

# PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP TAMAN WISATA ALAM CAMPLONG, KABUPATEN KUPANG, PROVINSI NUSA TENGGARA TIMUR

## *TOURIST PERCEPTION OF THE CAMPLONG NATURE TOURISM PARK, KUPANG REGENCY, EAST NUSA TENGGARA PROVINCE*

Dian R. Kana Huru<sup>1)</sup>, Mamie E. Pellondo'u<sup>2)</sup>, Nixon Rammang<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Nusa Cendana

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Nusa Cendana

<sup>3)</sup> Dosen Program Studi Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Nusa Cendana

Email : [dianhuru27@gmail.com](mailto:dianhuru27@gmail.com)

### ABSTRACT

*Thesis title "Travelers' Perceptions of the Camplong Nature Tourism Park, Kupang Regency, East Nusa Tenggara Province" This study aims to determine the tourists' perceptions of the natural tourism park area, and to find out the tourists' perceptions of environmental cleanliness in the Camplong natural tourism park. This research was conducted in November 2019 at the Camplong Nature Tourism Park, Kupang Regency, East Nusa Tenggara Province. Tools and materials used in other research: Cameras, stationery, and questionnaires. The methods used in this study were observation, interview and documentation methods. The results showed that visitors' perceptions of all attractions Camplong natural tourist park is in the "interesting" category with a percentage of 77%; and visitor satisfaction in carrying out all activities (enjoying the attraction) is in the category of "satisfactory with a percentage of 75%; visitor perceptions of all services consisting of: accessibility is in the category of "quite supportive with a percentage of 67%; the physical condition of the facility is in the "good" category with a percentage of 74%; the cleanliness of the facility is in the "clean" category with a percentage of 71%, and the satisfaction of using the facility is in the "satisfactory" category with a percentage of 67%. There is a very large impact on interest in visiting, this can be seen from the high perception and several statements which indicate that the main impetus for tourists to visit is based on the attractiveness factor and service at the Camplong natural tourist park.*

**Keywords :** *Tourist Perception; Environmental Cleanliness*

### 1. PENDAHULUAN

Undang-undang Nomor 41 Tahun 1999 Tentang Kehutanan, menyatakan hutan sebagai modal pembangunan nasional yang memiliki manfaat nyata bagi kehidupan dan penghidupan bangsa, baik manfaat ekologi, sosial budaya maupun ekonomi, secara seimbang dan dinamis. Hutan dari segi ekologi merupakan suatu ekosistem karena adanya hubungan antara vegetasi tumbuhan/pepohonan pembentuk

hutan dengan satwa liar dan alam lingkungannya yang sangat erat (Indroyono, 2006 dalam Maharani, 2016).

Besarnya manfaat hutan sebagai sumber kehidupan mendorong adanya upaya pengoptimalan potensi yang ada, salah satunya melalui pemanfaatan jasa lingkungan berbentuk kepariwisataan. Pariwisata merupakan komoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu, karena aktivitas berwisata bagi seorang individu dapat meningkatkan daya kreatif,

menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis, mengetahui peninggalan sejarah dan budaya suatu etnik tertentu, kesehatan dan pariwisata spiritualisme.

Salah satu bagian dari Taman Wisata Alam yang ada di Indonesia yakni Taman Wisata Alam Camplong yang terletak di daratan Pulau Timor sekitar 45 kilometer sebelah barat laut Kota Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Secara administrasi pemerintahan, kawasan ini termasuk kedalam wilayah kecamatan Fatuleu, Kabupaten Kupang. Sesuai dengan pembagian administrasi pengelolaan kawasan konservasi, Taman Wisata Alam Camplong berada dalam wilayah pemangku Resort Wilayah Konservasi TWA Camplong dan TWA Bipolo, Seksi Konservasi Wilayah II Camplong, Bidang KSDA Wilayah I Soe pada Balai Besar KSDA NTT. Kawasan Taman Wisata Alam Camplong memiliki luas 696,60 hektar.

Berbagai upaya telah dilakukan oleh pengelola untuk mengembangkan sektor pariwisata di TWA Camplong. Namun upaya tersebut ternyata masih belum mampu menjadikan TWA Camplong sebagai daerah tujuan wisata yang unggul di Kabupaten Kupang. Permasalahan Taman Wisata Alam Camplong Kabupaten Kupang yang terjadi dikarenakan lemahnya kesadaran dari pihak yang tidak bertanggung jawab. Dimana wisatawan, masyarakat sekitar atau masyarakat umum yang melintasi kawasan tersebut tidak memiliki kesadaran dalam menjaga kebersihan di kawasan TWA Camplong, yang berdampak pada ekosistem hutan dan terganggunya kenyamanan wisatawan serta masyarakat sekitar hutan.

## 2. METODOLOGI

### 2.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung di lapangan melalui

observasi dan kegiatan wawancara terhadap pengunjung, pengelola, pedagang dan pencatatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata Alam.

