

PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP OBJEK WISATA BEDENGAN MALANG

(*TOURISTS' PERCEPTIONS OF BEDENGAN MALANG TOURISM*)

Bunga Wirda¹, Aulia Adetya¹, Putra Irwandi^{1*} Muh Kadri S²

¹Program Studi Sains Agribisnis, Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University

²Program Studi Biosains Hewan, Departemen Biologi, Fakultas MIPA, IPB University

Email: bungawirda16@gmail.com¹, adetyaadetya@apps.ipb.ac.id¹, putrairwandi3000@gmail.com¹, smuhkad@gmail.com²

ABSTRAK

Sebagai salah satu objek wisata yang ada di Kota Malang, bedengan menghadirkan nuansa strategis dalam menyajikan indahnya alam dan edukasi yang sering dikunjungi wisata. Penting untuk mengidentifikasi persepsi wisatawan terhadap objek wisata bedengan ini. Penelitian ini berfokus dalam mengidentifikasi persepsi pengunjung terhadap wisata Bedengan Malang, khususnya dari aspek daya tarik, aksesibilitas, fasilitas, dan kualitas layanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan bantuan statistik sederhana berupa *mean*, nilai maksimum, dan minimum. Responden dalam penelitian ini terdiri dari 150 orang wisatawan yang pernah mengunjungi wisata bedengan dan berumur lebih dari 17 tahun keatas. Pemilihan responden dilakukan secara *purposive* dan pengumpulan data menggunakan kuisioner *online google form*. Berdasarkan hasil identifikasi didapatkan nilai persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata bernilai 3,17, terhadap aksesibitas bernilai 2,92, terhadap fasilitas bernilai 3,02 dan terhadap kualitas layanan bernilai 3,14 yang secara keseluruhan termasuk dalam kategori baik. Aspek aksesibilitas menjadi prioritas untuk ditingkatkan agar objek wisata Bedengan dapat lebih mudah dijangkau oleh pengunjung.

Kata Kunci: Aksesibilitas, Daya tarik, Fasilitas, Kualitas layanan, Persepsi

ABSTRACT

As one of the tourist attractions in Malang City, Bedengan presents a strategic nuance in presenting the beauty of nature and education which is often visited by tourists. It is important to identify tourists' perceptions of this bed tourist attraction. This research focuses on identifying visitors' perceptions of Bedengan Malang tourism, especially from the aspects of attractiveness, accessibility, facilities and service quality. This research uses a qualitative descriptive approach and simple statistical assistance in the form of mean, maximum and minimum values. Respondents in this study consisted of 150 tourists who had visited Bebed tourism and were over 17 years old. The selection of respondents was carried out purposively using an online Google Form questionnaire. Based on the identification results, it was found that the value of tourists' perception of tourist attractions was 3.17, of accessibility was 2.92, of facility was 3.02 and of service quality was 3.14, which overall was included in the good category. This indicates that this aspect has relatively good value for Bedengan Malang tourists.

Keywords: Accessibility, Attractiveness, facility, Service Quality, Perception

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu bidang yang berkembang pesat saat ini. Tidak hanya sebagai salah satu penyumbang devisa negara, juga sumber lapangan pekerjaan dan penyerapan tenaga kerja (Dumilah, 2021). Semakin banyak objek wisata yang dikunjungi maka semakin meningkat pula pendapatan masyarakat lokal yang berada di kawasan wisata. Secara sederhana, objek wisata yang bagus merupakan objek wisata yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan. Pariwisata secara sederhana didefinisikan sebagai kunjungan yang dilakukan secara bergantian dari satu lokasi ke lokasi lain (Heryati, 2019)). Lebih lanjut juga pariwisata bermakna adanya kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh individu ataupun berkeluarga dari tempat asli ke berbagai destinasi dengan tujuan bukan untuk mencari pekerjaan ataupun bekerja namun hanya sebatas kunjungan wisata (Soedarso, Muchammad Nurif, 2014).

