

PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP FASILITAS KAMPUNG KETUPAT WARNA WARNI SAMARINDA

(VISITORS PERCEPTION OF FACILITIES IN COLORFUL KAMPUNG KETUPAT SAMARINDA)

Muhammad Fauzan Noor¹, I Wayan Lanang Nala², Firda Aisyiyah³, Dini Zulfiani⁴

^{1,2,3,4} Politeknik Negeri Samarinda

Jl. Ciptomangunkusumo, Samarinda Seberang

Email: m.fauzan_noor@polnes.ac.id / wayanlanang@polnes.ac.id

Diterima: 17 Mei 2020; Direvisi: 10 Juni 2020; Disetujui: 23 Juni 2020

ABSTRACT

The destination in the colorful Village of Ketupat, which is located in Samarinda Seberang District, is a new community-based tourist destination. Most of the residents make ketupat for sale and even more unique in feach front of the houses, many ketupat are finished neatly hanging. They do not need to sell it to the market but the buyers who come directly to this village. Various main and supporting facilities coloring the existence of this village in the hope that the improvement and development of facilities can be realized. The methodes used to interview with the management of the tour-aware group (POKDARWIS) as well as the people making ketupat, besides that the writer also distributes questionnaires to 100 visitors randomly. So that the perception obtained truly represents the thoughts of the visitor. The results of this research show that main access and photo areas are the main facilities that must be improved and developed, in addition to other supporting facilities. The need for a place to learn to make processes coconut leaves for visitors of the references as part of educational tourism, as well as the layout of typical culinary design locations of processed ketupat to make tourists come visit and last longer and can spend more money

Keywords: ketupat village, visitor perception, facilities

ABSTRAK

Destinasi Kampung Ketupat Warna Warni yang berlokasi di Kecamatan Samarinda Seberang, merupakan destinasi wisata baru yang berbasis masyarakat. Hampir sebagian besar warganya membuat ketupat untuk dijual dan yang lebih uniknya lagi di setiap depan rumah warga banyak ketupat yang sudah selesai tergantung dengan rapi. Mereka tidak perlu menjualnya ke pasar melainkan para pembeli yang datang langsung ke kampung ini. Beragam fasilitas baik utama, pendukung dan penunjang mewarnai keberadaan desa ini. Pengunjung memberikan persepsi penilaian yang beragam terhadap fasilitas kampung ini dengan harapan agar peningkatan dan pengembangan fasilitas dapat terwujud. Metode yang digunakan adalah dengan melakukan wawancara terhadap pengurus kelompok sadar wisata (POKDARWIS) serta warga pembuat ketupat, selain itu penulis juga menyebarkan angket kepada 100 orang pengunjung secara acak. Agar persepsi yang diperoleh nanti benar-benar mewakili pemikiran dari pengunjung. Hasil kajian menunjukkan bahwa akses jalan dan area berfoto merupakan fasilitas utama yang harus di benahi dan ditingkatkan lagi, selain fasilitas pendukung dan penunjang lainnya. Perlunya wadah untuk belajar membuat olahan dari daun kelapa bagi pengunjung merupakan salah satu referensi sebagai bagian dari wisata edukasi, serta tata letak lokasi desain kuliner yang khas dari olahan ketupat agar membuat wisatawan datang berkunjung dan bertahan lebih lama serta dapat membelanjakan uangnya lebih banyak lagi.

Kata kunci: kampung ketupat, persepsi pengunjung, fasilitas

PENDAHULUAN

Samarinda, sebagai ibukota propinsi Kalimantan Timur merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi wisata yang baik serta mempunyai berbagai macam destinasi wisata yang dapat dikunjungi antara lain seperti wisata alam, wisata budaya, maupun wisata buatan.

Kampung wisata adalah salah satu ungkapan kehidupan manusia yang menyuguhkan tujuan wisata perkampungan. Samarinda kini sedang membuat destinasi wisata baru dan siap untuk bersaing dengan destinasi wisata lain. Salah satu destinasi wisata perkampungan tersebut adalah Kampung Ketupat Warna Warni Samarinda.

Kampung Ketupat Warna-warni berlokasi di Jalan Mangkupalas, Kelurahan Mesjid, Samarinda Seberang. Sejak diresmikan Pemerintah kota Samarinda, 11 Agustus 2017 warga Kampung Warna Warni melakukan pembenahan, setiap sudutnya dibuat menarik, dan tersedia lahan buat berswafoto yang lokasinya persis di sisi sungai Mahakam dengan pemandangan berupa jembatan Mahkota II dan menjadi *icon* wisata baru di ibu kota propinsi Kaltim. Destinasi ini merupakan tempat pembuatan rumah ketupat yang terbuat dari daun kelapa. Hampir seluruh warganya, membuat rumah ketupat ini dan sudah menjadi *brand* (merek) bahwa daerah ini sangat terkenal dengan para pengrajin ketupat. Mereka tidak lagi menjajakan hasil olahannya ke pasar, akan tetapi sudah ada para pembeli atau pengumpul yang datang langsung ke kampung ini, bukan saja dari Samarinda bahkan dari luar kota pun banyak berdatangan, seperti dari Kota Balikpapan, Tenggarong serta wilayah pesisir Muara Badak, Marang Kayu dan juga dari Kota Bontang. Perputaran perekonomian dari usaha rumah ketupat ini begitu tinggi, sehingga perlu dilakukan kajian mendalam terhadap dampak perekonomian dari kampung ini.

