

**PERSEPSI DAN PARTISIPASI MASYARAKAT TERHADAP
PENGEMBANGAN DESA WISATA DI DESA ULANG KECAMATAN
LOKSADO KABUPATEN HULU SUNGAI SELATAN**

*Community Perception and Participation in the Development of Tourism Village in
Ulang Village, Loksado Subdistrict, Hulu Sungai Selatan Regency*

Tika Meilany Situmorang, Abdi Fithria, dan Kissinger

Program Studi Kehutanan
Fakultas Kehutanan Universitas Lambung Mangkurat

ABSTRACT. *The local community plays a crucial role in the development of tourism villages because the resources and unique traditions and cultures inherent in the community are the main driving factors of tourism village activities. The purpose of this research is to analyze the perception and participation of the community in the development of tourist attractions in Ulang Village, Loksado District, South Hulu Sungai Regency, South Kalimantan Province. Respondents were determined using accidental sampling method with 30 respondents interviewed and observing the characteristics of the tourist sites. The data were analyzed using qualitative analysis which transformed the field data into easily understandable and comprehensible forms to provide clearer information. The community's perception of tourist attractions in Ulang Village is considered high as there are 3 parameters with 100% respondent answers. There are 7 parameters with respondent answers > 90%. Community participation in tourist attractions in Ulang Village is 73.33% of the community not involved in the management of tourist attractions. There are 40% of the community interested in engaging in trade within the tourist attraction area. Only 36.67% of the community are involved as managers of tourist attractions. There are 86.67% of the community stating that it is very necessary to provide services to tourists. Activities attending tourism awareness meetings (26.67%). Some respondents expressed the need for additional facilities and infrastructure at tourist attractions (50%). Overall, the community's perception is considered high, while community participation is still relatively low.*

Keywords: *Perception, participation, community, tourism*

ABSTRAK. Masyarakat lokal berperan penting dalam pengembangan desa wisata karena sumber daya dan keunikan tradisi dan budaya yang melekat pada komunitas tersebut merupakan unsur penggerak utama kegiatan desa wisata. Tujuan dari penelitian yaitu menganalisis persepsi dan partisipasi masyarakat terhadap pengembangan objek wisata di Desa Ulang Kecamatan Loksado kabupaten Hulu Sungai Selatan Provinsi Kalimantan Selatan Responden ditentukan dengan metode *accidental sampling* sebanyak 30 responden dimana dilakukan wawancara serta observasi karakteristik tempat wisata. Data dianalisis menggunakan analisis kualitatif yang mentransformasikan data hasil di lapangan kedalam bentuk data yang mudah dimengerti dan dipahami agar menjadi informasi yang lebih jelas. Persepsi masyarakat terhadap objek wisata di Desa Ulang termasuk tinggi karena terdapat 3 parameter dengan jawaban responden 100%. Terdapat 7 parameter dengan jawaban responden > 90%. Partisipasi masyarakat terhadap objek wisata di Desa Ulang adalah 73,33 % masyarakat tidak terlibat dalam pengelolaan obyek wisata. Terdapat 40 % masyarakat ingin terlibat dalam usaha dagang di kawasan objek wisata. Terdapat hanya 36,67% masyarakat yang terlibat sebagai pengelola objek wisata. Terdapat 86,67 % masyarakat yang menyatakan sangat perlu memberikan pelayanan terhadap wisatawan. Kegiatan pertemuan yang mengikuti sadar wisata (26,67%). Beberapa responden mengungkapkan bahwa perlu penambahan sarana dan prasarana pada objek wisata (50%). Persepsi Masyarakat secara keseluruhan tergolong tinggi dan Partisipasi Masyarakat masih tergolong rendah.

Kata Kunci. Persepsi, partisipasi, masyarakat, wisata

Penulis untuk korespondensi, surel: 1710611320040@mhs.ulm.ac.id

PENDAHULUAN

Pariwisata dianggap sebagai salah satu alternatif pada sektor ekonomi untuk mempercepat penanggulangan kemiskinan di Indonesia dan dipercaya tidak hanya sekedar mampu untuk menjadi sektor andalan dalam usaha meningkatkan devisa negara, namun juga mampu mengentaskan kemiskinan (Yoeti, 2008). Pertumbuhan ekonomi merupakan sebuah tujuan yang harus terjadi pada pembangunan suatu negara atau wilayah. Pencapaian tujuan tersebut menjadikan pertumbuhan ekonomi sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan ekonomi yang dijalankan.

Pariwisata ada karena adanya wisatawan dan wisatawan pada intinya adalah orang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur, dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang berbeda dari tempat asal (Pitana, 2004). Persepsi menurut (Irianto, 2011) bila seorang individu memandang pada satu obyek dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya, penafsiran itu sangat dipengaruhi oleh karakteristik dari pribadi dan perilaku persepsi individu itu. Karakteristik pribadi yang lebih relevan yang mempengaruhi persepsi adalah sikap, motif, kepentingan atau minat, pengalaman masa lalu, dan pengharapan (expectation). Dalam penelitian ini persepsi masyarakat terhadap pengembangan objek wisata yang ada dilihat dari pandangan masyarakat maupun perangkat desa tentang potensi objek wisata.