Kualitas objek wisata juga menjadi pertimbangan penting bagi wisatawan. Meningkatkan kualitas wisata juga memberikan dampak positif berupa persepsi yang positif. Ismayanti (2010) menjelaskan bahwa dalam pembentukan persepsi yang positif tentang wisata dengan berbagai atribut yang dimiliki akan menjadi adanya perkembangan destinasi wisata, maka dituntut untuk memenuhi keinginan wisatawan. Persepsi didefinisikan sebagai organisasi ataupun interpretasi stimulus yang dilakukan oleh individu yang melibatkan berbagai indra aktif. Wisatawan memberikan persepsi terhadap suatu wisata. Segala hal yang berkaitan dengan wisata dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata. Persepsi menjadi pendorong dalam mengukur tingkat kepuasan wisatawan berkunjung dan dapat dijadikan patokan dalam penentuan kualitas objek wisata. Persepsi wisatawan merupakan pandangan wisatawan terhadap suatu hal. Dalam hal lain, persepsi merupakan pendapat atau cara pandang wisatawan dalam memahami suatu objek wisata. Dalam industri pariwisata setiap wisatawan memiliki kepribadian masing-masing sehingga dalam melihat fenomena yang ada, wisatawan memiliki persepsi masing-masing (Zebua, 2018). Seseorang akan melakukan persepsi dengan memberikan penilaian terhadap objek wisata tertentu. Apabila seseorang memberikan penilaian dan persepsi yang positif, maka akan berperilaku positif terhadap objek yang dipersepsikan. Lebih lanjut persepsi wisata dapat dipertimbangkan dengan harapan dan sifat dan dinamis untuk memberikan penilaian dan melakukan evaluasi terhadap kualitas layanan yang diberikan. Banyak faktor yang mempengaruhi persepsi yakni objek wisata yang dipersepsikan, alat indra yang digunakan, perhatian atau kesadaran akan hal yang dilakukan. Adapun faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi persepsi, yaitu

perhatian yang selektif, ciri-ciri rangsangan, nilai dan kebutuhan individu, pengalaman dahulu. Beberapa aspek penting dalam penilaian persepsi antara lain berupa empat aspek utama yakni aksesibilitas, daya tarik, kualitas pelayanan, dan fasilitas.

Faktor utama yang diperhatikan dalam memberikan persepsi pada penelitian ini adalah aksesibilitas. Aksesibilitas merupakan kemudahan yang disediakan dalam mencapai destinasi wisata yang ada. Jika suatu wisata tidak didukung oleh adanya aksesibilitas yang baik maka susah untuk berkembang, juga didukung oleh adanya sarana transportasi dan komunikasi karena jarak dan waktu mempengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata (Suwanto, 2015). Citra destinasi didefinisikan sebagai aktivitas dan fasilitas yang saling berhubungan dan berkorelasi dalam menarik kunjungan wisatawan ke suatu daerah (Uki, S., Fatmala, W., & Rahma, 2021).

Lokasi wisata dalam penelitian ini berada di Wisata Bedengan Malang. Wisata Bedengan secara geografis berada di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Lokasi wisata ini terletak di daerah perkebunan jeruk dan banyak didatangi oleh turis. Terdapat aliran air berarus deras dan berbatu besar yang berasal dari sumber mata air langsung yang melewati lokasi wisata tersebut dengan dominasi wilayah pegunungan. Berada di ketinggian 700-1200 mdpl kawasan ini sejuk dan cocok dijadikan sebagai kawasan wisata alam dengan pemandangan menarik. Wisata Bedengan Malang juga dikenal dengan area perkemahan dengan dereta pohon pinus dan aliran sungai yang menarik perhatian wisatawan lokal ataupun nasional. Selain itu, bisa dijadikan sebagai tempat *healing* terbaik dikala jenuh dan menepi dari hiruk-pikuk area perkotaan (Putri Raflesia Arifin, 2017). Namun, bedengan masih belum optimal dalam pengelolaan dan fasilitas yang dimiliki. Terdapat banyak potensi yang jika sarana dan prasarannya dikembangkan mampu menarik minat wisatawan. Kawasan wisata bedengan juga mendukung acara *outbound* berbasis edukasi yang diadakan oleh sekolah, instansi ataupun *event organizer* sehingga menjadikan peluang utama selain perkemahan.

Berdasarkan pada uraian tersebut, maka penelitian ini penting dilakukan di Wisata Bedengan Malang untuk memberikan sudut padangan dan rekomendasi pengembangan dan pengelolaan berkelanjutan terhadap objek wisata Bedengan Malang.