Beberapa fasilitas yang ada seperti sebuah tugu ketupat berdiri menjadi *icon* Kampung Ketupat, tersedianya tempat duduk untuk bersantai menikmati suasana sore ataupun malam hari, khas warna warni juga menghiasi taman, tong sampah yang cukup memadai, akses jalan yang cukup baik menuju tempat wisata dan suasana tempat pengunjung bersantai kian ramai, apalagi saat di akhir pekan menambah semarak pengunjung dan pedagang jajanan yang meramaikan destinasi wisata baru ini.

Dengan melihat potensi yang terdapat di Kampung Ketupat Warna-warni Samarinda, sehingga diperlukannya suatu upaya yang baik untuk lebih meningkatkan kunjungan wisatawan di Kampung Ketupat Warna-warni ini agar semakin banyak wisatawan yang mengenal dan menikmati salah satu destinasi wisata baru di kota Samarinda ini. Dalam hal ini, pendapat pengunjung sangat dibutuhkan agar pengelola dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan yang dirasakan pengunjung setelah berkunjung ke Kampung Ketupat Warna-warni Samarinda.

Manfaat dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak pengelola Kampung Ketupat Warna Warni Samarinda untuk selalu meningkatkan fasilitas yang lebih baik, dapat memberikan informasi yang jelas dan lengkap mengenai destinasi ini serta dapat memberikan masukan bagi pihak-pihak terkait terhadap kelebihan dan kekurangan dari sarana dan prasarana yang ada.

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi Pariwisata

Dalam arti luas pariwisata adalah kegiatan rekreasi luar domisili untuk melepas diri dari pekerjaan rutin atau mencari suasana lain. Sebagai suatu aktivitas, pariwisata telah menjadi bagian penting dari kebutuhan dasar masyarakat maju dan sebagian kecil masyarakat negara berkembang.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ketempat lain yang bersifat sementara dilakukan perseorangan maupun kelompok sebagai mencari keseimbangan, keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan lain-lain.

Definisi Persepsi

Menurut Young (2010) persepsi merupakan sebuah aktivitas berupa mengindra, mengintegrasikan, serta memberikan penilaian pada objek-objek fisik ataupun sosial sosial. Penginderaan tersebut biasanya tergantung dari stimulus fisik dan sosial yang berada di dalam lingkungannya. Sensasi dari lingkungan ini lah yang akan diolah bersama sama dengan hal lainnya yang sudah dipelajari sebelumnya, baik berupa harapan, nilai, ingatan sikap dan lainnya.

Persepsi (Kotler, 2002) merupakan cara seseorang untuk memahami hakikat sesuatu, dalam hal ini dipengaruhi oleh motivasi masing-masing individu. Oleh sebab itu orang yang termotivasi itu siap untuk bertindak dan caranya bertindak dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. Persepsi seseorang berkaitan dengan pengalaman, kemampuan maupun daya persepsi yang diterimanya.

Faktor persepsi

Ada dua faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang (Thoha, 1996) yaitu :

- a. Faktor internal : Perasaan, sikap, dan kepribadian individu, prasangka, keinginan, atau harapan, perhatian (*focus*), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi.
- b. Faktor eksternal : Latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar.

Faktor yang mempengaruhi persepsi menurut Gaspersz (1997) yaitu :

- a. Pengalaman masa lalu dapat mempengaruhi seseorang karena manusia biasanya akan menarik kesimpulan yang sama dengan apa yang dia lihat dengan dan rasakan.
- b. Keinginan dapat mempengaruhi persepsi seseorang dalam hal membuat keputusan. Manusia cenderung menolak tawaran yang tidak sesuai dengan apa yang dia lihat.
- c. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan pengalaman.

Aspek Persepsi

Aspek-aspek persepsi (Walgito, 2003), yaitu:

- a. Aspek kognitif : Komponen ini tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang objek. Berkaitan dengan pikiran seseorang apa yang ada dalam pikiran konsumen. Kognitif bersifat rasional, masuk akal.
- b. Aspek afektif : Komponen afektif berhubungan dengan rasa senang dan rasa tidak senang, jadi sifatnya evaluative yang berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimilikinya. Berkaitan dengan perasaan, bersifat emosional. Wujudnya bisa berupa perasaan senang, sedih, ceria, dan gembira.
- c. Aspek konatif : Merupakan kesiapan seseorang untuk bertindak laku yang berhubungan dengan objek sikapnya. Berkaitan dengan tindakan. Wujudnya adalah tindakan seseorang terhadap objeknya.

Persepsi Pengunjung

Persepsi pengunjung adalah penilaian atau pandangan pengunjung terhadap sesuatu. Suatu objek wisata harus meningkatkan kualitas objek menjadi lebih baik guna mendapat persepsi positif. Persepsi dalam dunia pariwisata merupakan pendapat atau cara pandang pengunjung maupun wisatawan dalam memahami suatu destinasi wisata. Dalam industri pariwisata setiap wisatawan memiliki kepribadian masing-masing sehingga melihat fenomena yang ada mereka memiliki persepsi masing-masing.

Persepsi wisatawan merupakan salah satu hal yang penting dalam pengembangan suatu destinasi pariwisata. Mengenai apa yang diminati, diinginkan, dan diharapkan oleh pengunjung ke suatu destinasi menjadi amat penting artinya dalam kaitan dengan pemasaran objek wisata (Warpani dan Warpani, 2007).

