

Persepsi Wisatawan terhadap Fasilitas dan Aksesibilitas Wana Wisata Winong di Kabupaten Malang

Putra Irwandi^{1*}, Erwinda Mufidah Izzati², Nuzlatul Afia³, Ninda Novita¹

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Kehutanan, Universitas Satya Terra Bhinneka

²Program Studi Magister Sosiologi, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya

³Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya

Email: putrairwandi@satyaterabhinneka.ac.id

Abstrak

Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Malang penting untuk ditindaklanjuti sebagai bagian dari peningkatan ekonomi lokal pedesaan khususnya pada Wana Wisata Winong. Selain menyajikan destinasi wisata alam untuk rekreasi dan *camping ground*, penting juga untuk diteliti terkait persepsi wisatawan dari perspektif fasilitas dan aksesibilitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif terhadap 97 wisatawan yang dipilih secara aksidental di lokasi penelitian Desa Bringin, Kabupaten Malang. Variabel Fasilitas yang akan dianalisis adalah berkaitan dengan gazebo, taman, kantin, toilet, mushola, area parkir dan fasilitas pendukung lainnya. Sedangkan indikator aksesibilitas berkaitan erat dengan kondisi jalan, jarak, dan petunjuk lokasi wisata. Analisis data menggunakan statistik deskriptif untuk mengkategorikan indikator dalam berbagai kriteria. Hasil analisis menunjukkan kesimpulan bahwa Persepsi wisatawan terhadap fasilitas di Wana Wisata Winong berada pada kategori baik artinya wisatawan merasa fasilitas yang ditawarkan oleh Wana Wisata Winong sudah memenuhi kepuasan wisatawan selama berada di tempat wisata. Persepsi wisatawan terhadap aksesibilitas Wana Wisata Winong termasuk ke dalam kategori baik artinya wisatawan merasa bahwa aksesibilitas menuju baik dan sesuai dengan harapan wisatawan.

Kata kunci: Aksesibilitas, Fasilitas, Malang, Winong, Wisata

Abstract

The development of tourism in Malang Regency is important to follow up on as part of improving the local rural economy, especially in Wana Wisata Winong. In addition to providing natural tourist destinations for recreation and camping grounds, it is also important to study tourist perceptions from the perspective of facilities and accessibility. This study uses a descriptive approach to 97 tourists who were randomly selected at the research location in Bringin Village, Malang Regency. The facility variables analyzed are related to gazebos, parks, canteens, toilets, prayer rooms, parking areas, and other supporting facilities. Meanwhile, accessibility indicators are closely related to road conditions, distance, and tourist location signs. Data analysis uses descriptive statistics to categorize indicators into various criteria. The results of the analysis show that tourists' perceptions of the facilities at Winong Forest Park are in the good category, meaning that tourists feel that the facilities offered by Winong Forest Park satisfy them during their stay at the tourist site. Tourists' perceptions of the accessibility of Winong Forest Park are also in the good category, meaning that tourists feel that the accessibility is good and in line with their expectations.

Keywords: Accessibility, Facilities, Malang, Winong, Tourism

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam peningkatan pendapatan dan ekonomi masyarakat di daerah pedesaan. Tidak hanya berdampak pada peningkatan asli daerah tetapi juga akan menciptakan *multiplier effect* pada berbagai bidang antara lain jasa, transportasi, kuliner, dan bisnis ekonomi kecil. Pariwisata juga dianggap sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi nasional dengan memanfaatkan potensi lokal. Pariwisata didefinisikan sebagai perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dalam kurun waktu tertentu dari satu tempat ke tempat lainnya melalui perencanaan matang dengan tujuan hanya untuk rekreasi atau pemenuhan kebutuhan dan keinginan individu (Mumtaz & Karmilah, 2022; Suwena & Widyatmaja, 2010). Salah satu daerah yang memiliki potensi pariwisata dengan keindahan alam, kesejukan udara dan berbagai destinasi lainnya yang menarik perhatian wisatawan adalah Malang Raya.