Persepsi dalam penelitian ini akan mengidentifikasi bagaimana masyarakat ataupun perangkat desa disana dapat mengembangkan objek wisata yang ada. Persepsi positif masyarakat terhadap pengembangan desa wisata akan sangat menentukan partisipasi aktif dalam pelaksanaan pengelolaannya. Pentingnya persepsi masyarakat dikarenakan Persepsi selalu berkaitan dengan pengalaman dan tujuan seseorang pada waktu terjadinya proses persepsi. Ia merupakan tingkah laku selektif, bertujuan (Bigge, 1984).

Tingkah laku selalu didasarkan pada makna sebagai hasil persepsi terhadap kehidupan para pelakunya. Apa yang dilakukan, dan mengapa seseorang melakukan berbagai hal, selalu didasarkan pada batasan-batasan menurut pendapatnya sendiri, dan dipengaruhi oleh latar belakang budayanya yang khusus. Dari berbagai definisi tersebut, secara garis

besar persepsi merupakan tingkah laku selektif oleh seseorang yang terbentuk ataupun selalu dikaitkan dengan latar belakang budaya, pengalaman dan tujuan pribadi seseorang.

Partisipasi masyarakat adalah proses ketika masyarakat sebagai individu maupun kelompok sosial dan organisasi, mengambil peran serta ikut mempengaruhi proses perencanaan, pelaksanaan, dan pemantauan kebijakan-kebijakan yang langsung mempengaruhi kehidupan masyarakat Sumarto (2003) sedangkan menurut Pitana (2002:56) menyatakan bahwa partisipasi tidak hanya merupakan kontribusi tenaga, waktu, dan materi lokal secara cuma-cuma, untuk mendukung berbagai program dan proyek pembangunan melainkan sebagai suatu keterlibatan secara aktif dalam setiap proses. Peran aktif yang dimaksud adalah mulai dari perencanaan, penentuan rancangan, pelaksanaan sampai dengan pengawasan dan penikmat hasilnya atau yang dikenal dengan "*genuine participation*" atau dengan kata lain masyarakat sebagai pelaku pariwisata.

Partisipasi dari berbagai pihak merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu kegiatan ataupun program. Sumardjo (2009) menjelaskan bahwa terdapat beberapa makna penting dari partisipasi salah satunya adalah keikutsertaan masyarakat dalam suatu kegiatan atau program yang meliputi pengambilan keputusan, pelaksanaan, penilaian, dan pemanfaatan hasil. Partisipasi masyarakat tersebut merupakan hal yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satu faktor yang mempengaruhi timbulnya partisipasi masyarakat adalah persepsi masyarakat terhadap suatu kegiatan.

Potensi alam yang ada di Desa Ulang yaitu Air Terjun Malanghit, Air Terjun Batu Baganding, dan Air Terjun Rampah Baganding yang mempunyai keindahan alam yang masih terlihat asri dapat di jadikan sebagai objek wisata. Keindahan dan kesegaran yang dapat kita temukan di objek wisata tersebut memberi suatu kenyamanan untuk dikunjungi oleh wisatawan, serta alam yang masih alami dan asri membuat objek wisata tersebut bagus dijadikan spot untuk berfoto. Desa Wisata ini menjadi salah satu daya tarik di Kalimantan Sekatan yang berpotensi untuk dikembangkan adalah Desa Ulang Kecamatan Loksado Kabupaten Hulu Sungai Selatan.

Keindahan alam yang dimiliki objek wisata yang ada di Desa Ulang belum bisa menjadi wisata yang lebih optimal, karena letak objek

