

Persepsi Masyarakat Terhadap Objek Wisata Kolam Ikan Teras Alam Ulin Di Kelurahan Sempaja Utara Kecamatan Samarinda Utara

Rina Aprila¹, Fitriyana², Juliani³

Prodi Sosial Ekonomi Perikanan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan,
Universitas Mulawarman

Alamat: Jl. Gn. Tabur, Gedung FPIK, Kampus Gn Kelua Samarinda, Indonesia

Korespondensi: fitriyana@fpik.unmul.ac.id

Abstract: According to the Law of the Republic of Indonesia Number 10 of 2009 concerning Tourism, tourism is defined as a variety of tourist activities supported by various facilities and services provided by the community, entrepreneurs, and local governments. This study aims to determine the public perception of the Ulin Nature Terrace tourist attraction in North Sempaja Village, North Samarinda District. The data required are primary data and secondary data according to the research objectives. Based on the results of the study, it is known that people's perceptions of tourist attractions use *sapta charm* indicators, namely security, order, cleanliness, coolness, beauty, friendliness, and memories. The highest indicator is beauty (1,273) and the lowest is hospitality (1,192). Overall, people's perceptions are classified as good because the value of 8,519 is in the interval range 7,140 - 8,819, meaning that the community views the existence of these attractions as positive and beneficial, because these attractions not only offer tourist attractions in the form of fish therapy, but other interesting panoramas.

Keywords: Tourism, Public Perception, Attraction, North Sempaja Village

Abstrak: Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata didefinisikan sebagai beragam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap objek wisata Teras Alam Ulin Kelurahan Sempaja Utara Kecamatan Samarinda Utara. Data yang diperlukan adalah data primer dan data sekunder sesuai tujuan penelitian. Berdasarkan hasil penelitian diketahui persepsi masyarakat terhadap objek wisata menggunakan indikator *sapta pesona* yaitu keamanan, ketertiban kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahan, dan kenangan. Indikator tertinggi adalah keindahan (1.273) dan terendah adalah keramahan (1.192). Secara keseluruhan persepsi masyarakat tergolong baik karena nilai 8.519 berada direntang interval 7.140 – 8.819, artinya masyarakat memandang keberadaan objek wisata tersebut merupakan hal yang positif dan bermanfaat, karena objek wisata tersebut tidak hanya menyuguhkan atraksi wisata berupa terapi ikan, tetapi panorama lain yang menarik.

Kata Kunci: Pariwisata, Persepsi Masyarakat, Objek Wisata, Kelurahan Sempaja Utara

PENDAHULUAN

Pertumbuhan pariwisata di Indonesia diharapkan dapat memainkan peran penting dalam proses memajukan negara. Pertumbuhan atraksi pariwisata masih diatur oleh keuntungan ekonomi dengan menggunakan sumber daya alam yang saat ini dapat diakses, maka sangat penting untuk mengembangkan model pariwisata yang berkelanjutan dan melestarikan budaya lokal dan lingkungan (Pulungan, 2018).

Wisata pantai dan kekayaan hutan dianggap memiliki potensi di Kalimantan Timur. Area ini perlu didukung oleh pengembangan destinasi dan pemasaran pariwisata yang efektif karena merupakan salah satu tujuan wisata yang paling banyak mendapat perhatian. Dalam industri pariwisata, pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kalimantan Timur mengacu pada tekad Ibu Kota Negara (IKN) untuk menerapkan konsep lingkungan.

Pengelolaan potensi ekowisata, khususnya wisata bahari dan hutan, menjadi salah satu tujuan pembangunan pariwisata (Lawi *dalam* Cahyani et al, 2022).

Berdasarkan hasil observasi, objek wisata kolam ikan Teras Alam Ulin dibangun di wilayah perkotaan Kota Samarinda dan merupakan jenis wisata air yang memanfaatkan kolam bekas tambang. Destinasi wisata yang memulai usahanya pada pertengahan tahun 2022 ini telah menarik banyak pengunjung karena menawarkan atraksi khusus-pengobatan ikan dengan menggunakan ikan nilam (*Osteochlus vittatus*) serta fasilitas lain seperti taman dan gazebo yang dinikmati dengan bersantai dan berfoto.

