

**ANALISIS *PUSH FACTOR* DAN *PULL FACTOR* DESTINASI WISATA
AIR TERJUN WAY LALAN BERDASARKAN PERSEPSI WISATAWAN
PENGELOLA DAN MASYARAKAT**

(Skripsi)

Oleh

**Arum Candani Kinasih
2014151006**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRAK

ANALISIS *PUSH FACTOR* DAN *PULL FACTOR* DESTINASI WISATA AIR TERJUN WAY LALAAAN BERDASARKAN PERSEPSI WISATAWAN PENGELOLA DAN MASYARAKAT

Oleh

Arum Candani Kinasih

Usaha dalam memahami perasaan dan kepuasan pengunjung terhadap suatu objek wisata dapat diukur menggunakan persepsi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi wisatawan dan masyarakat terhadap objek wisata ditinjau dari segi *push factor* (faktor pendorong) dan *pull factor* (faktor penarik), mengetahui persepsi pengelola terhadap objek wisata dan upaya konservasi yang dilakukan oleh wisatawan dan masyarakat terhadap objek wisata air terjun Way Lalaan. Penelitian ini dilakukan pada bulan September sampai November 2024. Pengumpulan data menggunakan metode survei langsung dan wawancara dengan bantuan kuesioner. Jumlah responden yang diambil sebanyak 70 orang dengan sampel masyarakat ditentukan menggunakan persamaan *slovin* (batas eror 15%) dan pemilihan responden menggunakan metode *random sampling*. Pada sampel wisatawan digunakan metode *Quota Sampling* dengan responden sebanyak 30 orang. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan *Skala Likert* dan diuraikan secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi wisatawan dan masyarakat terhadap *push factor* yang terdiri dari aspek relaksasi (baik), petualangan (menyenangkan), informasi (memadai), *prestige* (tinggi). Sedangkan persepsi wisatawan dan masyarakat terhadap *pull factor* yang meliputi karakteristik alam (baik), fasilitas (baik), akomodasi (kurang memadai) dan personalia (baik). Pada upaya konservasi wisatawan dan masyarakat setuju upaya konservasi perlu dilakukan untuk menjaga keasrian objek wisata air terjun. Dalam pengembangan dan pembangunan objek wisata meliputi infrastruktur dan fasilitas berada pada naungan pemerintah daerah sedangkan pengelolalannya dilakukan oleh dinas pariwisata kabupaten Tanggamus dan dibantu oleh POKDARWIS. Sehingga secara keseluruhan persepsi wisatawan dan masyarakat terhadap objek wisata air terjun Way Lalaan tergolong baik.

Kata Kunci : Persepsi, Wisatawan, Pengelola, Masyarakat, Objek Wisata, *Push Factor*, *Pull Factor*, Air terjun, Way Lalaan.

ABSTRACT

ANALYSIS OF PUSH FACTORS AND PULL FACTORS OF WAY LALAAAN WATERFALL TOURIST DESTINATIONS BASED ON THE PERCEPTIONS OF MANAGER TOURISTS AND THE COMMUNITY

By

Arum Candani Kinasih

Efforts to understand the feelings and satisfaction of visitors to a tourist attraction can be measured using perception. This study aims to analyze the perceptions of tourists and the community towards attractions in terms of push factors and pull factors, knowing the manager's perception of attractions and conservation efforts made by tourists and the community towards Way Lalaan waterfall attractions. This research was conducted from September to November 2024. Data collection using direct survey methods and interviews with the help of questionnaires. The number of respondents taken was 70 people with a community sample determined using the Slovin equation (15% error limit) and the selection of respondents using the random sampling method. In the tourist sample, the Quota Sampling method was used with 30 respondents. The data obtained were then analyzed using a Likert Scale and described descriptively. The results showed that the perception of tourists and the public towards push factors consisting of aspects of relaxation (good), adventure (fun), information (adequate), prestige (high). While the perception of tourists and the public towards pull factors which include natural characteristics (good), facilities (good), accommodation (inadequate) and personnel (good). In conservation efforts, tourists and the community agree that conservation efforts need to be done to maintain the beauty of the waterfall tourist attraction. In the development and construction of tourist attractions, including infrastructure and facilities, it is in the hands of the local government, while the management is carried out by the Tanggamus district tourism office and assisted by POKDARWIS. So that the overall perception of tourists and the community towards the Way Lalaan waterfall tourist attraction is classified as good.

Keywords : Perception, Tourist, Manager, Community, Tourism Object, Push Factor, Pull Factor, Waterfall, Way Lalaan.

**ANALISIS *PUSH FACTOR* DAN *PULL FACTOR* DESTINASI WISATA
AIR TERJUN WAY LALAN BERDASARKAN PERSEPSI
WISATAWAN, PENGELOLA DAN MASYARAKAT (Skripsi)**

Oleh

ARUM CANDANI KINASHIH

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA KEHUTANAN

Pada

**Jurusan Kehutanan
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **Analisis *Push Factor* dan *Pull Factor* Destinasi Wisata Air Terjun Way Lalaan Berdasarkan Persepsi Wisatawan Pengelola dan Masyarakat**

Nama Mahasiswa : **Arum Candani Kinasih**

NPM : **2014151006**

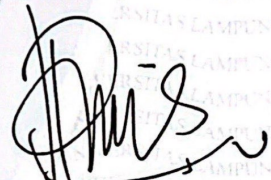
Program Studi : **Kehutanan**

Fakultas : **Pertanian**



1. Komisi Pembimbing


Dr. Ir. Gunardi Djoko Winarno, M.Si.
NIP. 196912172005011003


Trio Santoso, S.Hut., M.Sc.
NIP. 198503102014041002

2. Ketua Jurusan Kehutanan


Dr. Hj. Bainah Sari Dewi, S.Hut, M.P.,IPM
NIP. 197310121999032001

MENGESAHKAN

**1. Tim Penguji
Ketua Komisi**

: Dr. Ir. Gunardi Djoko Winarno, M.Si.

Sekretaris Komisi

: Trio Santoso, S.Hut., M.Sc.

Penguji

Bukan Pembimbing : Dr.Hj.Bainah Sari Dewi, S.Hut, M.P., IPM

2. Dekan Fakultas Pertanian



Dr. H. Kusnanta Futas Hidayat, M.P.

NIP.196411181989021002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 12 Februari 2024

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arum Candani Kinasih

NPM : 2014151006

Jurusan : Kehutanan

Alamat Rumah : Desa Kampung Sawah, Kecamatan Kotaagung Pusat, Kabupaten
Tanggamus, Provinsi Lampung

Menyatakan dengan sebenar-benarnya dan sesungguhnya, bahwa skripsi
saya yang berjudul:

**“Analisis Push Factor dan Pull Factor Destinasi Wisata Air Terjun Way
Lalaan Berdasarkan Persepsi Wisatawan, Pengelola dan Masyarakat”**

Adalah benar karya saya sendiri yang saya susun dengan mengikuti norma dan etika
akademik yang berlaku. Selanjutnya, saya juga tidak keberatan apabila sebagian
atau seluruh data pada skripsi ini digunakan oleh dosen dan/atau Program studi
untuk kepentingan publikasi. Jika kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak
benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana
maupun tuntutan hukum.

Bandar Lampung,
Yang membuat pernyataan



Arum Candani Kinasih
NPM 2014151006

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Arum Candani Kinasih yang akrab disapa arum atau rume. Lahir pada tanggal 18 September 2001 di Pringsewu. Anak dari Bapak Parit Masturyani dengan Ibu Dwi Widia Astuti, S.Tr.Keb. dan merupakan anak pertama dari tiga bersaudara. Penulis menempuh pendidikan di TK Islam Yapibar, Kotaagung pada tahun 2007-2008, SDN 03 Kuripan Kotaagung, Tanggamus pada tahun 2009-2014, SM Negeri 1 Kotaagung, Tanggamus pada tahun 2014-2017 dan SMA Negeri 1 Kotaagung, Tanggamus pada tahun 2017-2020.

Pada Tahun 2020, penulis melanjutkan pendidikannya dengan mengikuti jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN) dan diterima pada pilihan pertama jurusan Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung. Selama menjadi mahasiswa Penulis tidak hanya aktif dalam kegiatan akademik namun juga aktif dalam kegiatan non-akademik. Kegiatan organisasi yang pernah diikuti yaitu Koperasi Mahasiswa (KOPMA) dan Himasyilva sebagai anggota. Penulis juga aktif dalam organisasi di luar kampus yaitu sebagai anggota dalam organisasi Ruang Pangan. Adapun dalam bidang akademik penulis melakukan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama 40 hari di Desa Way Empulau Ulu, Kecamatan Balik Bukit, Kabupaten Lampung Barat. Pada tahun yang sama Penulis juga mengikuti kegiatan Praktik Umum (PU) di KHDTK Getas, Blora, Jawa Tengah dan KHDTK Wanagama, Gunung kidul, Yogyakarta. Selain itu, Penulis telah mendapatkan *letter of acceptance* (LoA) pada JOPFE dengan judul : “Analisis Push Factor Pada Destinasi Wisata Air Terjun Berdasarkan Persepsi Wisatawan” dan mempresentasikan publikasi dalam prosiding *internasional Bilsel Korykos Scientific Innovation Congress Turkey*. dengan judul paper “Conservation Efforts Based On The Perceptions Of The Community In Way

Laluan Waterfall Indonesia” Penulis juga pernah mengikuti beberapa seminar nasional diantaranya : “Strategi Pemulihan Ekosistem Gambut Provinsi Jambi Melalui Konservasi Biodiversitas dan Partisipasi Masyarakat” pada tahun 2021, “Pendidikan Konservasi dan Ekowisata Badak Jawa dan Badak Sumatera” pada tahun 2021, “Peran Perempuan Dalam Pelestarian Hutan” pada tahun 2021, “Seminar Nasional Kewirausahaan” pada tahun 2021, “Strategi Wanita Belajar di Luar Negeri” pada tahun 2021, “ Urgensi dan Konsep Penjaminan Keamanan Bangunan Air” pada tahun 2021 dan “ Bencana Hidrometeorologi : Penyebab dan Mitigasi” pada tahun 2022.

SANWACANA

Assalamu'alaikum Warrohmatullahi Wabarokatuh.

Alhamdulillahirrabil'alamiin,

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan ikhlas dan tekun. Shalawat beserta salam semoga tetap tercurah kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW, karena penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “*Analisis Push Factor dan Pull Factor destinasi wisata air terjun way lalaan berdasarkan persepsi wisatawan pengelola dan masyarakat*” dan merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Kehutanan di Universitas Lampung. Dengan penuh hormat, Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., IPM., ASEAN Eng. selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P. selaku dekan fakultas pertanian, universitas lampung.
3. Ibu. Dr. Hj. Bainah sari Dewi, S.Hut, M.P.IPM. selaku ketua jurusan kehutanan, fakultas pertanian universitas lampung juga sebagai dosen Pembimbing Akademik dan pembahas skripsi yang telah memberikan motivasi, masukan, kritik dan saran kepada penulis selama menempuh perkuliahan sampai dalam penyusunan skripsi.
4. Bapak Dr. Ir. Gunardi Djoko Winarno, M.Si. selaku dosen pembimbing satu saya yang telah bersedia dalam meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, motivasi, perhatian, nasihat, dan doa kepada penulis dalam proses pembuatan skripsi.
5. Bapak Trio Santoso, S.Hut.,M.Sc. selaku dosen pembimbing dua saya atas kesediannya untuk memberikan bimbingan, ilmu, gagasan, kritik dan saran dengan penuh kesabaran selama proses menyusun skripsi.

