



**KARAKTERISTIK PENGUNJUNG WISATA BUKIT SALAPAR DI DESA
CIPTA KARYA KECAMATAN SUNGAI BETUNG KABUPATEN
BENGKAYANG**

*(Characteristics of visitors of Salapar Hill tourism in Cipta karya village Sungai Betung district
Bengkayang regency)*

Sarma Siahaan, Reine Suci Wulandari, Eva Nila
Fakultas Kehutanan Universitas Tanjungpura Pontianak, Indonesia
Email: evanila99@gmail.com

Abstract

Salapar Hill tourism is one of the tourist destinations that has the potential to be developed into a natural tourism, to support this potential, a concept is needed in developing tourism development that can attract visitors to come to visit, so data on the development of Salapar Hill tourism objects are needed that are tailored to the characteristics of visitors. the tour. This study aims to obtain the characteristics of visitors in Bukit Salapar nature tourism. The study used a survey method by conducting direct interviews with respondents/visitors. The sampling technique of respondents in this study used the accidental sampling method. The characteristics of visitors who come to Bukit Salapar tourism are visitors from Bengkayang (76.74%) dominated by men (55.81%) with an age range of 13-24 years (95.35%), the latest education is high school graduates (51,16%), unmarried marital status (95.35%), occupations that dominate as students and college students (69.77%), information about tourism objects is mostly obtained from friends 67.44%, the highest number of visits is 1 time (60.47%), length of visit more than 4 hours (76.74%). with the main objective of enjoying the view of (65.12%).

Keywords: Cipta Karya Village, Salapar Hill, Visitor Characteristics.

Abstrak

Wisata Bukit Salapar menjadi salah satu destinasi wisata yang cukup berpotensi dikembangkan menjadi salah satu wisata alam, untuk mendukung potensi tersebut diperlukan konsep dalam menyusun pengembangan wisata yang dapat menarik minat pengunjung untuk datang berkunjung sehingga diperlukan data mengenai pengembangan obyek wisata Bukit Salapar yang disesuaikan dengan karakteristik pengunjung wisata tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan karakteristik pengunjung di wisata alam Bukit Salapar. Penelitian menggunakan metode survey dengan melakukan wawancara langsung terhadap responden/pengunjung. Teknik pengambilan sampel responden pada penelitian menggunakan metode accidental sampling. Karakteristik pengunjung yang datang ke wisata Bukit Salapar yaitu pengunjung dari Bengkayang (76,74%) didominasi oleh laki-laki (55,81%) dengan kisaran usia 13-24 tahun sebesar (95,35%), pendidikan terakhir lulusan SMA (51,16%), status pernikahan belum menikah (95,35%), pekerjaan yang mendominasi sebagai pelajar dan mahasiswa (69,77%), informasi mengenai obyek wisata lebih banyak diperoleh dari teman 67,44%, jumlah kunjungan terbanyak 1 kali (60,47%), lama waktu kunjungan lebih dari 4 jam (76,74%). dengan tujuan utama untuk menikmati pemandangan sebesar (65,12%).

Kata kunci: Desa Cipta Karya, Bukit Salapar, Karakteristik Pengunjung.



PENDAHULUAN

Bukit Salapar merupakan suatu kawasan wisata yang terletak di Desa Cipta Karya Kecamatan Sungai Betung Kabupaten Bengkayang. Wisata bukit Salapar terdapat pesona alam berupa hamparan area terbuka untuk kegiatan camping dilokasi wisata, aliran air yang jernih, hamparan hutan, perkebunan masyarakat, terdapat spot foto dengan latar belakang hamparan awan dan puncak-puncak bukit lainnya, pengunjung juga dapat menyaksikan matahari terbit dipagi hari. Berdasarkan hasil wawancara kepada pihak pengelola wisata Bukit Salapar diketahui bahwa dalam seminggu jumlah pengunjung di wisata Bukit Salapar dapat mencapai 20-40 orang pengunjung. Wisata Bukit Salapar menjadi salah satu destinasi wisata yang cukup berpotensi dikembangkan menjadi salah satu wisata alam. Potensi yang dimanfaatkan secara maksimal dapat menciptakan peluang kerja dan usaha terutama di bidang ekowisata yang dapat meningkatkan pendapatan untuk menunjang kegiatan perekonomian (Syahputri *et al*, 2019). Untuk mendukung potensi tersebut maka diperlukan adanya konsep dalam menyusun pengembangan wisata yang dapat menarik minat pengunjung untuk datang berkunjung ke obyek wisata tersebut sehingga diperlukan data Kabupaten Bengkayang. Menurut Arikunto (2006), jika subjek yang diamati kurang dari 100 orang, maka akan diambil semua sehingga penelitian ini merupakan penelitian populasi atau