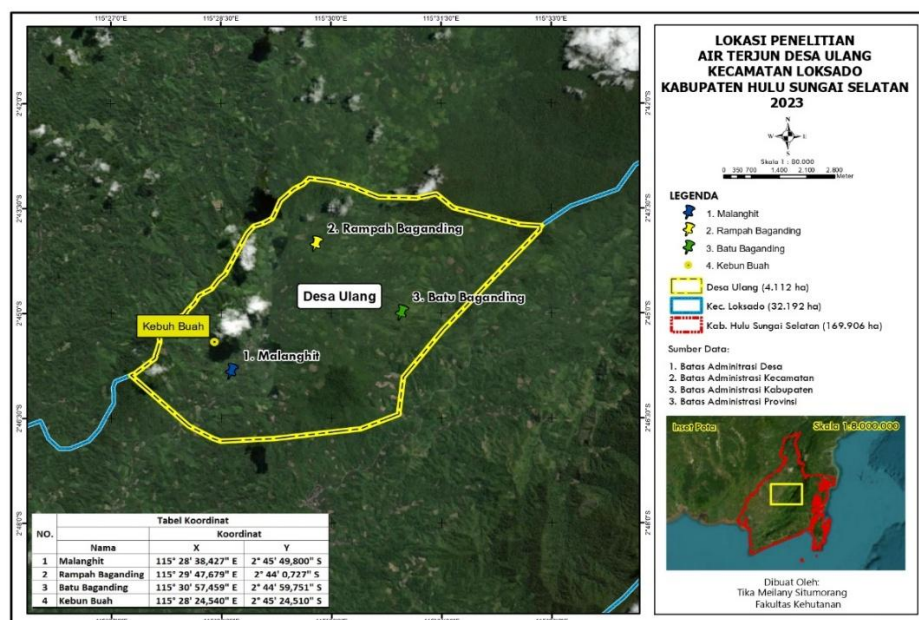
wisata yang cukup jauh dari pusat kota sehingga perlu sarana dan prasarana yang memadai serta perlu kerjasama yang baik diantara pihak pengelola dengan pemerintah maupun dengan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) dalam hal promosi agar objek wisata ini banyak dikunjungi serta menjadi daya tarik wisata di Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Masyarakat lokal berperan penting dalam pengembangan desa wisata karena sumber daya dan keunikan tradisi dan budaya yang melekat pada komunitas tersebut merupakan unsur penggerak utama kegiatan desa wisata. Di lain pihak, komunitas lokal yang tumbuh dan hidup berdampingan dengan suatu objek wisata menjadi bagian dari sistem ekologi yang saling kait mengait.

Keberhasilan pengembangan desa wisata tergantung pada tingkat penerimaan dan dukungan masyarakat lokal. Masyarakat lokal berperan sebagai tuan rumah dan menjadi pelaku penting dalam pengembangan desa wisata dalam keseluruhan tahapan mulai tahap perencanaan, pengawasan, dan

implementasi. Berdasarkan uraian singkat diatas maka dilakukan penelitian tentang “Persepsi Dan Partisipasi Masyarakat Terhadap Pengembangan Desa Wisata Di Desa Ulang Kecamatan Loksado Kabupaten Hulu Sungai Selatan Provinsi Kalimantan Selatan”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Ulang Kecamatan Loksado Kalimantan Selatan yang dilaksanakan selama 2 bulan. Objek dalam penelitian ini, adalah masyarakat dan potensi daya tarik wisata yang terdapat di sekitar objek di Desa Ulang Kecamatan Loksado. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan alat dan bahan yaitu Alat tulis dan buku catatan, kamera, laptop dengan aplikasi Ms.Excel, GPS, peta lokasi kawasan penelitian, dan lembar kuisisioner. Lokasi penelitian yang dilakukan bisa dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Peta Lokasi Penelitian

Data yang didapat selama penelitian yaitu data primer yang didapat secara wawancara, observasi dan dokumentasi serta data sekunder yang diperoleh dari penelitian dari sumber yang sudah ada untuk mendukung informasi data primer. Data primer yang didapat yaitu analisis persepsi dan partisipasi masyarakat. Penentuan responden sendiri dilakukan menggunakan metode *accidental*

sampling karena berdasarkan kemudahan pengambilan data yaitu dilakukan terhadap responden yang kebetulan sedang berada di dalam kawasan desa wisata. Penentuan jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini diambil sebanyak 30 responden. Menurut (Arikunto, 2006) *Accidental Sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan

pertimbangan tertentu yang tidak dirancang pertemuannya terlebih dahulu.

Analisis data adalah proses penyusunan hasil dari wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain yang diakumulasi untuk mengerti tentang subyek kemudian mempublikasikan hasil penelitian. Data yang telah ditemukan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara dan dokumentasi). Data yang diperoleh dari hasil observasi yaitu berisi dokumentasi yang dicatat dalam catatan lapangan mengenai apa yang dilihat, didengar, disaksikan dan dialami, serta temuan apa yang dijumpai selama penelitian dan merupakan bahan rencana pengumpulan data. Seluruh data yang diperoleh lalu disusun untuk menjawab dari masalah penelitian yaitu persepsi dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan desa wisata. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan menggunakan kuisioner dikumpulkan dan diolah kedalam bentuk tabel kemudian diuraikan untuk mengetahui persepsi dan partisipasi masyarakat terhadap pengembangan desa wisata.