Pengertian Fasilitas

Fasilitas menurut (Spillane, 1994), merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung mendorong pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang. Kebutuhan wisatawan tidak hanya menikmati keindahan alam atau keunikan objek wisata melainkan memerlukan sarana dan prasarana wisata. Berdasarkan teori Spillane, fasilitas dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) bagian yaitu :

- a. Fasilitas Utama, merupakan suatu sarana yang dibutuhkan atau dirasakan sangat perlu selama pengunjung berada di suatu objek wisata.
- b. Fasilitas Pendukung, sarana yang proporsinya sebagai pelengkap fasilitas utama sehingga wisatawan akan lebih betah.
- c. Fasilitas Penunjang, pada dasarnya merupakan sarana yang bersifat sebagai pelengkap utama sehingga wisatawan merasa terpenuhi apapun kebutuhan selama mengunjungi objek wisata.

Pengelolaan Fasilitas Wisata

Menurut Mill dan Morison (1985) dalam pengelolaan terdapat tiga kriteria yang penting yang harus dipertimbangkan. Ketiga kriteria ini adalah kualitas pelayanan, standarisasi dan pengemasan. Pertama, kriteria pelayanan sangat menentukan keberhasilan pengelolaan sebab industri pariwisata pada dasarnya adalah *services industry*. Untuk dapat memberi pelayanan yang baik Diperlukan sumber daya manusia yang berkualitas. Sumber daya yang berkualitas dapat meningkatkan profesionalitas merupakan bagian dari strategi pengelolaan.

Pengembangan fasilitas (Fandeli, 2002) adalah upaya dan pembangunan yang dilakukan terhadap fasilitas yang perlu diadakan perbaikan fasilitas dan sarana yang kurang dan tidak memenuhi syarat, pembangunan merupakan suatu proses perubahan, fasilitas penunjang pariwisata adalah fasilitas diperlukan untuk mendukung pariwisata antara lain yaitu prasarana pariwisata.

Prasarana pariwisata merupakan fasilitas utama atau dasar yang memungkinkan sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang dalam rangka memberi pelayanan kepada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beraneka ragam, yang termasuk prasarana pariwisata, antara lain :

- a. Prasarana yaitu yang meliputi jalan raya, jembatan terminal bus, listrik, air bersih, telepon, rumah sakit, dan tempat hiburan.
- b. Sarana Pariwisata : yaitu fasilitas yang berfungsi sebagai alat utama atau pembantu dalam pelaksanaan pekerjaan dan kegiatan dalam rangka kepentingan yang sedang berhubungan dengan organisasi kerja disuatu perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pengertian Daya Tarik Wisata

Dalam bukunya (Oka A. Yoeti, 1996) Pengantar Ilmu Pariwisata tahun 1985 menyatakan bahwa daya tarik wisata atau *tourist attraction*. istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu.

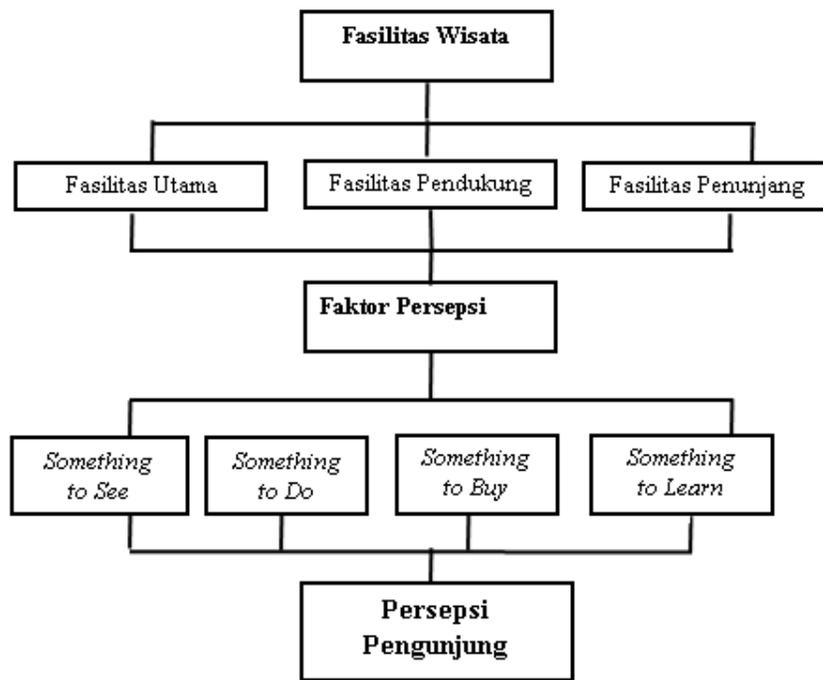
Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 disebutkan “Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan , dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil bantuan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan

wisatawan”. jadi dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata merupakan sesuatu yang dapat menimbulkan daya tarik bagi wisatawan dan merupakan alasan utama untuk mengunjungi objek dan daya tarik wisata.

Dari beberapa pengertian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu. Suatu daerah untuk menjadi DTW (Daerah Tujuan Wisata) yang baik harus dikembangkan 3 (tiga) hal agar daerah itu menarik untuk dikunjungi, yaitu :

- a. Adanya something to see maksudnya adalah sesuatu yang menarik untuk dilihat
- b. Adanya something to buy maksudnya adalah sesuatu yang menarik dan khas untuk dibeli.
- c. Adanya something to do maksudnya adalah sesuatu aktivitas yang dapat dilakukan di tempat itu.