6. Seluruh Bapak Ibu Dosen dan Staff Universitas Lampung terkhusus Jurusan Kehutanan, Fakultas Pertanian.
7. Pihak Dinas Pariwisata kabupaten Tanggamus dan staff air terjun way lalaan yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian.
8. Seluruh masyarakat, pengelola dan wisatawan air terjun way lalaan yang telah berkenan untuk diwawancarai.
9. Orang tua saya yaitu ibunda tercinta Dwi Widia Astuti, ayahanda tercinta Parit Masturyani, Adik saya Yusuf Harimurti Dewanto dan Salma Alya Hapsari yang senantiasa memberikan doa dan dukungan moral maupun materi serta semangat yang tiada hentinya sampai penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Kepada Kakaek saya bapak Sudarno yang senantiasa selalu memberikan doa dan nasihat yang tidak putus kepada saya sebagai cucu perempuan pertama, saya amat berterimakasih atas perhatian yang dicurahkan dan kasih sayang yang tidak ternilai.
11. Kepada yang terkasih teman-teman saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu namun selalu ada disisi saya, mengisi hari-hari saya dengan tawa dan semangat saat penulis sedang tidak dalam kondisi baik dan selalu memberikan kegembiraan disaat penulis merasakan kejenuhan dalam proses mengerjakan skripsi berkat dukungan kalian penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Pemilik NRP 01110835 terimakasih telah menjadi partner yang baik dan berkontribusi banyak dalam hal-hal yang amat saya sukuri.
13. Terakhir, diri saya sendiri arum candani kinasih atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah semoga rasa lelah, khawatir dan takut yang tidak dibicarakan dihadiahi oleh kebahagiaan di depan.

Penulis menyadari bahwa di dunia ini tidak ada kata sempurna sama halnya skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diperlukan dan semoga

skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

Bandar Lampung, Februari 2024

Penulis Arum Candani Kinasih

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| DAFTAR ISI..... | i |
| DAFTAR TABEL | iii |
| DAFTAR GAMBAR..... | iv |
| I. PENDAHULUAN | 6 |
| 1.1. Latar Belakang | 6 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 8 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.4. Manfaat penelitian..... | 8 |
| 1.5. Kerangka Pemikiran..... | 9 |
| II. TINJAUAN PUSTAKA..... | 11 |
| 2.1. Kondisi dan Gambaran Umum Penelitian | 11 |
| 2.2. Ekowisata | 13 |
| 2.3. Wisatawan..... | 13 |
| 2.4. Pariwisata dan Wisata Alam..... | 15 |
| 2.5. Persepsi | 17 |
| 2.6. Daya Tarik Wisata..... | 20 |
| 2.7. Kepuasan Wisatawan | 22 |
| 2.8. Pengelola | 24 |
| 2.9. Masyarakat | 25 |
| 2.10. Pengembangan Objek Wisata Alam..... | 26 |
| III. METODE PENELITIAN..... | 27 |
| 3.1. Waktu dan Tempat | 27 |
| 3.2. Alat dan Bahan | 27 |
| 3.3. Jenis Data | 28 |
| 3.4. Metode Pengumpulan Data | 28 |
| 3.5. Metode Pengambilan Sampel..... | 29 |
| 3.6. Analisis Data | 30 |

| | |
|---|-----------|
| IV. HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 32 |
| 4.1. Karakteristik Responden | 32 |
| 4.2. Persepsi Wisatawan dan Masyarakat Berdasarkan <i>Push factor</i> | 41 |
| 4.3. Persepsi Wisatawan dan Masyarakat Berdasarkan <i>Pull factor</i> | 50 |
| 4.4. Konservasi..... | 69 |
| 4.5. Persepsi Pengelola..... | 71 |
| V. KESIMPULAN DAN SARAN..... | 74 |
| 5.1. Kesimpulan..... | 74 |
| 5.2. Saran..... | 75 |
| DAFTAR PUSTAKA | 76 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. Usia Responden berdasarkan data di lapangan | 32 |
| Tabel 2. Jenis kelamin responden | 33 |
| Tabel 3. Status pernikahan responden..... | 34 |
| Tabel 4. Pendidikan terakhir responden..... | 34 |
| Tabel 5. Pekerjaan Responden | 35 |
| Tabel 6. Sumber Informasi Responden..... | 36 |
| Tabel 7. Tujuan Berkunjung Responden..... | 37 |
| Tabel 8. Sifat kunjungan responden..... | 38 |
| Tabel 9. Jumlah kunjungan responden..... | 38 |
| Tabel 10. Waktu luang yang digunakan responden | 39 |
| Tabel 11. Biaya yang dikeluarkan responden | 40 |
| Tabel 12. Hasil Uji Validitas Kuesioner Penelitian | 88 |
| Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian | 89 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. Bagan kerangka pemikiran..... | 10 |
| Gambar 2. Peta lokasi penelitian..... | 27 |
| Gambar 3. Skor rata-rata relaksasi wisatawan | 42 |
| Gambar 4. Skor rata-rata relaksasi wisatawan..... | 44 |
| Gambar 5. Rata-rata skor petualangan wisatawan | 44 |
| Gambar 6. Rata-rata skor petualangan masyarakat..... | 44 |
| Gambar 7. Rata-rata skor informasi wisatawan | 45 |
| Gambar 8. Rata-rata skor informasi masyarakat..... | 46 |
| Gambar 9. Rata-rata skor prestige wisatawan..... | 47 |
| Gambar 10. Rata-rata skor prestige masyarakat | 48 |
| Gambar 11. Kebutuhan <i>social media</i> | 49 |
| Gambar 12. Skor rata-rata <i>push factor</i> pada wisatawan | 50 |
| Gambar 13. Skor rata-rata <i>push factor</i> pada masyarakat | 50 |
| Gambar 14. Rata-rata skor karakteristik alam wisatawan..... | 51 |
| Gambar 15. Rata-rata skor karakteristik alam masyarakat | 52 |
| Gambar 16. Karakteristik alami air terjun Way Lalaan | 54 |
| Gambar 17. Rata-rata skor fasilitas wisatawan | 55 |
| Gambar 18. Rata-rata skor fasilitas masyarakat..... | 55 |
| Gambar 19. Fasilitas objek wisata air terjun Way Lalaan | 58 |
| Gambar 20. Skor rata-rata akomodasi wisatawan..... | 59 |
| Gambar 21. Skor rata-rata akomodasi masyarakat | 59 |
| Gambar 22. Area <i>camping ground</i> | 61 |
| Gambar 23. Skor rata-rata indikator infrastruktur wisatawan..... | 62 |
| Gambar 24. Skor rata-rata indikator infrastruktur masyarakat..... | 62 |
| Gambar 25. Infrastruktur di air terjun Way Lalaan..... | 65 |

| | |
|---|----|
| Gambar 26. Skor rata-rata personalia wisatawan..... | 65 |
| Gambar 27. Skor rata-rata personalia masyarakat | 66 |
| Gambar 28. Nilai rata-rata <i>pull factor</i> wisatawan..... | 67 |
| Gambar 29. Nilai rata-rata <i>pull factor</i> masyarakat..... | 68 |
| Gambar 30. Skor rata-rata konservasi wisatawan | 70 |
| Gambar 31. Skor rata-rata konservasi masyarakat..... | 70 |
| Gambar 32. Wawancara dengan responden | 84 |

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Wisata alam didefinisikan sebagai suatu pandangan objek terhadap sumber daya alam beserta ekosistemnya sebagai bentuk pemanfaatan yang dikelola dalam lingkup untuk tujuan wisata baik yang bersifat alamiah maupun buatan (Webliana *et al.*, 2018) diambil dari *World Tourism Organization* atau WTO menyebutkan bahwa terdapat perpindahan kesukaan terhadap objek pariwisata baru yang cenderung kembali melihat alam (*back to nature*) membuat adanya kecondongan minat masyarakat untuk kembali mengunjungi tempat yang bertemakan alam semakin meningkat, hal ini menjadi faktor pendorong utama agar pariwisata yang bertaut pada alam sebagai bentuk pelestarian alam dan budaya agar lebih dikembangkan (Sinaga *et al.*, 2020)

Wisata alam belakangan ini banyak diminati oleh masyarakat salah satunya Objek wisata Air terjun Way Lalaan di Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung yang menyajikan keasrian landscape alami air terjun, dengan aksesibilitas dan lokasi yang mudah dijangkau, memiliki daya tarik tersendiri sehingga cukup menarik perhatian wisatawan, Hal ini sejalan dengan penelitian Monik *et al.* (2021) bahwa pengembangan objek wisata air terjun Way Lalaan memiliki daya tarik sendiri yang dapat memikat wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Dan Ditegaskan dalam Peraturan Bupati Tanggamus No. 38 tahun 2018 bahwa air terjun Way Lalaan dikelola di atas lahan dan lokasi yang sudah resmi dijadikan sebagai objek wisata alam daerah dibawah naungan dinas pariwisata tanggamus. Maka dari itu diperlukan strategi pengembangan yang optimal untuk mendorong dan menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung.

“A motive is stimulated need which a goal-oriented individual seek to satisfy” motif merupakan suatu kebutuhan yang distimulasi dan dicari oleh orang

yang berorientasi dalam mencapai kepuasan (Stanton, 1998 dalam Mangkunegara, 2009) sebuah motivasi sangat penting dalam mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan ke suatu tempat dalam rangka mendapatkan kepuasan atau upaya memenuhi kebutuhan. Pendorong motivasi berkunjung menurut Kim (2006) dikelompokkan menjadi dua yaitu motivasi yang muncul dari dalam diri atau faktor pendorong disamakan dengan *Push factor* sedangkan motivasi yang muncul dari lingkungan atau faktor penarik yang dimiliki objek wisata tersebut disamakan dengan *Pull factor* kedua faktor penarik dan pendorong ini sangat berpengaruh terhadap keinginan dan keputusan untuk berkunjung.

Usaha dalam memahami perasaan dan kepuasan pengunjung dilakukan menggunakan survei untuk mengukur seberapa puas pengunjung terhadap suatu objek wisata (Maulida *et al.*, 2019) Pentingnya Persepsi dari berbagai pihak seperti Pengelola, Masyarakat dan wisatawan untuk pengembangan objek wisata yang meliputi pengembangan pelayanan, fasilitas, infrastruktur dan akomodasi. Objek wisata tentunya memerlukan aktivitas sarana dan prasarana demi memenuhi standar kesenangan wisatawan (Nugraha *et al.*, 2015)

Adanya perbedaan pandangan memicu keberagaman pengunjung dalam mempersepsikan suatu objek wisata hal ini memungkinkan adanya ketidakpuasan yang dirasakan pengunjung (Fentri *et al.*, 2017) dikutip dari Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan bahwa “Kepariwisataan bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa dan mempererat persahabatan antar bangsa” oleh karena itu diperlukan pengelolaan dan pengembangan guna meningkatkan standar kualitas dan kuantitas suatu objek wisata dengan tujuan mendorong jumlah angka yang lebih baik dari kehadiran pengunjung sebelumnya (Sari *et al.*, 2018)

Pentingnya mengetahui “Analisis *Push factor* dan *Pull factor* destinasi wisata air terjun Way Lalaan berdasarkan persepsi wisatawan, pengelola dan masyarakat” melatar belakangi penelitian ini dilakukan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah yang muncul adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Persepsi Wisatawan dan Masyarakat terhadap destinasi air terjun Way Lalaan ditinjau dari *Push factor*?
2. Bagaimana Persepsi Wisatawan dan Masyarakat terhadap destinasi air terjun Way Lalaan ditinjau dari *Pull factor*?
3. Bagaimana Persepsi pengelola pada destinasi air terjun Way Lalaan?
4. Apa saja upaya konservasi yang dilakukan wisatawan dan masyarakat terhadap air terjun Way Lalaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis Persepsi Wisatawan dan Masyarakat terhadap destinasi air terjun Way Lalaan ditinjau dari *Push factor*
2. Menganalisis Persepsi Wisatawan dan Masyarakat terhadap destinasi air terjun Way Lalaan ditinjau dari *Pull factor*
3. Mengetahui Persepsi pengelola pada destinasi air terjun Way Lalaan
4. Mengetahui upaya konservasi wisatawan dan masyarakat terhadap air terjun Way Lalaan.