Pengunjung yang datang setiap harinya berkisar antara 20 hingga 100 orang, dengan biaya yang dikenakan adalah Rp. 10.000/tiket. Pengunjung yang datang memiliki berbagai alasan, diantaranya untuk berpartisipasi dalam kegiatan kelompok seperti pertemuan keluarga, arisan, bersosialisasi, dan sebagainya. Namun, ada juga yang hanya sekedar mampir untuk menikmati suasana.

Pentingnya suatu persepsi agar menghasilkan penilaian masyarakat, yang akan berpengaruh sebagai bahan evaluasi dan kebijakan usaha untuk kedepannya, maka perlu dilakukan penelitian mengenai persepsi masyarakat terhadap objek wisata. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui persepsi masyarakat terhadap objek wisata Teras Alam Ulin kelurahan Sempaja Utara kecamatan Samarinda Utara.

KAJIAN TEORITIS

Menurut Supartha dan Sintaasih (2017), menjelaskan persepsi adalah proses di mana seseorang mengatur dan menginterpretasikan masukan sensorik untuk memberikan makna kepada lingkungan di sekitarnya. Persepsi terhadap lingkungan adalah hasil akhir dari semua rangkaian kegiatan ini. Cara pandang seseorang atau sekelompok orang terhadap lingkungan disebut dengan persepsi (Mulyawati dan Zulfa, 2021).

Pariyanti et al., (2018) menjelaskan objek wisata adalah tempat komersial yang menghasilkan uang dari penjualan tiket, donasi, dan kegiatan lain selain biaya masuk. Berpergian ke tempat-tempat yang memiliki berbagai macam keindahan disebut atraksi, dan mereka mungkin merupakan tempat yang menyenangkan, kepuasan dengan pariwisata, pelayanan yang baik, atau pengalaman perjalanan yang tak terlupakan.

Destinasi pariwisata membutuhkan daya tarik. Daya tarik wisata didefinisikan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan

wisatawan dalam Pasal 1 Ayat 5 Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan.

Dalam Penjelasan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Kepariwisata Nasional Tahun 2010 - 2025 yang dimaksud dengan sapta pesona adalah 7 unsur pesona (keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahan, dan kenangan) yang harus diwujudkan bagi terciptanya lingkungan yang kondusif dan ideal bagi berkembangnya kegiatan kepariwisataan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Sempaja Utara Kecamatan Samarinda Utara. Pengumpulan data dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Menurut Baley *dalam* Mahmud (2011), ukuran sampel minimal untuk penelitian yang mencakup analisis data statistik adalah 30 sampel, maka penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 30 partisipan.

Metode yang digunakan untuk penarikan sampel adalah *non-probability sampling* atau disebut juga *accidental sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel dengan cara memilih responden yang secara kebetulan ada atau dapat dijumpai pada suatu tempat yang sesuai dengan konteks penelitian (Notoatmodjo, 2010).

Menurut Sugiyono (2014), skala Likert digunakan untuk membuat instrumen yang menilai sikap, persepsi, dan pandangan seseorang atau sekelompok orang tentang efektivitas analisis kebutuhan suatu program, kualitas input, dan implementasi program.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Kepariwisata, yang disebut sebagai Sapta Pesona, adalah indikator penilaian persepsi untuk keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahan, dan kenangan dibuat. Objek yang akan diukur diubah menjadi seperangkat indikator variabel, yang selanjutnya digunakan sebagai standar untuk menyusun pernyataan atau pertanyaan. Respon alternatif yang menggunakan skala Likert melibatkan pemberian skor untuk setiap respon sebagai berikut:

Tabel 1. Penentuan skor jawaban

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Baik (SB)	5
2	Baik (B)	4
3	Cukup Baik (CB)	3
4	Kurang Baik (KB)	2
5	Tidak Baik (TB)	1

Sumber: Sugiyono (2014)

1. Penilaian Setiap Variabel Secara Parsial

$$\text{Nilai min} : 30 \text{ resp} \times 10 \times 1 = 300$$

Nilai maks : $30 \text{ resp} \times 10 \times 5 = 1500$

$$\text{Range} : \frac{\text{Nilai max} - \text{nilai min}}{5}$$

$$\frac{1500-300}{5} = 240$$

Maka dapat dibuat kelas interval dan jarak interval :