Ketiga hal di atas merupakan unsur-unsur yang kuat untuk daerah tujuan wisata sedangkan untuk pengembangan suatu daerah tujuan wisata harus ada beberapa hal yang harus diperhatikan, antara lain: Harus mampu bersaing dengan obyek wisata yang ada dan serupa dengan objek wisata di tempat lain. Harus tetap, tidak berubah dan tidak berpindah-pindah kecuali dari bidang pembangunan dan pengembangan.



Gambar 1. Kerangka Teori
Sumber : Hasil Analisa (2020)

METODE

Lokasi penelitian ini berada di Kampung Ketupat Warna-warni yang berlokasi di Jalan Mangkupalas, Kelurahan Mesjid, Samarinda Seberang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk menggali fakta tentang fasilitas di objek wisata Kampung Ketupat Warna-warni Samarinda. Data atau informasi diperoleh sesuai kenyataan yang ada dilapangan dengan metode observasi, wawancara dan kuesioner yang selanjutnya ditarik menjadi suatu kesimpulan. Jenis penelitian yang dilakukan adalah pendekatan deskriptif, yaitu

data yang diperoleh dari populasi dan sampel. untuk menggambarkan persepsi pengunjung yang berkunjung ke objek wisata Kampung Ketupat Warna-Warni.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung objek wisata Kampung Ketupat Warna-Warni Samarinda. Sampel adalah besarnya sampel yang diambil sehingga presisinya dianggap cukup untuk menjamin tingkat kebenaran hasil penelitian. Jadi peneliti sendirilah yang menentukan tingkat presisi yang dikehendaki dan penulis menentukan sampel sebanyak 100 orang.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder dalam analisisnya. Menurut Umar (2003) data primer merupakan data yang diperoleh langsung dilapangan oleh peneliti sebagai objek penulisan. Data primer dalam penelitian ini merupakan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan terhadap pemberi informasi atau data sesuai dengan variabel yang akan diukur pada Tabel 2. Sedangkan data sekunder menurut Sugiyono (2005) adalah data yang tidak langsung diberikan kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data sekunder pada umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi oleh lembaga tertentu yang dipublikasikan. Data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari buku, internet, dan data pendukung lain seperti jurnal dan dokumen tertulis lainnya.

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Wawancara

Menurut Soehartono (2008) wawancara adalah cara pengumpulan data dengan tujuan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara (pengumpulan data) kepada responden dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam. Penelitian ini menggunakan wawancara dengan tujuan untuk mengumpulkan data jumlah kunjungan objek wisata Kampung Ketupat Warna-warni Samarinda dimana target wawancaranya adalah masyarakat dan pengelola.

b. Kuisisioner atau Angket

Menurut Sujarweni (2014) Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab.

Kuisisioner dilakukan dengan cara membuat daftar pertanyaan yang kemudian diberikan kepada Pengunjung Kampung Ketupat Warna-warni Samarinda. Untuk diisi sesuai dengan keadaan yang sebenarnya berkaitan dengan objek wisata Kampung Ketupat Warna-warni Samarinda.

c. Skala pengukuran

Skala likert adalah yang dirancang untuk memungkinkan responden menjawab berbagai tingkatan pada setiap objek yang diukur. Jawaban dari kuesioner tersebut di beri bobot skor seperti pada Tabel 1 (Sugiyono,2011)

Tabel 1.
Skala Likert

No	Kriteria	Skor
1	Sangat Baik	5
2	Baik	4
3	Cukup Baik	3
4	Kurang Baik	2
5	Tidak Baik	1

Sumber : Sugiyono (2011)

Tabel 2.
Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sub Indikator	Sumber Data
Persepsi pengunjung terhadap Fasilitas di Kampung Ketupat Warna-warni	Fasilitas Utama	1. Akses Jalan	1. Kemudahan 2. Keamanan 3. Kondisi jalan	Observasi Wawancara Kuisisioner
		2. Area Berfoto	1. Kemenarikan 2. Keamanan 3. Kebersihan	
		1 Tong sampah	1. Jumlah tong sampah cukup 2. Penempatan tong sampah sudah cukup 3. Keberadaan tong sampah tidak mengganggu	
	Fasilitas Pendukung	2. Toilet Umum	1. Jarak toilet dekat 2. Kondisi toilet 3. Jumlah toilet cukup	
		3. Kantin	1. Kebersihan kantin 2. Keragaman makanan dan minuman 3. Keterjangkauan	
		1. Areal Parkir	1. Kenyamanan 2. Keamanan 3. Kondisi Lahan	
	Fasilitas Penunjang	2. Hiasan Pemandangan	1. Kemenarikan Hiasan 2. Variasi hiasan 3. Keunikan hiasan	
		3. Komunikasi (Jaringan seluler)	1. Ketersediaan 2. Kecepatan 3. Keterjangkauan	
		4. Transportasi Ojek	1. Keberadaan ojek 2. Keamanan 3. Biaya	

