

**PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP OBJEK WISATA BUDAYA
CANDI AGUNG, KECAMATAN AMUNTAI TENGAH,
KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**

Riska Pualita Fatimah, Ellyn Normelani, Sidharta Adyatma
Program Studi Pendidikan Geografi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Lambung Mangkurat

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Persepsi Pengunjung Terhadap Wisata Budaya Candi Agung, Di Kecamatan Amuntai Tengah, Kabupaten Hulu Sungai Utara”. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis persepsi pengunjung terhadap komponen pariwisata di objek wisata budaya Candi Agung Amuntai.

Penelitian menggunakan Insidental Sampling dalam metode deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah rerata pengunjung objek wisata budaya Candi Agung Amuntai dari tahun 2014 sampai tahun 2016 sebanyak 46511 pengunjung. Data primer diperoleh melalui observasi lapangan, penyebaran kuesioner (angket), dan dokumentasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari studi dokumen dan studi pustaka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi wisatawan terhadap komponen pariwisata di objek wisata budaya Candi Agung Amuntai berada pada kategori “sedang” meliputi fasilitas, pelayanan wisata, kegiatan wisata, dan atraksi.

Kata Kunci: *Persepsi, Wisata Budaya, Pariwisata*

1. Pendahuluan

Pariwisata saat ini merupakan kegiatan yang menjadi salah satu kebutuhan bagi manusia bahkan menjadi *trend* di era globalisasi. Kegiatan pariwisata bagi sebagian wisatawan merupakan penghargaan bagi diri sendiri dalam hal pencapaian yang telah diraih atau sebagai penghilang kejenuhan dari rutinitas bekerja (Hakim, 2004).

Berkembang atau tidaknya kepariwisataan di suatu daerah dapat dilihat dari jumlah pengunjung. Objek daya tarik wisata budaya yang cukup terkenal di Kalimantan Selatan dan menjadi destinasi para pengunjung objek wisata salah satunya adalah Candi Agung, terletak di kelurahan Sungai Malang kecamatan Amuntai Tengah, Kabupaten Hulu Sungai Utara. Jumlah kunjungan di objek wisata Candi Agung setiap tahun makin meningkat.

Rumusan masalah berdasarkan uraian sebelumnya yaitu “Bagaimana persepsi pengunjung terhadap objek wisata budaya Candi Agung Amuntai?”. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis persepsi pengunjung terhadap komponen pariwisata di objek wisata budaya Candi Agung.

2. Metode Penelitian

Rancangan penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yang digunakan untuk

menganalisis persepsi pengunjung dan aktifitas, serta mengetahui sejauh mana informasi atau pengetahuan dan pengalaman yang mereka dapatkan setelah berkunjung ke objek wisata budaya Candi Agung Amuntai. Instrumen digunakan untuk pengumpulan data sebagai kajian hipotesis yang sebelumnya telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diantaranya:

- a) Observasi, merupakan suatu proses yang kompleks, yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua proses yang penting yaitu pengamatan dan ingatan (Hadi, dalam Sugiyono 2016). Observasi dalam penelitian ini dilakukan pada objek wisata budaya Candi Agung.
- b) Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016). Angket yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan angket tertutup dengan skala pengukuran *Likert*.
- c) Studi Pustaka, sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur ilmiah (Sugiyono, 2012). studi pustaka dalam penelitian ini diantaranya buku-buku dan literatur yang berhubungan dengan penelitian.

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian yang dilakukan di objek wisata budaya Candi Agung menghasilkan Persepsi yang tinggi dari pengunjung terhadap komponen wisata budaya Candi Agung dan dapat diuraikan sebagai berikut:

A. Fasilitas

Pengunjung yang setuju dengan ketersediaan lahan parkir yang ada sebagai fasilitas umum yang disediakan di objek wisata budaya Candi Agung dengan jumlah 57 orang atau 57%. Pengunjung juga setuju dengan daya tampung lahan parkir yang berkisar 50-70 kendaraan dengan jumlah pengunjung yang menjawab setuju sebanyak 58 orang atau 58%. Persepsi pengunjung tentang fasilitas umum yang lain seperti toilet juga baik, dengan jumlah pengunjung yang sangat setuju dengan ketersediaan toilet di objek wisata budaya Candi Agung sebanyak 58 orang atau 58%.

Pengunjung sangat setuju dengan ketersediaan musholla di objek wisata budaya Candi Agung dengan jumlah pengunjung yang sangat setuju sebanyak 84%. Akses jalan raya juga memudahkan pengunjung untuk menuju objek wisata budaya Candi Agung dengan jumlah pengunjung yang setuju sebanyak 83 orang atau 83%. Pengunjung setuju dengan ketersediaan sumber listrik dan sumber air dengan masing-masing jumlah pengunjung yang setuju sebanyak 80 orang atau 80% dan 91 orang atau 91%.