Informasi yang berupa parameter dari persepsi dan partisipasi masyarakat diukur dengan mencari persentase responden sehingga dapat diketahui persepsi dan partisipasi masyarakat terhadap pengembangan desa wisata. Parameter yang dimaksud untuk persepsi masyarakat yaitu pendapatan terhadap wisatawan, tambahan

bagi masyarakat, promosi dan pemasaran produk wisata, rasa aman terhadap pengunjung, keamanan sekitar objek wisata, ketersediaan fasilitas di objek wisata, dan potensi objek wisata, sedangkan partisipasi masyarakat terdiri dari keterlibatan dalam pengelolaan, keterlibatan dalam kegiatan wisata, pertemuan sadar wisata, pemberian pelayanan untuk wisatawan, menjaga dan mengawasi kawasan, serta keinginan terhadap objek wisata yang ada. Analisis tersebut menggunakan analisis kualitatif yang mentransformasikan data hasil di lapangan kedalam bentuk data yang mudah dimengerti dan dipahami agar menjadi informasi yang lebih jelas. Perhitungan persentase responden sendiri menggunakan rumus:

$$\text{Persentase Responden} = \frac{\text{Jawaban Responden}}{\text{Total Jawaban Responden}} \quad (1)$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penilaian Potensi Objek Wisata

Potensi objek wisata mengacu pada atribut atau karakteristik yang membuat suatu tempat atau area memiliki nilai pariwisata yang menarik. Potensi ini mencakup berbagai elemen yang dapat menarik minat pengunjung seperti keindahan alam, warisan budaya, atraksi wisata, aktivitas rekreasi, maupun keunikan geografis. Unsur yang dimiliki Desa Ulang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Unsur yang Dimiliki Desa Ulang

No	Unsur	Keterangan
1.	Daya Tarik	Terdapat tiga air terjun : ○ Air terjun Lasang ○ Air terjun Malanghit ○ Air terjun Batu Baganding Tempat yang masih asli ○ Pemandangan Alam yang indah Seni dan budaya masyarakat Desa Ulang: ○ Budaya membuka ladang saat ingin behuma ○ Upacara Adat Aruh Bawanang ○ Seni Rotan ○ Kebun Buah
2.	Aksesibilitas	Kondisi baik dan beraspal Kondisi sedikit rusak di sekitar Desa Ulang Waktu tempuh 1 jam dari Kecamatan Kandangan dan 3 – 4 jam dari Bandara internasional Syamsudin Noor
3.	Sarana dan Prasarana	Pos Kesehatan Desa Poskesmas Toilet umum tetapi kondisinya rusak Jalan menuju air terjun Bajang tidak ada Pasar Desa kondisinya Baik

Daya tarik yang dimiliki suatu wisata menjadi alasan untuk wisatawan mengunjunginya. Daya tarik yang terdapat di Desa Ulang sendiri yaitu keindahan alam yang masih asli, seni dan budaya yang dimiliki oleh masyarakat Desa Ulang, dan terdapat tiga air terjun yang menjadi objek wisatanya. Walaupun terdapat daya tarik di Desa Ulang baik dari segi wisata maupun masyarakatnya, wisatawan tidak boleh menjelajah kawasan hutan yang terdapat di Desa Ulang tanpa ada izin dari desa karena terdapat hutan keramat yang dipercaya oleh masyarakat sekitar. Inventarisasi perlu dilakukan di sekitar objek wisata sehingga dapat diketahui semua potensinya (Iswan *et al.*, 2020).

Aksesibilitas untuk menuju Desa Ulang dengan melewati jalan raya terbilang cukup baik yang beraspal dan memiliki 2 jalur jalan sehingga bisa dikunjungi baik menggunakan sepeda motor maupun mobil. Tetapi kondisi jalan yang terdapat di Desa Ulang sebagian rusak sehingga bisa menjadi hambatan untuk berkunjung. Waktu yang dibutuhkan untuk menuju ke Desa Ulang dari Kecamatan Kandangan kurang lebih 1 jam dan apabila dari Bandara Internasional Syamsudin Noor maka waktu yang dibutuhkan sekitar 3 – 4 jam sesuai kondisi perjalanan. Walaupun jalannya yang mudah untuk diakses ke Desa Ulang, perlu keterampilan dalam mengendarai mobil maupun kendaraan karena kondisi topografi pegunungan di sepanjang jalan sehingga terdapat jurang di salah satu sisi jalan dan jalan yang berkelok-kelok.

Objek wisata juga perlu tempat penginapan atau tempat akomodasi sehingga wisatawan bisa menikmati waktu yang lebih lama di sekitar objek wisata. Tetapi tidak terdapat tempat akomodasi di Desa Ulang sehingga wisatawan hanya bisa berkunjung sebentar saja. Apabila wisatawan tetap ingin menginap maka bisa meminta izin untuk menginap di rumah masyarakat tetapi kebutuhan menginap tergantung dari barang yang dibawa. Hal ini menjadi pertimbangan untuk Desa Ulang maupun pengelola objek wisata untuk membuat tempat akomodasi sehingga bisa menambah pendapatan masyarakat dan menarik wisatawan untuk menginap yang lebih dekat terhadap objek wisata (Ginting *et al.* 2013). Objek wisata bisa menambahkan pendapatan masyarakat dengan langsung terlibat wisata maupun ikut usaha berdagang

dengan pengelolaan objek serta menyediakan tempat penginapan (Firmansyah *et al.*, 2021).