mengenai pengembangan obyek wisata Bukit Salapar yang akan disesuaikan dengan karakteristik pengunjung wisata tersebut. Berdasarkan uraian tersebut tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendapatkan karakteristik pengunjung di wisata alam Bukit Salapar Desa Cipta Karya Kecamatan Sungai Betung Kabupaten Bengkayang.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di obyek wisata Bukit Salapar desa Cipta Karya Kecamatan Sungai Betung Kabupaten Bengkayang selama 4 minggu mulai tanggal 18 Juni 2021 sampai dengan 18 Juli 2021 efektif dilapangan. Alat yang digunakan dalam kegiatan penelitian terdiri atas panduan wawancara atau daftar pertanyaan sebagai alat bantu dalam pengumpulan informasi atau data, peta lokasi untuk mengetahui lokasi penelitian, alat perekam suara, GPS. Penelitian menggunakan metode survey dengan melakukan wawancara langsung terhadap responden/ pengunjung. Teknik pengambilan sampel responden pada penelitian menggunakan metode *accidental sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2012). Sampel yang dijadikan responden yaitu pengunjung wisata Bukit Salapar di desa Cipta Karya Kecamatan Sungai Betung survey. Jika jumlah subjeknya lebih dari 100 orang maka dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih. Kriteria pengunjung yang akan dijadikan sebagai responden yaitu sebagai berikut :

1. Berumur minimal 13 tahun (usia remaja)
2. Mampu berkomunikasi dengan baik
3. Sehat jasmani dan rohani

Menurut Sihotang *et al.* (2014) karakteristik pengunjung meliputi :

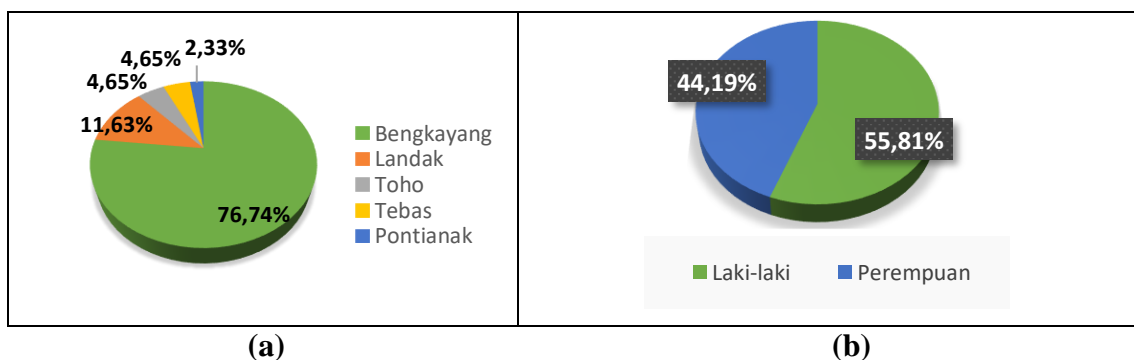
1. Jenis kelamin
2. Usia
3. Tingkat pendidikan
4. Daerah asal
5. Pekerjaan
6. Status perkawinan
7. Informasi wisata
8. Jumlah kunjungan
9. Lama waktu kunjungan
10. Tujuan berkunjung

Kegiatan analisis pengunjung sangat baik jika dilakukan secara berkala untuk memprediksi kecenderungan yang muncul dalam suatu obyek wisata, data lengkap dan komprehensif serta konsisten mengenai para pengunjung sangat berguna bagi para pengelola wisata, pemerintah setempat, dan lembaga lainnya dalam melakukan kegiatan monitoring serta evaluasi

terhadap obyek wisata tersebut (Damasdino, 2015). Karakteristik pengunjung dianalisis dengan cara mendeskripsikan berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, daerah asal, pekerjaan, dan lain sebagainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik pengunjung sangat penting diketahui dalam menentukan bentuk dan kegiatan wisata yang sesuai karakter pengunjung yang datang berkunjung di obyek wisata tersebut (Novianty *et al.*, 2021). Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada 43 responden pengunjung wisata Bukit Salapar maka diperoleh karakteristik pengunjung yang meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, daerah asal, pekerjaan, status perkawinan, informasi wisata, jumlah kunjungan, lama waktu kunjungan, dan tujuan berkunjung. Berdasarkan kuesioner terhadap pengunjung maka diperoleh karakteristik pengunjung yang disajikan dalam bentuk grafik dibawah ini:

