampir setiap kategori memperoleh skor Sangat Setuju atau positif lebih tinggi dari skor yang lain. Kajian motivasi dan persepsi wisatawan selain digunakan untuk mengukur tingkat kunjungan wisatawan, dapat juga digunakan sebagai evaluasi untuk meningkatkan pemasaran atau tingkat penjualan suatu daya tarik wisata. Pemasaran yang sesuai dengan target pasar akan selaras dengan tingkat kunjungan wisatawan di suatu daya tarik wisata (Suryadana dan Vanny, 2015).

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dipaparkan, menunjukkan jika motivasi wisatawan yang paling dominan berkunjung ke Baturraden adalah motivasi fantasi yaitu sebesar 90%. Diketahui ketika wisatawan berkunjung ke Baturraden, mereka berharap untuk melepaskan diri dari rutinitas dan aktivitas untuk mencari kenyamanan, kesenangan, dan berkumpul bersama keluarga. Kedua, terdapat 86% motivasi fisik yang mendorong wisatawan berkunjung ke Baturraden untuk memulihkan kondisi tubuh sehingga muncul semangat baru untuk melakukan aktivitas seperti biasa. Sedangkan urutan ketiga adalah motivasi budaya dengan persentase 58%. Tidak jauh berbeda dengan motivasi keempat yang mendorong wisatawan berkunjung ke Baturraden karena motivasi sosial.

Respon wisatawan domestik terhadap komponen produk wisata yang terdiri dari atraksi, aksesibilitas dan amenities ditemukan sebanyak 54% wisatawan menyatakan jika kondisi atraksi di Baturraden sedang karena kurang variatif. Selain itu, wisatawan mempersepsikan 85% aksesibilitas dan amenities di Baturraden karena ketersediaan toilet, masjid, hotel, tempat parkir, toko souvenir sudah dipersiapkan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Angela, M. M., Karini, N. M. O., Wijaya, N. M. S (2017). Motivasi dan persepsi wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata Jembong di Kabupaten Buleleng. *Jurnal IPTA*. 5(2):76-91
- Antonio, J. et al. (2018). Tourists' motivations to travel: a theoretical perspective on the existing literature. *Tourism and Hospitality Management*. 24(1):197-211. <https://doi.org/10.20867/thm.24.1.8>
- Baiquni, M dan Sayangbati, Dila, P. (2013). *Motivasi dan Persepsi Wisatawan tentang Daya Tarik Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Kembali Di Kota Wisata Batu*. Jurnal Nasional Pariwisata, Volume 5, Nomor 2.
- Cooper, John Fketcher, David Gillbert and Stephen Wanhill. (1995). *Tourism, Principles and Practice*. London: Longman.
- Garcia-Sastre, et.al. (2020). *Ibiza dances to the rhythm of pedals: The motivations of mountain biking*. Elsevier <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100749>
- Keliwar & Anton. (2015). *Motivasi dan Persepsi Pengunjung Terhadap Obyek Wisata Desa Budaya Pampang di Samarinda*. Jurnal Manajemen Resort dan Leisure. Vol 12 No. 2, 2015.
- McIntosh. 1997. *Karakteristik Wisatawan*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Nisa, K., Fauzi, H., & Abrani. (2014). Persepsi Wisata dan Masyarakat Terhadap Wisata Alam di Areal Hutan Pendidikan UNLAM MANDIANGIN, Kalimantan Selatan. *Jurnal Hutan Tropis*, 2(2): 119-126.
- Pemerintah Indonesia. (2010). *Undang-Undang No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan*. Jakarta.
- Rajesh, R. (2013). Impact of Tourist Perceptions, Destination Image and Tourist Satisfaction on Destination Loyalty: A Conceptual Model. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 11(3):67-78. DOI: [10.25145/j.pasos.2013.11.039](https://doi.org/10.25145/j.pasos.2013.11.039)
- Pitana, I. G., Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Pusparini, L. P., Prayogi, P. A., Mekarini, N. W. (2022). Motivasi dan persepsi wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata pantai penimbangan di Kabupaten Buleleng. *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies (JoTIS)*. 2(1):41-51.
- Riesa, M. R. (2018). Motivasi dan persepsi wisatawan mancanegara berkunjung ke Kota Bukittinggi. *Jurnal Nasional Pariwisata*. 10(1):67-77.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sumarwoto. (2021). *Pemkab Banyumas targetkan PAD sektor pariwisata Rp 48 miliar pada 2022*. Diakses pada 5 Agustus 2022 dari <https://jateng.antaranews.com/berita/429357/pemkab-banyumas-targetkan-pad-sektor-pariwisata-rp48-miliar-pada-2022>
- Suwena, I. K, Widyatmaja, I. G. N. (2010). *Pengetahuan dasar Ilmu Pariwisata*. Badung: Udayana University Press.
- Suryadana, M. L., Vanny, O. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung:Alfabeta.