Malang raya merupakan salah satu tujuan utama wisata di Jawa Timur dengan potensi yang beragam terdiri dari Kota Malang, Kabupaten Malang, dan Kota Batu. Secara dominan luas, Kabupaten Malang adalah wilayah paling luas dibanding kedua wilayah administrasi tersebut. Destinasi yang ada di Kabupaten Malang dominan wisata alam baik berupa gunung, pantai atau pemandian air panas, wisata agrotourism, sejarah wisata, pesarean, dan lain-lain (BPS Kabupaten Malang, 2021). Melalui berbagai kebijakan daerah, Bupati Kabupaten Malang mencanangkan program satu desa satu destinasi wisata untuk merangsang pertumbuhan ekonomi masyarakat dari sektor pariwisata (Surabayapost, 2021). Potensi yang dimiliki Kabupaten Malang tersebut dapat digali, dikelola dan dikembangkan menjadi sarana hiburan untuk memenuhi kebutuhan lokal maupun mancanegara. Salah satu potensi wisata alam yang sedang dikembangkan adalah pemanfaatan hutan dengan pengembangan ekowisata sesuai dengan permen LHK Nop83/MENLHK/SETJEN/KUM/110/2016 tentang perhutanan sosial, yang mana pemanfaatan hutan adalah kegiatan untuk memanfaatkan kawasan hutan dalam bentuk hasil hutan kayu dan hasil hutan bukan kayu melalui pembibitan, penanaman, pemeliharaan, pemanenan, pengelolaan dan pemasaran berdasarkan azas kelestarian hutan sosial lingkungan dan/atau dalam bentuk jasa lingkungan melalui antara lain jasa ekowisata, jasa tata air, jasa keanekaragaman hayati dan penyerapan/penyimpanan karbon.

Salah satu destinasi wisata yang memadukan pemanfaatan hutan pinus sebagai tempat rekreasi wisata dan masih dalam terus pengembangan adalah Wana Wisata Winong di Desa Bringin, Kecamatan Wajak, Kabupaten Malang. Wisata Winong merupakan

destinasi wisata yang memanfaatkan potensi alamnya sebagai daya tarik bagi wisatawan yang datang. Wisata ini memanfaatkan potensi hutan produksi lebih efektif dengan menyediakan layanan wisata berupa camping ground, area outbound, dan area rekreasi yang dibangun pada tahun 2020 dan diresmikan pada 2021 (*Company profile* Wana Wisata Winong, 2021).

Wana wisata winong memiliki luas area keseluruhan 9 hektar hingga saat ini yang sudah dikelola seluas 2 hektar. Wana wisata winong dikelola oleh LKDPH kelompok wisata yang terdiri dari para ketua RT, ketua RW dan masyarakat sekitar. Wana wisata winong memiliki 4 misi yakni (1) Menjadikan wana wisata winong untuk memajukan perekonomian warga sekitar, (2) Menjadikan Wana Wisata Winong sebagai ikon Desa Bringin, (3) Menjaga kelestarian hutan dan, (4) Menjadikan contoh Wana Wisata Winong sebagai Wisata yang memanfaatkan hutan produksi lebih efektif dan menjadi daya tarik wisatawan (*Company profile*, 2021). Namun kenyataannya misi tersebut tersebut belum sepenuhnya dicapai secara optimal. Berdasarkan observasi lapang, terdapat beberapa permasalahan dari beberapa aspek seperti atraksi yang masih perlu dikembangkan seperti penambahan spot foto bagi pengunjung yang masih kurang, fasilitas yang kurang memadai seperti jumlah kantin yang terbilang sedikit yakni 3 stand warung, keberadaan toilet yang kurang bersih, dan aksesibilitas yang masih belum memadai. Permasalahan tersebut menjadi salah satu penghambat tercapainya visi dan misi yang telah ditentukan. Oleh sebab itu perlu adanya persepsi dari wisatawan terhadap kondisi yang ada di Wana Wisata Winong. Persepsi wisatawan dibutuhkan sebagai masukan kepada pengelola dalam meningkatkan wisata tersebut menjadi lebih baik.