300 – 539 : Tidak Baik

540 – 779 : Kurang Baik

780 – 1019 : Cukup Baik

1020 – 1259 : Baik

1260 – 1500 : Sangat baik

2. Penilaian Seluruh Variabel

Nilai min : $30 \text{ resp} \times 10 \times 7 \times 1 = 2100$

Nilai maks : $30 \text{ resp} \times 10 \times 7 \times 5 = 10500$

$$\text{Range} : \frac{\text{Nilai max} - \text{nilai min}}{5}$$

$$\frac{10500-2100}{5} = 1680$$

Maka dapat dibuat kelas interval dan jarak interval :

2100 – 3779 : Tidak Baik

3780 – 5459 : Kurang Baik

5460 – 7139 : Cukup Baik

7140 – 8819 : Baik

8820 – 10500 : Sangat baik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pariwisata Kalimantan Timur memiliki potensi yang sangat baik untuk dikembangkan, terutama di Kota Samarinda sebagai Ibukota Provinsi. Pariwisata dapat menjadi daya tarik wisata, baik bagi para pemangku kepentingan dan lembaganya, yang harus memiliki kompetensi dan sumber daya manusia yang tinggi agar dapat menghasilkan sejumlah destinasi yang berdaya saing dan siap dipromosikan untuk menarik wisatawan, sebagai langkah untuk mewujudkan lokasi wisata yang siap jual dengan cara memperkuat komponen pengembangan, dan meningkatkan koneksi antar destinasi menjadi hal yang penting.

Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur (2019) menjelaskan terdapat destinasi wisata yang dikembangkan satu diantaranya yaitu susur Sungai Mahakam, selain itu wisata

lain yang dapat dinikmati berupa, kampung desa budaya pampang, Mesjid Islamic center, dan pusat berbelanja yang bisa menjadi bagian menarik wisata Samarinda. Amenitas perkotaan tentu menjadi pendukung yang sangat baik sebagai wisata kota yang berstrategi. Saat ini juga berkembang berbagai lokasi wisata yang memanfaatkan kondisi dan potensi yang ada.

Kolam pemancingan teras alam ulin di Kota Samarinda dibangun diatas lahan bekas tambang dengan pendanaan swasta. Objek wisata ini dibuka pada tahun 2022. Awal berdirinya destinasi wisata ini, seperti yang telah disampaikan oleh pengelola adalah karena minat masyarakat terhadap objek wisata hampir sama pada daerah Jawa yang sukses menarik banyak pengunjung. Penyebab lainnya karena masih belum banyak destinasi wisata yang memanfaatkan terapi dari ikan dengan spesies *osteochilus vittatus* atau disebut sebagai ikan nilam yang hidup di perairan tawar dan berasal dari Sumatera dan Jawa. Objek wisata ini memiliki konstruksi utama menggunakan kayu ulin agar bangunan kokoh dan menciptakan kesan alami bagi pengunjung,

Berdasarkan hasil wawancara, agrowisata tanaman perkebunan dan perikanan mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Kolam ikan teras alam ulin dipilih sebagai destinasi wisata karena memiliki unsur agrowisata dan perikanan dalam satu tempat. Hal tersebut terbukti dari masyarakat yang mengunjungi sekitar 2-3 kali dalam setahun. Biaya masuk sebesar Rp.10.000/orang dengan jam operasional dari senin-kamis pada pukul 09.30-18.00 WITA dan pada akhir pekan akan dibuka lebih awal. Baik dari anak-anak hingga orang dewasa dapat mengunjungi tempat ini karena selain terapi ikan, terdapat spot foto yang menarik, tempat istirahat, kantin, tempat bermain anak, dan sebagainya.

Keberadaan objek wisata ini diketahui dari teman atau kerabat dekat yang pernah berkunjung sebelumnya, selain itu mayoritas pengunjung mengetahui dari sosial media berupa instagram sebagai media promosi, namun masih banyak kekurangan dari tempat wisata ini yang perlu diperbaiki agar semakin banyak diminati. Beberapa masukan dari pengunjung kepada pengelola diantaranya adalah:

1. Konstruksi seperti kanopi harus diperhatikan agar tidak terlalu panas
2. Menambahkan ruang ibadah untuk digunakan pengunjung
3. Menambahkan beberapa jumlah fasilitas bermain pada anak
4. Menambah pilihan makanan yang tersedia untuk pengunjung
5. Memperluas area parkir
6. Jalan aspal menuju objek wisata lebih ditingkatkan untuk memudahkan pengunjung

