



## Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Wisata Danau Kerinci

Aini Wirya<sup>1</sup>, Lise Asnur<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Negeri Padang 1

<sup>2</sup>Universitas Negeri Padang 2

Email: [ainiwirya299@gmail.com](mailto:ainiwirya299@gmail.com)

### ABSTRAK

Latar belakang riset ini adalah observasi Danau Kerinci dan beberapa ulasan negatif wisatawan tentang Danau Kerinci yang ditemukan di ulasan google, seperti keramba ikan di Danau Kerinci yang didirikan dengan bebas dan tidak terkontrol sehingga menyebabkan pemandangan alam Danau Kerinci terganggu dan tercemar, kesulitan aksesibilitas bagi wisatawan yang menggunakan kendaraan umum, kesulitan air di toilet umum sehingga menyebabkan kebersihan toilet ikut tidak terjaga, masih terdapat kegiatan Pungut Liar (Pungli), dan tempat sampah yang jumlahnya masih sedikit dan tidak memadai sehingga menyebabkan banyak sampah berserakan disertai dengan tidak adanya petugas kebersihan. Riset ini bertujuan untuk mencari tahu pendapat wisatawan bagaimana daya tarik wisata Danau Kerinci yang ditinjau menggunakan indikator: *attraction, accessibility, amenities dan ancillary service*.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, Sampel penelitian berjumlah 82 orang dari 428 populasi dan menggunakan teknik *accidental sampling*. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang terstruktur dengan menggunakan Likert Scale. Analisis data menggunakan analisis deskriptif untuk mengkategorikan jawaban responden.

Hasil penelitian menyatakan bahwa persepsi wisatawan tentang daya tarik wisata danau kerinci dikategorikan buruk dengan persentase 40%. (1) Berdasarkan indikator attraction (atraksi) dikategorikan buruk dengan persentase 54%. (2) Berdasarkan indikator accessibility (aksesibilitas) dikategorikan cukup dengan persentase 67%. (3) Berdasarkan indikator amenities (fasilitas) dikategorikan buruk dengan persentase 42%. (4) berdasarkan indikator ancillary service (fasilitas pendukung) dikategorikan buruk dengan persentase 34%.

**Kata Kunci :** *Persepsi, Wisatawan, Daya Tarik*

### Abstract

*The background of this research is the observation of Lake Kerinci and several negative reviews of tourists about Lake Kerinci found on google reviews, such as fish cages in Lake Kerinci which were established freely and uncontrollably, causing the natural scenery of Lake Kerinci to be disturbed and polluted, accessibility difficulties for tourists who using public transportation, water shortages in public toilets, causing the cleanliness of the toilets to not be maintained, there are still illegal collection activities (Pungli), and the number of trash bins is still small and inadequate, causing a lot of garbage to be scattered along with the absence of cleaners. This research aims to find out what tourists think about the tourist attraction of Lake Kerinci which is reviewed using indicators: attraction, accessibility, amenities and ancillary service.*

*This research is a quantitative descriptive research , The research sample amounted to 82 people from 428 population and used accidental sampling technique. The data was obtained by distributing a structured questionnaire using a Likert Scale. Data analysis used descriptive analysis to categorize respondents' answers.*

*The results of the study stated that the perception of tourists about the tourist attraction of Lake Kerinci is categorized as bad with a percentage of 40%. (1) Based on the attraction indicator, it is categorized as bad with a percentage of 54%. (2) Based on the indicators of accessibility (accessibility) is categorized as sufficient with a percentage of 67%. (3) Based on the indicators of amenities (facilities) are categorized as bad with a percentage of 42%. (4) based on the ancillary service indicator (supporting facilities) it is categorized as bad with a percentage of 34%.*

**Keywords: Perception, Tourists, Attractiveness**

---

## **PENDAHULUAN**

Indonesia menjadikan industri perjalanan sebagai salah satu bidang yang perlu ditingkatkan. [1] Pariwisata terdiri dari dua suku kata. *Pari* artinya penuh atau seringkali dan *wisata* artinya jalan-jalan untuk tujuan liburan. Sehingga pariwisata menyiratkan kunjungan dengan tujuan liburan yang dilakukan lebih dari sekali. Wilayah Provinsi di Indonesia yang punya industri perjalanan salah satunya adalah wilayah Provinsi Jambi. Bagian dari daerah Jambi yang dominan kawasan industri perjalanan adalah Kabupaten Kerinci.