Wana wisata winong masih memiliki beberapa permasalahan dalam beberapa aspek yakni fasilitas seperti kurangnya ketersediaan makanan dan minuman saat pengunjung melakukan wisata, serta fasilitas pendukung tambahan seperti kebersihan toilet dan mushola. Selain itu pada aspek aksesibilitas untuk menuju lokasi wisata masih belum memadai ditandai dengan kurangnya papan rute yang disediakan untuk memudahkan pengunjung saat ingin berkunjung ke tempat wisata. Beberapa masalah tersebut dapat diidentifikasi menjadi 2 komponen utama daya tarik wisata yaitu fasilitas dan aksesibilitas yang ditawarkan oleh Wana Wisata Winong. Menurut Kadi *et al.*, (2023); Nugroho (2022) mengemukakan bahwa terdapat beberapa komponen yang harus dimiliki oleh sebuah objek wisata yaitu accessibility dan amenity. Amenity (fasilitas) merupakan segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata.

Accessibility (aksesibilitas) merupakan segala macam transportasi ataupun jasa transportasi yang memudahkan wisatawan untuk bisa mengunjungi tempat wisata tersebut.

Telah banyak penelitian serupa yang membahas persepsi masyarakat atau wisatawan terhadap pengembangan wisata di berbagai daerah. Antara lain yang dilakukan oleh Muhammad *et al.*, (2021); Rizkiningtyas, (2022); Wirda *et al.*, (2024); Zebua, (2018) yang secara keseluruhan menunjukkan hasil bahwa penembangan wisata masih dalam proses pengembangan dengan berbagai metode dan variabel yang berbeda. Penelitian ini mengkaji secara komprehensif perspektif secara kualitatif deskriptif dalam menggali detail informasi wisatawan. Penelitian ini penting dilakukan karena akan memberikan gambaran komprehensif dan lengkap terkait persepsi wisatawan terhadap Wana Wisata Winong. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pihak pengelola untuk pengembangan Wana Wisata Winong dalam menarik wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk menggali detail informasi tentang persepsi wisatawan terhadap fasilitas dan aksesibilitas Wana Wisata Winong. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara purposive sesuai pertimbangan peneliti yakni 1) Wana Wisata Winong merupakan wisata yang baru diresmikan dan masih dalam tahap pengembangan untuk dijadikan wisata desa lokal yang menjadi ikon Desa Bringin. 2) Wana Wisata Winong memiliki tujuan menjadi contoh wisata yang memanfaatkan hutan produksi lebih efektif serta satu-satunya wisata hutan yang masih berkembang di Kecamatan Wajak. Responden berjumlah 97 orang yang dipilih secara aksidental dengan syarat sudah pernah ke Wana Wisata Winong Kabupaten Malang, Jawa Timur. Jenis data yang digunakan menggunakan data primer yang dianalisis dengan bantuan *microsoft excel*. Analisis dilakukan dengan menghitung selang atau interval kelas sebesar 0,8 yang terbagi dalam lima kategori utama yakni sangat buruk, buruk, sedang, baik, dan sangat baik. Adapun variabel yang akan diidentifikasi adalah Fasilitas yang terdiri dari beberapa indikator utama yakni 1) Harga tiket masuk, 2) Camping Ground, 3) Kantin, 4) Parkir, 5) Toilet, 6) Musola. Sedangkan Aksesibilitas akan diidentifikasi melalui indikator 1) Kondisi Jalan, 2) Jarak, 3) Kemudahan lokasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden pada penelitian ini digunakan untuk melihat keragaman dari responden berdasarkan ada beberapa kriteria. Kriteria yang digunakan yakni meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, daerah asal dan intensitas kunjungan. Hal ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas terkait dengan kondisi responden dan kaitannya dengan persepsi responden terhadap Wana Wisata Winong di Desa Bringin.