METODE PELAKSANAAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian survey. Penelitian dilakukan di Kota Malang pada pengunjung yang sudah pernah datang ke Wisata Bedengan Malang. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja atau *purposive* berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Penelitian ini dilaksanakan secara online melalui *Google Form* dengan target responden yaitu pengunjung yang sudah pernah datang minimal satu kali kunjungan. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel ini yaitu teknik *purposive sampling* (Sugiyono, 2019). Jumlah sampel responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 responden,

Perhitungan persepsi dilakukan dengan menggunakan skala Likert, skala Likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu (Siregar, 2011). Peneliti akan menggunakan pernyataan positif untuk menentukan persepsi wisatawan. Pernyataan diberi skor 4,3,2,1 dengan nilai tertinggi 4 dan nilai terendah 1.

Tabel 1. Kategori jawaban dan skala likert

Kategori Jawaban	Skor/Nilai
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Selanjutnya digunakan rumus interval untuk mengukur persepsi wisatawan. Menurut Siregar (2011), skala interval adalah skala objek atau kategori yang dapat diurutkan berdasarkan suatu atribut tertentu, dimana jarak atau interval antara tiap objek atau kategori adalah sama. Hasil nilai rata-rata perhitungan responden yang telah dipetakan tersebut, dilakukan rentang skala dengan menghitung interval dan melakukan kriteria pengkategorian sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Banyak kelas}} = \frac{4-1}{4} = 0,75$$

Tabel 2. Kriteria penilaian berdasarkan angka penafsiran

Kategori Jawaban	Skor/Nilai
1,00 – 1,75	Tidak Baik
1,76 – 2,5	Cukup/kurang baik
2,51 – 3,25	Baik
3,26 – 4,00	Sangat Baik

Sumber: (Muhamad Adi Saputra, Beddy Iriawan Maksudi, 2015)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Pentingnya karakteristik responden dilakukan untuk melihat adanya persebaran keragaman yang dilihat dari beberapa aspek antara lain jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Hal ini bertujuan dapat memberikan gambaran dan karakteristik yang jelas terkait dengan topik penelitian.

Tabel 3. Karakteristik Responden

Karakteristik	Deskripsi	Jumlah Responden	Persentase
Jenis kelamin	Laki-Laki	65	43,33%
	Perempuan	85	56,66%
	Total	150	100,00%
Usia	17-19	12	8,00%
	20-25	80	53,34%
	25-30	38	24,33%
	>30	20	13,34%
	Total	150	100.00 %
Pekerjaan	Siswa/Mahasiwa	60	40,00%
	Pegawai Kontrak	35	23,22%
	PNS/Pejabat	35	23,22%
	Guru/Dosen	20	13,34%
	Total	150	100,00%
Pendapatan	<Rp1.000.000	43	28,66 %
	Rp1.000.000-Rp3.000.000	80	53,33 %
	> Rp3.000.000	28	18,16%
	Total	150	100, 00 %

Sumber: Penulis (2024)

Karakteristik responden yang digunakan untuk melihat berbagai kriteria yang didasarkan atas jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden didominasi oleh Perempuan sebesar 85 orang (56,66%). Karakteristik jenis kelamin digunakan untuk mengetahui persentase apakah laki-laki atau perempuan yang memiliki perhatian terhadap pilihan wisata. Tidak hanya jenis kelamin, karakteristik dari usia juga penting untuk dianalisis. Usia responden ialah usia pada saat penelitian ini dilakukan dinyatakan dalam tahun. Berdasarkan tabel tersebut responden rata-rata berada pada usia 20-25 tahun, dengan jumlah 80 orang (53,34%). Usia merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap tingkat partisipasi dan pengambilan keputusan seseorang sesuai dengan bakat, niat, dan keinginan. Seseorang berada pada usia yang produktif tentunya akan lebih mudah untuk mempertimbangkan pilihan. Usia produktif mempengaruhi seseorang agar lebih dinamis dan tanggap terhadap perkembangan lingkungan yang ada di sekitar mereka. Orang yang masih dalam usia produktif cenderung lebih berani dalam mengambil resiko pada keputusan yang diambil atau kegiatan yang