1.4. Manfaat penelitian

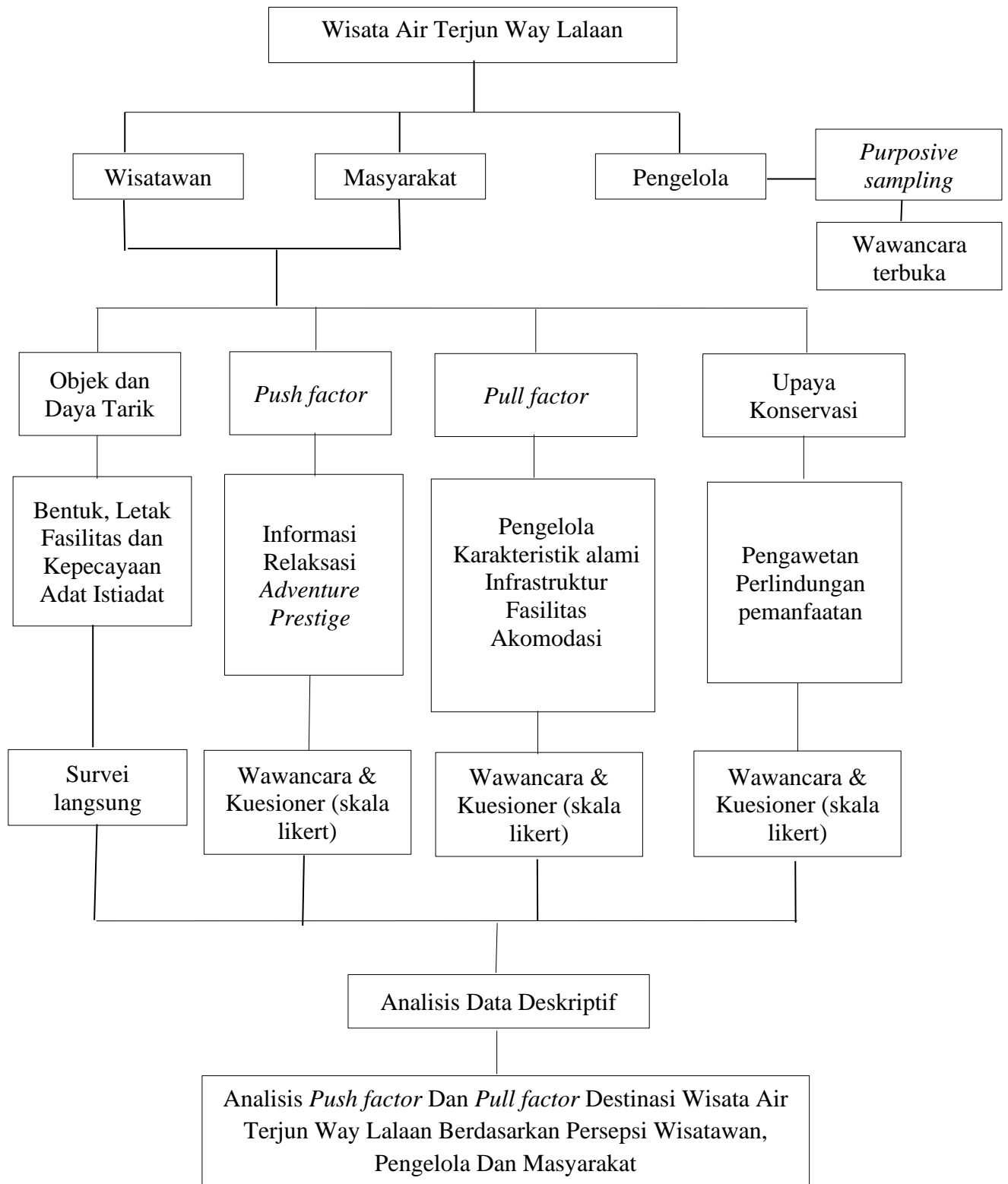
Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai sumber informasi ilmiah yang dapat memberi pengetahuan tentang daya tarik dan pengembangan ekowisata berdasarkan persepsi wisatawan, pengelola dan masyarakat terhadap destinasi wisata air terjun Way Lalaan. Dan diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber referensi untuk perencanaan pengembangan dan penelitian dikemudian hari

1.5. Kerangka Pemikiran

Pengelolaan objek wisata alam Air Terjun Way Lalaan diharapkan dapat memberikan kontribusi lebih luas jika dapat dimanfaatkan dan dikembangkan dengan semaksimal mungkin pengelolaan objek wisata dilakukan sebagai langkah awal dalam pengembangan wisata alam agar terciptanya pariwisata yang berkelanjutan.

Pengumpulan data dan informasi dilakukan melalui survei langsung dan wawancara kepada wisatawan atau pengunjung, pengelola dan masyarakat sekitar dengan kuesioner terkait objek wisata alam tersebut. Perhitungan jumlah responden yang akan diwawancarai menggunakan rumus *slovin*, Persepsi pengunjung terhadap daya tarik destinasi wisata air terjun Way Lalaan akan dibagi menjadi tiga variabel, yaitu *Push factor*, *Pull factor* dan upaya konservasi oleh wisatawan. Variabel *Push Factor* akan terdiri dari beberapa indikator pernyataan yaitu: Informasi, Relaksasi, *Adventure* atau Petualangan dan *Prestige* atau Harga Diri sedangkan pada variabel *Push Factor* terdiri dari indikator: Karakteristik alam, Infrastruktur, Fasilitas, Akomodasi dan Pengelola.

Variabel Konservasi sendiri akan berisikan pernyataan-pernyataan yang mewakili fungsi pemanfaatan, perlindungan dan pengawetan. Kemudian data dianalisis menggunakan *skala likert*. Skor pada tiap pernyataan akan dihitung untuk mengetahui intensitas sikap responden terhadap pernyataan yang diberikan. Bagan Kerangka Pemikiran dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Bagan Kerangka pemikiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kondisi dan Gambaran Umum Penelitian

Kabupaten Tanggamus diresmikan pada tanggal, 21 Maret 1997 hal tersebut sesuai dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1997. Dengan luasan wilayah 4.654,98 Km² dan pusat kota yang berada di Kota Agung Pusat. Kabupaten Tanggamus Ditinjau berdasarkan letak geografisnya berada pada posisi 104°18'-105°12' Bujur Timur dan 5°05' - 5°56' Lintang Selatan, memiliki topografi variatif antara dataran rendah dan tinggi, sehingga memiliki udara tropika pantai dan udara sejuk pegunungan, sekitar 40% daerah dari luasan wilayah Kabupaten Tanggamus memiliki rentang ketinggian 0 sampai 2.115 meter dari daratan. Hal ini membuat Kabupaten Tanggamus memiliki kekayaan alam dan keanekaragaman *landscape* yang potensial untuk dijadikan objek wisata, disampaikan oleh BPS Kabupaten Tanggamus pada tahun 2019, ditinjau dari setiap Kecamatan di Kabupaten Tanggamus setidaknya memiliki 80 objek wisata yang tersebar. Salah satunya adalah Objek wisata Air Terjun Way Lalaan yang terletak dibawah kaki Gunung Tanggamus di pekon Kampung Baru, Kecamatan Kotaagung Timur.

Air terjun Way Lalaan sendiri menyuguhkan keindahan *landscape* dan panorama yang asri, dikenal dengan air terjun bertingkat yang terpisah dengan jarak kurang lebih 200 m satu dengan yang lainnya, Keasrian air terjun ini menambah daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung, Objek wisata yang menyuguhkan *landscape* keindahan alam akan memberikan kepuasan dengan memberikan kesan di hati wisatawan (Rusita *et al.*, 2018) deburan dan gemericik air dari air terjun setinggi 11 m ini keluar dari himpitan batu besar menciptakan arus deras air menjadi daya tarik utama dan tersendiri bagi wisatawan. Hal ini juga diungkapkan oleh Singgalen *et al.* (2017) *landscape* atau fenomena alam dan keadaan alam itu sendiri merupakan faktor penting bagi daya tarik wisata itu sendiri. wisata alam ini berjarak

kurang lebih 8 Km dari pusat Kota dengan waktu tempuh 15 menit, atau 80 Km dari Kota Bandar Lampung dengan waktu tempuh 150 menit menggunakan roda empat.

Air terjun Way Lalaan dikelola di atas tanah dan lokasi milik negara yang berhak dikembangkan oleh Pemerintah Daerah sebagai kawasan objek wisata hal tersebut sesuai dengan Peraturan Bupati Tanggamus No. 38 Tahun 2018. Pengelolaan air terjun Way Lalaan dikelola langsung oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus bersama *stakeholder* yaitu pemerintah, swasta dan kelompok sadar wisata atau POKDARWIS lokal, pemerintah menjembatani pihak swasta sebagai fasilitator dalam menyerap tenaga POKDARWIS air terjun Way Lalaan sebagai pihak yang membantu pengelolaan objek wisata.

Dalam membantu pengelolaan POKDARWIS air terjun Way Lalaan diberikan beberapa wewenang dalam mengelola objek wisata tersebut diantaranya pemeliharaan objek wisata, keamanan objek wisata dan juga kebersihan objek wisata. Guna mencapai pelayanan yang terbaik Dinas pariwisata Tanggamus memberikan kebebasan terhadap POKDARWIS air terjun Way Lalaan untuk melakukan pengembangan objek wisata air terjun Way Lalaan, dalam mendukung hal itu

Dinas Pariwisata Tanggamus memberikan pelatihan kepada POKDARWIS yang ada di Tanggamus, pelatihan tersebut meliputi pelatihan penyelamatan di dalam air (*water rescue*), pelatihan tata kelola destinasi dan pelatihan kelola homestay. Dinas Pariwisata Tanggamus mengembangkan wisata alam air terjun berbasis masyarakat pelatihan ditunjukkan guna memberikan pelayanan yang baik pada wisatawan atau pengunjung yang datang sehingga terjadi Peningkatan jumlah pengunjung yang dari tahun ke tahun. Aksesibilitas yang mudah dijangkau dan Fasilitas hingga Infrastruktur yang memadai membuat wisatawan ramai berkunjung pada hari *weekend* ataupun hari libur nasional.

Air Terjun Way Lalaan memiliki aspek kebudayaan yang secara turun temurun dijadikan kepercayaan adat istiadat yang berkembang di masyarakat. Masyarakat percaya jika mandi di air terjun akan membuat awet muda, yang sakit akan sehat dan akan mendapatkan rezeki yang deras seperti derasnya air terjun.

2.2. Ekowisata

World Conservation Union (WCU) mendefinisikan ekowisata sebagai segala tanggung jawab terhadap lingkungan, dalam definisi secara garis besar ekowisata berarti suatu kegiatan perjalanan wisata atau aktivitas yang dilakukan secara sengaja untuk menggambarkan pengetahuan lingkungan dengan menerapkan prinsip yang berkaitan dengan kelestarian alam (Ihsan *et al.*, 2015) tujuan ekowisata adalah mengenal dan mempelajari segala sesuatu tentang alam, history sejarah, dan *culture* atau budaya pada daerah yang sistem pengelolanya melibatkan masyarakat lokal sehingga membantu ekonomi dan kesejahteraan masyarakat (Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2009).