Tabel 1. Karakteristik Demografis Wisatawan Wana Wisata Winong

Karakteristik	Deskripsi	Jumlah Responden	Persentase
Jenis kelamin	Laki-Laki	52	54%
	Perempuan	45	46%
	Total	97	100%
Usia	17-25 tahun	61	63%
	26-35 tahun	24	25%
	36-45 tahun	9	9%
	> 46 tahun	3	3%
	Total	97	100%
Pendidikan	SD	2	2%
	SMP	31	32%
	SMA	50	52%
	Sarjana (S-1)	14	14%
	Total	97	100%
Asal Daerah	Malang Raya	84	87%
	Luar Malang Raya	13	13%
	Total	97	100%

Sumber : Data Primer diolah Penulis (2025)

Berdasarkan data dari tabel di atas dapat dilihat bahwa total responden berjumlah 97 orang dengan persentase 54% berjenis kelamin laki-laki dan 46% berjenis kelamin perempuan. Hal tersebut menunjukkan bahwa wisatawan di Wana Wisata Winong didominasi oleh wisatawan laki-laki. Laki-laki lebih menyukai destinasi wisata alam, menjadikan alam sebagai tempat untuk berkumpul dengan teman ataupun komunitasnya. Sedangkan perempuan lebih menyukai tempat wisata *indoor*. Hal ini sejalan dengan penelitian Hartati *et al.*, (2021) yang menyebutkan bahwa laki-laki memiliki jiwa berpertualang yang lebih tinggi dibandingkan perempuan. Laki-laki lebih suka mengunjungi destinasi wisata alam sedangkan perempuan lebih suka mengunjungi pusat perbelanjaan seperti mall. Meskipun demikian, dari pihak pengelola sendiri tidak memperlakukan jenis kelamin wisatawan yang datang. Wana Wisata Winong didirikan untuk wisatawan luas tanpa ada spesialisasi laki-laki ataupun perempuan.

Responden didominasi oleh rentang usia 17- 25 tahun dengan jumlah 61 responden (63%). Responden paling sedikit berada pada rentang >46 tahun dengan jumlah 3

responden (3%). Hal ini dikarenakan pada usia tersebut, wisatawan lebih bersemangat dan senang melakukan perjalanan untuk mencari pengalaman baru serta mengukir momen bersama keluarga maupun teman-teman. Menurut Irwandi, (2024); Wirda *et al.*, (2024) menyebutkan bahwa pada umumnya kelompok dengan usia 16-26 tahun adalah usia dimana orang lebih berenergi sehingga pada usia ini orang lebih suka melakukan perjalanan untuk mencari pengalaman baru dan mendatangi tempat-tempat yang menarik.

Mayoritas responden adalah lulusan SMA yakni sebanyak 50 orang (52%) dari keseluruhan wisatawan. Kemudian diikuti responden dengan pendidikan terakhir SMP sebanyak 31 responden (32%). Sebagian besar responden lulusan SMA merupakan responden yang berprofesi sebagai mahasiswa, karyawan swasta dan wiraswasta. Sedangkan responden lulusan SMP merupakan responden yang masih menempuh pendidikan di jenjang SMA. Tingkat pendidikan memiliki kaitanya dengan aktivitas dan motivasi seseorang berwisata. Dimana wisatawan yang memiliki pendidikan lebih tinggi cenderung ingin terlibat dalam kegiatan alam sehingga menjadi kesempatan bagi pengelola untuk menerapkan prinsip-prinsip ecotourism. Sedangkan bahwa jika seseorang yang memiliki pendidikan tinggi akan memberikan tanggapan lebih rasional dibandingkan dengan orang yang berpendidikan rendah atau tidak berpendidikan sama sekali.

Wisatawan yang datang ke Wana Wisata Winong didominasi oleh wisatawan yang berasal dari Malang Raya sebanyak 84 responden atau 87%. Wisatawan lokal yang datang berasal dari beberapa kecamatan dan kota seperti Kecamatan Wajak, Poncokusumo, Kepanjen, Turen, Dampit, Ampel Gading, Pegelaran, Gondanglegi, Sumbermanjing, Tajinan dan Tumpang. Tujuan kedatangan mereka untuk berkemah, melakukan kegiatan outbound, hunting foto dan rekreasi keluarga. Sisanya 13 responden atau 13% dari total keseluruhan wisatawan berasal dari luar Malang Raya, dalam hal ini wisatawan berasal dari Surabaya, Pasuruan, Lumajang, Jember, Sidoarjo dan Blitar. Tujuan utama mereka mengunjungi Winong dikarenakan ada event yang diadakan oleh komunitas mereka. Mayoritas wisatawan datang berasal dari Malang Raya, Menurut Tyas & Damayanti, (2018) jarak tempuh menjadi salah satu faktor yang menentukan kunjungan wisatawan ke suatu tempat objek wisata. Berdasarkan pada asal daerah pengunjung yang menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan yang datang adalah masyarakat lokal di Malang Raya dan belum cukup dikenal oleh wisatawan di luar Malang Raya. Pemasaran yang dilakukan oleh pengelola hanya melalui sosial media instagram serta pemasaran dari mulut ke mulut oleh wisatawan.