Pengunjung yang setuju dengan adanya jaringan telekomunikasi di objek wisata budaya Candi Agung sebanyak 75 orang atau 75%. Pengunjung yang sangat setuju dengan tersedianya fasilitas kesehatan di sekitar objek wisata budaya Candi Agung dengan jumlah 84 orang atau 84%. Tingginya minat pengunjung untuk kembali berkunjung ke objek wisata budaya Candi Agung

dengan ketersediaan fasilitas yang ada cukup tinggi dengan 73 orang yang menjawab sangat setuju atau 73%.

Pengunjung objek wisata budaya Candi Agung setuju dengan pentingnya lahan parkir di objek wisata dengan jumlah pengunjung yang setuju sebanyak 88 orang atau 88%. Toilet penting di objek tujuan wisata menurut 77 pengunjung atau 77% setuju. Pengunjung juga sangat setuju dengan pentingnya akses jalan raya untuk menuju objek tujuan wisata dengan jumlah pengunjung yang setuju sebanyak 75 orang atau 75%. Pengunjung yang sangat setuju dengan pentingnya ketersediaan sumber listrik sebanyak 85 orang atau 85%.

Sumber air juga penting menurut 80 pengunjung atau 80% yang setuju dari 100 pengunjung yang menjadi sampel. Jaringan telekomunikasi penting menurut 94 pengunjung atau 94% yang setuju dengan pentingnya komunikasi saat sedang berkunjung ke suatu objek wisata. 93 pengunjung atau 93% yang setuju dengan pentingnya fasilitas kesehatan di sekitar objek wisata. Musholla juga penting menurut 95 pengunjung atau 95% pengunjung yang setuju.

Pengunjung yang terbiasa menggunakan tempat parkir yang tersedia di objek wisata budaya Candi Agung sebanyak 84 orang atau 84%. Pengunjung juga terbiasa menggunakan toilet yang disediakan sebanyak 82 orang atau 82%. Pengunjung juga terbiasa menggunakan musholla yang ada di objek wisata budaya Candi Agung sebanyak 84 pengunjung atau 84%. Jalan raya juga terbiasa digunakan pengunjung yang berkunjung ke objek wisata budaya Candi Agung dengan pengunjung yang sangat setuju sebanyak 81 pengunjung atau 81%. Sumber listrik juga terbiasa digunakan oleh pengunjung, dengan 87 pengunjung atau 87% pengunjung yang sangat setuju.

Sumber air biasa digunakan oleh pengunjung untuk membersihkan anggota tubuh atau untuk berwudhu dengan jumlah pengunjung yang sangat setuju sebanyak 87 pengunjung atau 87%. Pengunjung sangat setuju dengan jaringan telekomunikasi yang biasa mereka gunakan di objek wisata budaya Candi Agung, jumlah pengunjung yang sangat setuju sebanyak 83 orang atau 83%. Pengunjung juga terbiasa memanfaatkan fasilitas kesehatan yang ada di sekitar objek wisata budaya Candi Agung dengan jumlah pengunjung yang sangat setuju sebanyak 84 pengunjung atau 84%. Pengunjung juga sangat setuju dengan adanya kesamaan fasilitas di objek wisata budaya Candi Agung dengan objek wisata lain dengan jumlah pengunjung yang sangat setuju sebanyak 84 orang atau 84%.

B. Pelayanan

Kondisi penginapan di sekitar objek wisata budaya Candi Agung baik, dengan jawaban pengunjung sebanyak 80 orang pengunjung atau 80% dari pengunjung setuju. Pengunjung sangat setuju dengan adanya tempat makan yang menyediakan makanan khas daerah di sekitar objek wisata budaya Candi Agung sebanyak 84 pengunjung atau 84%. Minat pengunjung meningkat dengan adanya pelayanan di sekitar objek wisata budaya Candi Agung sebanyak 84 orang atau 84% yang setuju.

Hasil penelitian menunjukkan 88 pengunjung atau 88% pengunjung sangat setuju dengan pentingnya penginapan. 84 pengunjung atau 84% setuju

dengan pentingnya tempat makan khas daerah di sekitar objek wisata budaya Candi Agung. Pengunjung terbiasa menginap di penginapan sekitar objek wisata budaya Candi Agung sebanyak 85 pengunjung atau 85%. Pengunjung juga terbiasa menikmati makanan di tempat makan sekitar objek wisata budaya Candi Agung dengan persentase pengunjung yang sangat setuju sebanyak 86% atau 86 orang. Pengunjung yang setuju dengan adanya kesamaan pelayanan yang ada di sekitar objek wisata budaya Candi Agung sebanyak 84 pengunjung atau 84%.