Ekowisata adalah sebuah pariwisata yang dilatarbelakangi alam berkelanjutan terfokus dalam pengalaman dan pengetahuan untuk pendidikan yang dikelola oleh pengelolaan atau manajemen, dengan dampak negatif terkecil yang bisa dihasilkan terhadap lingkungan (Fennel *et al.*, 1999). Dalam pengembangannya ekowisata juga diatur dalam Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 33 tahun 2009 yaitu ekowisata adalah jenis ekowisata yang memperhatikan unsur unsur seperti pendidikan, pemahaman dan dukungan untuk perlindungan sumber daya alam, serta meningkatkan pendapatan masyarakat lokal.

2.3. Wisatawan

Wisatawan dapat didefinisikan sebagai individu atau kelompok yang berpergian ke tempat di luar lingkungannya untuk mendapatkan kesenangan dari tempat yang dikunjunginya dikutip dari *The Merriam-webster Dictionary* “*One who travels for pleasure or culture*“ konsep wisatawan dimaksudkan kedalam mereka yang ingin berpergian demi mendapatkan kesenangan atau budaya dalam jangka waktu tertentu dikutip dari UNWTO. (2018) “*Tourism comprises the activities of persons traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes*“ dimana wisatawan adalah individu yang melakukan perjalanan keluar tempat tinggalnya dalam waktu tertentu atau Pelancong perjalanan pendek.

Kepariwisataan dijelaskan bahwa seseorang sedang menjalankan aktivitas wisata di istilahkan dengan wisatawan hal tersebut sesuai dengan UU No. 9 Tahun

1990 tentang kepariwisataan. Setahun kemudian menurut Yoeti (1991) wisatawan digolongkan kedalam dua bagian yaitu wisatawan nusantara (wisnus) adalah seorang dalam keadaan menjalankan kegiatan wisata di tempat ia tinggal atau negaranya sendiri, Dan wisatawan mancanegara (wisman) adalah seorang dalam keadaan menjalankan kegiatan wisata di tempat bukan ia tinggal atau negara lain. Berdasarkan definisi di atas disimpulkan bahwa terdapat dua macam perjalanan atau sifat menurut (Theobald, 2005 : 13): Wisatawan (*Tourism*) adalah individu yang melakukan perjalanan dengan rentang waktu sekurangnya 24 jam di tempat atau negara yang ia kunjungi sedangkan Pelancong (*excursionist*) adalah individu yang melakukan perjalanan kurang dari 24 jam di tempat atau negara yang ia kunjungi.

Perjalanan yang dilakukan dalam rentang waktu memiliki batasan *The International Union of Travel Organization* (UIOTO) dimana sekarang lebih dikenal dengan *World Tourism Organization* (WTO) atau UNWTO menyebutkan bahwa wisatawan akan terikat dengan batasan waktu secara umum, hal tersebut sejalan dengan Yeoti. (1985) menurutnya wisatawan berdasarkan waktu adalah: a) *Seasonal Tourism* adalah wisata yang dilakukan pada musim tertentu seperti tahun baru, lebaran, *spring season* dan lain sebagainya. b) *Occasional Tourism* adalah wisata yang dilakukan pada moment itu saja seperti galungan, upacara ngaben, bunga sakura di Jepang dan lain sebagainya.

Dalam melakukan perjalanan wisatawan di dorong oleh latar belakang yang berbeda dan jumlah wisatawan maka dari itu menurut Salah Wahab. (1975) dalam bukunya *Tourism Management, Aimed at Those who Recognise the Rewards of a Well Managed* membagi wisatawan kedalam dua kelompok, yaitu : *Individual Tourism* adalah aktivitas wisata yang dilakukan seorang diri atau keluarga tunggal dalam rentang waktu yang bersamaan. dan *Group Tourism* adalah aktivitas wisata yang dilakukan dengan jumlah anggota yang banyak.

Wisatawan digolongkan berdasarkan ruang jelajah (Yoeti *et al.*, 1993) hal ini juga sejalan dengan WTO dalam rujukannya menurut Goldner and Ritchie (2006 : 70) bahwa wisatawan dikelompokkan kedalam beberapa kelompok yaitu : a) *International Tourism* kepergian yang dilakukan terbagi menjadi *inbound tourism*, adalah kepergian bukan dari masyarakat lokal, dan *outbound tourism*, adalah

bertamu keluar di suatu negara dari masyarakat lokal. b) *Internal Tourism* adalah kepergian oleh masyarakat bukan lokal maupun masyarakat lokal ke dalam negara. c) *Domestic Tourism* adalah kepergian oleh masyarakat lokal ke daerah lokal. d) *National tourism* adalah kepergian didalam daerah atau negara sendiri dan kepergian ke suatu negara oleh masyarakat lokal

2.4. Pariwisata dan Wisata Alam

World Tourism Organization (WTO) Menggambarkan pariwisata dalam bentuk “*Tourism comprises the activities of person travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business, and other purpose*” dimana konsep pariwisata adalah kegiatan seseorang dalam melakukan perjalanan dan tinggal pada suatu tempat asing dalam rentang waktu satu tahun untuk menghabiskan waktu luang, bisnis dan tujuan lainnya. Yeoti (1996) menyebutkan bahwa pariwisata adalah sebuah kegiatan yang dilakukan berulang-ulang dari suatu tempat ke tempat lainnya dalam siklus yang berputar-putar.

Wisata alam adalah sebuah perjalanan ke tempat asing untuk menghabiskan waktu dan menikmati potensi alam atau ekosistemnya yang alami atau buatan untuk tujuan rekreasi dan pariwisata (Firawan *et al.*, 2016) Ditarik dalam sebuah garis kesimpulan pariwisata alam adalah kegiatan perjalanan seseorang atau kelompok ke tempat asing untuk melihat dan mengagumi landscape atau panorama alam. Berdasarkan Undang-undang No. 9 tahun 1990 tentang Kepariwisataaan suatu pariwisata diharapkan memiliki pelaksanaan pengelolaan dan penyelenggaraan yang memanfaatkan potensi wisata tanpa merusak fungsi ekologis nya.

PP No. 36 Tahun 2010 tentang Pariwisata alam menyebutkan definisi pariwisata alam adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata alam, termasuk pengusaha obyek dan daya tarik serta usaha yang terkait. Sehingga dalam definisi sederhananya pariwisata alam adalah kegiatan mengunjungi daerah daerah yang memiliki keunikan atau landscape yang hanya dimiliki daerah tersebut. Biasanya daerah yang dikunjungi berupa laut, pesisir pantai, gunung, lembah, air terjun, hutan daerah pegunungan atau daerah daerah yang kelestariannya dijamin oleh undang-undang (Pendit *et al.*, 1994)

Ekowisata adalah wisata alam murni mempunyai tanggung jawab, menyegani dan melestarikan lingkungan sehingga dalam pengelolaannya dapat mensejahterakan masyarakat (Yeoti, 2000). Hal ini sejalan dengan *World Conservatian Union* (WCU) Dalam fungsi nya ekowisata harus bertanggung jawab dalam lingkungannya, Konsep-konsep ekowisata harus memanfaatkan pendidikan atau pengetahuan mengenai alam dan lingkungan tanpa merusak atau menyampingkan fungsi ekologisnya.

Merujuk pada standar internasional yang digunakan dalam menyiratkan definisi dari ekowisata sendiri adalah NEAP dan EAA yaitu pariwisata harus sejalan dengan lingkungan yang ramah dengan fokus utama pada pengalaman regional alami dengan promosi *comprehension* (pemahaman), *appreciation* (apresiasi) dan *environmental cultural protection* (perlindungan lingkungan dan budaya). Sehingga bukan hanya kepuasan hati yang didapat setelah melakukan perjalanan tetapi wisatawan juga mendapatkan pengetahuan tentang lingkungan. Hal ini sejalan dengan Sudarto (1998), bahwasannya konsep ekowisata harus mengerti dan mendukung kegiatan konservasi sebagai bentuk upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Ekowisata adalah kegiatan berbasis jasa lingkungan baik dilihat dari keindahan alam dan keunikannya ataupun dilihat dari sosial, budaya dan cara hidup masyarakatnya (Fandeli, 2000). Ekowisata digambarkan dalam bentuk suatu wisata yang memiliki wawasan terhadap lingkungan dan tata keseimbangan serta pelestarian alam (Ihsan *et al.*, 2015) dalam pengembangannya konsep pariwisata dapat dilakukan dengan memperbaiki infrastruktur dan meningkatkan fasilitas wisata serta melibatkan partisipasi masyarakat lokal (Sidiq dan Resnawaty, 2018).

Konsep tersebut tak luput dari daya tarik wisata yang pada pengelolaanya mengembangkan potensi wisata seperti *culture* (kebudayaan), *historis* (sejarah), dan keindahan alamnya untuk mendorong serta menentukan kualitas dan kuantitas objek wisata tersebut (Amalyah *et al.*, 2016) ini dimaksudkan untuk memperoleh atau menarik wisatawan sehingga terdapat peningkatan jumlah pengunjung, adapun faktor-faktor yang dapat meningkatkan pengunjung sehingga mau melakukan perjalanan pariwisata adalah faktor pendorong dan penarik. Faktor pendorong adalah keinginan atau hasrat individual dalam melakukan perjalanan untuk

menghilangkan kejenuhan atau kebosanan yang dapat dihilangkan dengan memanfaatkan kegiatan pariwisata untuk bersantai, Sedangkan faktor penarik adalah aksesibilitas, fasilitas serta infrastruktur yang tersedia atau ditawarkan objek wisata tersebut kepada pengunjung (Keliwar *et al.*, 2015).

2.5. Persepsi

Merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata Persepsi diartikan sebagai reaksi langsung atas sesuatu. Persepsi atau *Perception* dalam kamus bahasa Inggris memiliki arti pengamatan, wawasan dan tanggapan. Lingkup persepsi seseorang akan sangat luas dan tidak dibatasi berdasarkan bagaimana kemampuan seseorang tersebut dalam memahami dan menanggapi sesuatu melalui suatu sudut pandang. Upaya ini dilakukan sebagai bentuk proses dari refleksi seseorang atas kesan yang didapat dari sensorisnya kedalam suatu bentuk pesan makna atas lingkungannya (Sondang *et al.*, 1995) dalam cakupan yang lebih singkat Persepsi adalah bentuk dari suatu proses penginterpretasian atau analisis dari seseorang menggunakan panca indera (Drever *et al.*, 2010) .

Jika ditinjau lebih dalam maka persepsi tidak dapat dipisahkan dari proses penginderaan sebagai salah satu step pertama yang dilakukan seorang individu dari proses persepsi (Walgito, 2010). Hal yang sama juga diungkapkan oleh Effendy (1984) Bahwa Persepsi merupakan sebuah proses penginderaan sesuatu terhadap kesan yang didapat seseorang terhadap sekelilingnya atau lingkungannya. Persepsi pada umumnya cenderung menghasilkan hasil yang berbeda dari individu satu dengan yang lainnya meskipun dihadapkan konteks dan situasi yang sama, hal ini umumnya dipicu oleh adanya sikap atau kepribadian yang berbeda, adanya Perbedaan ini didasari oleh perbedaan pengalaman, proses belajar dan juga pengetahuan yang dimiliki oleh individu (Ningrum *et al.*, 2019) Hal ini sejalan dengan Miftah (2009) ia berpendapat bahwasannya persepsi seseorang akan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti proses belajar (learning), motivasi, dan kepribadian artinya cara seseorang dalam memandang sesuatu di sekitarnya adalah bentuk dari bagaimana diri nya mengekspresikan hal yang dirasakannya.