Persepsi Wisatawan terhadap Fasilitas Wana Wisata Winong

Fasilitas merupakan salah satu sarana maupun prasarana yang berperan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen terhadap suatu objek wisata. Fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu ditempat daerah tempat wisata yang dikunjungi. Terdapat 6 indikator yang dijadikan sebagai penilaian persepsi di Wana Wisata Winong. Hasil penilaian persepsi wisatawan terhadap fasilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 2. Persepsi Wisatawan terhadap Fasilitas Wana Wisata Winong

No	Indikator	Skor	Kategori
1	Harga Tiket masuk yang telah ditetapkan terjangkau	4,55	Baik
2	Camping ground yang disediakan sudah sangat layak	4,18	Baik
3	Ketersediaan makanan dan minuman di kantin yang beragam	3,12	Sedang
4	Luas lahan parkir untuk kendaraan	3,98	Baik
5	Toilet yang bersih dan mencukupi	3,08	Sedang
6	Musola yang tersedia nyaman dan bersih untuk digunakan	2,82	Sedang

Sumber : Data Primer diolah Penulis (2025)

Pada tabel di atas dapat dilihat skor masing-masing indikator bahwa termasuk dalam kategori sedang dan baik terhadap fasilitas Wana Wisata Winong. Skor rata-rata untuk harga tiket masuk yaitu sebesar 4,55 masuk dalam kategori baik. Skor rata-rata untuk camping ground/area outbound sebesar 4,18 dengan kategori Baik. Skor rata-rata untuk ketersediaan makanan dan minuman di kantin sebesar 3,12 dengan kategori sedang. Skor rata-rata untuk lahan parkir sebesar 3,98 dengan kategori baik. Skor rata-rata untuk toilet sebesar 3,08 dengan kategori sedang. Terakhir skor rata-rata mushola sebesar 2,82 dengan kategori sedang.

Menurut pengelola, biaya masuk ke Wana Wisata Winong adalah gratis, kecuali untuk kegiatan berkemah. Namun wisatawan diharuskan membayar karcis parkir sebagai tiket untuk masuk ke area Wana Wisata Winong. Harga tiket parkir yang ditetapkan yakni Rp. 5.000,- untuk kendaraan roda dua, Rp.10.000,- untuk kendaraan roda empat. Sedangkan untuk kegiatan berkemah, wisatawan diharuskan membayar sebesar Rp. 50.000,- per tenda.

“...untuk masuk kesini kan sebenarnya gratis mbak, hanya saja pengunjung itu bayar parkir kendaraannya saja. Kalau motor roda dua tiket parkirnya lima ribu, kalau roda empat sepuluh ribu. Kalau untuk yang nge- camp, biaya reservasinya sebesar lima puluh

ribu itu untuk satu tenda, berapapun jumlah orangnya. Ditambah biaya parkir mobil sebesar sepuluh ribu.” (Pengelola Wana Wisata Winong)

Menurut keseluruhan wisatawan yang mengisi kuesioner, harga tiket masuk yang ditetapkan sangat terjangkau, baik dari kalangan pelajar hingga kalangan PNS. Sedangkan wisatawan yang datang untuk berkemah mengatakan hal yang sama, harga yang ditetapkan bagi wisatawan yang berkemah juga tergolong terjangkau jika dibandingkan dengan beberapa bumi perkemahan lain. Dalam hal ini, persepsi wisatawan hanya dibedakan antara setuju dan sangat setuju, wisatawan yang menjawab sangat setuju merupakan wisatawan yang sudah memiliki penghasilan lebih tinggi dibandingkan dengan wisatawan yang masih pelajar, dimana penghasilan mereka hanya didapatkan dari orang tua. *“...tadi masuk sini cuma bayar parkir aja sih mbak, lima ribu untuk satu motor, satu motor dua orang, bayar segitu ya murah sih. Biasanya kan ada tiket masuk sendiri, bayar parkir sendiri. Lha disini cuma bayar parkir sudah bisa masuk,” (Wisatawan inisila AH)*