C. Kegiatan Wisata

Pengunjung yang setuju dengan banyaknya kegiatan di objek wisata budaya Candi Agung sebanyak 84 orang atau 84%. Pengunjung yang setuju minat mereka ke objek wisata budaya Candi Agung untuk berkunjung ke museum, mengunjungi situs kepurbakalaan, dan tawar-menawar sebanyak 84 pengunjung atau 84%. Hiburan, edukasi, dan pertunjukan seni budaya penting menjadi kegiatan wisata, pengunjung yang setuju 80 pengunjung atau 80%. Pengunjung terbiasa mengikuti atau menyaksikan kegiatan wisata di objek wisata budaya Candi Agung sebanyak 95 orang atau 95%. Adanya kesamaan kegiatan wisata di objek wisata budaya Candi Agung dengan kegiatan wisata di objek wisata lain, pengunjung yang setuju 88 pengunjung atau 88%.

D. Atraksi

Pengunjung tidak setuju dengan pernyataan dalam butir soal kuesioner tentang tingginya minat pengunjung terhadap adanya atraksi seperti pemandian Putri Junjung Buih, Pertapaan Pangeran Suryanata dan pertunjukan seni budaya di Objek wisata budaya Candi Agung, pengunjung yang tidak setuju sebanyak 82 orang atau 82%, mereka ingin melihat atraksi yang lebih mengedukasi dan bernilai seni budaya. Pengunjung berpendapat bahwa atraksi penting di objek wisata dengan persentase yang sangat setuju sebanyak 95 orang atau 95%. Pengunjung yang terbiasa menyaksikan atraksi yang ada di objek wisata budaya Candi Agung sebanyak 90 orang atau 90%. Adanya kesamaan atraksi yang ada di objek wisata budaya Candi Agung dengan objek wisata lain menurut 88 pengunjung atau 88% yang sangat setuju.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian yang dilakukan di Objek Wisata Budaya Candi Agung, Kabupaten Hulu Sungai Utara yang bertujuan untuk menganalisis Persepsi Pengunjung Objek Wisata Budaya Candi Agung Kecamatan Amuntai Tengah, Kabupaten Hulu Sungai Utara dapat disimpulkan bahwa:

1. Persepsi pengunjung terhadap Objek Wisata Budaya Candi Agung digolongkan dalam kategori “baik”, hanya beberapa dari komponen pariwisata yang ada kurang meningkatkan minat pengunjung.
2. Fasilitas umum dan fasilitas sosial yang ada di objek wisata Budaya Candi Agung tergolong dalam kategori baik dengan nilai rerata untuk fasilitas umum yang ada seperti lahan dengan nilai rerata skor 2,87 atau 3, toilet dengan nilai rerata skor 3,38 dan musholla mempunyai nilai rerata skor 3,84.

Fasilitas sosial juga mendapat kategori baik dengan nilai rerata untuk akses jalan dengan nilai rerata skor 3,21 atau 3, sumber listrik mempunyai nilai rerata skor 3,81, sumber air yang ada mendapat nilai rerata skor 3,99 atau 4, jaringan telekomunikasi dengan nilai rerata skor 3,31 atau 3, dan fasilitas sosial yang ada di sekitar objek wisata budaya Candi Agung yaitu fasilitas kesehatan mempunyai rerata skor 3,89 atau 4.

3. Pelayanan yang ada di sekitar objek wisata budaya Candi Agung juga tergolong baik. Pelayanan yang ada seperti penginapan dan tempat makan khas daerah dengan masing mempunyai nilai rerata skor 4,05 atau 4 dan 4,17 atau 4.
4. Kegiatan wisata yang ada menurut analisis dari jawaban pengunjung tergolong baik dengan nilai rerata skor 3,49 atau 3.

Atraksi yang disuguhkan masih kurang menarik minat pengunjung dengan hanya mendapat nilai rerata skor 2,45 atau 2. Pengunjung menginginkan adanya atraksi yang lebih mengedukasi dan bernilai seni budaya dengan melihat jawaban pengunjung yang mempunyai rerata skor 4,32 atau 4.

Daftar Pustaka

- Ardiana, Faizal. 2011. *Rancang Bangun Aplikasi Visualisasi dan Administras Manajemen Parkir pada suatu Pusat Perbelanjaan*, (Tugas Akhir), Surabaya: Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Teknik Komputer.
- Heuer Jr, Richards J. 2008. *Psikologi Intelijen*. Terjemahan oleh Abdul Qodir Shaleh. Yogyakarta: PRISMASOPHIE.
- Nasruddin. 2009. *Modul Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Program Studi Pendidikan Geografi.
- Pendit, Nyoman S. 2006. *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita. Pieter, Herri Zan dan Namora Lumanggo Lubis. 2010. *Pengantar Psikologi dalam Keperawatan*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Shiraev, Eric B dan David A. Levy. 2012. *Psikologi Lintas Kultural*. Terjemahan oleh Triwibowo B S. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Suryadana, M Liga dan Vanny Octavia. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Tim Penyusun. 2017. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasan Depatemen Pendidikan Nasional
- Utama, I Gusti Bagus Rai dan Ni Made Eka Mahadewi. 2012. *Metodologi Penelitian Pariwisata & Perhotelan*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Yunus, Sabari Hadi. 2010. *Metode Penelitian Wilayah Kontemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.