

TANGGAPAN PENGUNJUNG PADA PRODUK WISATA AEK SIJORNI DI KABUPATEN TAPANULI SELATAN PROVINSI SUMATERA UTARA

Oleh : Reo Rinaldy Pakpahan

Pembimbing: Nur Arini Yulia

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata - Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tanggapan pengunjung terhadap produk wisata yang tersedia di Objek Wisata Aek Sijorni serta mengidentifikasi komponen produk wisata yang dianggap paling menarik dan dominan menurut pengunjung. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada tren peningkatan jumlah wisatawan pasca pandemi COVID-19, yang ternyata masih dibarengi dengan berbagai keluhan terkait fasilitas, pelayanan, serta kenyamanan berwisata. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dengan teknik *purposive sampling* dan jumlah responden sebanyak 100 orang yang telah memenuhi kriteria tertentu. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, penyebaran kuesioner, dan dokumentasi, yang kemudian dianalisis secara statistik deskriptif. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa secara keseluruhan, pengunjung memberikan tanggapan positif terhadap produk wisata yang ditawarkan, terutama pada aspek daya tarik alam. Meskipun demikian, terdapat sejumlah kekurangan pada aspek sarana pendukung seperti fasilitas dan akses, antara lain keterbatasan area parkir dan minimnya wahana wisata. Atraksi utama yang dinilai paling menonjol oleh pengunjung adalah keindahan air terjun bertingkat dengan air jernih yang dikelilingi oleh suasana alam yang sejuk dan asri. Oleh karena itu, pengelola diharapkan dapat meningkatkan kualitas fasilitas dan pelayanan guna mendukung kenyamanan dan kepuasan wisatawan secara berkelanjutan.

Kata kunci: Tanggapan Pengunjung, Produk Wisata, Aek Sijorni, Atraksi Wisata, Amenitas, Aksesibilitas, Pelayanan.

ABSTRACT

This study aims to analyze visitors' perceptions of the tourism products offered at Aek Sijorni Tourist Attraction and to identify which components are considered the most appealing and dominant by tourists. The research was motivated by the growing number of visitors after the COVID-19 pandemic, which has been accompanied by complaints regarding the quality of facilities, services, and overall visitor experience. A descriptive quantitative method was employed, using purposive sampling with 100 respondents who met specific criteria. Data were collected through field observations, questionnaires, and documentation, then analyzed using descriptive statistical techniques. The findings indicate that, in general, visitors responded positively to the tourism products, particularly in terms of natural attractions. However, some deficiencies were noted in supporting aspects such as amenities and accessibility, including

limited parking space and the lack of recreational facilities. The most prominent attraction, as perceived by visitors, is the multi-tiered waterfall with clear water, surrounded by a lush and serene natural environment. Therefore, it is recommended that management enhance infrastructure and service quality to improve visitor satisfaction and ensure a sustainable tourism experience.

Keywords: *Visitor Perception, Tourism Product, Aek Sijorni, Natural Attraction, Amenities, Accessibility, Service.*

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata Indonesia kini mulai berkembang pesat dan menunjukkan kemampuannya sebagai sektor yang mandiri. Sebagai negara kepulauan, Indonesia memiliki peluang besar untuk memajukan sektor pariwisatanya. kelimpahan potensi alam yang sangat kaya, baik di lautan, daratan, maupun udara, menjadi salah satu keunggulan. Selain itu, Indonesia juga dikenal dengan keragaman budayanya serta warisan sejarah yang bernilai tinggi (Yuwana, 2010). Saat ini, industri pariwisata di Indonesia menunjukkan peningkatan yang pesat. Hal tersebut diperkuat oleh melimpahnya kekayaan alam maupun budaya yang dimiliki, yang terus dioptimalkan oleh pemerintah dalam upaya pengembangan sektor pariwisata secara maksimal (Sudarmayasa dan Lanang Nala, 2019).

Sumatera Utara menjadi salah satu tujuan wisata yang menawan bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Selain memiliki banyak situs bersejarah yang memikat, provinsi ini juga kaya akan adat istiadat serta nilai-nilai sejarah yang beragam. Sektor pariwisata memegang peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Provinsi ini menyimpan potensi besar, terutama dalam aspek budaya, tradisi, serta keindahan alamnya, seperti Danau Toba, Pulau Samosir, Langkat, Deli Serdang, Nias dan lainnya. (BPS Provinsi Sumatera Utara, 2023).