“Harga tiket untuk bisa nge-camp disini bisa dibilang terjangkau, untuk camping semalam, kita ada 3 orang dewasa dan 1 anak-anak cukup bayar enam puluh ribu, itu termasuk parkir satu mobil. Lokasinya kan juga cukup datar yam nggak dekat tebing, jadi lebih aman kalau tiba-tiba malam hujan. Kemudian bayar segitu kita juga dapat fasilitas kamar mandi yang bersih, airnya lancar, ada kolam renang untuk anak-anak, termasuk juga free wifi,” (Wisatawan, Inisial DD)

Secara keseluruhan, variabel fasilitas termasuk ke dalam kategori baik dengan skor rata-rata sebesar 21,73 (72%) yang artinya wisatawan setuju bahwa fasilitas yang diberikan seperti harga tiket masuk, camping ground/outbound area, kantin, parkir, toilet dan mushola sesuai dengan harapan dan memberikan kepuasan bagi wisatawan. Selain *what to see*, syarat daya tarik selanjutnya yakni *“what to do and what to buy”* yaitu di tempat tersebut selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus disediakan fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lebih lama di objek wisata tersebut, selain itu juga tempat tujuan wisata harus menyediakan fasilitas untuk berbelanja kebutuhan selama di lokasi objek wisata (Irwandi, 2024). Berdasarkan persespsi dan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa fasilitas yang ada di Wana Wisata Winong tergolong baik. Meskipun demikian masih banyak hal yang perlu untuk diperbaiki dan dikembangkan oleh pengelola seperti ditambahkan fasilitas untuk berbelanja terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke daerah asal.

Pada indikator harga tiket masuk ini dapat disimpulkan bahwa persepsi wisatawan

terhadap harga tiket masuk ke Wana Wisata Winong dalam kategori baik. Hal tersebut diartikan bahwa rata-rata wisatawan setuju bahwa harga tiket masuk ke Wana Wisata Winong terjangkau. Persepsi wisatawan terhadap fasilitas secara signifikan akan mempengaruhi pengalaman dan kepuasan mereka secara keseluruhan. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas fasilitas, termasuk kebersihan, fungsionalitas, dan aksesibilitas, memainkan peran penting dalam membentuk nilai emosional dan kepuasan di antara pengunjung. Gambaran ini akan mengeksplorasi aspek-aspek kunci dari persepsi wisatawan mengenai fasilitas, menarik wawasan dari berbagai penelitian. Telah banyak penelitian yang mengulik berkaitan dengan fasilitas terhadap minat wisata. Sebuah studi di *Mifan Water Park* mengungkapkan bahwa 80,8% variasi nilai emosional dikaitkan dengan kualitas fasilitas yang dirasakan, menekankan pentingnya kebersihan dan fungsionalitas (Furqon & Wulandari, 2025). Penelitian lain terhadap Wisatawan di Pantai Kurenai menilai kondisi fisik fasilitas dan infrastruktur sebagai kritis, dengan skor persepsi umum 67,4%, menunjukkan perlunya perbaikan di daerah ini (Febriani & Suyuthie, 2024). Penelitian di Pulau Panjang menyoroti kekurangan seperti penginapan yang tidak memadai dan kondisi jalan yang buruk, dengan 50,65% wisatawan menilai fasilitas sebagai bagus (Ernovela & Fatimah, 2019). Jika dikaji lebih detail di berbagai negara di Pantai Sili misalnya, wisatawan menyatakan ketidakpuasan terhadap toilet umum dan tempat sampah, dengan tingkat ketidakpuasan masing-masing 42,25% dan 38,75%, sementara area istirahat menerima peringkat kepuasan yang lebih tinggi.