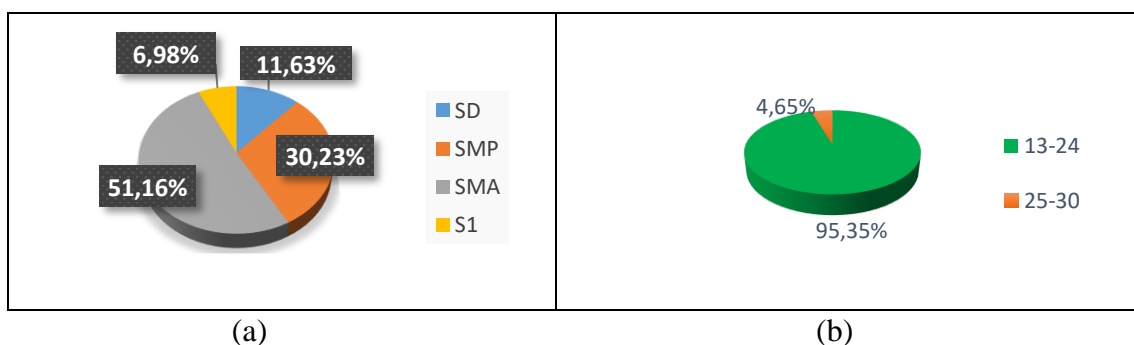


Gambar 1. Karakteristik responden: (a). kategori tempat asal, (b). kategori jenis kelamin (*characteristics of respondents: (a). Place of origin category, (b). Gender category*).

Pengunjung wisata Bukit Salapar berasal dari Bengkayang sebanyak 76,74%. Keliwar dan Nurcahyo (2015) mengatakan bahwa jarak tempuh menjadi salah satu faktor yang sangat penting karena mempengaruhi kunjungan para pengunjung ke wisata tersebut. Jarak dari lokasi ke pusat kota Bengkayang diketahui bekisar ± 11 km, jarak tersebut dinilai tidak terlalu jauh sehingga tidak terlalu mengeluarkan biaya perjalanan yang besar untuk pergi berwisata. Biaya perjalanan menjadi salah satu faktor pertimbangan wisatawan dalam melakukan pariwisata, semakin besar biaya perjalanan yang dikeluarkan maka minat pengunjung untuk mengunjungi wisata tersebut akan semakin berkurang dan sebaliknya semakin sedikit biaya perjalanan yang dikeluarkan maka semakin tinggi minat pengunjung untuk datang berwisata (Nasution 2018). Berdasarkan hasil penelitian tersebut diketahui terdapat beberapa pengunjung yang berasal dari luar kabupaten Bengkayang. Hal ini

menunjukkan bahwa wisata bukit salapar sudah dikenal diluar kabupaten Bengkayang, pengunjung yang berasal dari luar kabupaten Bengkayang sangat tergantung dengan adanya waktu luang yang dimiliki karena jarak wisata yang jauh dari daerah asalnya.

Laki-laki dan perempuan memiliki motivasi yang sama dalam melakukan kegiatan wisata (Keliwar dan Nurcahyo 2015). Pengunjung yang paling mendominasi berjenis kelamin laki-laki sebesar 55,81% dari hasil tersebut diketahui bahwa jumlah perempuan berbeda sedikit dengan laki-laki hal ini dikarenakan perempuan pada umumnya menyukai kegiatan fotografi didukung dengan disediakannya spot foto di lokasi wisata tersebut sedangkan laki-laki lebih banyak hal ini dikarenakan laki-laki menyukai kegiatan alam yang menantang seperti mendaki bukit. Menurut Yunanmalifah *et al*, (2021) mengatakan bahwa adanya fasilitas penunjang seperti penempatan spot foto yang dapat menarik minat pengunjung.