Provinsi Sumatera Utara sangat dikenal karena mempunyai daerah wisata yang banyak pada setiap kabupaten bahkan sampai kecamatan yang ada di Sumatera Utara (BPS Provinsi Sumatera Utara, 2023). Kabupaten Tapanuli Selatan menjadi salah satu kabupaten dengan potensi di sektor pariwisata. Fransiska, (2024) mengatakan Kabupaten Tapanuli Selatan, khususnya di bidang pariwisata, menjadi salah satu sektor berpotensi dengan wilayah alam yang luas serta menyimpan potensi besar untuk dikelola dan dikembangkan. Daerah ini memiliki beragam objek wisata yang mempesona dan cocok untuk didatangi wisatawan seperti wisata sejarah, wisata alam, wisata budaya. Secara umum, kabupaten ini terletak di kawasan pegunungan, sehingga pemandangannya didominasi oleh perbukitan.

Objek Wisata Aek Sijorni berada di Desa Aek Libung, Kecamatan Sayur Matinggi, Kabupaten Tapanuli Selatan. Lokasinya berjarak sekitar 30 kilometer dari Kota Padang Sidempuan menuju arah Mandailing Natal. Aek Sijorni adalah destinasi wisata alam yang mulai beroperasi sejak tahun 2013. Objek wisata ini dikenal karena keindahan alam dan kearifan lokalnya. Keunggulan utama dari Objek Wisata Aek Sijorni terletak pada air terjunnya yang bertingkat-tingkat serta aliran yang senantiasa jernih, karena mengalir di atas batu cadas sehingga bebas dari lumpur. Keindahan alam di sekitar air terjun ini semakin menawan dengan keberadaan deretan pohon kelapa yang mengelilinginya

dengan suasana asri, segar dan tenang. Semua itu menjadikan Objek Wisata Aek Sijorni sebagai sebuah tujuan wisata yang memikat bagi para pelancong yang ingin merasakan pengalaman alam yang asli dan menyegarkan.

NO	Tahun	Data Kunjungan
1	Tahun 2019	90.965
2	Tahun 2020	85.621
3	Tahun 2021	84.799
4	Tahun 2022	83.987
5	Tahun 2023	90.453

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Selatan 2023

Dari tabel tersebut menunjukkan pada tahun 2023, jumlah kunjungan pada Objek Wisata Aek Sijorni terdapat peningkatan yang cukup signifikan. Berdasarkan data yang tersedia, terdapat penambahan sebanyak 6.466 pengunjung, dari yang sebelumnya 83.987 pengunjung pada tahun 2022 menjadi 90.453 pengunjung di tahun 2023. Peningkatan ini menunjukkan adanya ketertarikan kembali masyarakat untuk berwisata ke Aek Sijorni setelah sebelumnya mengalami penurunan jumlah kunjungan secara berturut-turut selama periode 2019 hingga 2022. Penurunan ini dikarenakan oleh pandemi COVID-19, sehingga menyebabkan banyak objek wisata di Indonesia, termasuk Aek Sijorni, ditutup sementara. Pembatasan perjalanan dan kekhawatiran masyarakat terhadap penularan virus turut mempengaruhi minat berwisata selama masa tersebut.

Namun demikian, masih terdapat beberapa kekurangan yang dirasakan oleh pengunjung, sehingga tingkat kepuasan mereka belum sepenuhnya terpenuhi pada produk wisata yang ada di Objek Wisata Aek Sijorni. Beberapa pengunjung menyampaikan keluhan, antara lain terkait minimnya rambu penunjuk arah menuju

waterpark, terbatasnya area parkir, serta kurangnya wahana permainan yang tersedia di lokasi wisata ini. (Pane et al., 2021).

Kurangnya fasilitas seperti lahan parkir di Objek Wisata Aek Sijorni mengakibatkan kemacetan yang cukup parah dan mengganggu pengguna jalan lainnya, terutama saat hari libur seperti lebaran, ketika jumlah wisatawan meningkat tajam sementara kapasitas lahan parkir tidak memadai. Fasilitas dan pelayanan yang disediakan Objek Wisata Aek Sijorni juga masih perlu untuk ditingkatkan baik dari segi wahana, ketersediaan parkir yang luas dan aman, atau bahkan toko souvenir yang menjual makanan dan barang yang menjadi ciri khas Tapanuli Selatan (Nst et al., 2010).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa semakin baik dan unik produk wisata yang ditawarkan oleh suatu destinasi, maka akan semakin besar pula daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung. Sayid Abdul Karim (2010) menyatakan bahwa kualitas produk wisata memiliki pengaruh besar terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Pernyataan ini diperkuat oleh Ramadhan dan Susanta (2016), yang menemukan bahwa kualitas produk wisata berkorelasi positif terhadap keputusan kunjungan wisatawan. Huda et al., (2019) juga menyatakan terdapat hubungan erat dan positif antara produk wisata dengan keputusan berkunjung.