Wood (2006) mendeskripsikan Persepsi adalah sebuah proses mengorganisasikan, mengklasifikasikan, dan menginterpretasikan bentuk dari

individu, benda, peristiwa, situasi, dan aktivitas. Persepsi seseorang terhadap sesuatu tidak akan timbul dengan sendirinya melainkan melalui berbagai proses pencernaan didalam dirinya secara selektif hal tersebut akan muncul sebagai bentuk ekspresi terhadap sesuatu yang dirasakan dan dilihat oleh sensoris dalam sudut pandang seseorang, sehingga pendapat dari persepsi seseorang akan cenderung jujur dan tidak *denial* terhadap sesuatu yang kurang disukai atau mengganggu pikiran.

Pernyataan yang sama juga dijelaskan oleh Hariyana (2015) Persepsi adalah gambaran suatu proses dalam pemberian arti terhadap situasi di lingkungannya yang secara gamblang dikumpulkan untuk tujuan mengetahui keadaan objek dan peristiwa pada daerah tersebut. Persepsi pengunjung terhadap suatu objek wisata yang dikunjungi nya memiliki nilai yang sangat penting terhadap objek wisata tersebut, baik dalam pengelolaannya (Prasetyo *et al.*, 2019) maupun pengaruhnya terhadap suatu daya tarik dalam minat wisata (Febryano *et al.*, 2019) Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah sebagai berikut : umur, tingkat pendidikan, latar belakang (sosial,ekonomi,budaya), lingkungan secara fisik, karakteristik, pengalaman hidup (Samehe *et al.*, 2015) pada topik yang sama Siagian (1989) mengungkapkan tiga faktor adanya pengaruh persepsi yaitu : (1) diri nya sendiri (sifat, motivasi, *urgensy, hope, experience*); (2) sasaran (individu, benda atau peristiwa); (3) situasi (keadaan yang terjadi) keberagaman kumpulan informasi dari berbagai individu dengan latar belakang yang berbeda ini memunculkan perspektif yang nyata terhadap suatu pengembangan objek wisata dan memiliki peran yang sangat penting untuk pengembangan pengelolaan di masa depan.

2.5.1 Push Factor

Faktor pada persepsi dibagi menjadi dua yaitu Faktor yang dipengaruhi dari dalam (Faktor internal) maupun faktor yang dipengaruhi dari luar (Faktor eksternal). Faktor internal atau *Push factor* merupakan segala sesuatu yang muncul dari dalam diri Menurut Said (2018), "*Push factor is the things underlying and directing someone's behavior to do a travelling such as social interaction, the desire for escape, adventure, relaxation, and self-exploration*" *Push factor* adalah segala sesuatu yang mendasari kebiasaan seseorang dalam melakukan perjalanan

seperti interaksi *social*, petualangan, relaksasi, eksplorasi diri dan lain-lain. Faktor-faktor yang memiliki hubungan erat atau mendasari *Push factor* adalah sebagai berikut: 1) Relaksasi sebuah keinginan meluangkan waktu untuk melakukan aktivitas atau hal-hal yang menarik dan menyenangkan. Hal ini akan menghentikan aktivitas harian atau rutinitas yang dilakukan dan melakukan aktivitas yang dimaksudkan untuk menyenangkan diri sendiri. Contohnya melakukan *Hicking* atau jalan-jalan sore di pinggir pantai sambil melihat pemandangan *sunset* (matahari terbenam). 2) *Adventure* (Petualangan) sebuah kesukaan mendapatkan pengalaman baru dan kesenangan diri sendiri. Misalnya; keinginan untuk merasakan dan mengalami budaya tertentu, melihat keindahan alam yang khas, mencoba makanan atau tempat-tempat tertentu. 3) *Prestige* sebuah motivasi yang muncul karena hal-hal pribadi atau *personal reason*. Seperti; Harga diri, nostalgia, kekerabatan yang kuat, kegiatan eksplorasi, *social interaction facility*, mengunjungi kerabat atau keluarga. Hal ini merujuk pada gaya hidup dimana berwisata akan mendapatkan penghargaan dari orang lain. 4) *Information* atau informasi adalah segala sesuatu yang mengacu pada informasi destinasi wisata tersebut, informasi seperti papan informasi, pamflet, TV, CD/DVD, banner, brosur atau iklan.

2.5.2 Pull Factor

Faktor eksternal merupakan faktor yang dipengaruhi dari luar seperti penampilan dan didasarkan oleh orang lain atau lingkungan sekitar disamakan dengan *Pull factor*. Darnel dan Johnson (2001), menyebutkan “*the expression of joy gained by the visitors from a visiting destination is a kind of visitors satisfaction from the tourism object*” tingkat kepuasan akan mengakibatkan seorang wisatawan memutuskan untuk kembali berkunjung atau berwisata ke objek wisata atau tempat yang sama. Pada pernyataan yang sama Said (2018), menyebutkan bahwa “terkait tingkat kepuasaannya, wisatawan akan datang kembali untuk mengunjungi objek wisata yang sama”

Oleh karena itu diperlukan faktor penarik seperti adanya pengembangan dari berbagai fasilitas dan sumber daya yang sesuai untuk meningkatkan angka wisatawan yang datang untuk berkunjung ke objek wisata tersebut (Hu and Ritchie, 1993). Menurut Sudaryanti (2015), adanya faktor-faktor seperti persepsi terhadap

objek wisata yang akan dikunjungi, persepsi atau kesan yang di dapatkan dari orang lain, rekan atau keluarga terhadap objek wisata yang telah dikunjungi, *experience* atau pengalaman diri sendiri terhadap suatu objek wisata, persepsi terhadap biaya dan waktu merupakan faktor yang mempengaruhi wisatawan untuk datang berwisata. Faktor-faktor yang termasuk dalam *Pull factor* adalah sebagai berikut:

- 1) Personalia (pengurus destinasi wisata) faktor yang berkaitan dengan pelayanan kepada pengunjung yang diberikan oleh karyawan/ti/staff. Personalia harus dituntut profesional dalam bertugas hal tersebut mencakup mempunyai pengetahuan yang cukup, memiliki *accuracy* dan *fast service* terhadap pelayanan, *good communication*, dan tata krama yang baik.
- 2) Karakteristik alami atau lingkungan, faktor yang dikaitkan dengan kondisi fisik atau keunikan yang disuguhkan oleh destinasi wisata tersebut. Seperti keindahan panorama *landscape*, keanekaragaman hayati, kondisi iklim dan lain-lain.
- 3) Infrastruktur adalah sebuah faktor yang mengharuskan terpenuhinya kepuasan pengunjung atau wisatawan. Pada bagian ini dimaksudkan bahwa destinasi wisata harus ditata sedemikian tersusun sehingga mengandung unsur *magical character* dan *making satisfaction*, contohnya seperti; jalan masuk, jalan setapak, *area swimming*, pendopo/gazebo, pusat informasi, ketersediaan sarana transportasi dll.
- 4) Fasilitas adalah sebuah faktor yang meliputi *caffee/kantin*, mushola, toilet/kamar mandi, area atraksi, tempat bermain dll.
- 5) Akomodasi sebuah Faktor yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan misalnya menginap atau tempat tinggal sementara bagi pengunjung.

2.6. Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata adalah kunci utama yang harus dimiliki suatu objek wisata agar wisatawan terdorong untuk melakukan perjalanan dan aktivitas wisata pada daerah tersebut (Devi *et al.*, 2017) dapat dikatakan bahwa modal utama suatu objek wisata untuk berkembang terletak pada daya tariknya (Farrah *et al.*, 2017) Daya tarik wisata atau "*tourist attraction*" diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 digambarkan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan

wisatawan. Menurut Yeoti (1995), daya tarik wisata yang harus dimiliki suatu daerah tujuan wisata agar menarik pengunjung adalah :

a) *Something to see*, adalah suatu objek wisata harus memiliki daya tarik yang dapat dipertontonkan oleh pengunjung atau wisatawan sehingga dapat menarik perhatian atau minat. b) *Something to buy*, adalah suatu objek wisata harus memiliki ciri khas yang melambangkan atau menggambarkan daerah objek wisata tersebut yang dapat dibeli untuk dijadikan buah tangan. c) *Something to do*, adalah suatu objek wisata harus memiliki kegiatan atau aktivitas yang dapat dilakukan ditempat tersebut.

Dengan demikian suatu objek wisata memiliki daya tarik tersendiri di hati pengunjung atau wisatawan, sehingga wisatawan yang berkunjung akan memiliki *moment* yang membekas saat meninggalkan tempat wisata. Daya tarik juga merupakan nilai jual untuk menumbuhkan motivasi pengunjung untuk berkunjung dan melakukan aktivitas wisata, Menurut Witt (1994), Sebuah Destinasi Wisata berdasarkan daya tariknya dibagi menjadi empat daya tarik yaitu: a) *Natural Attraction* (Daya Tarik wisata alam) daya tarik ini menjual keindahan *landscape* alam daratan maupun lautan. b) *Building Attraction* (Daya tarik wisata bangunan atau arsitektur) daya tarik ini menjual keindahan atau keunikan bangunan seperti bangunan bersejarah, bangunan modern, warisan sejarah (arkeologi dan monumen). c) *Managed Visitor Attraction* (Daya tarik yang dikelola khusus) daya tarik ini melingkupi area yang dikelola secara khusus oleh pemerintah atau swasta (taman kota, taman hiburan, kebun binatang dll.). d) *Cultural Attraction* (Daya tarik wisata budaya) daya tarik yang menjual warisan budaya turun menurun seperti festival budaya, musik atau tarian budaya, makanan khas, dan museum.

Daya tarik wisata merupakan sesuatu yang harus dimiliki oleh objek wisata atau destinasi wisata, Menurut (Pitana *et al.*, 2009) Daya tarik wisata merupakan produk utama dari pariwisata. Pengelompokkan Daya tarik wisata juga dilakukan oleh Departemen Pariwisata (2016) menyebutkan bahwa daya tarik wisata dibagi menjadi daya tarik wisata alam, daya tarik buatan dan budaya. Dalam pengembangan dan pengelolaan daya tarik wisata merupakan fokus orientasi bagi pengembangan berkelanjutan dan terpadu, oleh karena itu hal tersebut juga menjadi unsur yang memotivasi para wisatawan untuk datang berkunjung.

2.7. Kepuasan Wisatawan

“The long term success of the a particular brand is not based on the number of consumer who purchase it only once, but on number who become repeat purchase” adalah sebuah *quotes* ungkapan kepuasan pengunjung Tamu yang loyal tidak diukur dari berapa banyak dia membeli, namun dari seberapa banyak dia kembali. Hal ini sejalan dengan Tjiptono (2012), bahwa kepuasan konsumen merupakan kondisi dimana keinginan dan kebutuhan selaras dengan pengharapan dan dipenuhi dengan baik. Sehingga pada kenyataannya konsumen merasakan kepuasan di dalam hatinya, kebahagiaan dalam bentuk nyata dan adanya dorongan untuk mengajak atau merekomendasikan orang lain untuk mendapatkan hal yang sama.

Kepuasan wisatawan menurut Kotler dan Keller (2012), merupakan sebuah ungkapan sikap bahagia dan kecewa yang timbul akibat dari mengandaikan ekspektasi dari sesuatu kinerja terhadap suatu realita atau hasil kenyataan, jika hal tersebut tidak memenuhi ekspektasi maka konsumen tidak puas. Jika hal tersebut memenuhi ekspektasi maka konsumen akan merasa puas atau bahagia. Dalam maksud sederhananya adalah Kepuasan wisatawan merupakan sebuah tingkat ungkapan seseorang dalam menyatakan perasaannya setelah kegiatan membandingkan suatu hasil yang dirasakan dengan ekspektasinya (Dyah *et al.*, 2018) *statement* yang sama juga diungkapkan oleh Kotler dan Makens (2009) menurutnya kepuasan wisatawan juga merupakan ungkapan dari sebuah perasaan yang timbul akibat membandingkan sesuatu hasil yang didapat dengan ekspektasi atau pengharapan kedalam sebuah tingkatan.