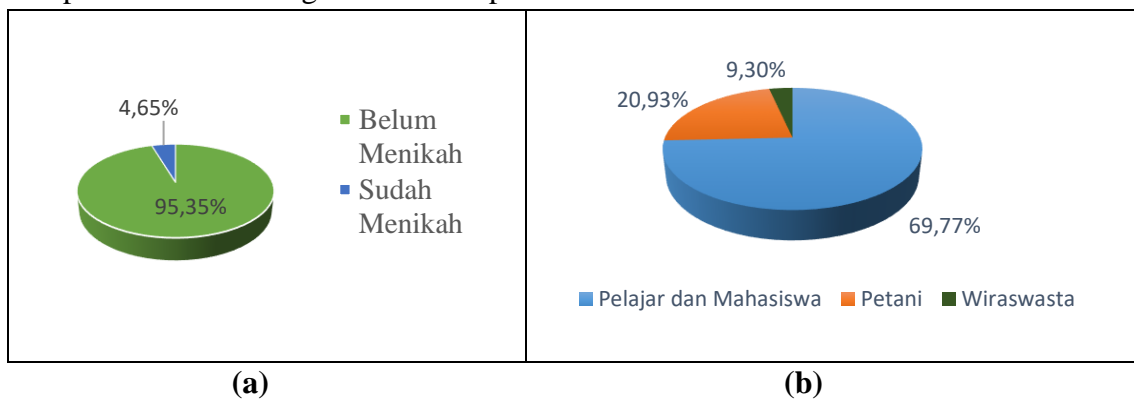


Gambar 2. Karakteristik responden: (a). Kategori pendidikan terakhir, (b). Kategori umur (*Characteristics of respondents: (a). last education category, (b). Age category*)

Kategori pendidikan terakhir paling mendominasi yaitu lulusan SMA sebanyak 51,16%. Tingkat pendidikan seseorang sangat mempengaruhi keputusan dalam berwisata hal ini dikarenakan rasa ingin tahu yang sangat tinggi dalam hal melihat serta mempelajari keunikan yang ada ditempat lain (Keliwar dan Nurcahyo, 2015). Tingkat Pendidikan berpengaruh terhadap permintaan akan jenis wisata dan aktifitas kegiatan, fasilitas dan mutu pelayanan yang di sediakan serta tingginya kesadaran akan kebutuhan melakukan kegiatan rekreasi. Dengan adanya wawasan serta pengetahuan yang dimiliki maka diharapkan para wisatawan memiliki kesadaran mengenai pentingnya kegiatan rekreasi agar dapat merasakan kebebasan dari rutinitas yang dilakukan setiap harinya.

Karakteristik pengunjung yang datang berkunjung di wisata Bukit Salapar menurut kategori umur dapat

dilihat bahwa pengunjung yang paling mendominasi yaitu usia 13-24 tahun hal ini dikarenakan pada usia tersebut masih tergolong usia muda yang suka mengikuti tren-tren terbaru dan biasanya sangat menyukai kegiatan wisata alam. Menurut Keliobas *et al.* (2019) usia muda dinilai lebih enerjik dan bersemangat selain itu pada usia muda biasanya sangat senang melakukan perjalanan untuk mencari pengalaman baru di tempat-tempat yang menarik. Umur menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap partisipasi seseorang dalam kegiatan rekreasi, dengan mengetahui kelompok umur responden pengunjung maka kita dapat mengetahui gambaran yang lebih jelas mengenai komposisi usia pengunjung. Selanjutnya kita dapat menentukan jenis kegiatan serta fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan kelompok umur tersebut.



Gambar 3. Karakteristik responden: (a). Kategori status pernikahan, (b). Kategori pekerjaan (*Characteistics of respondents: (a). Marital status category, (b). Job category*).