Berdasarkan pandangan ahli tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa ada keterkaitan yang kuat antara produk wisata dengan tanggapan pengunjung. Tanggapan pengunjung tidak hanya merupakan opini semata, tetapi juga mencerminkan kualitas, arah pengembangan, dan daya saing suatu produk wisata. Oleh karena itu, pengelolaan dan penanganan tanggapan secara baik sangat penting untuk meningkatkan

kepuasan, loyalitas, serta pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan. Melihat pentingnya hal tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “**Tanggapan Pengunjung Pada Produk Wisata Aek Sijorni di Kabupaten Tapanuli Selatan Provinsi Sumatera Utara**”.

B. Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang dapat disusun dari judul penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan pengunjung terhadap produk wisata yang ditawarkan di Objek Wisata Aek Sijorni, Kabupaten Tapanuli Selatan, Provinsi Sumatera Utara?
2. Produk wisata apa yang paling dominan dan menjadi daya tarik utama di Objek Wisata Aek Sijorni, Kabupaten Tapanuli Selatan, Provinsi Sumatera Utara?

C. Batasan Masalah

Fokus utama penelitian ini adalah pada tanggapan pengunjung terhadap komponen-komponen produk wisata yaitu atraksi wisata, amenities atau fasilitas, aksesibilitas, pelayanan di objek wisata Aek Sijorni. Selain itu, pembahasan juga dibatasi pada penentuan komponen produk wisata yang dianggap paling dominan oleh pengunjung.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk Mengetahui Tanggapan Pengunjung terhadap produk wisata yang ditawarkan di Objek Wisata Aek Sijorni di Kabupaten Tapanuli Selatan Provinsi Sumatera Utara.
2. Untuk mengetahui produk wisata paling dominan dan menjadi daya tarik utama di

Aek Sijorni di Kabupaten Tapanuli Selatan Provinsi Sumatera Utara.

E. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi atau manfaat untuk mendukung berbagai pihak. Beberapa manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti
Manfaat yang diperoleh peneliti dari penelitian tentang produk wisata pada Objek Wisata Aek Sijorni ini berupa pengembangan pengetahuan, kontribusi akademik, pemahaman tentang produk wisata, dan sebagai pengembangan diri. Penelitian ini juga sebagai syarat memenuhi tugas akhir dan meraih gelar sarjana Usaha Perjalanan Wisata (S.Tr.Par) agar dapat menyelesaikan studi D4.
2. Bagi Akademisi
Penelitian tentang produk wisata pada Objek wisata Aek Sijorni ini diharapkan bisa bermanfaat bagi akademisi berupa kontribusi terhadap pengetahuan lokal, menyumbangkan pemahaman tentang produk wisata dan penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi pembanding untuk peneliti dengan penelitian yang nantinya akan menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama.
3. Bagi Objek Wisata
Dengan penelitian ini diharapkan menjadi saran kepada pihak pengelola Objek Wisata Aek Sijorni berupa pemikiran dalam pengembangan produk wisata, penanganan terhadap pengunjung yang efektif dan efisien pada permasalahan yang terjadi terkait dengan produk wisata.

F. Tinjauan Pustaka

1. Pariwisata

Pariwisata pada hakikatnya merupakan kegiatan bepergian yang dilakukan oleh

seseorang atau sekelompok orang, tidak untuk melakukan pekerjaan atau mendapatkan penghasilan, tetapi untuk menikmati waktu luang, liburan, dan mencari pengalaman baru. Kegiatan ini biasanya didukung oleh berbagai fasilitas penunjang wisata yang ada di tempat tujuan wisata (destinasi pariwisata) (Ridwan dan Aini, 2022). Secara etimologis, istilah pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta, yaitu kata “pari” berarti banyak atau berulang, serta “wisata” berarti perjalanan atau bepergian. Dengan demikian, pariwisata dapat dimaknai sebagai aktivitas bepergian yang dilakukan secara berulang kali (Supriyadi, 2020).

2. Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata merupakan komponen dengan peran penting bagi aktivitas pariwisata, sebab daya tarik tersebut menjadi faktor utama penyebab wisatawan tertarik untuk mengunjungi suatu destinasi tujuan wisata. (Ridwan dan Aini, 2022). Berdasarkan hal tersebut dalam melakukan perencanaan pengembangan daerah tujuan pariwisata yang perlu untuk diketahui dan dipertimbangkan yaitu bagaimana ketersediaan dan kesiapan daya tarik wisata ataupun yang berupa potensi wisata alam, wisata budaya, serta buatan yang ada di lokasi tujuan wisata.