Kepuasan akan timbul jika harapan terpenuhi melalui hasil yang dirasakan, kepuasan wisatawan pada umumnya didapatkan melalui terpenuhinya kebutuhan dan keinginan wisatawan pada suatu kinerja. Ketidakpuasan atau kekecewaan akan timbul jika harapan akan suatu hal tidak terpenuhi atau diluar harapan. Maka dari itu bentuk kepuasan atau ketidakpuasan wisatawan biasanya akan timbul setelah adanya persepsi dari proses evaluasi antara ekspektasi sebelumnya dan realita atau keadaan yang dirasakan. Apabila persepsi yang didapatkan dari wisatawan rendah, maka akan menyebabkan munculnya ketidakpuasan terhadap hasil dari pelayanan

yang telah diberikan, sehingga dalam proses evaluasinya diperlukan penyesuaian terhadap kemauan para pengunjung atau wisatawan (Febryano dan Rusita, 2018).

Diperlukannya pertimbangan pada output evaluasi sebuah pariwisata dengan perbandingan kualitas yang tersedia pada suatu hasil produk atau layanan (Lesmana *et al.*, 2017) maka dari itu Menurut Tjiptono (2012), kualitas dilihat dari bagaimana orang yang menilainya, sehingga produk atau hasil yang dianggap paling memuaskan preferensi seseorang akan dinyatakan dengan produk yang berkualitas tinggi. Tentunya kualitas merupakan hal dasar pendorong kepuasan wisatawan yang sangat diperhatikan oleh perusahaan atau bidang jasa yang bergerak dalam bidang *hospitality*.

Dyah (2018), ada beberapa indikator yang menggambarkan ciri-ciri tamu puas, (1) *Loyal* tamu akan *loyal* jika merasa puas dan akan melakukan hal hal seperti *say positive thing, Recommend another friend, Continue Purchasing*. Berbicara hal-hal yang baik dan positive serta secara persuasif akan mengajak atau merekomendasikan produk tersebut kepada teman dan temannya yang lain, sehingga *circle* membeli akan terus berjalan atau berulang. (2) *word of mouth communication* melakukan komunikasi dari mulut ke mulut hal ini terjadi akibat adanya dorongan kepuasan akan suatu hal sehingga seseorang cenderung akan membagikan pengalamannya ke orang sekitar atau terdekat.

Kepuasan wisatawan merupakan hal yang kompleks oleh karena itu merupakan suatu hal yang penting dalam pengelolaan suatu destinasi wisata. Menurut Assael (2007) kepuasan wisatawan secara langsung dan tidak langsung memberikan manfaat seperti: a) Terciptanya suatu hubungan yang harmonis antara wisatawan dan *host* atau pengelola wisata. b) Menjadikan suatu faktor penting dalam kembalinya wisatawan melakukan pembelian ulang atau kunjungan ulang. c) Adanya loyalitas yang tercipta sehingga menjadi pendorong rekomendasi dari wisatawan terhadap kenalan secara *word of mouth*. d) Adanya ikatan perilaku terhadap label memungkinkan penggunaan label berulang pada masa depan.

Kepuasan yang timbul tidak luput dari faktor pendorong terjadinya tingkat kepuasan dalam lapangan. Menurut Irawan (2002) dalam Ali (2012), faktor pendorong kepuasan pelanggan dikelompokkan sebagai berikut:

a) *Product Quality* kriteria ini dimaksudkan pelanggan akan merasa puas jika membeli atau menggunakan barang atau produk dengan standar kualitas yang baik.

b) *Price* kriteria ini dimaksudkan jangkauan harga yang dapat dibeli pelanggan termasuk terjangkau namun dengan kualitas produk atau barang yang baik akan memberikan kepuasan pada pelanggan.

c) *Service Quality* kriteria ini dimaksudkan pada pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan, perusahaan biasanya melakukan *training product knowledge* agar pelayanan diberikan secara maksimal.

d) *Easiness* kriteria ini dimaksudkan kemudahan yang didapat pelanggan dalam menuju lokasi wisata, hal ini akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan kenyamanan selama diperjalanan menuju lokasi wisata.

2.8. Pengelola

Kata pengelola merujuk pada kamus besar bahasa Indonesia atau KBBI adalah sebuah bentuk dari proses, cara, sikap mengelola, dalam rujukan yang sama merupakan proses dalam melakukan suatu kegiatan khusus dibantu tenaga lain, atau proses membantu terwujudnya suatu tujuan dalam organisasi atau kelompok. Pengelola juga dimaksudkan dalam mengawasi suatu kebijakan dalam hal kelompok demi terwujudnya tujuan bersama atau kelompok. Secara garis besar kata pengelola erat kaitannya dalam manajemen.

Kelola (*to manage*) adalah kata yang mendasari pengelolaan dirujuk sebagai pandangan secara etimologi. Menurut Nugroho (2003), pengelolaan dalam manajemen merupakan ilmu yang dikaitkan dengan proses mengurus sesuatu demi mencapai tujuan tertentu. Kata “pengelola” sering disamakan dengan administrasi yang berarti sama merujuk pada organisasi dan manajemen (Suharsimi *et al.*, 1993) dalam perkembangan dunia modern pengelolaan didefinisikan sebagai sebuah bentuk penyelesaian dalam pekerjaan yang dilakukan sebagian individu atau kelompok untuk mencapai keuntungan atau tujuan tertentu dalam kelompok.

manajemen didefinisikan sebagai bentuk dari perjalanan dalam merencanakan keputusan, mengendalikan, mengarahkan, mengatur hal-hal di dalamnya seperti sumber daya manusia, keuangan, fisik dan informasi semata-mata untuk mencapai tujuan awal atau tertentu suatu kelompok (Griffin *et al.*, 2004). Oleh karena itu manajemen oleh sebagian orang diartikan sebagai

cakupan proses mulai dari perencanaan, pengambilan keputusan, pengorganisasian, dan evaluasi suatu kinerja agar dapat terpenuhinya tujuan dalam waktu yang dicanangkan secara efisien dan efektif.

Dalam bahasan yang sama Suprpto (2009), mengartikan manajemen dalam hal yang berbeda ia mendefinisikan sebagai sebuah seni dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya manusia dan bangsa dalam mencapai sebuah *goals* yang dituju. Diambil secara garis besar bahwasannya pengelolaan lingkungan hidup dikelompokkan menjadi *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *Actuating* (pelaksanaan) dan *Controlling* (pengawasan) (Nughara *et al.*, 2021): 1) *Planning* (perencanaan) adalah suatu proses perencanaan yang dilakukan untuk pengelolaan lingkungan secara terpadu pada suatu daerah yang ingin dijadikan objek wisata. 2) *Organizing* (pengorganisasian) adalah suatu kegiatan melaksanakan pengelolaan berdasarkan *jobdesk* masing-masing pihak yang terlibat, agar pengerjaan berjalan secara efektif dan efisien. 3) *Actuating* (pelaksanaan) pengelolaan yang sedang dilaksanakan harus memberikan dampak positif atau manfaat sesuai prinsip pengelolaan lingkungan hidup yaitu adanya optimalisasi pemanfaatan sumber daya alam, konservasi sumber daya alam, dan meningkatnya peran atau fungsi *stakeholder*. 4) *Controlling* (pengawasan) adalah kegiatan pengontrolan atau evaluasi kegiatan pengelolaan yang sudah berjalan.

2.9. Masyarakat

Masyarakat atau "*society*" merupakan penafsiran dari sebuah interaksi sosial, berasal dari bahasa latin *socius* yang berarti kawan. Dalam gambaran bermasyarakat sebuah interaksi atau ketegangan emosional dalam individu atau kelompok terlihat sangat jelas, oleh karena itu secara umum definisi masyarakat adalah sekelompok individu-individu yang tinggal bersama dan saling berinteraksi. Mac iver dan Page (dalam Soerjono Soekanto 2006:22), mendefinisikan masyarakat sebagai suatu system dari kebiasaan berperilaku, tata cara, wewenang, pengawasan dan kerja sama antar kelompok. Masyarakat merupakan gambaran kehidupan bersama dalam jangka waktu yang relatif lama sehingga dalam kasus-

kasus tertentu atau secara umum akan menghasilkan suatu kebiasaan atau adat istiadat.

Selo Soemardjan (dalam Soerjono Soekanto 2006:22) menggambarkan sebuah paradigma kesamaan dalam definisi masyarakat. Menurutnya masyarakat adalah individu-individu yang tinggal bersama dalam rentang waktu yang lama sehingga menghasilkan kebudayaan, kebersamaan tersebut dilatarbelakangi adanya kesamaan wilayah, identitas, kebiasaan, tradisi, sikap dan rasa persatuan yang diikat oleh kesamaan.

2.10. Pengembangan Objek Wisata Alam

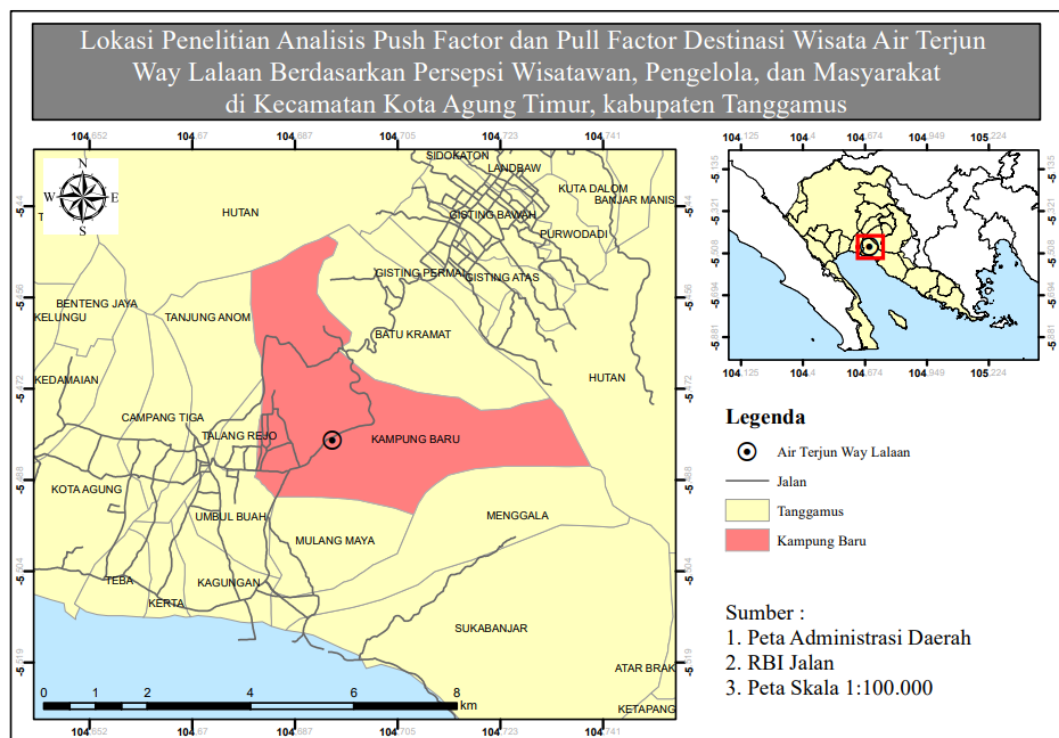
Pengembangan adalah sebuah usaha yang ditujukan untuk mengembangkan atau memajukan sesuatu hal yang sebelumnya sudah pernah ada (Yoeti dan Amalia, 2017) merencanakan pengembangan merupakan langkah awal sebagai upaya untuk meningkatkan potensi wisata sehingga pengembangan yang dilakukan pada objek wisata alam dapat memberikan keuntungan baik dari segi ekonomi, sosial dan budaya. Menurut McIntyre *et al.* (1993) terdapat tiga prinsip pilar utama dalam pengembangan objek wisata alam yang berkelanjutan yaitu sebagai berikut:

- 1) *Ecological sustainability*, pada prinsip ini harus disesuaikan bahwa pengembangan yang dilakukan memenuhi fungsi ekologi, biologi dan keragaman sumber ekologi yang ada.
- 2) *Social and Cultural Sustainability*, pada prinsip ini pengembangan harus dipastikan dapat memberikan manfaat pada masyarakat lokal atau sekitar secara sosial dan budaya.
- 3) *Economic Sustainability*, pada prinsip ini pengembangan harus dipastikan dapat memberikan dampak secara ekonomi yaitu adanya peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan pada September hingga November 2023 yang berlokasi di Air terjun Way Lalaan, Kec. Kota Agung Timur, Kab. Tanggamus, Prov. Lampung. Peta Lokasi Penelitian dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Peta lokasi Penelitian

3.2. Alat dan Bahan

Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner, alat tulis, handphone, kamera dan laptop. Bahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel responden dan lokasi penelitian.