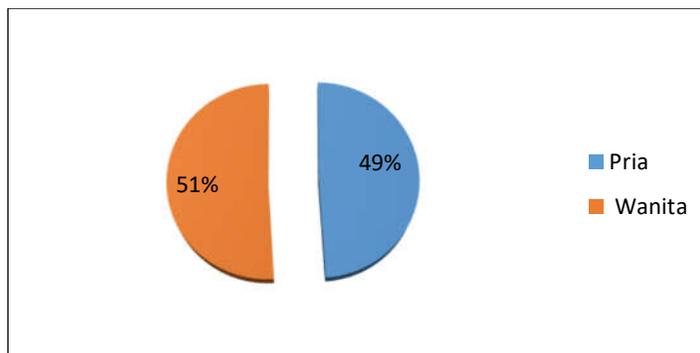
Sumber : Hasil Analisis (2020)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah merancang kuesioner berdasarkan teori yang ada dan membuat *draft* wawancara terhadap pengelola Kampung Ketupat, maka penulis membagikan kuesioner secara daring (*online*) melalui aplikasi *google drive* dengan link berikut ini <https://forms.gle/HVr5jywrHERguFcz8> dan didapatkan 100 responden yang telah mengisi kuesioner tersebut.

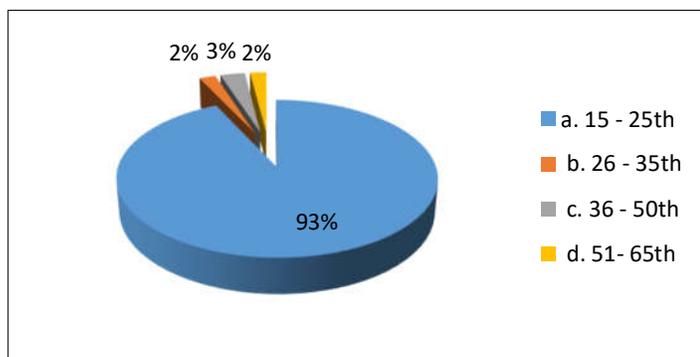
Berdasarkan rekapan hasil kuesioner yang masuk maka jumlah pengunjung pria dan wanita hampir sama dengan perincian yang didapat sebanyak 49% pria telah mengunjungi Kampung

Ketupat dan 51 % wanita yang juga telah mengunjungi Kampung Ketupat seperti pada Gambar 2. Hal ini berarti bahwa baik laki laki maupun perempuan tidak ada yang dominan dalam mengunjungi destinasi wisata ini.



Gambar 2.
Jenis Kelamin Responden
Sumber : Hasil Kuesioner (2020), diolah

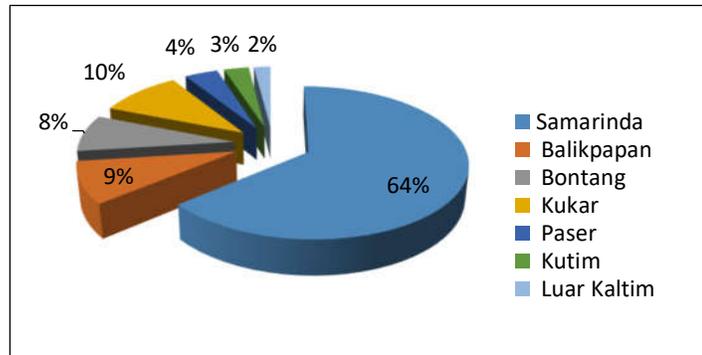
Usia produktif dan kaum milenial telah mendominasi kunjungan wisatawan ke Kampung Ketupat ini terbukti dari hasil rekapan kuesioner yang masuk melalui kuesioner yang disebar yang diperlihatkan pada Gambar 3, bahwa sebanyak 93% pengunjung ke Kampung Ketupat berasal dari batas usia 15 hingga 25 tahun. Merekalah yang mendominasi kunjungan dan sekaligus mempromosikannya melalui akun media sosial mereka sehingga kampung ketupat semakin dikenal oleh khalayak ramai.



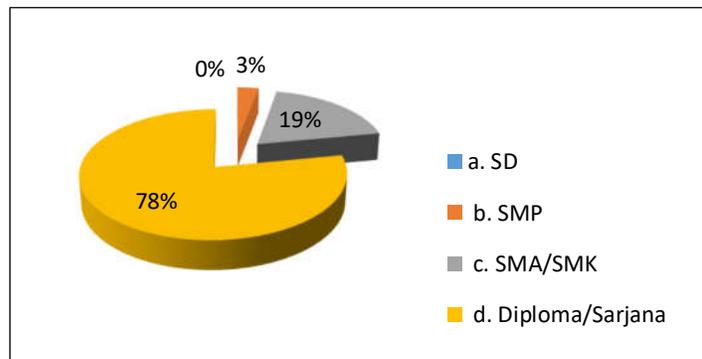
Gambar 3.
Usia Responden
Sumber : Hasil Kuesioner (2020), diolah

Berdasarkan daerah asal pengunjung seperti yang diperlihatkan Gambar 4, Samarinda merupakan daerah asal pengunjung tertinggi ke Kampung Ketupat ini yakni sebanyak 64%, selanjutnya Kabupaten Kutai Kartanegara sebesar 10% dan Kota Balikpapan sebesar 9%. Ini membuktikan bahwa Kampung ketupat masih hanya terkenal di kandangnya sendiri yakni kota Samarinda, walaupun sudah ada juga dari kabupaten dan kota lain seperti dari Kabupaten Paser dan juga Kota Bontang walaupun jumlahnya tidak terlalu signifikan.