Menurut (Sunaryo, 2013), bagian-bagian penting yang harus diperhatikan pada pengembangan destinasi pariwisata (tourism product designing) yaitu:

- a Daya tarik wisata alam merupakan daya tarik wisata yang dikembangkan dengan berbasis pada anugerah keindahan dan keunikan yang telah tersedia di alam, seperti pantai, laut, gunung dan hutan.
- b Daya tarik wisata budaya merupakan komponen wisata yang dikelola berdasarkan hasil cipta manusia, berupa sejarah serta nilai-nilai budaya dalam kehidupan masyarakat dan masih

dijalankan seperti seni karya, seni sastra, maupun seni rupa.

- c Daya tarik minat khusus diartikan sebagai kegiatan yang bertujuan memenuhi keinginan wisatawan secara khusus, seperti memanjat tebing, memancing, wisata kuliner, berbelanja, menyelam dan relaksasi tubuh, serta aktivitas lainnya.

3. Wisatawan

Ridwan dan Aini, (2022) Menyatakan wisatawan menjadi elemen penting dalam pasar wisata, dimana wisatawan merupakan konsumen yang akan menikmati atau menggunakan dari pada suatu produk wisata salah satunya seperti daya tarik wisata yang tersedia di destinasi pariwisata tersebut. Wisatawan (tourist) merupakan subjek dalam aktivitas pariwisata. Wisatawan dikatakan subjek sebab aktivitas pariwisata tidak dapat lepas terhadap pelayanan pada wisatawan sebagai objek pelayanan.

4. Pengunjung

Menurut World Tourism Organization (UNWTO 2010), pengunjung adalah semua orang yang bepergian ke suatu lokasi di luar lokasi biasanya ia berada, untuk kurun waktu tidak lebih dari satu tahun, dan tidak bermaksud menjadi penduduk tetap atau mencari nafkah di tempat tersebut. Marpaung (2023), menjelaskan bahwa pengunjung bukan hanya objek statistik, tetapi juga subjek penting dalam perencanaan dan pengembangan destinasi. Masukan dan perilaku pengunjung menjadi data berharga dalam mengevaluasi daya tarik, aksesibilitas, serta layanan suatu tempat wisata.

5. Tanggapan Pengunjung

Kotler (2000) mendefinisikan tanggapan pengunjung sebagai reaksi emosional dan intelektual pengunjung terhadap suatu produk, layanan, atau pengalaman. Tanggapan ini dapat berupa kepuasan atau

ketidakpuasan dan merupakan salah satu indikator utama keberhasilan dalam bidang pemasaran atau layanan. Tanggapan pengunjung terhadap produk wisata memiliki peran penting dalam industri pariwisata sebab dapat mempengaruhi reputasi, daya tarik, dan keberlanjutan destinasi wisata.

Kotler dan Keller (2012), Mengatakan tanggapan pengunjung berfungsi sebagai salah satu alat untuk mengukur kepuasan konsumen dan membantu pelaku industri pariwisata memahami bagaimana pengalaman yang mereka tawarkan diterima oleh pasar. Tanggapan yang positif dapat meningkatkan loyalitas pengunjung dan reputasi destinasi, sedangkan tanggapan negatif menjadi masukan penting untuk perbaikan. Pengalaman, keluhan, atau kepuasan pengunjung memberikan informasi penting yang dapat digunakan untuk menyempurnakan berbagai aspek layanan atau fasilitas wisata dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan pengunjung.

6. Produk Wisata

Menurut Kotler dalam (Ridwan dan Aini, 2022), Produk merupakan semua hal yang bisa ditawarkan ke pasar untuk menarik minat, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi, yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Produk wisata berkaitan erat dengan pengertian produk secara umum, karena mencakup bentuk yang nyata (tangible) maupun tidak nyata (intangible). Produk tersebut merupakan rangkaian jasa yang tidak hanya memiliki aspek ekonomis, namun juga mencakup dimensi sosial, psikologis, dan lingkungan. Meskipun demikian, produk wisata pada dasarnya tetap sangat dipengaruhi oleh perilaku ekonomi konsumen dikemukakan oleh (Gamal, 2004).

Menurut Gamal, (2004) dijelaskan bahwa ciri-ciri produk wisata, yaitu:

- a Produk yang dijual tidak bisa dipindahkan, sebab tidak memungkinkan untuk membawa produk tersebut kepada konsumen;
- b Produksi dan konsumsi berlangsung pada lokasi dan waktu bersamaan;
- c Produk wisata menggunakan standar pelayanan yang didasarkan atas suatu kriteria tertentu bukan standar fisik;
- d Konsumen tidak memiliki kesempatan untuk mencicipi atau mencoba produk tersebut terlebih dahulu, bahkan tidak bisa mengetahui atau mengevaluasinya sebelum digunakan;
- e Produk wisata bergantung pada tenaga manusia dan tidak banyak menggunakan mesin;
- f Produk wisata adalah usaha dengan resiko tinggi.