3.3. Jenis Data

Data yang dikumpulkan dari penelitian ini berasal dari dua sumber, yaitu:

3.3.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh melalui wawancara secara langsung dan terstruktur menggunakan kuesioner yang sudah ditetapkan. Beberapa contoh sumber data primer yaitu pengunjung, masyarakat, dan pengelola objek wisata alam Air Terjun Way Lalaan.

3.3.2 Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data berupa dokumen-dokumen atau literatur literatur, internet, surat kabar dan jurnal. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengambil sebagian atau seluruh dari sekumpulan data yang telah dicatat seperti data jumlah penduduk, luas kawasan, dan data gambaran umum lokasi penelitian.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah suatu tahapan yang dilakukan untuk mengumpulkan atau menganalisis data. Tahapan yang dilakukan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah.

3.4.1 Survei

Survei merupakan serangkaian metode yang ditunjukkan untuk mendapatkan data didasari oleh keadaan yang sebenarnya dilapangan pada suatu pelayanan di lokasi penelitian sehingga peneliti mampu menganalisis kuesioner atau bahan wawancara aktif sesuai keadaan (Kasim *et al.* 2020).

3.4.2 Kuesioner

Kuesioner merupakan sebuah penelitian yang didasari menanyakan responden dengan teknik mengumpulkan sebuah data sebagai bahan acuan dibuatnya pertanyaan sebagai dasar analisis (Dewi *et al.* 2019). Kuesioner dapat juga didefinisikan sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sebuah pertanyaan atau pernyataan tertulis secara terstruktur kepada

para responden untuk kemudian dijawab (Sujarweni *et al.*, 2014). Kuesioner penelitian ini dapat dilihat pada lampiran halaman 92.

3.4.3 Wawancara

Wawancara dilaksanakan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi dengan bertanya secara eksklusif pada pengunjung atau wisatawan dengan panduan kuesioner yang telah ditetapkan (Widodo. 2018), wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan target responden antara lain wisatawan, pengelola dan masyarakat untuk memperoleh persepsi mengenai daya tarik wisata berdasarkan *push factor* dan *pull factor*.

3.5. Metode Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah yang melambangkan karakteristik atau ciri yang dimiliki suatu populasi, oleh karena itu sampel yang diambil dari suatu populasi harus yang representatif (Sugiyono, 2010). Pada penelitian ini metode pengambilan sampel dibagi menjadi tiga yaitu; sampel wisatawan, sampel masyarakat dan pengelola.

3.5.1 Sampel Wisatawan

Pada sampel wisatawan menggunakan metode Sampel Kuota (*Quota Sampling*) dimana metode ini merupakan teknik non random sampling sehingga responden dipilih berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan sebelumnya dan total sampel akan memiliki distribusi karakteristik yang sama (Firmansyah *et al.*, 2022). Oleh karena itu, ditetapkan jumlah responden wisatawan sebanyak 30 hal ini dikarenakan ukuran tersebut sudah dianggap cukup untuk berdistribusi normal berdasarkan teorema limit pusat.

3.5.2 Sampel Masyarakat

Penentuan responden atau sampel dilakukan menggunakan rumus *slovin* dengan menghitung jumlah penduduk Pekon Kampung Baru, Kecamatan Kota Agung Timur, Kabupaten Tanggamus adalah 2726 individu data ini diperoleh dari BPS pada sensus penduduk yaitu sebesar:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{2726}{1 + 2726 \cdot (15\%)^2} = 44$$

Maka responden yang diambil pada sampel masyarakat adalah 44.

3.5.3 Sampel Pengelola

Teknik pemilihan sampel dilakukan menggunakan metode *Purposive Sampling* dengan pertimbangan bahwa Objek wisata alam Air Terjun Way Lalaan di bawah pengelolaan Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Tanggamus dibantu oleh Pokdarwis. Oleh karena itu pertimbangan kriteria pemilihan sampel ini adalah pihak – pihak yang berkaitan dengan pengelolaan wisata alam Air Terjun Way Lalaan.

3.6. Analisis Data

Data yang diperoleh berdasarkan wawancara dengan responden akan dianalisis secara deskriptif. Analisis deskriptif dimaksudkan untuk menggambarkan pernyataan responden yang mewakili pengukuran terhadap variabel penelitian. Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Skala likert*. Diambil dari Sugiyono (2015), Skala likert adalah pengukuran variabel yang mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap suatu indikator. Oleh karena itu setiap jawaban dari responden akan dituangkan kedalam pengukuran yang memiliki gradasi nilai positif dan negatif, hal ini biasanya diistilahkan kedalam kelompok jawaban sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Kriteria pemberian skor untuk pilihan jawaban di atas sebagai berikut :

- a. Skor 5 mewakili jawaban sangat setuju/selalu/sangat positif
- b. Skor 4 mewakili jawaban setuju/sering/positif
- c. Skor 3 mewakili jawaban cukup setuju/ ragu-ragu/ netral
- d. Skor 2 mewakili jawaban tidak setuju/ hampir tidak pernah/ negatif
- e. Skor 1 mewakili jawaban sangat tidak setuju/ tidak pernah

Pengolahan pada setiap variabel di pernyataan kuesioner, adalah sebagai berikut:

- a. Perhitungan *Scoring Skala Likert* dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$NL = \sum (n_1 \times 1) + (n_2 \times 2) + (n_3 \times 3) + (n_4 \times 4) + (n_5 \times 5)$$

Keterangan :

NL = nilai *scoring skala likert*

n = Jumlah jawaban *score*

- b. Perhitungan pada rata-rata setiap indikator dengan rumus sebagai berikut :

$$Q = NL / x$$

Keterangan

Q = rata-rata aspek pertanyaan ke -i

Nl = nilai *scoring skala likert*

X = Jumlah sampel responden

- c. Perhitungan pada nilai akhir setiap indikator pernyataan dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$NA = \frac{Q_1 + Q_2 + Q_3 + Q_4 + \dots Q_p}{p}$$

Keterangan

NA = Nilai akhir

Qp = rata-rata tiap aspek pernyataan

P = Jumlah seluruh pernyataan

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Persepsi Wisatawan, Pengelola dan Masyarakat terhadap Destinasi wisata Air Terjun Way Lalaan, maka diperoleh kesimpulan dari hasil analisis data yaitu sebagai berikut :

1. Persepsi wisatawan dan masyarakat terhadap Destinasi air terjun Way Lalaan berdasarkan *Push factor* yang terdiri dari aspek relaksasi (baik), petualangan (menyenangkan), informasi (memadai) dan *prestige* (tinggi) memperoleh skor rata-rata 4 maka persepsi wisatawan dan masyarakat berdasarkan *push factor* masuk dalam kategori yang baik
2. Persepsi wisatawan dan masyarakat terhadap Destinasi air terjun Way Lalaan berdasarkan *Pull factor* meliputi karakteristik alam (baik), fasilitas (baik), akomodasi (kurang memadai), infrastruktur (baik) dan personalia (baik). Maka persepsi wisatawan dan masyarakat terhadap *pull factor* tergolong baik.
3. Pengembangan dan pembangunan Destinasi air terjun Way Lalaan meliputi infrastruktur dan fasilitas dilakukan oleh pemerintah daerah sedangkan Pengelolaan dikelola langsung oleh pemerintah daerah melalui dinas pariwisata dan dibantu oleh POKDARWIS.
4. Persepsi wisatawan dan masyarakat terhadap upaya konservasi yang dapat dilakukan memperoleh skor 4 termasuk dalam kategori setuju, upaya konservasi yang dilakukan wisatawan dan masyarakat adalah menjaga keasrian air terjun dengan tidak membuang sampah sembarangan sehingga wisatawan dan masyarakat dapat memanfaatkan air, udara dan lanskap sebagai refleksi kesegaran diri dan kesehatan pribadi.

5.2. Saran

Pihak pengelola perlu menyediakan atau melakukan pelatihan dan sosialisasi kembali dalam pemberdayaan masyarakat sehingga aspek akomodasi wisatawan seperti *camping ground* dan *homestay* dapat terpenuhi, tidak hanya itu oleh-oleh khas seperti cinderamata dan makanan khas daerah juga perlu disediakan. Pihak pengelola juga sebaiknya menyediakan petugas khusus atau tourgate untuk menemani wisatawan. Kemudian saran untuk penelitian selanjutnya adalah untuk mengkaji destinasi air terjun Way Lalaan pada aspek kebudayaan atau wisatanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adalina, Y., Nurrochman, D. R., Darusman, D., dan Sundawati, L. 2015. Kondisi sosial ekonomi masyarakat di sekitar Taman Nasional Gunung Halimun Salak. *Jurnal Penelitian Hutan dan Konversi Alam*. 4(11):1-11
- Adya Dwi Mahendra. 2014. *Analisis Pengaruh Pendidikan, Upah, Jenis Kelamin, Usia dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Tenaga Kerja (Studi di Industri Kecil Tempe di Kota Semarang)*. Skripsi. UNDIP. Semarang. 2(114) :101-114
- Ahmatu, Akbar. 2014. Persepsi mahasiswa terhadap sistem pendidikan pondok kader Muhammadiyah. *Naskah Artikel Publikasi*. Universitas Muhammadiyah. Surakarta. 2(18) : 7-18.
- Ali, H. (2012). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta.
- AMALIYA, S. (2017). *Arah Kebijakan Pemerintah Daerah Dalam Mengembangkan Potensi Pariwisata Kabupaten Tuban* [Other, University of Muhammadiyah Malang] 22(2) :119-126
- Amalyah, R., Hamid, D., Hakim, L. 2016. Peran stakeholder pariwisata dalam pengembangan Pulau Samalona sebagai destinasi wisata bahari. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 37(1): 158–163.
- Arikunto, Suharsimi. 2012. *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Assael. (2007). *Consumer Behavior and Marketing Action Edisi 3*. Boston Massachusset AS: Kent Publishing Company. Belch, G. 2(1) : 34-44
- Crompton, J. L. 1979. Motivations for pleasure vacations. *Annals of Tourism*
- DAPUS : BPS Kabupaten Tanggamus. 2019. Kabupaten Tanggamus Dalam Angka Tahun 2019