2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai instansi atau lembaga terkait yang relevan dengan penelitian ini.

Metode pengambilan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Metode observasi
- b. Wawancara atau kuisisioner.
- c. Metode dokumentasi.
- d. Kuisisioner.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif, yaitu metode analisis yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan hasil wawancara dan observasi yang diperoleh dalam penelitian. Analisis kualitatif deskriptif berpedoman pada hasil skoring menggunakan Skala Likert (Sugiyono, 2010).

Tingkat persetujuan dalam Skala Likert terdiri dari 5 skala yaitu:

- Sangat Setuju (SS) skor 5
- Setuju (S) skor 4
- Ragu-ragu (RG) skor 3
- Tidak Setuju (TS) skor 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) skor 1

Untuk menentukan total skor dilakukan perhitungan sebagai berikut:

- SS = Responden SS x 5
- S = Responden S x 4
- RG = Responden RG x 3
- TS = Responden TS x 2
- STS = Responden STS x 1
- Total Skor = Total SS + S + RG + TS + STS

Untuk menentukan penilaian di lakukan perhitungan sebagai berikut:

- Skor Maksimum = Jumlah Total Responden x Skor Likert Tertinggi
- Skor Minimum = Jumlah Responden x Skor Likert Terendah
- Indeks (%) = (Total Skor / Skor Maksimum) x 100

Interval penilaian dalam Skala Likert adalah sebagai berikut:

– STS=	0%	-	19,99%
– TS =	20%	-	39,99%
– RG=	40%	-	59,99%
– S =	60%	-	79,99%
– SS =	80%	-	100%

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Potensi Fauna dan Flora TWA

##### Camplong

Adapun jenis-jenis satwa yang umum dijumpai antara lain adalah Kera Ekor Panjang (*Macaca fascicularis*), Biawak Timor (*Varanus timorensis*), Ular Sanca Timor (*Phyton timorensis*), Srigunting (*Disrurus leucopatus*), Kakatua Putih Kecil Jambul Kuning (*Cacatua Sulphurea*), Kuskus (*Phalangers orientalis*) dan berbagai jenis tumbuhan tersedia lainnya yang penyebarannya terdapat hampir di setiap lokasi dengan kondisi substrat yang berbeda. Taman Wisata Alam Camplong juga memiliki vegetasi yang mewakili tipe ekosistem hutan dataran sedang, terletak pada ketinggian sekitar 245-480 mdpl. Secara alamiah tipe ekosistem di sini dapat di kelompokkan menjadi 2 tipe ekosistem, yaitu ekosistem hutan musim, ditandai dengan vegetasi yang kurang tinggi (antara 15-20 m), banyak percabangan dan pada musim kering menggugurkan daunnya, serta ekosistem hutan savanna. Dan beberapa jenis tumbuhan sangat penting untuk keseimbangan ekosistem, seperti melengkapi *Ficus Sp* (genus), dan beberapa jenis pohon berbunga lainnya seperti *Alstonia scholaris*, *Cassia javanica* (*Trengguli wanggung*), keberadaan *Ficus Sp* tertentu, TWA Camplong juga menjadi tempat bersarang lebah hutan (*Apis dorsata*) yang memiliki peran penting dalam produksi madu, makanan bagi berbagai jenis satwa dan sumber mata air bagi penduduk sekitar. Di TWA Camplong terdapat 104 spesies flora dari 51 keluarga, beberapa jenis yang muda di jumpai adalah jenis Johar (*Cassia siamea*),

Kenanga (*Cananga odorata*), Asam (*Tamarindus indicus*), Bidara (*Zizipuz timorensis*), Jati (*Tectona grandis*), Kesambi (*Shcleichere oleosa*) dan beberapa jenis *Ficus sp*.

Luasan kawasan TWA camplong berdasarkan Surat keputusan Menteri Kehutanan Nomor : 180 seluas ± 475 Hektar sebagai Hutan tertutup yang terpelihara seluas ± 2.000 hektar.

##### a. Mata Air dan Kolam Renang TWA Camplong

Dalam kawasan tidak kurang dari sebelas mata air yang airnya sangat jernih. Selain digunakan oleh penduduk untuk keperluan sehari-hari seperti mandi, mencuci, memasak, dan air minum, salah satu mataair yang debitnya paling besar dan tidak pernah kering pada musim kemarau, dan juga terdapat kolam renang yang disediakan bagi pengunjung.