Berdasarkan berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa produk wisata perlu ditunjang oleh berbagai komponen yang saling berkaitan untuk menciptakan pengalaman wisata yang utuh dan memuaskan seperti yang dijabarkan (Kotler 1994) dalam (Ridwan dan Aini, 2022) menjabarkan tiga tingkatan dalam produk wisata meliputi: Produk utama (core product), Produk sekunder (facilitating product), dan Produk tambahan (augmented product). Produk utama merupakan objek serta daya tarik sebagai alasan utama wisatawan datang ke suatu daerah. Produk sekunder adalah pelayanan yang diberikan kepada pasar agar mereka dapat menikmati produk tersebut secara maksimal. Produk tambahan mencakup hal-hal yang bersifat tidak nyata atau relatif, seperti suasana (atmosphere) dan pelayanan (service), yang berfungsi mendukung kualitas produk utama secara keseluruhan. Produk wisata mempunyai 4 bagian atau unsur sebagai berikut:

1. Atraksi Wisata/Daya Tarik Wisata. Hal yang mampu menarik minat wisatawan antara lain: Alam (Natural), Budaya (Cultural), Bangunan Sejarah (Historic Building).
2. Amenitas/Fasilitas. Segala yang mencukupi keperluan dan keinginan wisatawan saat berada di daerah tujuan wisata yaitu:
 - a Akomodasi seperti hotel, motel, villa, Condominium dan lain sebagainya.
 - b Restoran, bar dan cafe.
 - c Rental mobil.
 - d Tempat olahraga.
 - e Toko souvenir
 - f Tempat penukaran uang (Bank)
 - g Jaringan telekomunikasi
 - h aringan listrik
 - i Jaringan air bersih
 - j Biro perjalanan (Travel Agent)
 - k Pusat informasi pariwisata
 - l Dan lain sebagainya.
3. Aksesibilitas
Segala sesuatu yang mempermudah wisatawan dalam melakukan kunjungan, menghubungkan mereka dari negara atau daerah asal ke destinasi tujuan, serta mendukung mobilitas selama berada di lokasi wisata, yaitu:
 - a. Infrastruktur, seperti bandara, pelabuhan, terminal dan taxi, stasiun kereta api, ojek, dan jalan.
 - b Transportasi, yaitu udara, laut, dan darat seperti pesawat, kapal pesiar, bus pariwisata, kereta api dan taxi.
 - c Kebijakan pemerintah, seperti visa dan routes operated.
 - d Operational Procedure berupa kebijakan tariff, frequencies of services and price changed.

Dalam aspek aksesibilitas, yang perlu diperhatikan bukan hanya kuantitasnya, tetapi juga kualitasnya, seperti ketepatan jadwal, kenyamanan, dan tingkat keamanan.

4. Pelayanan

Pelayanan adalah sesuatu yang bersifat tidak kasat mata, tetapi dapat dirasakan kehadirannya.

Menurut Moenir (1992) dalam (Ridwan dan Aini, 2022) Pelayanan adalah suatu proses dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui tindakan atau bantuan dari orang lain. Dalam aktivitas pariwisata, bentuk layanan ini bisa mencakup pemberian informasi, layanan kebersihan, serta penyajian, pengaturan, dan penyediaan makanan serta minuman di restoran.

G. Metode Penelitian

1. Desain Penelitian

Dalam upaya mengkaji permasalahan yang dibahas, penulis berusaha menggambarkan situasi dan kondisi yang sebenarnya melalui proses pengumpulan data dan informasi langsung di lapangan untuk itu, digunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Metode penelitian ini bertujuan memberikan gambaran tentang variable sebagaimana adanya berdasarkan data kuantitatif. Penelitian tersebut dilakukan untuk mendeskripsikan, menganalisis, dan menjelaskan objek yang dipelajari, serta menyimpulkan fenomena yang dapat diamati (Sugiyono, 2018).

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Objek Wisata Aek Sijorni, Kabupaten Tapanuli Selatan, Provinsi Sumatera Utara. Waktu penelitian ini diperkirakan dari bulan Oktober 2024 hingga Juni 2025.