Tantangan yang dihadapi dari pihak pengelola dalam menjalankan bisnis pariwisata, yaitu volume pengunjung yang berfluktuasi. Jumlah kunjungan yang tidak menentu setiap

harinya, mempengaruhi pendapatan yang diperoleh. Tantangan lainnya terkait pemeliharaan ikan, ketika kematian ikan sering terjadi akibat cuaca ekstrem dan adanya gangguan dari predator air di luar kendali pengelola.

Persepsi masyarakat terhadap objek wisata diperlukan untuk mendapatkan reputasi yang baik agar kualitas objek wisata dapat ditingkatkan. Dalam industri pariwisata, persepsi mengacu pada sudut pandang pengunjung atau wisatawan saat menginterpretasikan suatu lokasi wisata tertentu. Setiap pengunjung memiliki kepribadian yang unik, sehingga memungkinkan untuk dapat melihat fenomena dari sudut pandang berbeda (Fentri, 2018).

Persepsi Masyarakat terhadap Keamanan

Faktor utama yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam memilih objek wisata adalah faktor keamanan, ringkasan jawaban responden mengenai persepsi objek wisata yaitu:

Tabel 2. Total skor indikator keamanan

No	Variabel	Jumlah (skor)
1	Rasa aman dari pencurian	126
2	Rasa aman dari gangguan kriminalitas (terorisme dan penipuan)	121
3	Rasa aman dari kecelakaan lalu lintas dalam perjalanan	107
4	Rasa aman dari makanan sehat yang dijual lokal	114
5	Rasa aman dari gangguan/penyakit karena binatang	127
6	Rasa aman dari penyakit menular	123
7	Jaminan keamanan dan kesehatan makanan	121
8	Keamanan konsumsi hasil pertanian dari pestisida	120
9	Keamanan makanan berbahan pengawet/kimia	110
10	Rasa aman dari pungutan liar	125
Total Keseluruhan Skor		1.194

Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Pada Tabel 2 dapat diartikan bahwa keamanan pada objek wisata memiliki nilai “Baik”, jaminan keselamatan bagi pengunjung dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk menarik lebih banyak orang. Ketika berada di lingkungan yang aman, wisatawan mendapatkan keuntungan dari suasana yang santai dan nyaman.

Persepsi Masyarakat terhadap Ketertiban

Sebuah kondisi ketertiban yaitu mengatur layanan, memberikan informasi yang akurat, memiliki standar yang jelas, dan tepat waktu. Kondisi tersebut menjadi contoh teladan budaya disiplin dalam kehidupan bermasyarakat. Ringkasan hasil jawaban adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Total skor indikator ketertiban

No	Variabel	Jumlah (skor)
1	Pengaturan ketertiban pengunjung	114
2	Tanggung jawab pengunjung mentaati aturan	114
3	Kecukupan aturan/larangan untuk pengunjung	118
4	Petunjuk larangan membuang puntung rokok	110
5	Ketertiban budaya antre	122
6	Gangguan pengamen	123
7	Sanksi apabila merusak atau menghilangkan peralatan yang disewakan	129
8	Sanksi apabila merusak fasilitas wisata	124
9	Sanksi apabila pengunjung berenang atau mengotori objek wisata	125
10	Penertiban ketika pengunjung masih berada di area wisata	120
Total Keseluruhan Skor		1.199

Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Tabel 3 total keseluruhan skor yang berjumlah 1.199 tersebut dapat diartikan bahwa objek wisata memiliki nilai “Baik”. Ketertiban yang ditetapkan oleh pengelola dengan baik dan mencerminkan budaya disiplin, ketertiban, dan keteraturan dalam kehidupan masyarakat.