Sementara itu sesuai dengan Gambar 5, berdasarkan pendidikan terakhir, level edukasi diploma atupun sarjana juga merupakan presentase kunjungan yang tertinggi pada pertanyaan mengenai latar belakang pendidikan yang berkunjung ke Kampung Ketupat ini.

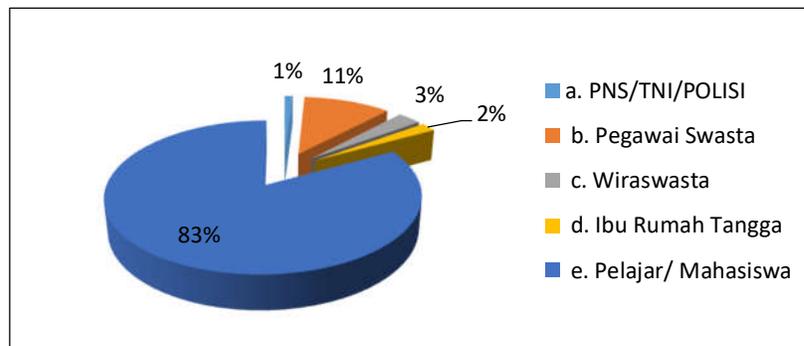


Gambar 4.
 Daerah Asal Pengunjung Responden
 Sumber : Hasil Kuesioner (2020), diolah



Gambar 5.
 Pendidikan Responden
 Sumber : Hasil Kuesioner (2020), diolah

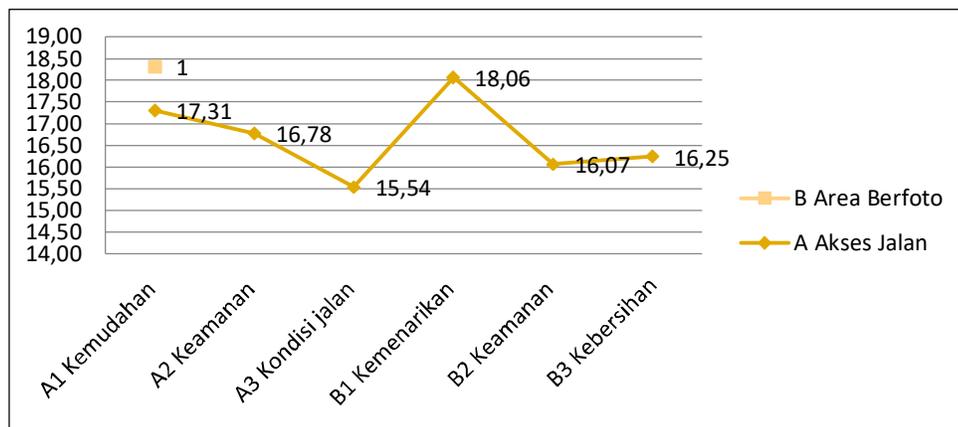
Sesuai dengan usia responden yang diperlihatkan pada Gambar 3 bahwa kaum milenial sangat antusias untuk berkunjung ke destinasi yang baru unik dan menarik ini. Sama halnya dengan pekerjaan dari responden bahwa status sebagai pelajar maupun mahasiswa sebanyak 83% telah memilih Kampung Ketupat ini sebagai tempat kunjungan untuk berwisata lokal seperti yang ditunjukkan pada Gambar 6.



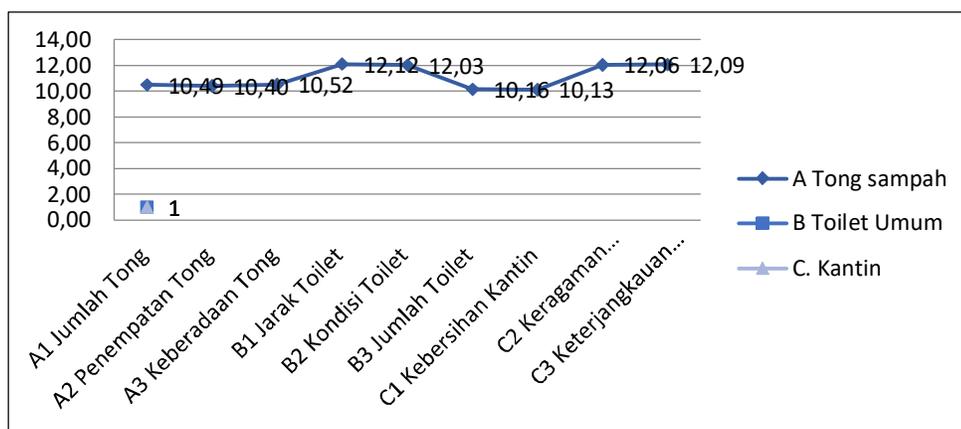
Gambar 6.
 Pekerjaan dari Responden
 Sumber : Hasil Kuesioner (2020), diolah

Fasilitas utama merupakan sarana yang dapat membuat wisatawan tersebut tertarik atau ingin datang berkunjung ke suatu destinasi wisata. Pada penelitian ini, fasilitas utama terdiri atas dua variabel yakni akses jalan dan ketersediaan area berfoto, yang masing-masing dari variabel tersebut terdapat 3 indikator. Seperti yang diperlihatkan pada Gambar 7 bahwa untuk akses jalan telah memiliki nilai tertinggi yakni 17,31% dan juga bahwa ketersediaan area foto yang menarik memiliki nilai tertinggi sebesar 18,06% pada sub sektor ini.