sedang mereka tekuni walaupun pengalaman dapat dibilang cukup kurang. Usia merupakan salah satu faktor penting dalam kemampuan dan peningkatan kinerja seseorang dalam melakukan memilih sesuatu dan mengukur tingkat kepuasan diri. Kepuasan diri yang ada, erat kaitan dengan kemampuan fisik, mental, dan kesiapan dalam pengambilan keputusan sehingga mempengaruhi cara berpikir dalam melakukan kegiatan yang dilakukan. Sehingga pemilihan terhadap *agrotourism* tertentu juga dipengaruhi oleh usia (Rustandi, Harniati, & Kusnadi, 2020; Sa'adah, Martadani, & Taqiyuddin, 2021). Karakteristik lain yang mempengaruhi juga dilihat dari aspek pendapatan. Berdasarkan tabel tersebut, pendapatan tertinggi didominasi oleh pengunjung yang memiliki pendapatan sebesar Rp1.000.000-Rp3.000.000 dengan jumlah 80 orang (54%) dan sebagian besar pengunjung adalah siswa/mahasiswa. Data pendapatan merupakan penghasilan yang didapatkan seseorang dari kegiatan penjualan barang atau jasa yang dilakukan untuk mendapatkan laba dan gaji sebagai upah. Dalam penelitian ini pengelompokan pendapatan sangat diperlukan untuk menganalisis kunjungan wisatawan yang ada. pendapatan seseorang tentu memiliki peran yang penting dimana seseorang dalam memuaskan kebutuhannya yang berhubungan dengan keputusan berkunjung yang akan dilakukan. Tentu pendidikan tidak sama antara individu satu dengan individu lainnya sehingga menanamkan sebuah pola pikir yang berbeda pula, dengan pola pikir yang berbeda tentunya dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam melakukan keputusan (Andrian, Anggraini, & Sugiarto, 2019).

2. Analisis Deskriptif Persepsi Wisatawan

Persepsi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata

Persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata dapat dianalisis dari beberapa aspek. Selain mempertimbangkan kondisi alam dan hiburan yang dapat disaksikan, wisatawan juga akan merasa senang dan nyaman serta dihargai oleh masyarakat setempat. Faktor-faktor ini berperan penting dalam menentukan keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu objek wisata. Selain itu, lingkungan sekitar objek wisata yang aman juga menjadi pertimbangan utama bagi para wisatawan (Apriani, Suharsono, & Tripalupi, 2020). Temuan ini sejalan dengan penelitian Keliwar & Nurcahyo (2015) yang menyatakan bahwa daya tarik suatu objek wisata menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung.

Tabel 4. Persepsi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata

No	Daya Tarik Wisata	Persepsi			
		Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Wisata Bedengan Malang aman dan nyaman	30	102	15	3
2	Keamanan disekitar obyek wisata sangat baik	36	104	12	2
3	Keramahan masyarakat sekitar sangat baik	45	96	9	0
Rata-rata					3,17

Persepsi wisatawan terhadap objek daya tarik wisata Bedengan dapat dianalisis dari beberapa dimensi, yaitu keamanan dan kenyamanan objek wisata serta keramahan warga di sekitar lokasi wisata. Berdasarkan penilaian, nilai rata-rata skor daya tarik sebesar 3,17 dengan kriteria sangat baik. Hasil ini menunjukkan bahwa objek wisata Bedengan memiliki beragam daya tarik dan keindahan alam yang memukau. Di samping itu, tersedia fasilitas wisata perkemahan dengan jalur yang mudah dan menarik, kesempatan untuk berkuda, menikmati wisata air aliran Sungai, serta menemukan spot-spot foto menarik di alam sekitar. Selain itu, masyarakat sekitar objek wisata sangat ramah dan menyambut kedatangan wisatawan, menciptakan suasana yang nyaman bagi para pengunjung. Lingkungan objek wisata juga terjaga keamanannya.

Persepsi Wisatawan Terhadap Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan kemudahan wisatawan untuk menjangkau objek wisata yang akan dikunjungi. Pengelola objek wisata dapat menyediakan akses jalan yang mudah, kualitas jalan dalam kondisi baik dan tidak ada hambatan lalu lintas ketika wisatawan akan melakukan kunjungan ke objek daya tarik wisata Bedengan. Selain itu ketika wisatawan ingin berkunjung ke objek daya tarik wisata Bedengan, papan petunjuk jalan akan berguna sebagai petunjuk wisatawan agar dapat mencapai suatu objek wisata.