3. Jenis dan Sumber Data

a Data Primer

Menurut Sugiyono (2018) Data primer adalah data yang langsung diberikan oleh sumber kepada pengumpul data. Data ini dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari sumber utama atau lokasi objek penelitian. Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara, penyebaran kuesioner, dan survei lapangan dengan

observasi langsung di tempat penelitian. Pengelola dan pengunjung di objek wisata Aek Sijorni menjadi sumber data primer yang diperoleh peneliti secara langsung, untuk melengkapi data atau informasi yang dibutuhkan.

b Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018) Data sekunder adalah sumber informasi yang tidak disampaikan secara langsung kepada pengumpul data, melainkan diperoleh melalui perantara atau dokumen tertentu. Sumber data sekunder pada penelitian ini, meliputi buku, jurnal, artikel, serta informasi lain yang terkait dan relevan dengan topik yang sedang diteliti.

4. Teknik Pengumpulan Data

a Observasi

Teknik observasi adalah metode dimana peneliti terlibat langsung di lokasi penelitian untuk mengamati fenomena secara langsung, termasuk interaksi, hubungan, tindakan, kejadian dan sebagainya (Rosini, 2023).

b Kuesioner

Kuesioner merupakan sekumpulan pertanyaan atau pernyataan yang diberikan kepada responden, baik secara tatap muka maupun melalui media lain.

c Dokumentasi

Menurut Sugiyono dalam Jurnal Maharani dan Haryati, (2022) menjelaskan bahwa dokumentasi adalah catatan peristiwa masa lalu dalam bentuk gambar, foto, sketsa, dan sebagainya.

5. Teknik Analisis Data

Peneliti akan menggunakan metode analisis data Statistik deskriptif yaitu teknik yang dipakai dalam menggambarkan atau mendeskripsikan sekumpulan data secara sistematis melalui penyajian dalam bentuk tabel, grafik, diagram, maupun ukuran statistik seperti mean, median, modus,

standar deviasi, dan persentase (Rakhman et al. 2023).

H. Hasil dan Pembahasan

1. Gambaran Umum Kabupaten Tapanuli Selatan

Kabupaten Tapanuli Selatan adalah kabupaten di Provinsi Sumatera Utara yang terletak di bagian selatan, dengan ibu kota berada di Sipirok. Kabupaten ini dikenal sebagai daerah yang kaya akan budaya dan keindahan alam. Mayoritas penduduknya berasal dari suku Batak Angkola, dengan Bahasa Angkola sebagai bahasa daerah yang digunakan sehari-hari, sementara Bahasa Indonesia digunakan dalam kegiatan formal.

Wilayah ini memiliki topografi yang didominasi oleh pegunungan dan hutan, serta potensi sumber daya yang besar di sektor pertanian, perkebunan, dan kehutanan. Selain itu, Tapanuli Selatan memiliki destinasi wisata alam yang unik dan menarik seperti air terjun, sungai dan perbukitan.

2. Gambaran Umum Objek Wisata Aek Sijorni

Objek Wisata Aek Sijorni adalah destinasi wisata alam yang terletak di Desa Aek Libung, Kecamatan Sayur Matinggi, Kabupaten Tapanuli Selatan, Sumatera Utara. Berjarak sekitar 30 km dari Kota Padangsidimpuan, objek wisata ini dapat ditempuh dengan waktu kurang dari satu jam, menggunakan kendaraan pribadi. Setibanya di lokasi, pengunjung akan menggunakan jembatan gantung menyebrangi Sungai Sayur Matinggi sebelum mencapai area air terjun.

Aek Sijorni dikenal dengan air terjun bertingkat setinggi sekitar 10 meter yang mengalir di atas bebatuan kapur alami. Keunikan utama air terjun ini adalah kejernihan airnya yang tetap terjaga meskipun saat musim hujan, berkat aliran air

yang berasal dari sumber pegunungan yang tidak mengandung lumpur. Di sekitar air terjun, terdapat beberapa kolam alami untuk berenang atau sekedar berendam, serta area bermain anak dan fasilitas lainnya.

3. Produk Wisata Paling Dominan Pada Objek Wisata Aek Sijorni

Sub Variabel	Indikator	N	Minimum	Maximum	Mean	
Produk Wisata	Atraksi	Alam	100	1,00	5,00	4,50
		Restoran	100	1,00	5,00	4,24
	Amenitas / Fasilitas	Toko Souvenir	100	1,00	5,00	4,23
		Infrastruktur	100	1,00	5,00	4,40
	Aksesibilitas	Transportasi	100	1,00	5,00	4,19
		Pelayanan Informasi	100	1,00	5,00	4,01
	Pelayanan	Pelayanan Daya Tarik	100	1,00	5,00	4,03
		Pelayanan Kebersihan	100	1,00	5,00	4,07
		Pelayanan Makanan dan Minuman	100	1,00	5,00	4,01
		Valid N	100			