##### b. Gua Alam, penjelajahan Hutan dan pedagang TWA Camplong

Pada sekitar kolam renang terdapat gua-gua alam atau gua karan, dengan tipe vegetasi hutan yang masih utuh dengan udara yang sejuk, maka kawasan ini cukup memadai bagi pengunjung yang senang melakukan lintas alam atau penjelajahan hutan, berkemah, memotret, menikmati keindahan alam, studi wisata, penelitian, dan penelitian hayati flora fauna lainnya. Kegiatan di TWA Camplong mempunyai pengaruh besar terhadap lingkungan sekitar. Menurut Hakim (2004), TWA merupakan salah satu cara mengintegrasikan kebijakan lingkungan dan ekonomi dalam pembangunan wilayah. Jika dikelola dengan baik, TWA dapat menjaga keanekaragaman hayati, menghasilkan dana untuk konservasi lingkungan,. TWA Camplong memegang peranan penting terhadap perekonomian masyarakat sekitar, khususnya kelompok masyarakat yang berperan sebagai pengelola dan masyarakat-masyarakat pedagang. Manfaat TWA juga dirasakan oleh beberapa ibu-ibu pedagang yang mengaku bahwa kehidupan perekonomian keluarga menjadi sedikit lebih meningkat

jika dibandingkan dengan sebelum berdagang di area TWA Camplong.

### 3.2 Identitas Responden

#### a. Karakteristik Responden

Karakteristik merupakan ciri-ciri yang dimiliki oleh seorang responden dan berbeda setiap respondennya, sehingga dapat digunakan sebagai pembeda antar responden. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan terhadap 120

Berdasarkan kelompok usia respondendapat diketahui bahwa, sebagian besar responden (usia 21-30 tahun) memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik. Hal ini dikarenakan pada kisaran usia tersebut seseorang telah memiliki penilaian yang cukup matang terhadap suatu hal dan didukung oleh tingkat pendidikan terakhir yang diperoleh, sehinggapengetahuan yang dimiliki sudah cukup untuk

responden (laki-laki dan perempuan) dengan usia mulai dari 17 tahun keatas. Berdasarkan hasil penelitian, maka beberapa karakteristik responden yang ditemui di TWA Camplong dapat dilihat sebagai berikut:

#### b. Usia dan Tingkat Pendidikan

Dari hasil wawancara yang dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut:

memberikan jawaban terhadap pertanyaan yang diberikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingginya tingkat pendidikan pengunjung tidak dicerminkan pada tindakan yang dilakukan di TWA Camplong, dimana terdapat aktivitas pengunjung yang mencoret-coret fasilitas dan membuang sampah sembarangan.

#### c. Profesi

Dari hasil wawancara yang dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Profesi Responden

No.	Profesi	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Wiraswasta	11	10 %
2	Swasta	13	10 %
3	PNS/TNI/POLRI	9	8%
4	Pelajar/ Mahasiswa	77	64 %
5	Lainnya	10	8 %
<b>Jumlah</b>		<b>120</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Data primer Setelah Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa, tingkat pendapatan sebagian besar responden berada pada kategori rendah. Rendahnya tingkat pendapatan sebagian besar responden dikarenakan, responden dengan profesi sebagai pelajar/mahasiswa belum memiliki pendapatan tetap secara mandiri. Taman Wisata Alam Camplong merupakan tempat wisata dengan harga jual yang murah, sehingga menjadi pilihan bagi sebagian besar pengunjung dengan perofesi sebagai pelajar/mahasaiswa. Harga yang murah bukan merupakan satu-satunya hal yang mendasari kunjungan tertinggi berasal dari kalangan pelajar/mahasiswa, dorongan berkunjung didasari juga oleh kebutuhan penelitian, pendidikan dan dalam rangka menjalankan

beberapa kegiatan yang berwawasan lingkungan.

#### d. Sumber Informasi TWA Camplong

Dari hasil wawancara yang dilakukan, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa, promosi terhadap TWA Camplong yang dilakukan oleh pengelola, dinas, biro perjalan wisata Alam dan lainnya baik melalui media cetak maupun elektronik masih sangat kurang. Sangat kurangnya promosi dapat diketahui dari informasi Wisatawan yang diperoleh, dimana sebagian besar responden memperoleh informasi Wisatawan melalui informasi lisan dari keluarga, teman atau relasi yang pernah berkunjung ke TWA Camplong.

Informasi bukan saja mengenai keberadaan Wisatawan, tetapi juga

berkaitan dengan kemampuan petugas dalam menjelaskan mengenai Taman Wisata serta peran fungsi TWA. Informasi-informasi yang bersifat wawasan sebaiknya lebih ditingkatkan lagi

agar menimbulkan kepedulian dan pemahaman yang lebih baik di kalangan pengunjung.

#### e. Motivasi Kunjungan

Tabel 2. Motivasi Kunjungan

No.	Motivasi Kunjungan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Rekreasi/Liburan	111	92 %
2	Penelitian/Pendidikan	2	2 %
3	Lainnya	7	6 %
<b>Jumlah</b>		<b>120</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Data primer Setelah Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa, motivasi kunjungan ke Taman Wisata Alam Camplong terbagi menjadi tiga, yaitu: Rekreasi atau liburan, Penelitian/pendidikan dan Lainnya

(termasuk kegiatan yang bersifat konservatif). Dimana sebagian besar motivasi kunjungan Wisatawan adalah untuk rekreasi/liburan.