- Darnell, A. C., dan Johnson, P.S. 2001. Repeat visits to attractions: a preliminary economic analysis. *Tourism Management*. 22(2):119- 126.
- Devy, H. A. dan Soemanto, R.B. 2017. Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Sosiologi Dilema*. 32(1):34-44
- Devy, H. A., Soemanto, R. B. 2017. Pengembangan objek dan daya tarik wisata alam sebagai daerah tujuan wisata di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Sosiologi Dilema*. 32(1): 1–10.
- Dyah Palupiningtyas¹ , Heru Yulianto², *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*. Kepuasan Wisatawan : Tinjauan Terhadap Atraksi, Aktivitas, Amenitas dan Aksesibilitas Di Taman Nusa Bali. 11(2) : 55-66
- Effendy, O.U. 1984. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Fandeli, Mukhlison. 2000. *Pengusahaan Ekowisata*. Yogyakarta : UGM.
- Farrah. 2017. Pola pengembangan wisata alam di Kabupaten Bogor. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*. 3(1): 285–293.
- Febryano, I.G., dan Rusita. 2018. Persepsi wisatawan dalam pengembangan wisata pendidikan berbasis konservasi gajah sumatera. *Jurnal Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan*. 8(3): 376 –382
- Fennel, D.A. 1999. *Ecotourism: An Introduction*. Routlege. London and New York. 315 hlm
- Fentri, D.M. 2017. Persepsi pengunjung terhadap daya tarik taman wisata alam Hutan Rimbo Tujuh Danau di Desa Wisata Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Riau. *Jom Fisip*. 4 (2): 1–11
- Firawan, I. G. N. F., Suryawa, I. B. 2016. Potensi daya tarik wisata Air Terjun sNungnung sebagai daya tarik wisata alam. *Jurnal Destinasi Pariwisata*. 4(2): 92–95.
- Fitri, R. N., Santoso, E., dan Abdulrahman, W. 2017. Persepsi Dan Partisipasi Masyarakat Terhadap Pembangunan Infrastruktur Desa (Studi Kasus: Perbandingan Pembangunan Infrastruktur Desa Plangitan Kecamatan Pati

- Kabupaten Pati dan Desa Tanjungrejo Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati). *Journal of Politic and Government Studies*. 6(4):51-60
- Ginoga, V. 2019. Pelayanan terhadap keputusan pengunjung dan kepuasan pengunjung pada objek wisata Hutan Bukit Bangkirai Kutai Karta Negara Kalimantan Timur. *Jurnal Economic Resources*. 1(2): 146–159.
- Glover, P., & Prideaux, B. 2009. Implications of population ageing for the development of tourism products and destinations. *Journal of Vacation Marketing*. 15(1):25–37.
- Griffin, R. W. 2004. Manajemen; *Edisi Ketujuh Jilid 2*. Erlangga. Jakarta.
- the Merriam-Webster Dictionary (<https://www.merriam-webster.com/>)
- Hermawan, H. 2017. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya terhadap Loyalitas Wisatawan: Studi Community Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran. *Jurnal Media Wisata*. 15(1) :12-19
- Hu, Y. and Ritchie, J. 1993. Measuring destination attractiveness: a contextual approach. *Journal of Travel Research*. 32(2): 25-34.
- Ihsan., Soegiyanto, H. dan Hadi, P. 2015. Pengembangan potensi ekowisata di Kabupaten Bima. *Jurnal Geoeco*. 1(2): 39-56.
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Grasindo. Jakarta. 234 hlm.
- Kasim, F dan Hamzah, S.N. 2020. Evaluasi ekowisata hiu paus di Desa Botubarani. *The Nike Journal*. 4(4): 132-139.
- Keliwar, S., Nurcahyo, A. 2015. Motivasi dan persepsi pengunjung terhadap objek wisata Desa Budaya Pampang di Samarinda. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*. 12(2): 10–27.
- Kim, K., et.al. 2006. Multi-destination segmentation based on push and pull motives. *Journal of Travel and Tourism Marketing*. 21(2):19-32
- Koranti, K., Sriyanto, S., dan Lestiyono, S. 2018. Analisis preferensi wisatawan terhadap sarana di Taman Wisata Kopeng. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*. 22(3): 242-254.
- Kuenzel, Sven and Sue Vaux Halliday 2008. Investigating antecedents and consequences of brand identification. *Journal of Product and Brand Management*. 17(5): 293-304.

- Kulthau, Carol C. 1991. Inside the search process: information seeking from the user's perspective. *Jurnal of the American Society For Information Science*. 42 (5): 361-371.
- Kurniansah, R., dan Khali, M. S. 2018. Ketersediaan Akomodasi Pariwisata Dalam Mendukung Pariwisata Perkotaan (Urban Tourism) Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Bina Wakya*. 1(1):39-44
- Kurniawan, G. I., dan Homan, H. S. 2023. Peningkatan Literasi Pengelolaan Keuangan Objek Wisata di Desa Wisata dan Homestay Sindangkasih Garut. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 7(2):249-256
- Kusmaedi, Nurlan. 2002. *Pembelajaran Hidup Sehat Terpadu Berbasis Masyarakat: Studi Pengembangan Model Pembelajaran Hidup Sehat Terpadu Menggunakan Pendekatan Gerogogi*. Tesis. Universitas Pendidikan Indonesia. 2(316) : 1-316
- Lestari *et al.*, 2019 HOMESTAY DESA WISATA DI INDONESIA *Jurnal Pariwisata*, Vol. 6 No. 1
- Mangkunegara, P.M. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Maulida, G., Supriharyono, Suryanti. 2019. Valuasi ekonomi pemanfaatan ekosistem mangrove di Kelurahan Kandang Panjang, Kota Pekalongan, Provinsi Jawa Tengah. *Journal of Maquares*. 8(3): 133-138.
- McIntyre, G., Hetherington, A., Inskeep, E. 1993. Sustainable Tourism Development: Guide For Local Planners. *Buku. World Tourism Organization*. Madrid.
- Merry Ratar *et.al.* 2022. Waktu senggang dan rekreasi sebagai motivasi berkunjung di kawasan Wisata Boulevard Manado. *Jurnal EMBA*. 10(2): 991-1001
- Monik,D., *et al.* 2021. Analisis persepsi pengunjung dan masyarakat dalam pengembangan objek wisata alam air terjun way lalaan. *Jurnal hutan tropis*. Vol. 9, No. 2
- Mulyadi. 2016. *Sistem Informasi Akuntansi*. Salemba Empat. Jakarta.
- Noor. 2010. *Ekonomi Media*. PT Rajagrafindo Persada. Jakarta.

- Notoatmojo, S. 2003. *Ilmu Kesehatan Masyarakat: Prinsip-Prinsip Dasar*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Nugraha, A. A., Handayani, I. G. A. K. R., & Najicha, F. U. (2021). Prinsip Partisipasi Dalam Pengadaan Tanah Untuk Kepentingan Umum Terkait Tata Kelola Lingkungan. *Jurnal Hukum De'rechtsstaat*, 7(2), 185–198.
- Nugraha, B., Banuwa, I.S., & Widagdo, S. 2015. Perencanaan Lanskap Ekowisata Hutan Mangrove di Pantai Sari Ringgung Desa Sidodadi, Kecamatan Padang Cermin, Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Slyva Lestari*, 3(2):53-66
- Nugroho, I. 2003. *Good Governance*. Mandar Maju. Bandung.
- Oka A. Yoeti. 1993. *Pengantar ilmu pariwisata*. Angkasa
- P. Siagian, Sondang.1995. *Teori Motivasi dan Aplikasinya*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Peraturan Bupati Tanggamus Nomor 38 Tahun 2018 tentang Pengelolaan aman Wisata Air Terjun Way Lalaan
- Pitana, I. Gede. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Andi. Yogyakarta.
- Pitana, I.G., dan Putu, G. 2009. *Sosiologi Pariwisata*. Andi. Yogyakarta.
- Said, J., Maryono. 2018. Motivation and perception of tourists as push and pull factors to visit national park. *Jurnal Master Program of Environmental Science*, School of Postgraduate Studies. 31(08022): 1-5.
- Sari, H. P., Setiawan, A., Winarno, G. D., Harianto, S. P. 2018. Persepsi pengunjung untuk pengembangan Hutan Kota Metro sebagai objek wisata alam. *Gorontalo Journal of Forestry Research*. 1(2): 1–10.
- Sari, L.E. 2018. Peran Stakeholder dalam Menjaga Kebersihan Objek Wisata Pantai Tiku, Kecamatan Tanjung Mutiara, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal JOM FISIP*, 5(2):1-16.
- Setiadi, Elly M. & Kolip, Usman. 2013. *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi dan Pemecahannya*. Jakarta: Prenadamedia.
- Siagian, Sondang P. 1989. *Teori Motivasi dan Aplikasinya*. Jakarta: Bina Aksara.

- Sidiq, A. J., & Resnawaty, R. 2018. Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di desa wisata Linggarjati Kuningan, Jawa Barat. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1), 38-44.
- Sinaga, U., et al. 2020. Perumusan Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam dengan Metode SWOT Analysis dan Analytical Hierarchy Process (AHP) di Kabupaten Asahan (Studi Kasus: Air Terjun di Asahan). *Jurnal sistem teknik industri (JSTI)* Vol.22, No.2, Hal. 61-77
- Sudaryanti, I.J., Sukriah, E., dan Rosita. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Wisatawan dalam Melakukan Wisata Heritage di Kawasan Braga Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Resort & Leisure*. 12(1): 43-56.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta. Bandung.
- Sujarweni, W. 2014. *Metodologi penelitian*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Suprpto, T. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Media presindo. Jakarta.
- Undang undang No. 9 tahun 1990 kepariwisataan
- United Nations World Tourism Organization, 2018; 1983; *UNWTO & ILO*, 2014
- Uysal, M., Li, X., & Sirakaya-Tu, E. (2008). Push-pull dynamics in travel decisions. In Haemoon Oh (Ed.). *Handbook of Hospitality Marketing Management* (pp. 413-439). Oxford: Elsevier.
- Veal, A. J. 1992. Definitions of leisure and recreation. *Australian Journal of Leisure and Recreation*. 2(4): 44-48.
- Wahab on Tourism Management: An Introduction to the Scientific Study of Tourism Management, Aimed at Those who Recognise the Rewards of a Well Managed Tourism Industry, and who Perceive the Penalties of Mismanagement// salah wahab// Tourism International Press, 1975// Cornell University
- Walgito, Bimo. (2010). *Pengantar Psikolog Umum*. Yogyakarta : C.V Andi Offset

- Webliana, K., Syahputra, M., & Rini, D. S. 2018. Analisis Persepsi dan Atraksi Wisata Alternatif untuk Mendukung Pengembangan Kawasan Air Terjun Tiu Teja, Lombok Utara. *Jurnal Belantara*, 1(2):123-133.
- Widodo, M. L. 2018. Analisis stakeholder dalam pengembangan ekowisata di Taman Nasional Betung Kerihun Kabupaten Kapuas Hulu. *Jurnal Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan*. 8(1) : 55-61
- Wiltshire, A. H. (2016). The meanings of work in a public work scheme in South Africa. *International Journal of Sociology and Social Policy*. 36 (2): 119–135.
- Witt, S. F. (1994). *Tourism Marketing and Management*. Prentice Hall International.
- Yoeti, O. A, 2008. *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*. Pradnya Paramita.
Jakarta.
- Yoeti, O. A.2003. *Ekowisata pariwisata berwawasan lingkungan hidup*. PT. Pertja.
Jakarta.
- Yoeti, Oka A. P. 1991. *Penuntun Praktis Pramuwisata Profesioanl*. Bandung: Penerbit Angkasa.
- Yousefi, M. dan Marzuki, A. 2015. An analysis of push and pull motivational factors of international tourists to Penang, Malaysia. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*. 16(1): 40-56.