Sumber: Data Olahan Peneliti Menggunakan spss, 2024

Berdasarkan hasil survei terhadap 100 responden, Objek Wisata Aek Sijorni menunjukkan bahwa atraksi wisata alam merupakan komponen paling dominan dan paling diapresiasi, dengan nilai rata-rata tertinggi 4,50, mencerminkan pesona air terjun bertingkat dan lingkungan alami sebagai daya tarik utama. Amenitas seperti restoran dan toko souvenir juga mendapat penilaian baik (4,24 dan 4,23), disusul oleh aspek aksesibilitas seperti infrastruktur (4,40) dan transportasi (4,19) yang mendukung kenyamanan pengunjung. Sementara itu, aspek pelayanan masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal informasi dan pelayanan makanan, yang meskipun tergolong baik (sekitar 4,01–4,07), masih di bawah aspek lainnya. Secara keseluruhan, Aek Sijorni memiliki potensi besar sebagai destinasi unggulan di Sumatera Utara, namun diperlukan pengelolaan berkelanjutan serta peningkatan kualitas layanan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan wisatawan.

4. Pembahasan

Penelitian ini mengkaji tanggapan pengunjung terhadap produk wisata Aek

Sijorni dengan menilai empat komponen utama: atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan pelayanan. Mayoritas responden adalah perempuan (53%), berusia 17–28 tahun (67%), dan didominasi oleh pelajar/mahasiswa (32%) serta karyawan swasta (22%), dengan sebagian besar berasal dari Padangsidempuan dan Tapanuli Selatan. Data demografis ini penting untuk memahami persepsi pengunjung terhadap fasilitas, kebersihan, dan pelayanan, serta membantu pengelola merancang strategi pengembangan yang tepat sesuai karakteristik dan kebutuhan tiap segmen. Wisatawan muda lebih tertarik pada keindahan alam dan spot foto, sedangkan pengunjung dari luar daerah menuntut aksesibilitas dan informasi yang lebih baik. Informasi ini berguna dalam menentukan arah pengembangan fasilitas dan layanan yang sesuai dengan segmen dominan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi alam menjadi komponen paling unggul dengan nilai rata-rata 4,50, menegaskan bahwa pesona air terjun bertingkat dan lingkungan asri menjadi daya tarik utama wisatawan. Amenitas seperti restoran dan toko souvenir juga dinilai sangat baik (di atas 4), menunjukkan bahwa fasilitas pendukung sudah cukup memadai. Aksesibilitas mendapat penilaian positif, khususnya infrastruktur jalan (4,40), meski transportasi umum belum optimal. Pelayanan dinilai cukup baik (4,01–4,07), namun masih perlu peningkatan terutama dalam informasi dan interaksi petugas. Temuan ini sejalan dengan teori Kotler tentang produk wisata yang terdiri dari produk inti (atraksi), pendukung (amenitas dan akses), dan tambahan (pelayanan). Dibandingkan dengan destinasi lain seperti Kebun Raya Bogor atau Pantai Glagah, Aek Sijorni menunjukkan keunggulan dalam pengelolaan atraksi dan fasilitas, menjadi

modal kuat untuk pengembangan pariwisata berkelanjutan di Tapanuli Selatan.

I. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisatawan memberikan penilaian sangat baik terhadap produk wisata Aek Sijorni, dengan atraksi wisata alam sebagai elemen paling dominan dan menarik. Keindahan air terjun bertingkat, kejernihan air, dan suasana alami menjadikan destinasi ini magnet utama bagi pengunjung, terbukti dari nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,50. Aspek aksesibilitas juga mendapat respons positif, khususnya infrastruktur jalan dan jembatan yang dinilai memadai (rata-rata 4,40), meskipun transportasi umum masih belum optimal menjangkau area wisata. Hal ini menunjukkan bahwa Aek Sijorni memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut sebagai destinasi wisata unggulan dan berkelanjutan di wilayah Tapanuli Selatan.