Aksesibilitas merupakan faktor penting yang memengaruhi minat wisatawan terhadap suatu destinasi. Semakin mudah aksesibilitas suatu daerah tujuan wisata dijangkau oleh wisatawan, semakin besar kemungkinan kunjungan wisatawan ke lokasi tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan Jangra et al., (2021) bahwa ketersediaan akses yang mudah menuju objek wisata dapat menarik minat wisatawan untuk melakukan perjalanan. Sebaliknya, jika suatu daerah wisata sulit dijangkau, sebagian wisatawan mungkin akan kehilangan minat untuk mengunjunginya. Penelitian lain yang dilakukan oleh Abdulhaji & Yusuf (2016) juga menyatakan bahwa tercapainya suatu objek wisata merupakan tujuan

akhir perjalanan, sehingga penting untuk memastikan aspek aksesibilitas terpenuhi. Dengan kata lain, objek wisata harus mudah dicapai dan ditemukan oleh para wisatawan

Tabel 5. Persepsi Wisatawan Terhadap Aksesibilitas

No	Aksesibilitas	Persepsi			
		Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Akses menuju Wisata Bedengan Malang sangat mudah dicapai	42	75	27	6
2	Papan informasi memudahkan wisatawan menuju lokasi Wisata	27	105	14	4
3	Jalan menuju Wisata Bedengan sangat baik	18	78	45	9
Rata-rata					2,92

Aksesibilitas pada objek wisata Bedengan mendapatkan skor rata-rata 2,92, yang dianggap baik. Hal ini menunjukkan bahwa objek wisata Bedengan memiliki kemudahan dalam mencapai lokasi, kualitas jalan yang baik, dan tidak ada hambatan lalu lintas. Selain itu, tersedia rambu-rambu petunjuk jalan yang membantu wisatawan menemukan lokasi objek wisata Bedengan.

Persepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas

Wisatawan dalam memutuskan untuk melakukan kunjungan wisata sangat memperhatikan fasilitas-fasilitas yang ada pada objek wisata. Fasilitas ini mencakup segala hal yang dapat menimbulkan rasa nyaman bagi wisatawan selama berada di suatu tempat wisata. Adanya fasilitas wisata sangat berguna untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdulhaji & Yusuf (2016), yang menyatakan bahwa apabila suatu objek wisata menyediakan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung, maka calon wisatawan akan lebih tertarik untuk berkunjung dan menikmati objek wisata tersebut dalam waktu yang lebih lama. Selain itu, Yamti et al., (2023) juga menegaskan bahwa fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang berperan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas dan nyaman ketika semua kebutuhan mereka selama berada di lokasi objek wisata terpenuhi dengan baik.

Fasilitas wisata tentunya harus seimbang dengan kebutuhan wisatawan, baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Kebutuhan terhadap fasilitas wisata dapat dilihat dari tingkat kunjungan setiap tahunnya, sehingga penting untuk memastikan bahwa pelayanan sesuai

dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan. Penyediaan fasilitas di tempat wisata juga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengunjung (Zebua, 2018).

Tabel 6. Persepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas

No	Fasilitas	Persepsi			
		Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Fasilitas yang tersedia cukup lengkap	32	103	12	3
2	Papan informasi memudahkan wisatawan menuju lokasi Wisata	33	99	14	4
3	Wisata Bedengan menyediakan fasilitas pelengkap tempat informasi	24	94	23	9
Rata-rata					3,02

Fasilitas pada objek wisata Bedengan mendapatkan skor rata-rata 3,02, yang dianggap baik. Hal ini disebabkan oleh ketersediaan fasilitas yang memudahkan pengunjung dalam menjalankan aktivitas di lokasi wisata. Terdapat 3 pertanyaan yang diajukan kepada wisatawan dan wisatawan cenderung memberi nilai setuju dengan pernyataan ini. Berdasarkan hasil persepsi wisatawan terhadap fasilitas objek wisata Bedengan, wisatawan merasa bahwa fasilitas yang tersedia sudah cukup lengkap. Beberapa variabel fasilitas wisata yang dianggap sangat penting untuk disediakan di sekitar kawasan wisata meliputi ketersediaan sarana makan dan minum, menu makanan yang bervariasi, harga makanan yang wajar, toilet umum yang memadai, pelayanan pusat informasi yang baik, dan pos pengawasan keselamatan