#### f. Tipe Pengunjung

Tabel 3. Tipe Pengunjung

No.	Tipe Pengunjung	Frekuensi	Persentase
1	Sendiri	3	2 %
2	Teman Dekat	41	34%
3	Teman-Teman	48	40 %
4	Keluarga	26	22 %
5	Kelompok Wisata	2	2 %
<b>Jumlah</b>		<b>120</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Data primer Setelah Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa, tipe pengunjung yang datang ke Taman Wisata Alam Camplong lebih didominasi kunjungan bersama teman-teman, sehingga pengelola harus lebih memperhatikan kondisi fisik fasilitas agar mampu mendukung kapasitas dan aktivitas pengunjung yang datang. Tipe

pengunjung juga menentukan aktivitas apa yang dilakukan serta dampaknya terhadap lingkungan, terkadang pengunjung dengan tipe rombongan cenderung beraktivitas semaunya hingga beberapa tindakan negatif tidak dapat terkontrol dan berakibat pada keadaan lingkungan sekitar.

#### g. Jumlah Kunjungan

Tabel 4. Jumlah Kunjungan

No.	Jumlah Kunjungan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Pertama Kali	34	28 %
2	2 kali	36	30%
3	3 - 5 Kali	27	22%
4	> 5 Kali	23	20 %
<b>Jumlah</b>		<b>120</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Data primer Setelah Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa, sebagian besar pengunjung telah melakukan kunjungan ke Taman Wisata Alam Camplong sebanyak dua kali. Hal ini berarti pada saat melakukan kunjungan pertama, Wisatawan Alam mendapatkan

kesan yang baik, sehingga memutuskan untuk melakukan kunjungan kedua kalinya ke Taman Wisata Alam Camplong. Terkadang banyaknya kunjungan ke satu objek wisata yang sama akan membuat seseorang merasa bosan dengan hal-hal

yang terdapat di objek wisata tersebut, apa lagi jika seseorang memiliki pengalaman lebih menarik pada objek wisata yang serupa di tempat berbeda. Tabel 7 juga menunjukkan bahwa, pengunjung Taman Wisata Alam Camplong merasa senang

dengan daya tarik yang selalu ada pada alamnya dan pelayanan yang diberikan sangat baik sehingga mempengaruhi minat Wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali.

#### h. Hari, Waktu dan Lama Kunjungan

Tabel 5. Hari Kunjungan yang Dilakukan

No.	Hari Kunjungan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Akhir Pekan	64	53%
2	Hari Kerja	0	0 %
3	Hari Libur	56	47%
<b>Jumlah</b>		<b>120</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Data primer Setelah Diolah, 2020

Tabel 6 menunjukkan bahwa, sebagian besar pengunjung Taman Wisata Alam Camplong melakukan kunjungan pada waktu sore hari. Hal ini dikarenakan, akhir pekan merupakan hari dimana orang-orang beristirahat dan melakukan aktivitas

diluar tugasnya untuk menenangkan pikiran, salah satunya melalui kegiatan wisata. Waktu juga mempengaruhi kapan seseorang akan melakukan aktivitas wisata.

Tabel 6. Waktu Kunjungan yang Dilakukan

No.	Waktu Kunjungan	Frekuensi	Persentase
1	Pagi Hari	44	37 %
2	Siang Hari	15	13 %
3	Sore Hari	61	50 %
<b>Jumlah</b>		<b>120</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Data primer Setelah Diolah, 2020

Dorongan utama pengunjung datang pada sore hari dikarenakan, pada waktu sore hari suasana lebih sejuk dan pengunjung dapat bersantai sambil menikmati keindahan alam. Dari hasil penelitian juga diketahui bahwa, waktu kunjungan mempengaruhi lama waktu yang dihabiskan oleh seorang pengunjung. Seorang pengunjung dapat menghabiskan waktu paling lama sekitar 4-<5 jam di Taman Wisata Alam Camplong jika ia datang pada waktu sepi pengunjung. Hal ini juga menunjukkan bahwa, TWA

Camplong mampu memberikan kenyamanan bagi pengunjung, sehingga pengunjung banyak menghabiskan waktunya di TWA Camplong.

Disisi lain, sebagian besar pengunjung hanya dapat menghabiskan waktunya sekitar 1-<2 jam saja, ini dikarenakan kunjungan dilakukan pada saat sedang ramai (sore hari), sehingga lopo dan Kolam yang ada tidak dapat mengimbangi jumlah pengunjung yang ada.