Sementara itu, fasilitas penunjang seperti restoran dan toko oleh-oleh mendapatkan tanggapan positif dengan nilai rata-rata masing-masing 4,24 dan 4,23, menandakan bahwa amenities di lokasi sudah cukup memenuhi kebutuhan wisatawan. Aspek pelayanan, yang mencakup pelayanan informasi, daya tarik, kebersihan, serta makanan dan minuman, juga berada dalam kategori baik meskipun sedikit lebih rendah (4,01–4,07). Ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan sudah cukup memadai, namun masih terdapat peluang untuk peningkatan, terutama dalam hal penyampaian informasi dan interaksi petugas. Secara keseluruhan, tingkat kepuasan pengunjung terhadap berbagai aspek wisata tergolong tinggi, memberikan dasar kuat untuk pengembangan strategi peningkatan layanan dan daya saing destinasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhababy, A. M. (2016). *Analisis Pengembangan dan Pengelolaan Kawasan Wisata Aek Sijorni Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat*. 14(5), 1–23.
- Amelia, A. H., Arif, M., & Harahap, M. I. (2023). Strategi pengembangan Ekowisata Berbasis Ekonomi Lokal Studi Kasus Aek Sijorni Kec. Sayur Matinggi Tapanuli Selatan Sumatera Utara. (*EKSYA*) *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 272–280. <https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>
- Bappenas. (2005). *Visi dan Arah Pembangunan Jangka Panjang (PJP) tahun 2005-2025*. Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, 142. https://www.bappenas.go.id/files/1814/2057/0437/RPJP_2005-2025.pdf
- BPS Provinsi Sumatera Utara. (2023). *Perkembangan Pariwisata Sumatera Utara Desember 2023*. *Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara*, 07, 1–8. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/02/01/2347/kunjungan-wisatawan-mancanegara-pada-desember-2023-mencapai-1-14-juta-kunjungan--naik-20-17-persen--year-on-year--.html>
- Brontowiyono, W., Lupiyanto, R., & Wijaya, D. (2010). Pengelolaan Kawasan Sungai Code Berbasis Masyarakat. *Jurnal Sains Dan Teknologi Lingkungan*, 2(1), 7–20.
- Damanik, J., & Weber, H. (2006). *Perencanaan Ekowisata Dari Teori Ke Aplikasi*. PUSPAR UGM dan Andi.
- Gamal, S. (2004). *Dasar-dasar pariwisata* (15th ed.). Andi.

- Heriawan, R. (2004). *Peranan dan Dampak Pariwisata Pada Perekonomian Indonesia : Suatu Pendekatan Model I-O dan SAM Peranan dan Dampak Pariwisata Pada Perekonomian Indonesia : Suatu Pendekatan Model I-O dan SAM*. Doktoral Institut Pertanian Bogor.
- Huda, M. K., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Citra Destinasi, Produk Wisata dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung ke Wisata Coban Jahe. *E- Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 90–101.
- Muljadi, A. . (2014). *Kepariwisata dan Perjalanan*. PT Granfindo Persada.
- Nst, W. R., Mufti, D., Industri, P. T., Industri, F. T., Hatta, U. B., Servqual, M., Sayurmatinggi, K., & Selatan, T. (2010). *Identifikasi variabel kualitas pelayanan pada objek wisata pemandian air terjun aek sijorni*.
- Pane, E. N., Chair, I. M., & Wulandari, D. P. (2021). Persepsi Wisatawan Tentang Fasilitas Objek Wisata Aek Sijorni Kabupaten Tapanuli Selatan. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 2(2), 156–162. <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v2i2.11572>
- Rachmawati. (2005). *Economic Advantages of Natural Tourism at Taman Nasional Gunung Gede Pangrango to The Local Community*. web.ipb.ac.id/~lppm/ID/index.php?view=penelitian/hasilcari&status=buka&id%0A_haslit=DM/006.05/RAC/d
- Ramadhan, I., & Susanta, H. (2016). Pengaruh Produk Wisata dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis Departemen*, 024.
- Rambe, F. (2024). *Strategi Pengembangan Objek Wisata Pemandian Aek Parsariran Di Kecamatan Batang Toru Kabupaten Tapanuli Selatan Tahun 2023*. 2(2), 301–313.
- Ridwan, M., & Aini, W. (2022). *Perencanaan Pengembangan Daerah Tujuan Pariwisata (Kedua)*. Deepublish.
- Sudarmayasa, I. W., & Lanang Nala, I. W. (2019). Dampak Keberadaan Sektor Pariwisata Terhadap Peningkatan Faktor Sosial Ekonomi Masyarakat Kampung Tenun Samarinda Di Kota Samarinda Kalimantan Timur. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 05, 283. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2018.v05.i02.p04>
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R DAN D*, Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyadi. (2020). Studi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dilihat Dari Manajemen Pelayanan Pariwisata dan Kebijakan adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) di Kabupaten Pangandaran. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 2(1), 100–116.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar – Dasar Pariwisata*. Andi Offset.
- Suwena, I. K., & Widayatmaja, I. G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Pustaka Larasan.
- Undang-Undang RI No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.

UU RI No 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan.

Wiratmoko, B. A. (2012). Pengaruh Taman Wisata Candi Borobudur Terhadap Kondisi Kehidupan Sosial Ekonomi. *Journal of Indonesian History*, 1(2), 125–133.

Yuwana, D. M. S. (2010). Analisis Permintaan Kunjungan Objek Wisata Kawasan Dataran Tinggi Dieng Kabupaten Banjarnegara. *Disaster and Tourism, IV*, 19–23.