Persepsi Masyarakat terhadap Kebersihan

Faktor selanjutnya adalah faktor kebersihan. Kebersihan harus selalu terlihat pada lingkungan dan fasilitas pariwisata, serta dalam penggunaan peralatan yang secara konsisten higienis, terawat, dan bebas dari hama penyebar penyakit atau bakteri, dalam konsumsi makanan dan minuman yang sehat. Hasil jawaban persepsi dari 30 responden memiliki keberagaman jawaban yang dikur dalam rincian skor yang tersaji pada Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Total skor indikator kebersihan

No	Variabel	Jumlah (skor)
1	Ketersediaan tempat sampah	132
2	Pengelolaan limbah	114
3	Pengelolaan sampah	122
4	Pencemaran lahan dan danau	126
5	Kondisi air kolam	134
6	Kualitas lingkungan	132
7	Petunjuk larangan membuang sampah plastik	128
8	Polusi udara	122
9	Penilaian tentang pengelolaan sampah	119
10	Ketersediaan toilet nyaman untuk wisatawan	127
Total Keseluruhan Skor		1.256

Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Tabel 4 total keseluruhan skor yang berjumlah 1.256 tersebut dapat diartikan bahwa nilai yang diperoleh “Baik”, dimana untuk mencapai tingkat kebersihan yang diinginkan, pengelola wisata harus terus memperhatikan serta menjaga lingkungan agar tetap terjaga.

Persepsi Masyarakat terhadap Kesejukan

Faktor kesejukan menjadi salah satu pertimbangan masyarakat dalam memilih objek wisata. Lingkungan yang mendukung suasana hati yang baik dapat dilakukan dengan menumbuhkan suasana penataan lingkungan, berkebun, dan penghijauan di objek wisata. Rincian skor tersaji pada sebagai berikut:

Tabel 5. Total skor indikator kesejukan

No	Variabel	Jumlah (skor)
1	Kualitas penataan lingkungan	118
2	Penataan pertamanan	126
3	Suasana dan pemandangan objek wisata	117
4	Kesejukan tempat wisata	128
5	Polusi udara	116
6	Pengaturan lalu lintas	115
7	Pemandangan sejuk dan segar	122
8	Kesejukan saat cuaca panas	119
9	Kesejukan saat cuaca dingin	124
10	Tanaman selalu terawat di objek wisata	118
Total Keseluruhan Skor		1.203

Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Pada Tabel 5 total keseluruhan skor yang berjumlah 1.203 yang bernilai “Baik”. Secara keseluruhan, dapat dikatakan bahwa pengelola harus meningkatkan area wisata, menanam tanaman baru, dan merawat tanaman yang sudah ada, sebagai upaya untuk menghasilkan suasana sejuk. Sejuk adalah kondisi ekologis yang menawarkan kesejukan dan kenyamanan.

Persepsi Masyarakat terhadap Keindahan

Situasi yang memancarkan adanya keindahan adalah dengan menunjukkan keteraturan, keteraturan, dan harmoni. Memadukan warna yang harmonis. Hasil perhitungan adalah:

Tabel 6. Total skor indikator keindahan

No	Variabel	Jumlah (skor)
1	Keindahan alam sekitar kolam ikan Teras Alam Ulin	131
2	Kesan keunikan alam kolam ikan Teras Alam Ulin	123
3	Kesan keterpeliharaan lingkungan	122
4	Kesan keutuhan alam kolam ikan Teras Alam Ulin	119
5	Spa ikan menambah keindahan objek wisata	136
6	Keindahan tanaman hias	131
7	Kolam ikan koi menambah keindahan objek wisata	132

8	Sejuknya udara objek wisata	128
9	Menjaga keindahan vegetasi, tanaman hias dan peneduh	125
10	Menata lingkungan secara teratur, tertib dan serasi serta menjaga karakter kelokalan	126
Total Keseluruhan Skor		1.273

Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Pada Tabel 6 berjumlah 1.273 yang memiliki nilai “Sangat Baik” yang artinya, pengunjung merasa senang dengan lokasi wisata karena keindahannya, maka untuk meningkatkan jumlah kunjungan, hal yang harus dipertahankan adalah menciptakan suasana yang menarik dan indah agar meninggalkan kesan dan pengalaman yang tidak terlupakan.

Persepsi Masyarakat terhadap Keramahan

Keramahan adalah bersikap dan berperilaku yang senang berinteraksi dengan orang lain, berkomunikasi dengan hormat dan sopan, senang membantu orang lain, agar pelanggan merasa tertarik dan senang berkunjung ke objek wisata tersebut, maka pengelola bisnis atau objek wisata harus mampu memberikan pelayanan yang prima kepada masyarakat.