Kabupaten Kerinci memiliki frasa “Bumi Sakti Alam Kerinci” yang dipercaya bahwa Kerinci adalah daerah yang dapat menarik wisatawan. Persepsi bisa berupa positif maupun negatif tergantung dengan kondisi dan situasi daya tarik wisata. Alasan riset ini dilakukan untuk mencari tahu kesan wisatawan terhadap Danau Kerinci dilihat dari indikator: *attraction, accessibility, amenities, dan ancillary service.*

Persepsi merupakan siklus otak untuk memilah dan menguraikan data dan memberi makna. [2] Persepsi adalah siklus pemanfaatan informasi yang telah dimiliki untuk mendapatkan dan menguraikan siklus (rangsangan) yang dirasakan oleh alat indera manusia. [3] Persepsi tidak cuman mengandalkan dorongan fisik namun juga peningkatan terkait kondisi lingkungan dan keadaan suasana orang tersebut. [4] Wisatawan adalah individu atau perkumpulan individu yang melakukan perjalanan dengan tujuan tertentu, misalnya untuk liburan, bisnis, atau untuk memenuhi kebutuhan unik lainnya[5].

Wilayah wisata agar memikat pengunjung harus punya penarik. Penarik bisa berupa alam, lokal, atau sosial. [6] Daya tarik wisata digambarkan sebagai suatu keistimewaan, kenyamanan, dan harga keanekaragaman alam, sosial, dan buatan manusia dan jadi sasaran kunjungan wisatawan. [7] Daya tarik wisata beragam dan dikelompokkan menjadi 3 unsur utama, yaitu: wisata alam, wisata buatan manusia, dan wisata untuk tujuan tertentu. [8] Daya tarik wisata memiliki 4 indikator yaitu: *attraction, accessibility, amenities, dan ancillary service.*

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Riset ini dilakukan dengan cara pendekatan deskriptif kuantitatif dan metode survey. Populasi riset ini adalah rata-rata pengunjung Danau Kerinci tahun 2020.

**Tabel 1. Jumlah Wisatawan Danau Kerinci (2020)**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Wisatawan (Orang)</b>
Januari.	450
Februari.	205
Maret.	.
April.	.
Mei.	.

Juni.	226
Juli.	247
Agustus.	1.608
September.	590
Oktober.	296
November.	879
Desember.	634
<b>Total</b>	<b>5.135</b>

Keterangan: Data Dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci

$$\begin{aligned} \text{Populasi} &= \frac{\text{Jumlah (Orang)}}{\text{Jumlah (Bulan)}} \\ &= \frac{5.135}{12} \\ &= 427,91 = 428 \end{aligned}$$

Jadi populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 428 orang. Pada bulan Maret-Mei daya tarik wisata Provinsi Jambi ditutup sesuai dengan surat edaran pemerintah untuk menutup daya tarik wisata yang disebabkan oleh pandemi Covid-19. Sampel yang digunakan adalah wisatawan daya tarik wisata Danau Kerinci. Mengambil sampel ini menggunakan rumus Slovin dan memakai sampling insidental. Sehingga sampel penelitian ini yang digunakan sebanyak 82 pengunjung Danau kerinci yang secara kebetulan ditemukan di Danau Kerinci dan dianggap bisa dijadikan responden. Data primer penelitian didapatkan dengan cara observasi, dokumentasi dan menyebar kuesioner yang telah disusun dan telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Sedangkan data sekunder didapatkan dari instansi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci yang berupa jumlah kunjungan wisatawan Danau Kerinci pada tahun 2020. Analisis data menggunakan analisis deskriptif untuk mengkategorikan jawaban responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

Data riset ini terkumpul dari hasil sebaran kuesioner yang dilakukan terhadap wisatawan daya tarik wisata Danau Kerinci yang berjumlah 82 orang dengan 31 butir pernyataan dan dari 4 indikator variabel daya tarik wisata yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Setiap jawaban responden diolah memakai software aplikasi SPSS versi 20.00. Berikut ini merupakan hasil dari penelitian :

**Tabel 2. Daya Tarik Wisata**

Kategori.	Rentang Skor.	Frekuensi.	Persentase.
Sangat Baik.	$\geq 124,05$	1	2%
Baik.	$103,35 \leq 124,05$	9	11%
Cukup.	$82,65 \leq 103,35$	29	35%
<b>Buruk.</b>	<b><math>61,95 &lt; 82,66</math></b>	<b>33</b>	<b>40%</b>
Sangat Buruk.	$< 61,95$	10	12%
<b>Jumlah</b>		<b>82</b>	<b>100%</b>

Keterangan: Hasil Olah Data, 2021

Pada tabel skor pencapaian responden diatas dapat dilihat bahwa dari 82 responden untuk variabel daya tarik wisata mayoritas menjawab pada kategori buruk sebesar 40%. Kemudian dikelompokkan deskripsi data berupa indikator yang dapat dilihat berikut ini:

#### 1. *Attraction* (Atraksi)

Klasifikasi skor pencapaian responden penilaian indikator attraction (atraksi) dilihat pada tabel 3:

**Tabel 3. Data Indikator Attraction (Atraksi)**

Kategori.	Rentang Skor.	Frekuensi.	Persentase.
Sangat Baik.	$\geq 24$	0	0%
Baik.	$20 < 24$	5	6%
Cukup.	$16 < 20$	26	32%
<b>Buruk.</b>	<b><math>12 &lt; 16</math></b>	<b>44</b>	<b>54%</b>
Sangat Buruk.	$< 12$	7	8%
<b>Jumlah</b>		<b>82</b>	<b>100%</b>

Keterangan : Hasil Olah Data, 2021

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari 82 responden untuk indikator attraction (atraksi) mayoritas responden menjawab pada kategori buruk sebanyak 54%.

## 2. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Klasifikasi skor pencapaian responden indikator *accessibility* (aksesibilitas) pada tabel 4:

**Tabel 4. Data Indikator *Accessibility* (Aksesibilitas)**

Kategori.	Rentang Skor.	Frekuensi.	Persentase.
Sangat Baik.	$\geq 28,05$	0	0%
Baik.	$23,35 \leq 28,05$	5	6%
<b>Cukup.</b>	<b><math>18,65 &lt; 23,35</math></b>	<b>55</b>	<b>67%</b>
Buruk.	$13,95 \leq 18,65$	18	22%
Sangat Buruk.	$< 13,95$	4	5%
<b>Total</b>		<b>82</b>	<b>100%</b>

Keterangan : Hasil Olah Data, 2021

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari 82 responden untuk indikator *accessibility* (aksesibilitas) mayoritas responden menjawab pada kategori cukup sebanyak 67%.

## 3. *Amenities* (Fasilitas)

Klasifikasi skor pencapaian responden indikator *amenities* (fasilitas) dilihat pada tabel 5:

**Tabel 5. *Amenities* (Fasilitas)**

Kategori.	Rentang Skor.	Frekuensi.	Persentase.
Sangat Baik.	$> 56,1$	1	2%
Baik.	$46,7 \leq 56,1$	13	16%
Cukup.	$37,3 \leq 46,7$	22	27%
<b>Buruk.</b>	<b><math>27,9 &lt; 37,3</math></b>	<b>35</b>	<b>42%</b>
Sangat Buruk.	$< 7,9$	11	13%
<b>Jumlah</b>		<b>82</b>	<b>100%</b>

Keterangan: Hasil Olah Data, 2021

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 82 responden untuk indikator *amenities* (fasilitas) mayoritas responden menjawab pada kategori buruk sebanyak

## 4. *Ancillary Service* (Fasilitas Pendukung)

Klasifikasi skor pencapaian responden penilaian indikator *ancillary service* (fasilitas pendukung) dilihat pada tabel 6:

**Tabel 6. Data Indikator Ancillary Service (Fasilitas Pendukung)**

Kategori.	Rentang Skor.	Frekuensi.	Persentase.
Sangat Baik.	>16,05	3	4%
Baik.	13,35 < 16,05	12	15%
Cukup.	10,65 < 13,35	25	30%
<b>Buruk.</b>	<b>7,95 &lt; 10,65</b>	<b>28</b>	<b>34%</b>
Sangat Buruk.	<7,95	14	17%
<b>Jumlah</b>		<b>82</b>	<b>100%</b>

Keterangan: Hasil Olah Data, 2021

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari 82 responden untuk indikator *ancillary service* (fasilitas pendukung) mayoritas responden menjawab pada kategori buruk sebanyak 34%.

## B. Pembahasan

### 1. Daya Tarik Wisata

Berdasarkan data penelitian hasil pengolahan kuesioner sebanyak 82 sampel, diketahui bahwa variabel daya tarik wisata secara keseluruhan menunjukkan 40% dengan kategori buruk. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas wisatawan Danau Kerinci mempunyai persepsi buruk saat berwisata ke Danau Kerinci. Pengelola Danau Kerinci sebaiknya memperbaiki aspek-aspek permasalahan Danau Kerinci agar pengunjung tertarik dan mempunyai tujuan saat berkunjung ke Danau Kerinci. [6] Daya tarik wisata digambarkan sebagai suatu keistimewaan, kenyamanan, dan harga keanekaragaman alam, sosial, dan buatan manusia dan jadi sasaran kunjungan wisatawan. [9] “Daya tarik wisata adalah sesuatu yang mempunyai daya pikat, keistimewaan, dan harga tinggi, dan menjadi lokasi para pengunjung mengunjungi wilayah tertentu”.

#### a. *Attraction* (Atraksi)

Hasil penelitian ini dilihat dari indikator *attraction* (atraksi) menunjukkan bahwa persentase tertinggi pada rentang skor  $12 < 16$ . Sehingga dapat dikatakan sebagian responden tidak puas terhadap aspek *attraction* (atraksi) pada daya tarik wisata Danau Kerinci.

Pengelola Danau Kerinci perlu lebih meningkatkan lagi aspek *attraction* (atraksi) pada Danau Kerinci untuk lebih menarik wisatawan berkunjung ke Danau Kerinci. [10] *Attraction* merupakan segmen lokasi wisatawan yang mampu membuat keinginan pelancong pergi ke tempat tersebut. Untuk meningkatkan aspek *attraction* pengelola dapat menambah wahana permainan pada daya tarik wisata Danau Kerinci, seperti menyediakan spot foto yang lebih menarik, mengadakan perlombaan seni dan budaya Kerinci, menjaga lingkungan Danau Kerinci dari pencemaran seperti membatasi masyarakat untuk mendirikan keramba ikan.

#### b. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Hasil penelitian persepsi wisatawan tentang daya tarik wisata Danau Kerinci yang ditinjau dari indikator *accessibility* (aksesibilitas) menunjukkan bahwa persentase tertinggi berada pada kategori cukup dengan sebesar 67% dengan rentang skor  $18,65 < 23,35$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian responden merasa kurang puas terhadap aspek *accessibility* Danau Kerinci.

Pengelola daya tarik wisata Danau Kerinci dapat meningkatkan aspek *accessibility* (aksesibilitas) Danau Kerinci karena aspek *accessibility* (aksesibilitas) merupakan salah satu aspek terpenting bagi wisatawan untuk menuju dan meninggalkan daya tarik wisata. [10] *Accessibility* (aksesibilitas) adalah ketersediaan pengangkutan ke tujuan dan pulang dari tujuan daerah pelancong, misalnya ketercapaian, jalan besar, teknik pengangkutan, pangkalan kendaraan umum, persinggahan, pangkal udara, dan lainnya. Namun pada hasil penelitian masih terdapat wisatawan yang tidak puas dengan moda transportasi yang ada pada Danau Kerinci.

Beberapa upaya dapat dilakukan pengelola untuk meningkatkan aspek *accessibility* (aksesibilitas). [4] Komponen-komponen berguna terkait bagian dari aksesibilitas antara lain penunjuk arah, terminal udara, pangkalan kendaraan umum, kurun waktu yang diperlukan, harga safari, pengulangan transportasi ke tujuan dan unit lainnya. Merujuk pada pernyataan tersebut maka upaya yang diperlukan, harga safari, pengulangan transportasi ke tujuan dan unit lainnya. Merujuk pada pernyataan tersebut maka upaya yang dapat dilakukan oleh pengelola untuk meningkatkan aspek *accessibility* (aksesibilitas) pada daya tarik wisata Danau Kerinci, diantaranya menambah rambu-rambu lalu lintas dan penunjuk jalan menuju daya tarik wisata Danau Kerinci, dan menyediakan kendaraan umum yang layak untuk meninggalkan daya tarik wisata Danau Kerinci.

#### c. *Amenities* (Fasilitas)

Hasil penelitian persepsi wisatawan tentang daya tarik wisata Danau Kerinci yang ditinjau dari indikator *amenities* (fasilitas) menunjukkan bahwa persentase tertinggi berada pada kategori buruk dengan 42% dengan rentang skor  $27,9 < 37,3$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian responden merasa tidak puas terhadap aspek *amenities* (fasilitas) Danau Kerinci.

Pengelola Danau Kerinci dapat melakukan peningkatan aspek *amenities* (fasilitas) pada Danau Kerinci untuk memajukan pemenuhan alat yang dibutuhkan oleh wisatawan saat mengunjungi Danau Kerinci. [8] *Amenities* mencakup seuntai alat yang digunakan untuk mengatasi masalah penginapan, jualan makanan dan minuman, adanya pertunjukan dan layanan lainnya.

Namun dari hasil penelitian masih terdapat wisatawan yang belum puas dengan penginapan (tempat tinggal), penjualan makanan dan minuman, adanya pertunjukan, kebersihan toilet, dan ketersediaan tempat ibadah. Maka upaya yang dapat dilakukan oleh pengelola untuk meningkatkan aspek *amenities* (fasilitas) Danau Kerinci diantaranya adalah menyediakan atau bekerja sama dengan pihak swasta untuk membuka toko yang menjual oleh-oleh atau cinderamata khas Kerinci, menyediakan tempat ibadah yang layak, dan menyediakan toilet yang bersih dan layak.