Sebanyak 99 wisatawan setuju bahwa keberadaan papan informasi memudahkan wisatawan menuju lokasi wisata. Papan informasi membantu para pengunjung agar tidak kebingungan dalam mencari jalan menuju destinasi wisata. Dengan informasi yang jelas dan mudah diakses, wisatawan dapat merencanakan perjalanan mereka dengan lebih baik. Papan informasi di lokasi wisata juga sangat penting sebagai sumber interpretasi bagi para pengunjung. Papan informasi menyediakan informasi tentang lokasi, sejarah, dan fakta unik seputar tempat wisata. Ini membantu wisatawan memahami konteks dan makna di balik tempat yang mereka jelajahi serta menghindari kebingungan.

Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Layanan

Kualitas layanan pada tempat wisata merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pariwisata. Petugas serta pengelola wisata merupakan salah satu bagian penting yang selalu terlibat dalam kegiatan kepariwisataan (Saskara Putra, Kusuma Negara, & Sofia Wijaya, 2017). Hal itu dapat dilihat dari fungsi mereka mereka sebagai pemberi informasi sangat penting bagi para wisatawan yang melakukan perjalanan ke daerah yang mungkin asing bagi mereka. Dalam menghadapi tantangan perjalanan ke tempat-tempat baru, wisatawan memerlukan bantuan dan petunjuk dari petugas. Oleh karena itu, keberadaan petugas yang dapat memberikan informasi yang akurat dan membantu memudahkan perjalanan wisatawan sangatlah relevan. Kesan positif atau negatif yang dimiliki oleh wisatawan terhadap suatu destinasi wisata seringkali dipengaruhi oleh sikap dan perilaku dari petugas dan pengelola wisata (Purba, Karini, & Suwena, 2017).

Tabel 7. Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Layanan

No	Kualitas Layanan	Persepsi			
		Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Petugas ramah dan sopan dalam memberikan informasi.	35	113	2	0
2	Pengelola wisata berpenampilan rapi dan sopan.	29	109	8	0
Rata-rata					3,14

Persepsi wisatawan terhadap kualitas pelayanan di wisata Bedengan adalah baik. Wisatawan merasa puas terhadap kualitas pelayanan petugas dan pengelola wisata di Bedengan. Hal tersebut dapat dilihat dari rata-rata skor yang diperoleh dari setiap variabel yang ditanyakan kepada wisatawan. Keramahan petugas dibenarkan adanya oleh jawaban para wisatawan, pengunjung merasa puas dengan keramahan yang ada di objek wisata Bedengan. Keseluruhan informasi yang diberikan baik secara tertulis maupun lisan oleh petugas wisata merupakan informasi yang akurat dan dapat dipercaya oleh wisatawan. Hasil penelitian diketahui persepsi wisatawan terhadap penampilan pengelola wisata, bahwa 109 wisatawan menyatakan setuju dengan penampilan rapi dan sopan dari pengelola wisata. Gaya berpakaian yang baik merupakan tanda rasa hormat dan kepedulian pengelola wisata terhadap profesinya serta wisatawan yang menjadi tamunya.(Cakici, 2021)

KESIMPULAN

Persepsi wisatawan terhadap objek wisata Bedengan dievaluasi berdasarkan beberapa kriteria, termasuk daya tarik, aksesibilitas, fasilitas, dan kualitas layanan. Hasil penilaian menunjukkan skor antara 2,92 hingga 3,17, yang secara keseluruhan dapat dikategorikan dalam kategori baik. Meskipun demikian, aspek aksesibilitas mendapatkan skor terendah, yaitu 2,92. Oleh karena itu, perbaikan pada aspek aksesibilitas menjadi prioritas agar objek wisata Bedengan dapat lebih mudah dijangkau oleh pengunjung