Sarana dan prasarana penting untuk objek wisata karena bisa mempengaruhi perkembangannya. Sarana dan prasarana yang terdapat di Desa Ulang adalah terdapat pos kesehatan desa dengan kondisi baik, poskesmas pembantu dengan kondisi baik tetapi terdapat wc yang buntu, toilet umum atau MCK dimana kondisinya rusak, terdapat juga Pasar Desa di Desa Ulang dengan kondisi baik, dengan adanya Pasar Desa sebagai aset desa diharapkan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat pedesaan serta memberikan redistribusi yang besar bagi pendapatan desa. Prasarana untuk menuju ke objek wisata hanya menuju air terjun Batu Baganding dan air terjun Malanghit sedangkan air terjun Rampah Baganding tidak ada. Hal ini membuat objek wisata tidak mudah diakses oleh wisatawan sehingga akan menurunkan daya tarik yang dimiliki, tetapi akan menarik wisatawan yang menyukai tantangan untuk menuju objek wisata tersebut. Walaupun begitu, di objek wisata juga kurang akan sarananya seperti tidak terdapat gazebo untuk bersantai, tempat pembuangan sampah sehingga wisatawan membuang sampah sembarangan, tidak terdapat tempat parkir, serta loket pembayaran masuk. Untuk keamanan objek wisata bagus karena selalu dijaga oleh masyarakat maupun pengelola objek wisata baik didampingi maupun berjaga di tempat tertentu sehingga kemungkinan terjadi kecelakaan menjadi kecil dan walaupun terjadi maka akan cepat tindakan yang diberikan.

Persepsi Masyarakat

Persepsi masyarakat merupakan tanggapan yang diberikan terhadap suatu objek yang dinilai masyarakat baik tentang sumber daya maupun perubahan lingkungan yang terjadi. Persepsi masyarakat yang dilakukan pengamatan terdiri dari 7 parameter yaitu pendapat terhadap wisata, tambahan bagi masyarakat, promosi dan pemasaran produk wisata, rasa aman terhadap pengunjung, keamanan sekitar objek wisata, ketersediaan fasilitas di objek wisata, dan potensi objek wisata. Parameter yang diukur terhadap responden disajikan pada Tabel 2

Tabel 2. Hasil Parameter Persepsi Masyarakat

No	Parameter	Jawaban	Jumlah Responden	Presentase Responden
1	Pendapat terhadap wisatawan	a. Wisatawan sangat baik	28	93,33
		b. Wisatawan cukup baik	2	6,67
		c. Wisatawan kurang baik	0	0,00
		Total	30	100
2	Tambahkan bagi masyarakat	a. Memberi tambahan pendapatan	27	90,00
		b. Merasa ragu-ragu adanya tambahan pendapatan	3	10,00
		c. Tidak memberi pendapatan	0	0,00
		Total	30	100
3	Promosi dan pemasaran produk wisata	a. Setuju dilakukan promosi dan pemasaran	30	100,00
		b. Ragu-ragu dilakukan promosi dan pemasaran	0	0,00
		c. Tidak setuju dilakukan promosi dan pemasaran	0	0,00
		Total	30	100
4	Rasa aman terhadap pengunjung	a. Penting memberikan rasa aman	28	93,33
		b. Cukup penting memberikan rasa aman	2	6,67
		c. Kurang penting memberikan rasa aman	0	0,00
		Total	30	100
5	Keamanan sekitar objek wisata	a. Keamanan sangat baik	28	93,33
		b. Keamanan baik	2	6,67
		c. Keamanan tidak baik	0	0,00
		Total	30	100
6	Ketersediaan fasilitas di objek wisata	a. Fasilitas yang ada lengkap	0	0,00
		b. Fasilitas yang ada cukup lengkap	0	0,00
		c. Fasilitas yang ada kurang lengkap	30	100,00
		Total	30	100
7	Potensi objek wisata	a. Ya, Bisa dikembangkan	30	100,00
		b. Tidak bisa dikembangkan	0	0,00
		Total	30	100,00

Tabel 2 membuktikan bahwa terdapat 3 parameter dengan jawaban responden yang sama atau 100%, yaitu promosi dan pemasaran produk wisata, ketersediaan fasilitas di objek wisata, dan potensi objek wisata. Walaupun hanya terdapat 3 parameter yang jawabannya serentak, jawaban responden pada parameter lainnya lebih dari 90 % yang menjawab dengan jawaban yang sama. Hal ini membuktikan bahwa tingkat persepsi masyarakat termasuk tinggi terhadap objek wisata yang ada. Parameter pendapat responden terhadap wisatawan bahwa wisatawan sangat baik (93,33 %) baik dalam berperilaku kepada masyarakat maupun kepada lingkungan objek wisata.

Parameter tambahan bagi masyarakat bahwa responden menjawab memberikan tambahan pendapatan (90 %) karena bisa

menjadi tempat usaha bagi mereka baik menjadi tenaga kerja objek wisata, maupun jadi pedagang makanan dan produk wisata. Parameter promosi dan pemasaran produk wisata bahwa responden setuju untuk dilakukan (100 %) karena akan membuat tempat wisata dikenal masyarakat luas yang bisa menjadi wisatawan karena tertarik akan produk wisata yang dipromosikan dan dipasarkan. Selanjutnya, perlu dikembangkan sebuah media promosi yang dapat menjangkau lebih luas dalam waktu yang efektif, salah satunya adalah dengan menggunakan video (Kusumohendrarto & Fitri, 2021; Yudani, 2018).

Parameter keamanan sekitar Desa Wisata menurut responden sudah sangat baik (93,33 %) karena masyarakat sekitar selalu bergantian untuk menjaga kawasan desa

wisata. Parameter ketersediaan fasilitas di objek wisata menurut responden masih kurang lengkap (100 %), karena hanya ada beberapa saja yang baru bisa dibuat dan akses jalan yang masih belum terbilang mudah diakses. Parameter potensi objek wisata menurut responden bisa dikembangkan (100 %) karena banyak yang bisa dinikmati wisatawan baik berupa wahana, produk, maupun keadaan lingkungan yang terdapat di objek wisata yang bisa menghilangkan rasa penat dari pekerjaan maupun kegiatan sehari-hari yang sudah dilakukan.

Perkembangan teknologi yang begitu cepat membuat video sangat diminati oleh kalangan masyarakat dan meningkatkan akses masyarakat terhadap teknologi dan informasi, seperti internet dan media sosial, untuk mempromosikan desa wisata dan memperluas jangkauan pasar potensial. Penggunaan teknologi juga dapat membantu dalam pelatihan dan pemasaran produk atau jasa wisata yang ditawarkan oleh masyarakat. Lakukan upaya promosi dan pemasaran secara luas untuk memperkenalkan Desa Ulang sebagai destinasi wisata menarik. Gunakan media sosial, situs web, dan kampanye pemasaran lainnya untuk menjangkau calon wisatawan.

Parameter rasa aman terhadap pengunjung menurut responden penting (93,33 %) karena apabila objek wisata tidak memberikan rasa aman, wisatawan akan tidak tertarik dan objek wisata akan mendapatkan nama buruknya karena tidak ada keamanan sehingga wisatawan tidak mau berkunjung. Parameter keamanan sekitar Desa Wisata menurut responden sudah sangat baik (93,33 %) karena masyarakat sekitar selalu bergantian untuk menjaga kawasan desa wisata. Parameter ketersediaan fasilitas di objek wisata menurut responden masih kurang lengkap (100 %), karena hanya ada beberapa saja yang baru bisa dibuat dan akses jalan yang masih belum terbilang mudah diakses.

Parameter potensi objek wisata menurut responden bisa dikembangkan (100 %) karena banyak yang bisa dinikmati wisatawan baik berupa wahana, produk, maupun keadaan lingkungan yang terdapat di objek wisata yang bisa menghilangkan rasa penat dari pekerjaan maupun kegiatan sehari-hari yang sudah dilakukan. Masyarakat mengerti bahwa dengan adanya pengembangan desa wisata, akan ada peningkatan pada infrastruktur dan fasilitas publik seperti jalan, air bersih, sanitasi, dan transportasi yang akan meningkatkan kualitas hidup mereka.



Gambar 2. Wawancara Masyarakat Setempat

Partisipasi Masyarakat

Partisipasi masyarakat merupakan kemauan masyarakat dalam mengikuti suatu kegiatan yang dilakukan. Wawancara masyarakat yang dilakukan untuk mengetahui parameter keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan objek wisata, sebagai apa dalam

objek wisata yang terlibat, mengikuti pertemuan membahas wisata, pemberian pelayanan terhadap wisatawan, berpartisipasi menjaga dan melestarikan kawasan, serta keinginan terhadap objek wisata yang ada. Parameter yang didapat tentang partisipasi masyarakat disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Parameter Partisipasi Masyarakat

No	Parameter	Jawaban	Jumlah Responden	Presentase Responden
1	Keterlibatan dalam pengelolaan	a. Tidak terlibat	22	73,33
		b. Kadang kadang terlibat	3	10,00
		c. Sudah terlibat	5	16,67
		Total	30	100
2	Keterlibatan dalam kegiatan wisata	a. Ingin terlibat sebagai petugas kebersihan	3	10,00
		b. Ingin terlibat sebagai pedagang	12	40,00
		c. Ingin terlibat sebagai pemandu wisata	4	13,33
		d. Ingin terlibat sebagai pengelola objek wisata	11	36,67
		e. Dan lain-lainnya.....	0	0
		Total	30	100
3	Pertemuan sadar wisata	a. Sering mengikuti pertemuan	5	16,67
		b. Cukup sering mengikuti pertemuan	3	10,00
		c. Tidak mengikuti pertemuan	22	73,33
		Total	30	100
4	Pemberian pelayanan untuk wisatawan	a. Memberi pelayanan yang baik sangat perlu	26	86,67
		b. Memberi pelayanan yang baik perlu	4	13,33
		c. Memberi pelayanan yang baik tidak perlu	0	0
		d. Dan lain-lainnya....	0	0
		Total	30	100
5	Menjaga dan mengawasi kawasan	a. Menjaga dan melestarikan kawasan sangat perlu	30	100,00
		b. Menjaga dan melestarikan kawasan perlu	0	0
		c. Menjaga dan melestarikan kawasan tidak perlu	0	0
		d. Dan lain-lainnya....	0	0
		Total	30	100
6	Keinginan terhadap objek wisata yang ada	a. Menjadikan objek wisata yang menarik	11	36,67
		b. Meningkatkan keamanan dan ketertiban	4	13,33
		c. Penambahan & melakukan perbaikan dalam sarana dan prasarana	15	50,00
		d. Meningkatkan kesadaran pada masyarakat terhadap pengembangannya	0	0
		e. Dan lain-lainnya.....	0	0
		Total	30	100

Tabel 3 membuktikan bahwa hanya terdapat 1 parameter yang setuju terhadap pernyataan yang sama atau 100 %, yaitu menjaga dan mengawasi kawasan dimana sangat perlu dilakukan hal tersebut karena kawasan objek wisata yang terjaga akan menarik wisatawan, serta terawatnya fasilitas yang ada seperti bangunan maupun objek yang diwisatakan. Persentase responden pada parameter lainnya beraneka ragam dimana jawaban responden terbanyak setiap parameter berkisar antara 40 – 86,67 %. Hal ini membuktikan bahwa pendapat responden terhadap partisipasi masyarakat berbeda-beda terhadap parameter yang diberikan.

Parameter keterlibatan masyarakat terhadap objek wisata sebagai pengelola masih tidak terlibat karena sebanyak 73,33 % responden menjawab tidak terlibat. Hal ini dikarenakan responden kebanyakan bekerja sebagai petani maupun masih pelajar sehingga keterlibatan dalam mengelola masih kurang. Sehingga kebanyakan responden hanya membantu dalam pengelolaan objek wisata yang ada. Parameter keterlibatan masyarakat terhadap objek wisata dalam kegiatan wisata terlihat bahwa banyak responden ingin terlibat sebagai pedagang (40 % responden) dan sebagai pengelola objek wisata (36,67 %). Hal ini dikarenakan

banyaknya responden yang bekerja sebagai petani maupun wiraswasta sehingga ingin menjual hasil panen maupun olahan mereka. Banyaknya menjadi pengelola objek wisata juga karena responden ingin memastikan objek wisata tidak terjadi kerusakan yang diakibatkan oleh wisatawan serta ingin meningkatkan nilai jual dari objek wisata tersebut.

Parameter pertemuan sadar wisata banyak yang tidak mengikutinya karena responden sebanyak 73,33 % menjawab tidak mengikuti pertemuan. Tingginya responden yang tidak mengikuti pertemuan dikarenakan kesibukan yang mereka lakukan maupun ketidaktahuan mereka akan adanya pertemuan yang membahas tentang wisata. Menghadiri pertemuan sadar wisata dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat, pengembangan desa wisata dapat menjadi lebih berkelanjutan, berdampak positif bagi masyarakat lokal, dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi seluruh komunitas namun pertemuan sadar wisata hanya dilakukan oleh mereka yang bekerja sebagai pengelola objek wisata serta responden yang tertarik untuk mengelola maupun mencari potensi untuk dijadikan objek wisata.

Parameter pemberian pelayanan untuk wisatawan membuktikan bahwa responden menjawab sangat perlu memberikan pelayanan sebanyak 86,67 % responden. Tingginya jawaban responden akan pemberian pelayanan yang sangat perlu karena untuk mempertahankan wisatawan agar tidak bosan di objek wisata. Pelayanan yang bagus juga akan menarik minat wisatawan untuk kembali datang bahkan mengajak teman maupun kerabat untuk datang ke objek wisata.

Parameter keinginan terhadap objek wisata yang ada oleh responden untuk dilakukan penambahan dan perbaikan sarana prasarana yang ada (50 % responden). Tingginya responden menjawab penambahan dan perbaikan sarana prasarana yang ada karena sarana dan prasarana yang tidak memadai maupun kurang akan menyebabkan wisatawan tidak tertarik untuk datang serta akan meningkatkan resiko kecelakaan. Kurangnya sarana dan prasarana juga akan membuat objek wisata yang kurang menarik minat wisatawan untuk berkunjung sehingga perlu dilakukan penambahan.

Berdasarkan parameter yang ada, responden banyak yang tidak terlibat dalam pengelolaan objek wisata tetapi banyak yang

ingin terlibat baik sebagai pedagang maupun pengelola objek wisata dan sangat perlu menjaga dan mengawasi kawasan objek wisata. Walaupun responden ingin terlibat dalam kegiatan wisata, pertemuan sadar wisata banyak yang tidak mengikutinya karena ketidaktahuan mereka akan ada pertemuan tersebut maupun tidak ada waktu untuk hadir. Keinginan responden terhadap objek wisata yang ada yaitu untuk menambah dan memperbaiki sarana dan prasarana yang ada.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian dilakukan yaitu persepsi masyarakat terhadap objek wisata di Desa Ulang termasuk tinggi karena terdapat 3 parameter dengan jawaban responden 100% yaitu parameter Promosi dan pemasaran produk wisata dengan jawaban setuju dilakukan promosi dan pemasara, Parameter Ketersediaan fasilitas di objek wisata dengan jawaban fasilitas yang ada kurang lengkap, dan Parameter Potensi Objek Wisata dengan jawaban Ya bisa di kembangkan bgg mdan jawaban responden pada parameter lainnya lebih dari 90 % yang menjawab dengan jawaban yang sama, serta partisipasi masyarakat terhadap objek wisata di Desa Ulang bahwa responden banyak yang tidak terlibat (73,33 %) dalam pengelolaan objek wisata tetapi banyak yang ingin terlibat baik sebagai pedagang (40 %) maupun pengelola objek wisata (36,67 %) dan sangat perlu menjaga dan mengawasi kawasan objek wisata (86,67 %), tetapi pertemuan sadar wisata banyak yang tidak mengikutinya (73,33 %) serta keinginan responden terhadap objek wisata yang ada yaitu untuk menambah dan memperbaiki sarana dan prasarana yang ada (50 %).

Saran

Saran yang diberikan terhadap pengembangan wisata di Desa Ulang Kecamatan Loksado Kalimantan Selatan, yaitu diharapkan adanya partisipasi masyarakat untuk lebih terlibat dalam melakukan pengembangan serta pengelolaan dan peran pemerintah dalam menyediakan serta memperbaiki fasilitas sarana dan prasarana pada objek wisata yang terdapat di desa wisata tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Bigge, M.1., 1984 *Learning Theory for Teachers.*, New York, N.Y.: Harper and Row Publishers.
- Firmansyah, Fitria, A., & Nisa, K. (2021). Persepsi Masyarakat Dan Identifikasi Objek Daya Tarik Wisata Gua Liang Bangkai Kabupaten Tanah Bumbu. *Jurnal Sylva Scienteeae Volume*, 4(6).
- Ginting, I. A., Patana, P., & Rahmawaty, R. (2013). Penilaian dan Pengembangan Potensi Objek dan Daya Tarik Wisata Alam di Taman Wisata Alam (TWA) Sibolangit (Assessment and Development of Object Potency and Pull Factor of Ecotourism at Sibolangit Recreational Park). *Peronema Forestry Science Journal*, 2(1), 74-81.
- Irianto, Agus. 2011. Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya. Buku. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Iswan, M. Y. A., Fithria, A., & Asy'ari, M. (2020). Inventarisasi Potensi Obyek Daya Tarik Wisata Dan Persepsi Masyarakat di Desa Kiram Kabupaten Banjar. *Jurnal Sylva Scienteeae*, 3(5), 875-884.
- Pitana, I Gede. 2002. Konsep Pembangunan Pariwisata Berbasis Kerakyatan. [Diunduh tanggal 10 November 2013].
- Pitana, I Gde dan Putu, G Gayatri. 2004. Sosiologi Pariwisata, Yogyakarta: Andi.
- Sumardjo.2009.Teknologi partisipatif pengembangan masyarakat. Modul Kuliah. Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat. Fakultas Ekologi Manusia. Institut Pertanian Bogor.
- Sumarto, Hetifah Sj, 2003, Inovasi, Partisipasi dan Good Governance, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
- Yoeti, 2008: Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta: PT. Pradaya Paramita.
- Kusumohendrarto, raden hadapiningrani, & Fitri, N. D. (2021). Perancangan Video Destinasi Wisata Kulon Progo sebagai Pembentuk City Branding Daerah. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Dan Multimedia*, 7(1).
- Yudani, H. D. (2018). Perancangan Video Iklan Destination Branding Kabupaten Kediri. *Nirmana*, 17(1).
<https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i01.4140>
<https://doi.org/10.9744/nirmana.17.1.22-29>.