#### i. Sarana Transportasi

Tabel 7. Sarana Transportasi yang Digunakan

No.	Sarana Transportasi	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Jalan Kaki	4	3 %
2	Kendaraan Pribadi	30	25 %
3	Kendaraan Umum	86	72 %
<b>Jumlah</b>		<b>120</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Data primer Setelah Diolah, 2020

Cara tempuh dari dan menuju TWA Camplong paling banyak dilakukan

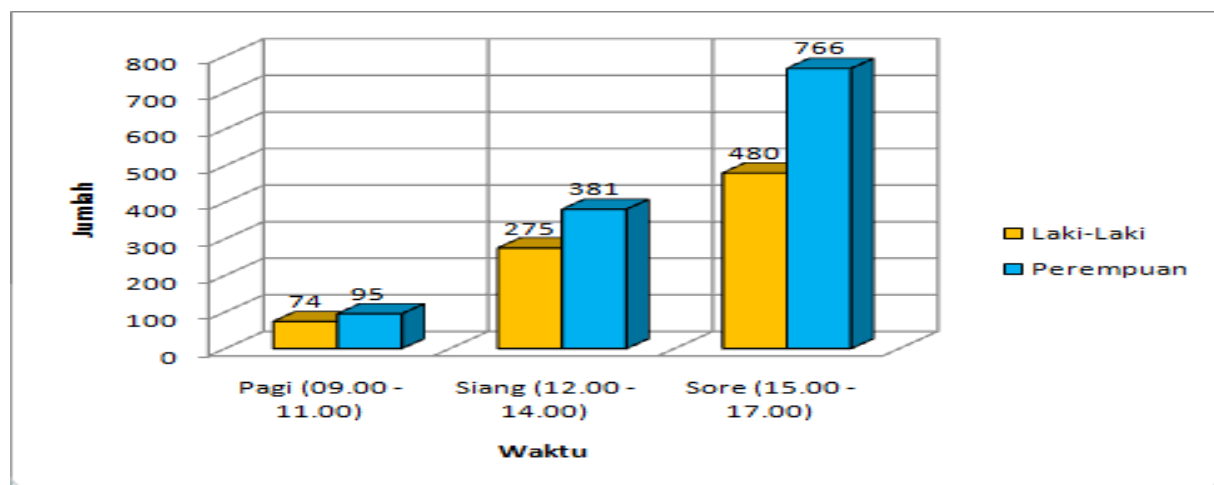
menggunakan kendaraan umum dan diikuti kendaraan pribadi. Hal ini

menunjukkan bahwa, sebagian besar wisatawan berasal dari tempat yang cukup jauh dari keberadaan TWA Camplong dan hanya sebagian kecil saja yang merupakan pengunjung dari daerah setempat, sehingga perjalanan dapat ditempuh dengan berjalan kaki.

Persepsi harga diikuti oleh pernyataan mengenai biaya masuk, sehingga persepsi harga ini lebih kepada biaya masuk yang dibayarkan oleh pengunjung. Hasil menunjukkan bahwa, sebagian besar pengunjung berpersepsi

jika harga masuk (Rp. 5000,-) cukup murah, karena dapat dijangkau semua kalangan baik dari ekonomi rendah, menengah sampai tinggi, serta pengunjung dapat menikmati beberapa aktivitas wisata Alam sekaligus. Adapun beberapa persepsi harga yang dibayarkan mahal dan sangat mahal, hal ini berkaitan dengan kekecewaan pengunjung karena kurangnya fasilitas padahal pemasukan yang diperoleh setiap harinya cukup besar.

### 3.3 Jumlah Pengunjung Taman Wisata Camplong



Gambar 1. Jumlah Pengunjung Bulan Mei 2019

Gambar 1 menunjukkan bahwa, jumlah pengunjung di TWA Camplong yang tercatat selama bulan Mei 2019 (pada akhir pekan) adalah sebanyak 2.071 orang (laki-laki dan perempuan). Kunjungan terbanyak dilakukan oleh perempuan sebanyak 1.242 orang dan laki-laki sebanyak 829 orang, dengan kunjungan tertinggi terjadi pada waktu sore hari (15.00-17.00). Tingginya kunjungan yang dilakukan oleh perempuan berkaitan dengan aktivitas fisik yang dilakukan, dimana aktivitas yang dapat dilakukan di TWA Camplong cenderung ringan sehingga menjadi pilihan yang tepat bagi kaum perempuan untuk berwisata. Tingginya kunjungan pada waktu sore hari didasari oleh beberapa hal, dimana suasana lebih sejuk dan pengunjung dapat bersantai sambil menikmati keindahan

Alam dan kesejukan Alam, akan tetapi hal ini dibatasi oleh kurangnya Satwa.

#### a. Persepsi Pengunjung

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, ditemui berbagai karakteristik responden di TWA Camplong. Penjelasan sebelumnya telah disampaikan bahwa usia turut berperan terhadap pengetahuan, penilaian dan aktivitas seorang responden. Dari pemikiran tersebut, maka dipilih responden dengan karakteristik tingkat pendidikan untuk dijadikan fokus dalam pembahasan ini. Dimana berbagai persepsi terkait daya tarik, aksesibilitas, pelayanan (fasilitas) dan kepuasan berwisata di TWA Camplong Desa camplong 1 dan II dapat dilihat dalam perhitungan berikut dengan Skor Maksimum:

Tabel 8. Skor Maksimum

Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Skor Maksimum
SD	1	5
SMP	7	35
SMA	98	490
PT	14	70
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>600</b>

Sumber : Data primer Setelah Diolah, 2020

#### b. Daya Tarik

Daya tarik merupakan motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata Alam. Penelitian yang dilakukan Basiya dan Rozak (2012) menyimpulkan daya tarik wisata alam (*natural attraction*), daya tarik budaya (*cultural attraction*), daya tarik berupa

Daya tarik TWA Camplong jika diklasifikasikan menurut pembagian Basiya dan Rozak, maka daya tariknya merupakan penggabungan antara daya tarik Wisata Alam dan daya tarik berupa arsitektur bangunan. Berdasarkan Tabel 14 di atas menunjukkan bahwa, keseluruhan daya tarik TWA Camplong yang meliputi daya tarik tumbuhan, hewan, kolam dan hutan yang rimbun berada pada kategori “Menarik” (77%). Hasil tersebut berarti, TWA Camplong yang menonjolkan keindahan alam sebagai produk utamanya memiliki pengaruh yang besar terhadap minat berkunjung wisatawan.

Kurangnya perhatian pengelola akan kebersihan lingkungan bukan saja berpengaruh terhadap daya tarik yang ada, tetapi berpengaruh juga terhadap kesehatan masyarakat, kehidupan vegetasi hutan dan kesesuaian ekosistem hutan sebagai habitat bagi tumbuhan hutan untuk tumbuh dan berkembang biak. Oleh karena itu masyarakat sebagai pengelola Taman Wisata Alam Camplong harus lebih meningkatkan upaya-upaya konservasi, misalnya dengan pembersihan sampah-sampah dalam kawasan hutan dan memberikan pemahaman kepada pengunjung akan fungsi dan manfaat dari TWA Camplong agar pengunjung juga dapat berpartisipasi dalam upaya menjaga dan melestarikan ekosistem hutan.

arsitektur bangunan (*building attraction*) dan daya tarik wisata sosial (*social attraction*) memiliki pengaruh langsung dan positif terhadap kepuasan pengunjung. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh indeks persepsi pengunjung terhadap daya tarik TWA Camplong sebagai berikut:

#### c. Pelayanan (Fasilitas)

Pelayanan yang berkualitas adalah kemampuan perusahaan dalam menyajikan atau memenuhi apa yang dijanjikan kepada para pelanggan (Valerie, 2003 dalam Irawan, 2017). Penelitian yang dilakukan Dabholkar, *et. al.* (2000) dalam Tjiptono (2005) menyatakan bahwa kualitas jasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan (Irawan, 2017). Pelayanan jasa yang baik dan berkualitas diperlukan untuk dapat menyenangkan atau memuaskan pelanggan. Selanjutnya, kualitas akan mempengaruhi kesan konsumen terhadap suatu produk dan kesan ini akan berdampak pada proses dari kualitas yang diharapkan terhadap kualitas yang dirasakan (Wijaya, 2011).

Sebagai wisata dengan konsep konservasi, haruslah didukung dengan fasilitas-fasilitas yang mencukupi guna terlaksananya tujuan taman Wisata Alam. Dalam penelitian ini, diperoleh indeks persepsi pengunjung terhadap fasilitas di Taman Wisata Alam berupa kondisi fisik dan kebersihan fasilitas yang dapat dilihat sebagai berikut:

#### d. Kondisi Fisik Fasilitas

Berdasarkan tanggapan responden dapat diketahui bahwa, kondisi fisik



fasilitas Taman Wisata Alam Camplong yang meliputi Parkiran, Warung/kantin, Pusat informasi, tempat sampah, Lopo, Toilet dan kolam berada pada kategori “Baik” (74%), namun memiliki nilai indeks yang cukup rendah. Rendahnya nilai indeks berbanding lurus dengan kondisi fisik fasilitas, dimana kondisi Kolam kurang bersih sehingga menyebabkan pengunjung yang ingin mandi atau renang merasa gelisa dengan kondisi kolam yang berlumut dan kotor.

#### e. Kondisi Kebersihan Fasilitas

Taman Wisata Alam Camplong sebagai wisata berkonsep lingkungan haruslah memperhatikan kebersihan terutama kebersihan fasilitas, karena akan mempengaruhi kebersihan lingkungan sekitar dan aktivitas wisata. Taman Wisata Alam Camplong yang menyuguhkan aktivitas di daerah konservasi, haruslah diimbangi dengan kesadaran pengunjung akan kelestarian hutan, serta didukung fasilitas kebersihan yang mencukupi. Kondisi kebersihan seluruh fasilitas di TWA Camplong berada pada kategori “Bersih” dengan nilai indeks 71%. Hasil ini bertolak belakang dengan kondisi kebersihan TWA Camplong, dimana terdapat sampah-sampah yang berserakan akibat kurangnya fasilitas penunjang kebersihan (tempat sampah) dan aktivitas coret-coret pada tembok pagar dan lopo yang menimbulkan pemandangan kurang menarik. Kondisi kebersihan TWA Camplong bukan saja akibat keterbatasan fasilitas (tempat sampah), tetapi juga dikarenakan rendahnya kepedulian pengunjung terhadap lingkungan meskipun pengunjung memahami dengan baik peran fungsi ekosistem hutan. Hal ini menunjukkan bahwa, pengelola harus lebih memberikan informasi dan memperhatikan kondisi kebersihan karena memiliki pengaruh besar terhadap ekowisata alam dan ekosistem hutan.

#### f. Kepuasan Pengunjung

Kepuasan pengunjung memiliki pengaruh nyata terhadap minat berkunjung

kembali. Basiya dan Rozak (2012) mendefinisikan minat berkunjung ulang adalah keadaan mental seseorang yang mencerminkan rencana untuk melakukan beberapa tindakan dalam jangka waktu tertentu. Minat berkunjung ulang dalam hubungannya dengan kunjungan wisatawan dalam pembelian jasa pariwisata disebut sebagai *behavior attention to visit*.

Kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan dan kemungkinan besar akan mengarah pada pembelian terhadap produk yang sama (Assael, 1995 dalam Irawan, 2017).

Dalam penelitian ini diketahui bagaimana kepuasan pengunjung terhadap penggunaan fasilitas dan beraktivitas di TWA Camplong. Tingkat kepuasan pengunjung ini dapat dilihat sebagai berikut:

#### g. Kepuasan Penggunaan Fasilitas

Berdasarkan tanggapan responden bahwa, tingkat kepuasan pengunjung dalam penggunaan seluruh fasilitas berada pada kategori “Memuaskan”, namun memiliki nilai indeks yang cukup rendah yaitu sebesar 67%. Rendahnya nilai indeks ini diikuti pernyataan yang dapat menjawab mengapa nilai indeks ini rendah, hal ini dikarenakan kondisi kolam yang kurang terawat, yang memunculkan kekhawatiran bagi beberapa pengunjung terkait penyakit dengan adanya air yang kotor, kurangnya fasilitas seperti lopo, sadwa, tempat sampah dan toilet, serta beberapa fasilitas lainnya yang tidak dioperasikan. Kepuasan pengunjung ini, juga sangat berpengaruh terhadap rekomendasi atau promosi yang diberikan oleh pengunjung kepada para calon pengunjung.

#### **h. Kepuasan Beraktivitas Wisata**

Kepuasan pengunjung dalam melakukan aktivitas di TWA Camplong menunjukkan bahwa, pengunjung merasakan cukup memuaskan dalam berwisata di Wisata Alam Camplong, dan ada beberapa pengunjung menyatakan bahwa mereka sangat puas dengan adanya Alam dan pelayanan yang ada dalam TWA Camplong. Salah satunya yang membuat pengunjung tertarik adalah bisa dapat dilakukan membuat spot-spot foto yang dapat mengabadikan momen-momen dengan hasil yang memuaskan ketika berkunjung, dan telah menyediakan sarana prasarana penunjang aktivitas pendidikan atau penelitian karena sebagian pengunjung berasal dari kalangan pelajar/mahasiswa.

#### **i. Minat Berkunjung**

Minat berkunjung wisatawan sangat dipengaruhi oleh daya tarik dan pelayanan dan Alamnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, sebagian besar pengunjung menyatakan bahwa rekreasi yang cenderung murah adalah berkunjung ke obyek wisata alam/TWA Camplong. suasananya yang alami jauh dari hingar bingar sesuai dengan manfaat rekreasi sebagaimana tersebut di atas. Pantai kupang dan sekitarnya sudah banyak. Obyek yang dekat dari kota kupang dan benuansa alam ya Taman Wisata Alam Camplong. Dengan waktu hanya sekitar 1 jam dari kota kupang dan terletak di tepi jalan trans Timor. Salah satu alasan yang membuat pengunjung ingin melakukan kunjungan kembali, dimana pengunjung berpendapat bahwa biaya masuk sangat murah, dan petugas sangat ramah sehingga pengunjung selalu datang terus menerus ke TWA camplong.