Sementara itu, fasilitas pendukung merupakan sarana yang dapat membuat wisatawan tersebut tertarik untuk tinggal lebih lama dan menghabiskan waktunya untuk datang berkunjung ke suatu destinasi wisata. Pada bagian ini Fasilitas pendukung di kampung ketupat terdiri atas tiga variabel tong sampah, toilet umum dan kantin, yang masing-masing dari variabel tersebut terdapat 3 indikator. Sesuai dengan yang diperlihatkan Gambar 8 bahwa ketersediaan tong sampah merupakan syarat mutlak pada fasilitas pendukung di kampung ketupat yakni sebesar 10,52% dan lokasi keberadaan toilet umum juga perlu menjadi perhatian penting sebagai fasilitas pendukung karena memiliki presentase sebesar 12,12%. Sedangkan harga yang terjangkau pada kantin/warung yang berada disekitar lokasi memiliki presentase sebesar 12,09%.



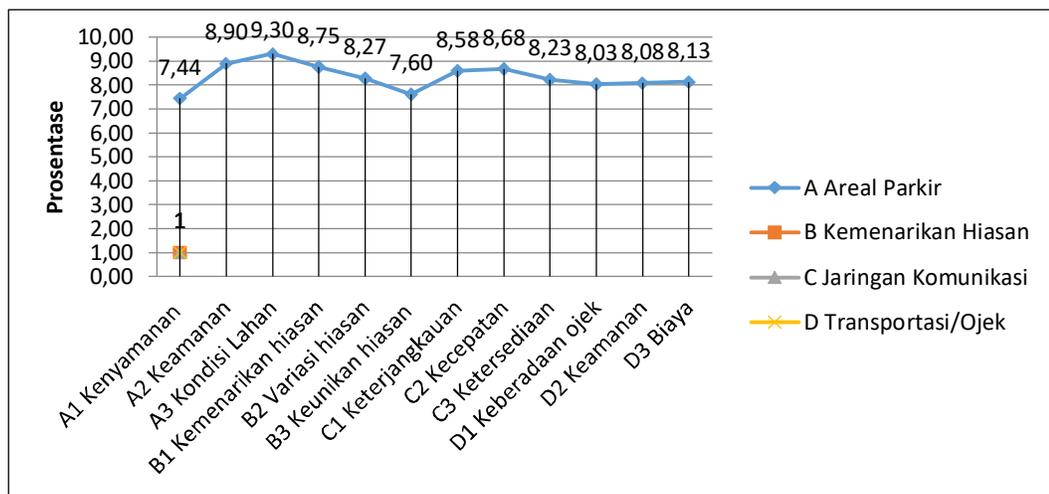
Gambar 7.
 Fasilitas Utama Kampung Ketupat Samarinda
 Sumber : Hasil Kuesioner (2020), diolah



Gambar 8.
 Fasilitas Pendukung Kampung Ketupat Samarinda
 Sumber : Hasil Kuesioner (2020), diolah

Adapun fasilitas penunjang merupakan sarana yang dapat membuat wisatawan tersebut merasa aman dan nyaman untuk datang berkunjung lebih lama dan menghabiskan waktunya untuk relaks dan santai menikmati keindahan dan kenyamanan saat berkunjung ke suatu destinasi wisata tersebut. Fasilitas penunjang di kampung ketupat terdiri atas empat variabel yaitu areal parkir, kemenarikan hiasan, jaringan komunikasi dan transportasi/ojek. Dari masing-masing variabel tersebut memiliki 3 indikator.

Sesuai dengan hasil rekapitulasi pada Gambar 9, kondisi lahan pada indikator areal parkir memiliki nilai 9,30% yang artinya para responden menginginkan lahan parkir dengan kondisi yang baik dan layak. Untuk kemenarikan hiasan yang ada di kampung ketupat mendapatkan presentase sebesar 8,75% yang berarti bahwa dalam persepsi responden hiasan akan menambah suasana hati menjadi lebih damai dan senang. Untuk kecepatan akses pada indikator jaringan komunikasi memiliki presentase tinggi yakni sebesar 8,68% artinya para responden menginginkan akses yang cepat dalam berkomunikasi. Sedangkan untuk faktor biaya pada indikator ojek merupakan hal yang sensitif pada harga atau ongkos transportasi, yakni sebesar 8,08% yang berpengaruh terhadap keinginan responden dalam berkunjung dengan transportasi umum.



Gambar 9.
Fasilitas Penunjang Kampung Ketupat Samarinda
Sumber : Hasil Kuesioner (2020), diolah

Berdasarkan hasil penyajian data dan analisis yang dilakukan, didapatkan bahwa persepsi masyarakat pengunjung destinasi wisata Kampung Ketupat bahwa tempat ini telah menjadi destinasi wisata bagi para generasi milenial untuk menikmati segala fasilitas sarana yang ada. Hal ini terlihat dari penyajian data statistik baik dari segi usia, pendidikan maupun status pekerjaan berasal dari kaum muda yang haus akan tertarik akan tempat-tempat wisata yang unik. Responden beranggapan bahwa fasilitas merupakan hal yang utama untuk dapat menarik para pengunjung datang, untuk melihat beragam hal-hal menarik seperti hiasan atau pernak pernik yang berwarna warni, sebagai wadah untuk berswafoto. Fasilitas pendukung maupun penunjang disini diharapkan bukan hanya menarik pengunjung untuk datang, melainkan membuat pengunjung untuk tinggal lebih lama dan juga lebih banyak membelanjakan uangnya di destinasi wisata ini. Hanya saja ada beberapa fasilitas tersebut yang belum sesuai dengan ekspektasi pengunjung, Ini terlihat dari hasil kuesioner yang dibagikan. Penulis membaginya menjadi 3 yakni fasilitas utama, pendukung dan penunjang. Dengan masing-masing variabel dan indikator didalamnya.

Fasilitas utama yakni selain kemudahan akses jalan untuk menuju tempat lokasi, kemenarikan tempat atau area untuk berfoto juga menjadi kunci utama yang menjadi daya tarik bagi pengunjung, selain itu kondisi jalan dan keamanan serta kebersihan area lokasi destinasi juga menjadi perhatian sebagai persepsi yang utama bagi pengunjung. Fasilitas pendukung yakni keberadaan toilet umum menempati urutan pertama bagi para pengunjung diikuti dengan harga serta keragaman jenis makanan dan minuman yang ada menempati urutan selanjutnya dalam persepsi pengunjung terhadap fasilitas pendukung. Fasilitas penunjang yakni kondisi dan keamanan lahan parkir merupakan persepsi yang terpenting bagi pengunjung serta keragaman variasi hiasan pada destinasi wisata ini yang membuat daya tarik berdasarkan angket yang masuk dan diterima oleh penulis.

Belajar membuat ketupat dan piring dari lidi daun kelapa merupakan sesuatu yang bisa dilakukan (*something to do*) dan sesuatu yang menjadi daya tarik wisata edukasi (*something to learn*) bagi para pengunjung terutama para pelajar. Namun kegiatan ini masih memiliki beberapa kelemahan dalam hal pengelolaan, karena belum ada penawaran paket wisata dan juga promosi. Pengunjung yang datang belum mengetahui jika di destinasi ini bukan hanya melihat dan menyaksikan warna warni lokasi dan pemandangan tepi sungai saja, tetapi belum adanya sajian kuliner khas (*something to buy*) yang berasal dari olahan ketupat belum tersedia di destinasi ini, hanya jajanan kecil saja yang bisa menemani para pengunjung dalam menikmati kunjungannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dari referensi teori dan juga data yang disajikan pengunjung (responden) bahwa destinasi Kampung Ketupat Warna Warni mempunyai fasilitas utama, fasilitas pendukung dan fasilitas pengunjung yang mana akses jalan dan area berfoto merupakan indikator utama bagi fasilitas yang ada. Sementara itu pengunjung hanya terbatas pada menikmati keindahan destinasi ini saja (*something to see*). Pihak pengelola dalam hal ini Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) perlu membuat suatu tempat belajar yang representatif (*workshop*) dalam praktek mengolah ketupat dan juga piring dari lidi daun kelapa sebagai bagian dari wisata edukasi (*something to learn*) serta perlunya membuat dan mendesain lokasi wisata kuliner yang menunya terbuat dari bahan ketupat, seperti Sate, Soto, Coto, dll, sehingga dapat membuat para pengunjung untuk bertahan lebih lama dan lebih banyak membelanjakan uangnya di destinasi wisata ini (*something to buy*).

UCAPAN TERIMAKASIH

- Kepada Ketua POKDARWIS Kampung Ketupat yang telah memberikan waktu kepada penulis untuk melakukan wawancara
- Kepada Bu Syamsiah, Pemilik Workshop Kampung Ketupat
- Kepada Semua tim yang terlibat dalam penyusunan penelitian ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali SB. (2016). Strategi Pengembangan Fasilitas Guna Meningkatkan Daya Tarik Minat Wisatawan Di Darajat Pass (Waterpark) Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut [skripsi]. Bandung (ID). Universitas Pendidikan Indonesia
- Devola Martania Fentri. (2017). *Persepsi Pengunjung Terhadap Daya Tarik Taman Wisata Alam Hutan Rimbo Tujuh Danau Di Desa Wisata Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Riau*. JOM FISIP Vol. (4): 4-7
- Fandeli, C. (2002). *Perencanaan Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Liberty.

- Gaspersz, Vincent. (1997). *Manajemen Kualitas*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Mill Robert Christie and Morrison. (1985). *The Tourism System*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Oka A. Yoeti. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Pemerintah Indonesia. (2009). *Undang-Undang Pariwisata Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Rumus, Fitra. 2020. <https://rumus.co.id/pengertian-pariwisata>, , diakses pada tanggal 16 April 2020
- Soehartono, I. (2008). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Spillane, J. J. (1994). *Pariwisata Indonesia Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta
- Sujarweni, Wiratna. (2014). *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru
- Thoha, M. (1996). *Prilaku Organisasi, Konsep dasar dan Prilakunya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Umar, H. (2003). *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka.
- Wahyuningsih R. 2018. *Persepsi Pengunjung Terhadap Fasilitas Di Objek Wisata Puncak Ulu Kasok Kabupaten Kampar*. JOM FISIP Vol. (5): 3-7
- Walgito, B. (2003). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Warpani, S. P. dan Warpani, I.P. (2007). *Pariwisata Tata Ruang Wilayah*. Bandung: ITB
- Young. (2010). *Definisi Persepsi*. http://id.shvoong.com/social/sciences/psychology/18/03/2010/definispers_epsen.html/#ixzzWDRrNai. diakses tanggal 16 April 2020