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada 1) Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB University, 2) Kepada responden dan pengelola destinasi wisata Bedengan Malang, 3) Kami mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Lembaga Pengelola Dana Pendidikan (LPDP), Kementerian Keuangan Republik Indonesia, yang telah mendanai pendidikan magister kami dalam menempuh gelar Magister Sains (M.Si) di IPB University.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulhaji, S., & Yusuf, I. S. H. (2016). PENGARUH ATRAKSI, AKSESIBILITAS, DAN FASILITAS TERHADAP CITRA OBJEK WISATA DANAU TOLIRE BESAR DI KOTA TERNATE. *Jurnal Penelitian Humano*, 7(2).
- Andrian, A., Anggraini, R., & Sugiarto, S. (2019). Analisis Karakteristik Responden Dan Atribut Perjalanan Terhadap Pemilihan Moda Angkutan Umum Rute Banda Aceh – Tapaktuan. *Jurnal Arsip Rekayasa Sipil Dan Perencanaan*, 2(4), 294–305. <https://doi.org/10.24815/jarsp.v2i4.14946>
- Apriani, N. L., Suharsono, N., & Tripalupi, L. E. (2020). Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Daya Tarik Wisata Tenganan Pegringsingan, Kabupaten Karangasem. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 12(1), 97. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v12i1.22930>
- Cakici, C. (2021). *Apakah Penampilan Fisik Pemandu Wisata Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan ? & cak SayaCSaya , AC (2021) Abstrak.*
- Dumilah. (2021). Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Industri Pariwisata di Seaworld Ancol. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 7, 558. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/jumpa.2021.v07.i02.p10>
- Heryati, Y. (2019). Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu di Kabupaten

- Mamuju. *GROWTH Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 56–74.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo.
- Jangra, R., Kaushik, S. P., & Saini, S. S. (2021). An analysis of tourist's perceptions toward tourism development: Study of cold desert destination, India. *Geography and Sustainability*, 2(1), 48–58. <https://doi.org/10.1016/j.geosus.2021.02.004>
- Keliwar, S., & Nurcahyo, A. (2015). Jurnal Manajemen Resort dan Leisure Vol. 12, No. 2, Oktober 2015 MOTIVASI DAN PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP OBYEK WISATA DESA BUDAYA PAMPANG DI SAMARINDA. *Jurnal Manajemen Resort*, 12(2), 10–27.
- Purba, E. D. M., Karini, N. M. O., & Suwena, I. K. (2017). Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Pelayanan Pramuwisata Lokal di Hidden Canyon Beji Guwang, Kabupaten Gianyar, Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 17(2), 98–102.
- Putri Raflesia Arifin, A. (2017). Pendekatan Community Based Tourism dalam Membina Hubungan Komunitas di Kawasan Kota Tua Jakarta. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 111–130.
- Qomari, R. (2009). Teknik Penelusuran Analisis Data Kuantitatif dalam Penelitian Kependidikan. *Insania*, 14(3), 1–11.
- Rustandi, A. A., Harniati, & Kusnadi, D. (2020). Jurnal Inovasi Penelitian. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), 599–597.
- Sa'adah, L., Martadani, L., & Taqiyuddin, A. (2021). Analisis Perbedaan Kinerja Karyawan Pada Pt Surya Indah Food Multirasa Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 515. <https://doi.org/https://doi.org/10.47492/jip.v2i2.711>
- Saskara Putra, I. B., Kusuma Negara, I. M., & Sofia Wijaya, N. M. (2017). Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Pelayanan Pramuwisata Di Bali. *Jurnal IPTA*, 5(1), 29. <https://doi.org/10.24843/ipta.2017.v05.i01.p07>
- Soedarso, Muchammad Nurif, W. (2014). POTENSI DAN KENDALA PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS KEKAYAAN ALAM DENGAN PENDEKATAN MARKETING PLACES (STUDI KASUS PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KABUPATEN BOJONEGORO). *Jurnal Sosial Humaniora*, 7(2), 136–149.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Suwantoro, G. (2015). *Dasar-dasar Pariwisata* (1st ed.). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Uki, S., Fatmala, W., & Rahma, F. (2021). Pengaruh Produk Pariwisata dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pariwisata Dipantai Nirwana Kota Baubau. *Jurnal E-*

Bis, 6(2), 366–385. <https://doi.org/>. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.9>

Yamti, I., Amaluddin, L. O., & Harudu, L. (2023). Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Wisata Air Terjun Lameseu Sebagai Tujuan Wisata. *Jurnal Penelitian Pendidikan Geografi*, 8(1), 33–37.

Zebua, F. N. (2018). Persepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas Objek Wisata Dataran Tinggi Dieng Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Planologi Unpas*, 5(1), 897–902.