Persepsi Wisatawan terhadap Aksesibilitas Wana Wisata Winong

Aksesibilitas yang baik menentukan kemudahan dalam melakukan perjalanan dari lokasi tempat tinggal ke lokasi pelayanan yang dibutuhkan. Aksesibilitas menuju Wana Wisata Winong dinilai dari 3 indikator yaitu bagus tidaknya kondisi jalan menuju Wana Wisata Winong, Jarak yang ditempuh menuju Wana Wisata Winong dan Mudahnnya petunjuk untuk menemukan Wana Wisata Winong. Hasil persepsi wisatawan terhadap aksesibilitas Wana Wisata Winong dapat dilihat pada tabel di bawah.

Tabel 3. Persepsi Wisatawan terhadap Aksesibilitas Wana Wisata Winong

No	Indikator	Skor	Kategori
1	Kondisi Jalan yang ditempuh menuju Wana Wisata Winong baik	3,87	Baik
2	Jarak yang ditempuh menuju Wana Wisata Winong tergolong dekat	3,77	Baik
3	Petunjuk untuk menemukan lokasi Wana Wisata Winong mudah ditemukan	4,06	Baik

Sumber : Data Primer diolah Penulis (2025)

Berdasarkan tabel diatas, didapatkan hasil masing-masing indaktor pada variabel aksesibilitas pada kategori baik. Skor rata-rata untuk kondisi jalan yaitu sebesar 3,87 dengan kategori baik, kemudian skor rata-rata untuk jarak tempuh sebesar 3,77 dengan kategori baik, dan skor rata-rata petunjuk jalan yaitu sebesar 4,06. Kemudahan lokasi melalui petunjuk jalan untuk menemukan suatu lokasi objek wisata merupakan indikator aksesibilitas yang penting bagi wisatawan untuk bisa mencapai tujuan wisatanya. Petunjuk memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk menemukan lokasi wisata. Sehingga dalam penelitian ini kemudahan lokasi menjadi salah satu indikator untuk menilai persepsi wisatawan. Wana Wisata Winong memiliki lokasi yang sangat strategis yakni lokasinya berada di tepi jalan raya. Pengunjung yang datang akan mengetahui lokasi Winong melalui papan nama yang ada di bagian depan lokasi wisata. Selain itu, lokasi Winong juga bisa ditemukan melalui pencarian google dengan menuliskan kunci Wana Wisata Winong. Di samping itu, terdapat petunjuk jalan yang ada di beberapa tempat yang akan mengarahkan wisatawan menuju lokasi wisata.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi wisatawan terhadap kemudahan menemukan lokasi Wana Wisata Winong melalui petunjuk jalan termasuk dalam kategori baik. Hal tersebut diartikan bahwa rata-rata wisatawan setuju bahwa mudah untuk menemukan lokasi Wana Wisata Winong melalui petunjuk jalan yang sudah disediakan. Menurut Irwandi et al., (2024); Junaidi *et al.*, (2020) aksesibilitas adalah faktor-faktor yang mendukung kemudahan wisatawan untuk mencapai objek wisata, seperti papan petunjuk jalan (*signage*), jarak dan moda transportasi yang dapat dimanfaatkan wisatawan menjangkau berbagai daya tarik yang dimiliki desa dan kondisi jalan menuju desa yang baik. Berdasarkan persespsi dan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas menuju Wana wisata Winong mudah untuk jangkau oleh wisatawan, sehingga mampu menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi Wana Wisata Winong.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian analisis data dan pembahasan pada penelitian mengenai Persepsi Wisatawan terhadap wana Wisata Winong maka dapat dirumuskan kesimpulan bahwa Persepsi wisatawan terhadap fasilitas di Wana Wisata Winong berada pada kategori baik artinya wisatawan merasa fasilitas yang ditawarkan oleh Wana Wisata Winong sudah memenuhi kepuasan wisatawan selama berada di tempat wisata. Persepsi wisatawan terhadap aksesibilitas Wana Wisata Winong termasuk ke dalam kategori baik artinya wisatawan merasa bahwa aksesibilitas menuju baik dan sesuai dengan harapan wisatawan.