#### d. *Ancillary Service* (Fasilitas Pendukung)

Hasil penelitian persepsi wisatawan tentang daya tarik wisata Danau Kerinci yang ditinjau dari indikator *ancillary service* (fasilitas pendukung) menunjukkan bahwa persentase tertinggi berada pada kategori buruk dengan 34% dengan rentang skor  $7,95 < 10,65$ . Sehingga dapat dikatakan sebagian responden merasa tidak puas terhadap aspek *ancillary service* (fasilitas pendukung) Danau Kerinci. Pengelola harus memperhatikan lagi aspek *ancillary service* (fasilitas pendukung), karena sebagian responden memiliki persepsi buruk terhadap aspek *ancillary service* (fasilitas pendukung) yang ada di Danau Kerinci.

Upaya yang dapat dilakukan oleh pengelola, seperti menyediakan papan informasi atau counter/pusat informasi umum tentang Danau Kerinci, meningkatkan media informasi dan promosi Danau Kerinci baik media cetak maupun digital (seperti brosur, web resmi, dan media sosial), menyediakan tempat sampah yang lebih layak sehingga kebersihan Danau Kerinci dari sampah tetap terjaga, menyediakan mesin ATM terdekat dengan Danau Kerinci, dan menyediakan posko pelayanan kesehatan. Hal ini merujuk pada pernyataan [10] *Ancillary service* adalah tersedianya fasilitas pendukung untuk aktivitas wisatawan selama berada di tempat wisata, seperti administrasi keuangan, administrasi kesehatan, administrasi keamanan, jaringan komunikasi, pengiriman/pos, dan lain-lain. Jika *ancillary service* (fasilitas pendukung) suatu daya tarik wisata memadai maka akan memudahkan wisatawan melakukan kegiatan wisata pada daya tarik wisata.

## KESIMPULAN

Tingkat capaian persepsi wisatawan tentang daya tarik wisata Danau Kerinci termasuk kedalam kategori buruk dengan persenan sebesar 40%. Penelitian ini ditinjau dari 4 indikator dengan hasil sebagai berikut:

1. Tingkat capaian persepsi wisatawan tentang daya tarik wisata Danau Kerinci ditinjau dari aspek *attraction* (atraksi) termasuk kedalam kategori buruk dengan persenan sebesar 54%.
2. Tingkat capaian persepsi wisatawan tentang daya tarik wisata Danau kerinci ditinjau dari aspek *accessibility* (aksesibilitas) termasuk kedalam kategori cukup dengan persenan sebesar 67%.
3. Tingkat capaian persepsi wisatawan tentang daya tarik wisata Danau Kerinci ditinjau dari aspek *amenities* (fasilitas) termasuk kedalam kategori buruk dengan persenan sebesar 42%.
4. Tingkat capaian persepsi wisatawan tentang daya tarik wisata Danau Kerinci ditinjau dari aspek *ancillary service* (fasilitas pendukung) termasuk dalam kategori buruk dengan persenan sebesar 34%.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] A.J, Muljadi. 2012. Kepariwisata dan Perjalanan, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- [2] Desmita. 2011. Psikologi Perkembangan Peserta Didik. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- [3] Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education. Inc.
- [4] Sunaryo, Bambang. 2013. Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Yogyakarta: Gava Media.
- [5] Putra, Putu Karyana. 2018. Identifikasi Komponen Daya Tarik Wisata dan Pengelolaan Pantai Labuan Sait, Desa Adat Pecatu, Kabupaten Bandung. *Jurnal Destinasi Pariwisata*. Vol.6 No.2, Hal. 292-298.
- [6] Republik Indonesia. 2009. Undang-Undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Sekretariat Negara. Jakarta.
- [7] Ansofino. 2012. *Economica*, Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat. Vol.1 No.1 Hal.1-17.
- [8] Sugiana, A Gima. 2011. *Ecotourism: Pengembangan Pariwisata berbasis konservasi alam*. Bandung: Guardaya Intimarta.
- [9] Hanif, S., dan Praman, D. 2018. Pengembangan Bisnis Pariwisata Dengan Media Sistem Informasi. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- [10] Prabawati, Ni Putu Diah. 2020. Desa Canggu, Bali Sebuah *Basecamp* Bagi digital *Nomad*? Identifikasi Produk Wisata Berdasarkan 4A (*Attraction, Amenity, Accessibility, Ancillary*). Vol. 14 No.2 Hal.91-108.