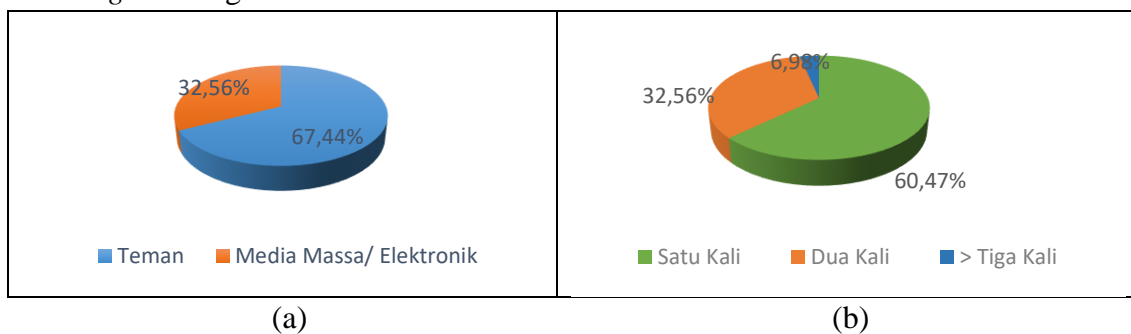
Karakteristik pengunjung yang datang berkunjung di wisata Bukit Salapar menurut kategori status pernikahan yang paling mendominasi

yaitu belum menikah sebesar 95,35%. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa pengunjung yang belum menikah sangat mendominasi hal ini terlihat dari

kebanyakan pengunjung datang bersama teman dan sebagian besar pengunjung adalah pelajar. Menurut Keliobas et al. (2019), pada usia remaja biasanya lebih senang melakukan perjalanan dengan tujuan mencari pengalaman baru dan lebih berenerjik selain itu pada usia ini biasanya cenderung suka pergi mengunjungi obyek wisata bersama teman-temannya. Wisata Bukit Salapar sebenarnya juga dapat dijadikan sebagai tempat rekreasi keluarga dikarenakan jarak tempuhnya yang tidak terlalu jauh dan merupakan wisata alam, tetapi berdasarkan hasil penelitian diketahui hanya 4,65% dari responden dengan status sudah menikah, hal ini menunjukkan bahwa rendahnya minat pengunjung untuk menjadikan Bukit Salapar sebagai wisata rekreasi keluarga. Sehingga hal ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi atau masukan bagi pihak pengelola wisata untuk lebih meningkatkan promosi yang dapat menarik minat para pengunjung dengan *branding* mengenai wisata alam

keluarga. Menurut Ingkadijaya *et al.* (2016) keluarga merupakan pasar pariwisata yang sangat potensial dan memiliki frekuensi aktivitas tinggi.

Karakteristik pengunjung wisata Bukit Salapar berdasarkan kategori pekerjaan yang paling mendominasi yaitu sebagai pelajar sebesar 41,86% hal ini dikarenakan biasanya pelajar lebih suka berkumpul bersama teman-temannya untuk menghilangkan rasa bosan dengan aktivitas disekolah sebagai pelajar dengan mengunjungi tempat-tempat wisata, saat berkunjung biasanya mereka akan datang beramai-ramai. Salah satu ciri-ciri wisatawan remaja berdasarkan karakteristik sosio-demografis yaitu melakukan kegiatan wisata secara berkelompok dan menyukai tantangan dalam kegiatan wisata (Ismayanti 2010). Pekerjaan dapat mempengaruhi status sosial yang selanjutnya akan mempengaruhi seseorang dalam mengambil suatu keputusan terutama dalam pemilihan lokasi wisata.



Gambar 4. Karakteristik responden: (a). Kategori informasi wisata, (b). Kategori jumlah kunjungan (*Characteistics of respondents: (a). tourism information category, (b).category number of visits*)

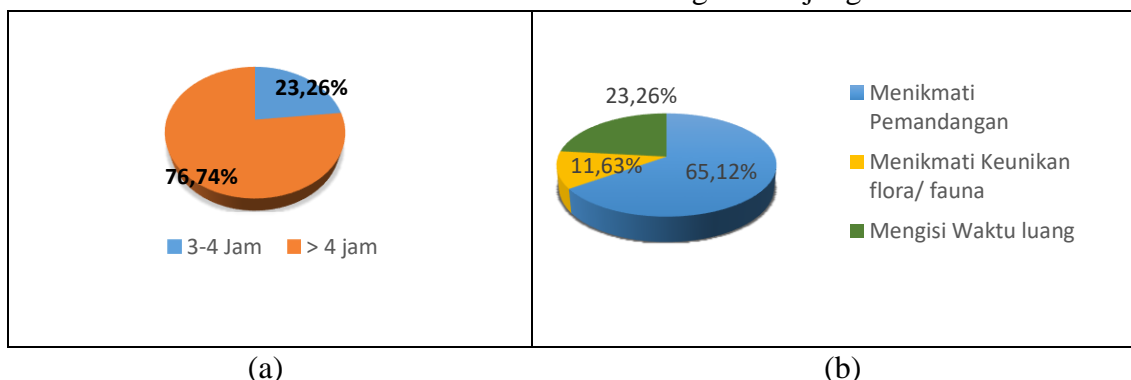
Berdasarkan kategori informasi wisata yang paling banyak dari teman sebesar 67,44%, hal ini dapat dilihat dari

mayoritas pengunjung yaitu sebagai pelajar yang biasanya setelah pergi kesuatu tempat yang dianggapnya

menarik maka akan diceritakan kepada teman-temannya. Menurut Koranti *et al.* (2017), wisatawan dapat mengetahui keberadaan obyek wisata melalui berbagai sumber informasi. Informasi mengenai wisata dari masyarakat sekitar dan teman diperoleh dari mulut ke mulut ketika mereka saling berkomunikasi (Keliobas *et al.* 2019). Dari data hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa promosi mengenai wisata masih belum dilakukan secara maksimal oleh pihak pengelola, meskipun promosi yang dilakukan dari mulut kemulut dirasa cukup efektif, namun melakukan promosi melalui media massa/elektronik merupakan sarana yang jauh lebih tepat, murah, serta workable terutama bagi para wisatawan luar. Dengan tingginya tingkat promosi melalui media massa maka akan semakin banyak wisatawan yang mengetahui dan datang berkunjung di wisata tersebut. Hal ini dapat menjadi masukan bagi pihak pengelola untuk dapat mempromosikan wisata dengan membuat website sosial media di

internet untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Internet merupakan salah satu media informasi yang lebih banyak digunakan karena dari segi efisiensi dan efektifitasnya lebih unggul dibandingkan media informasi lainnya (Putri *et al.* 2019).

Karakteristik pengunjung menurut kategori jumlah kunjungan yang paling mendominasi yaitu sebanyak satu kali sebesar 60,47%. Jumlah kunjungan wisatawan merupakan salah satu indikator dalam mengukur keberhasilan suatu industri pariwisata yang berdampak pada masyarakat dan pemerintah setempat (Suastika dan Yasa 2017). Kebanyakan pengunjung hanya datang sekali di wisata tersebut hal ini disebabkan oleh kurangnya fasilitas dan atraksi yang di tawarkan di lokasi wisata tersebut sedangkan wisata tersebut sebenarnya memiliki potensi yang cukup baik untuk dikembangkan. Menurut Yorika *et al.* (2021), kurangnya fasilitas serta atraksi di suatu wisata dapat mengurangi minat pengunjung untuk datang berkunjung.



Gambar 5. Karakteristik responden: (a). kategori lama waktu kunjungan, (b). Kategori tujuan berkunjung (*Characteristics of respondents: (a). category of length of visit, (b). Visiting destination category*)



Karakteristik pengunjung menurut kategori lama waktu kunjungan yang paling mendominasi adalah selama > 4 Jam mencapai (76,74%) hal ini dikarenakan kebanyakan pengunjung yang datang biasanya bermalam di lokasi wisata menggunakan tenda yang dibawa, untuk menikmati pemandangan awan di pagi hari dan kebanyakan pengunjung datang di libur. Namun dari hasil penelitian masih terdapat 23,26% pengunjung yang melakukan kunjungan dengan waktu yang relatif singkat, hal ini dikarenakan masih kurangnya fasilitas seperti wc umum, homestay, dan lain sebagainya yang dapat di gunakan oleh para pengunjung. Menurut Keliobas *et al.* (2019), lama waktu kunjungan berkaitan dengan tingkat kenyamanan pengunjung pada saat berada di lokasi wisata, terpenuhinya tujuan dalam berwisata serta adanya fasilitas wisata yang ditawarkan di obyek wisata tersebut.

Pengunjung wisata Bukit Salapar berdasarkan kategori tujuan berkunjung terbanyak adalah untuk menikmati pemandangan berupa hamparan lautan awan di pagi hari, perkebunan masyarakat sekitar, dan bukit-bukit lainnya sebesar 65,12% . Menurut Saragi *et al* (2015) Salah satu motivasi para wisatawan dalam memilih kegiatan wisata yaitu untuk menikmati keindahan alam yang masih natural. 23,26% pengunjung datang untuk mengisi waktu luang, selanjutnya 11, 63% untuk menikmati keunikan dari flora dan fauna. Berdasarkan tujuan berkunjung tersebut diketahui bahwa segmen pasar utama

wisata bukit salapar adalah pengunjung yang bertujuan untuk menikmati pemandangan alam.

KESIMPULAN

Karakteristik pengunjung yang datang di wisata Bukit Salapar yaitu lebih banyak dari Bengkayang (76,74%) didominasi oleh laki-laki (55,81%) dengan kisaran usia 13-24 tahun sebesar (95,35%), pendidikan terakhir lulusan SMA (51,16%), status pernikahan belum menikah (95,35%), pekerjaan yang mendominasi yaitu sebagai pelajar dan mahasiswa (69,77%), informasi mengenai obyek wisata lebih banyak diperoleh dari teman (67,44%), jumlah kunjungan terbanyak sebanyak 1 kali (60,47%), lama waktu kunjungan lebih dari 4 jam sebesar (76,74%), dengan tujuan utama untuk menikmati pemandangan sebesar (65,12%). Pengelola dapat menggunakan data mengenai karakteristik pengunjung sebagai bahan untuk menyusun rencana pengembangan wisata Bukit Salapar.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Damasdino F, Sudarmadji, Muhammad. (2015). Studi karakteristik wisatawan dan upaya pengembangan produk wisata tematik di pantai goa cemara, pantai kuwaru, dan pantai pandansimo baru Kabupaten Bantul. *Jurnal Media Wisata* 13(2).
- Ingadijaya R, Damanik J, Putra H S A, Nopirin. (2016). Aktivitas wisata pilihan keluarga perkotaan. *Jurnal Khasanah Ilmu* 7(1).



- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana.
- Keliwar S dan Nurcahyo A. (2015). Motivasi dan persepsi pengunjung terhadap obyek wisata desa Budaya Pampang di Samarinda. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure* 12(2).
- Keliobas M S N, Latupapua Y T, Pattinasarany C K. (2019). Persepsi pengunjung terhadap obtekt wisata pantai Gumumae di kecamatan Bula kabupaten Seram bagian timur. *Jurnal Hutan Pulau-pulau Kecil* 3(1): 25-39.
- Koranti K, Sriyanto, Lestiono S. (2017). Analisis preferensi wisatawan terhadap sarana di wisata taman wisata Kopeng. *Jurnal Ekonomi Bisnis* 22(3).
- Saragih W R J, Sendra I M, Mananda I G S. (2015). Karakteristik dan motivasi wisatawan ekowisata di Bali: Studi kasus di jaringan ekowisata desa. *Jurnal IPTA* 3(1).
- Sihotang J S, Wulandari C, Herwanti S. (2014). Nilai objek wisata air terjun Way Lalaan Provinsi Lampung dengan metode biaya perjalanan (Travel Cost). *Jurnal Sylva Lestari* 2(3): 11-18.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Suastika G Y, Yasa N M. (2017). Pengaruh jumlah kunjungan wisatawan, lama tinggal wisatawan dan tingkat hunian hotel terhadap pendapatan asli daerah dan kesejahteraan masyarakat pada Kabupaten/ Kota di Provinsi Bali. *E-Jurnal EP Unud* 6(7) : 1332-1363.
- Syahputri D M, Fatta F N, Nurrahma A, Kusuma K A, Ichsanuddin R, Wisudaryono S, Salas M, Wibowo Y A. (2019). Karakteristik pengunjung obyek wisata di kawasan danau Rawa Pening (kasus Kecamatan Banyubiru, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah). *JPIG (Jurnal Pendidikan dan Ilmu Geografi)* 4(2) : 27- 42.
- Putri A E, Khadijah U L S, Novianti E, Nugraha A. (2019). Perilaku pencarian informasi wisatawan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi destinasi wisata pengandaran. *Journal of Sustainable Tourism Research* 1(1).
- Yorika R, Nugroho R A, Syafitri E D. (2021). Analisis karakteristik pengunjung obyek wisata kebun raya Balikpapan. *JSHP* 5(2).
- Yunanmalifah M A, Mulyaningsih T, Fadholi A A R, Choirunissa A, Medina B, Hendrawati B P, Ramdani T. (2021). Penataan destinasi dan strategi promosi guna meningkatkan jumlah wisatawan di kawasan wisata pantai Tanjung Karang Mataram. *Abdi Insani* 8(2) : 168-180.