Tabel 7. Total skor indikator keramahan

No	Variabel	Jumlah (skor)
1	Keramahan petugas melayani pengunjung	130
2	Keramahan masyarakat setempat	123
3	Kemudahan perolehan informasi tentang pariwisata	125
4	Kemudahan informasi tentang flora dan fauna	104
5	Kemudahan informasi tentang tempat ibadah	114
6	Kesan anda tentang fasilitas spiritual tourism	120
7	Pelayanan transportasi umum	110
8	Keramahan masyarakat terhadap pengunjung	116
9	Pelayanan pengelola dan karyawan terhadap pengunjung	124
10	Pelayanan para pedagang kepada pengunjung	126
Total Keseluruhan Skor		1.192

Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Tabel 7 berjumlah 1.192 tersebut dapat diartikan “Baik” karena keramahan dapat menimbulkan perasaan nyaman dan betah bagi pengunjung saat berkunjung pada suatu objek wisata. Waktu respon yang cepat dan sikap yang ramah sangat mungkin membuat pengunjung datang kembali dan dapat menyebarkannya kepada orang lain.

Persepsi Masyarakat terhadap Kenangan

Kenangan yang diperoleh bisa berdampak positif atau negatif. Kenangan yang muncul beragam seperti kenangan atas makanan yang dibeli, tempat yang didatangi, dan sebagainya. Rincian skor tersaji sebagai berikut:

Tabel 8. Total skor indikator kenangan

No	Variabel	Jumlah (skor)
1	Kesan pengalaman unik yang diperoleh	126
2	Kesan keunikan dari objek wisata di kolam ikan Teras Alam Ulin	126
3	Kesan kenyamanan objek wisata	127
4	Kesan kenyamanan cuaca, udara/kesejukan	114
5	Kesan cenderamata yang tersedia	111
6	Kesan untuk kuliner	114
7	Pengalaman berbelanja di objek wisata	118
8	Pengalaman mengambil foto-foto di objek wisata	125
9	Pengalaman menikmati objek wisata	123
10	Pengalaman keramahan dan keakraban penduduk	118
Total Keseluruhan Skor		1.202

Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Tabel 8 total keseluruhan skor yang berjumlah 1.202 dan memiliki nilai “Baik”. Kenangan yang didapatkan melalui pengalaman yang membekas dan berpadu pada sebuah destinasi pariwisata atau tempat yang akan memberikan pengalaman menyenangkan bagi pengunjung.

Penilaian seluruh variabel merupakan total keseluruhan dari setiap indikator, yang secara rinci dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 9. Ringkasan keseluruhan indikator

No	Indikator	Jumlah (skor)	Keterangan
1	Keamanan	1.194	Baik
2	Ketertiban	1.199	Baik
3	Kebersihan	1.256	Baik
4	Kesejukan	1.203	Baik
5	Keindahan	1.273	Sangat baik
6	Keramahan	1.192	Baik
7	Kenangan	1.202	Baik
Total Keseluruhan Skor		8.519	Baik

Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Kolam Ikan Teras Alam Ulin memiliki nilai keindahan yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan indikator lainnya, seperti yang ditunjukkan oleh tabel 9 yang menjelaskan bahwa skor dari hasil wawancara dengan seluruh responden yaitu 1.273. Spa ikan sebagai penambah daya tarik destinasi wisata, mendapatkan skor keseluruhan terbesar dari sekian banyak variabel yang dimiliki oleh indikator keindahan. Indikator keramahtamahan menghasilkan nilai terendah, yaitu 1.192. Nilai ini diperoleh dari penjumlahan variabel-variabel yang telah diidentifikasi sebelumnya. Kemudahan untuk mempelajari flora dan fauna

merupakan salah satu kriteria dengan nilai terendah karena didukung masih terbatasnya jenis flora dan fauna di objek wisata.

Variasi jawaban persepsi masyarakat pada suatu objek yang berbeda-beda didukung oleh penelitian Boa *et al* (2015) yaitu melalui informasi dari persepsi masyarakat terhadap PPI Selili, menunjukkan 20 responden menyatakan tidak tahu, 15 responden menyatakan tahu, dan 5 responden menyatakan tidak tahu. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa pada umumnya masyarakat tidak mengetahui keberadaan PPI Selili karena tidak masalah di mana ikan yang dikonsumsi ditangkap terlepas dari kenyataan bahwa masyarakat tersebut tinggal di daerah yang cukup dekat dengan PPI Selili, sedangkan bagi yang menyatakan tahu atau tidak tahu, memahami bahwa ikan yang dikonsumsi di Kota Samarinda berasal dari PPI Selili.