Saran kepada pengelola wisata, berkaitan dengan rencana pengembangan dapat dikembangkan dengan menambah variasi atraksi, meningkatkan fasilitas dan aksesibilitas yang menambah rasa nyaman wisatawan selama berada di lokasi wisata Wana Wisata Winong sehingga menarik wisatawan untuk datang kembali. Saran kepada peneliti selanjutnya dapat meneliti lebih lanjut mengenai variabel atraksi dan fasilitas serta dapat menambahkan variabel penelitian lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ernovela, & Fatimah, S. (2019). *Perkembangan objek wisata bahari Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat (2010–2017)*. Galanggang Sejarah, 1(2), 203–233.
- Febriani, N., & Suyuthie, H. (2024). *Pengaruh atraksi dan fasilitas wisata terhadap niat berkunjung kembali wisatawan ke Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat*. Jurnal Ilmiah Pariwisata, 3(1).
- Furqon, Z., & Wulandari, D. P. (2025). *The influence of facilities on visitors' emotional value at Mifan Water Park tourist attraction in Padang Panjang City*. Journal of Multidimensional Management (JoMM), 2(1), 1–6.
- Hartati, F., Qurniati, R., & Febryano, I. G. (2021). *Nilai ekonomi ekowisata mangrove di Desa Margasari, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur*. Jurnal Belantara, 4(1), 1–10.
- Irwandi, P. (2024). *Kelayakan investasi dan pola pengembangan UMKM berbasis desa wisata*. Jurnal Ilmiah Membangun Desa dan Pertanian, 9(1), 91–104. <https://doi.org/10.37149/JIMDP.v9i1.815>
- Irwandi, P., Wirda, B., Adetya, A., & S, M. K. (2024). *Faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan Bedengan Malang melalui e-WoM sebagai variabel mediasi*. Seminar Nasional Inovasi Teknologi Pertanian Berkelanjutan 2, 39–51.
- Junaidi, A., Ati, N. U., & Suyeno. (2020). *Strategi pengembangan obyek wisata Bukit Tinggi Daramista dalam upaya meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD): Studi kasus di Desa Daramista Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep*. Jurnal Respon Publik, 14(2), 1–10.

- Kadi, D. C. A., Pratiwiningtyas, L., & Apriyanti, A. (2023). *Pengaruh sadar wisata, aksesibilitas, fasilitas, dan ekuitas merek terhadap minat berkunjung (Studi kasus pada Rumah Coklat Bodag)*. Tirtayasa Ekonomika, 18(2), 86–100. <https://doi.org/10.35448/jte.v18i2.16433>
- Muhammad, R., Mutiarin, D., & Damanik, J. (2021). *Virtual tourism sebagai alternatif wisata saat pandemi*. Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation, 4(1), 53–60. <https://doi.org/10.17509/jithor.v4i1.31250>
- Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2022). *Digitalisasi wisata di desa wisata*. Jurnal Kajian Ruang, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790>
- Nugroho. (2022). *Pengaruh daya tarik wisata, aksesibilitas dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Siangau Kabupaten Bangka Barat*. Jurnal Ekomaks: Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi, 11(1), 101–113. <https://doi.org/10.33319/jeko.v11i1.102>
- Rizkiningtyas, T. W. (2022). *Analisis kelayakan usaha pengembangan wisata Telaga Bleder Kabupaten Magelang*. Journal of Applied in Business Management, 55–67.
- Suvena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2010). *Pengetahuan dasar ilmu pariwisata*. Pustaka Larasan.
- Tyas, N. W., & Damayanti, M. (2018). *Potensi pengembangan Desa Kliwonan sebagai desa wisata batik di Kabupaten Sragen*. Journal of Regional and Rural Development Planning, 2(1), 74–89.
- Wirda, B., Adetya, A., Irwandi, P., & Kadri, M. (2024). *Persepsi wisatawan terhadap objek wisata Bedengan Malang*. Seminar Nasional Inovasi Teknologi Pertanian Berkelanjutan 2, 110–122.
- Zebua, F. N. (2018). *Persepsi wisatawan terhadap fasilitas objek wisata Dataran Tinggi Dieng Provinsi Jawa Tengah*. Jurnal Planologi Unpas, 5(1), 897–902.