#### **j. Keberadaan TWA Camplong**

Keberadaan TWA Camplong tidak dapat dilepaskan dari vegetasi penyusun hutannya. Ada beberapa hal penting yang membuat daya tarik pengunjung yang berada pada TWA Camplong yaitu terdiri dari lingkungan alami yang indah seperti pepohonan yang rimbun di sekitar kolam

air Oenaek menciptakan iklim mikro yang lebih sejuk. TWA Camplong terkenal karena kolam airnya, yang di sebut dengan Oenaek. Oenaek atau kolam besar, pengunjung juga dapat mengamati Buaya muara (*Crocodyrus prosus*), yang berada di kolam khusus, selain mengamati satwa dan tumbuhan liar lainnya, pengunjung juga dapat mengamati Gua alam di sekitar kolam air *Oenaek* dahulu saat era kerajaan menjadi tempat pertahanan/persembunyian para *Meo* (panglima tentara). Saat ini di TWA Camplong sedang dilakukan pembangunan sarana dan prasarana alam yang bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Kedepannya masih akan di lakukan pembangunan lagi meski secara bertahap, sebagai contoh adalah penataan komplek kolam *Oenaek*. Pengembangan obyek wisata terlebih wisata alam memang membutuhkan anggaran dan rancangan yang tidak biasa. Oleh karenanya agar tidak membebani pengelolaan konservasi, pemerintah telah membuka kesempatan investasi bidang perusahaan pariwisata alam melalui Alam dan izin usaha pemamfaatan sarana wisata Alam. Hal ini menunjukkan bahwa, beberapa pengunjung sangat setuju akan keberadaan TWA Camplong karena dinilai ada perkembangan dan kemajuan atau hal baru yang mampu menambah daya tarik pengunjung yang besar. Hal tersebut dikarenakantingginyakepedulian dan pengawasan petugas terhadap aktivitas pengunjung, serta fasilitas kebersihan (tempat sampah) yang ada sehingga setiap pengunjung dapat membuang sampah pada tempatnya.

## **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan gambaran tentang laporan hasil dan pembahasan penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi pengunjung terhadap seluruh daya tarik Taman Wisatawan Alam camplong berada pada kategori “Menarik” dengan persentase sebesar 77%; dan kepuasan pengunjung dalam

melakukan seluruh aktivitas (menikmati daya tarik) berada pada kategori “Memuaskan” dengan persentase sebesar 75%.

2. Persepsi pengunjung terhadap seluruh pelayanan yang terdiri dari; Akseibilitas berada pada kategori “Cukup Mendukung” dengan persentase sebesar 67%; kondisi fisik fasilitas berada pada kategori “Baik” dengan persentase sebesar 74%; kebersihan fasilitas berada pada kategori “Bersih” dengan persentase sebesar 71%; dan kepuasan penggunaan fasilitas berada pada kategori “Memuaskan” dengan persentase sebesar 67%.
3. Faktor daya tarik dan pelayanan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap minat berkunjung, hal ini terlihat dari tingginya persepsi serta beberapa pernyataan yang menunjukkan bahwa dorongan utama wisatawan melakukan kunjungan didasari oleh faktor daya tarik dan pelayanan di Taman Wisata Alam Camplong.

#### 4.2 Saran

Adapun saran yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah:

1. Pengembangan daya tarik yang ada agar semakin menambah minat kunjungan wisatawan, khususnya pengembangan bidang pendidikan atau penelitian karena sebagian besar pengunjung berasal dari kalangan pelajar/mahasiswa.
2. Peningkatan pelayanan yang ada (akseblitas, fasilitas dan sambutan petugas) sehingga menimbulkan kepuasan di kalangan pengunjung dan agar setiap kegiatan dapat terus berjalan.
3. Sebaiknya kewenangan pengelolaan diberikan kepada pihak Pemerintah atau Swasta karena dinilai mampu mengatur sebuah sistem pengelolaan yang baik sehingga fungsi ekologi, ekonomi dan sosiasal ekosistem hutan dapat berjalan seimbang. Walaupun tidak, masyarakat dapat lebih

memperhatikan kondisi Taman Wisata Alam Camplong agar fungsi ekologi dan sosial dapat berjalan seimbang dengan fungsi ekonomi. Salah satunya dapat dilakukan penanaman kembali vegetasi tumbuhan pepohonan di sertai satwa yang mati dan atau pemeliharaan hutan melalui kegiatan pembersihan sampah yang mencemari ekosistem tananam hutan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arief dkk,2010 menyebutkan beberapa manfaat yang berkaitan dengan keberadaan ekosistem hutan bakau di Taman Wisata Alam.
- Basiya, R Dan Rozak, H. A. 2012. Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan NiatKunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah. UniversitasStikubank. Semarang.
- Hakim, L. 2004. Dasar-Dasar Ekowisata. Bayumedia Publishing. Jawa Timur.
- Irawan, A. 2017. Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Sugiharto, B. 2011. Analisis Pengaruh Komunikasi, Kepemimpinan Dan Pendidikan Terhadap Tingkat Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata. Jurnal Ilmiah Pariwisata Bina Wisata Nusantara. 16(1):44- 61.
- Tjiptono. 2005. Pemasaran Jasa. Bayumedia Publising. Malang.
- Undang-Undang Nomor 41 Tahun 1999 Tentang Kehutanan.
- Wijaya, Tony, 2011. Manajemen kualitas jasa. Jakarta: PT. Indeks