Berdasarkan uraian yang dijabarkan, diketahui bahwa persepsi masyarakat terhadap objek wisata tergolong baik, artinya masyarakat memandang keberadaan objek wisata tersebut merupakan hal yang positif dan bermanfaat, karena tidak hanya menyuguhkan atraksi wisata berupa terapi ikan tetapi panorama lainnya yang menarik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Persepsi masyarakat terhadap objek wisata Kolam Ikan Teras Alam Ulin menggunakan indikator sapta pesona yaitu keamanan, ketertiban kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahan, dan kenangan. Indikator tertinggi adalah keindahan (1.273) dan terendah adalah keramahan (1.192). Secara keseluruhan persepsi masyarakat tergolong baik karena nilai 8.519 berada direntang interval 7.140 – 8.819, artinya masyarakat memandang keberadaan objek wisata tersebut merupakan hal yang positif dan bermanfaat, dan dapat menjadi pilihan destinasi wisata di Kota Samarinda. Saran dari peneliti sebaiknya mempertimbangkan masukan yang diberikan pengunjung terkait kekurangan beberapa fasilitas di lokasi wisata, agar diharapkan menjadi bahan kebijakan baru dalam pengembangan rencana peningkatan standar objek wisata Kolam Ikan Teras Alam Ulin.

DAFTAR REFERENSI

- Boa, Ilma Yulina, Eko Sugiharto, Fitriyana. 2015. Persepsi Masyarakat Terhadap Keberadaan Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Selili Samarinda. *Jurnal Pembangunan Perikanan dan Agribisnis* Volume 2 No. 2. <https://jppa-unmul.com/index.php/ojs/article/view/172>
- Cahyani, R.W, Boer, C.D., Aipassa, M.I., Alam, F. 2022. Kajian Potensi Pengembangan Ekowisata di Desa Muara Enggelam Kecamatan Muara Wis Kabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal Penelitian Ekosistem Dipterokarpa* Volume 8 No 1. <http://ejournal.forda-mof.org/ejournal-litbang/index.php/JPED/article/view/7135>

- Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur. 2019. Rencana Strategis (Renstra) Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur Tahun 2019 – 2023. Provinsi Kalimantan Timur
- Fentri, D. M. (2018). 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* Volume 4 No 2. <https://www.neliti.com/publications/184619/persepsi-pengunjung-terhadap-daya-tarik-taman-wisata-alam-hutan-rimbo-tujuh-dana>
- Mahmud. 2011. Metode Penelitian Pendidikan. Pustaka Setia. Bandung
- Mulyawati I, dan Zulfa, N. 2021. Sumbangan Pengetahuan, Persepsi, dan Partisipasi Terhadap Pengolahan Sampah Infeksius Rumah Tangga. *Jurnal Pawiyatan* Volume 28 No 3
- Notoatmodjo, S. 2010. Metodologi Penelitian Kesehatan. Rineka Cipta. Jakarta
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025
- Pariyanti, E., Rinnanik, & Bakhri, S. (2018). Dampak Pengembangan Objek Wisata Danau Kemuning Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Dan Ekonomi Masyarakat Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Visi Manajemen*, Volume 3 No 2 https://www.researchgate.net/publication/334536746_Dampak_Pengembangan_Objek_Wisata_Danau_Kemuning_Terhadap_Pendapatan_Pelaku_Usaha_Dan_Ekonomi_Masyarakat_Kabupaten_Lampung_Timur
- Pulungan, M. S. 2018. Optimalisasi Pengembangan Potensi Ekowisata Sebagai Objek Wisata Andalan di Kabupaten Kutai Kartanegara Provinsi Kalimantan Timur. *Jurnal Bina Praja* Volume 5 Nomor 3. <http://jurnal.kemendagri.go.id/index.php/jbp/article/view/113>
- Supartha, W. G, dan Sintaasih, D. K. 2017. Pengantar Perilaku Organisasi. CV. Setia Bakti. Jakarta.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung