

Faktor - faktor yang mempengaruhi pemanfaatan perkampungan budaya betawi sebagai aset pariwisata

Masyati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=122414&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkampungan Budaya Betawi adalah salah satu aset daerah dalam bentuk objek wisata. Perkampungan Budaya Betawi memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan sebagai objek wisata andalan di Jakarta, namun sejak pembangunannya pada tahun 2001 sampai saat ini belum menunjukkan peningkatan yang signifikan. Hal ini di tandai dengan masih rendahnya pemanfaatan Perkampungan Budaya Betawi sebagai sarana pariwisata di lihat dari jumlah kunjungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi unsur-unsur pariwisata Perkampungan Budaya Betawi serta mengetahui dan mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi pemanfaatan perkampungan Budaya Betawi sebagai Aset Pariwisata. Dari hasil analisis deskriptif terhadap persepsi 200 responden mengenai kondisi unsur-unsur pariwisata, dapat diketahui bahwa dari 31 unsur-unsur pariwisata, secara umum unsur-unsur pariwisata Perkampungan Budaya Betawi berada pada kondisi cukup memadai/cukup menarik, kecuali unsur souvenir, taman bermain, sarana angkutan umum, jalan di dalam Perkampungan Budaya Betawi dan kebersihan berada pada kondisi kurang menarik/kerang memadai/cukup sulit/kurang baik.. Sementara kondisi ketersediaan air bersih sudah memadai. Dari hasil analisis regresi diketahui ada 3 faktor yang mempengaruhi pemanfaatan Perkampungan Budaya Betawi sebagai aset pariwisata. Ketiga faktor tersebut adalah faktor Objek Wisata Unggulan Satu, faktor Objek Wisata Unggulan Dua dan sarana ibadah serta Promosi. Adapun persamaan yang dapat dibentuk dari model tersebut adalah : $Y = \text{Pemanfaatan} = -2.727 + + 0,418 \text{ Objek Wisata Unggulan Satu} + 0.512 \text{ Objek Wisata Unggulan Dua} + 0,185 \text{ Promosi}$. Saran yang dapat direkomendasikan dari penelitian ini adalah bahwa untuk meningkatkan pemanfaatan Perkampungan Budaya Betawi sebagai aset pariwisata, maka perlu ditingkatkan pada faktor objek wisata Objek Wisata Unggulan 1, Faktor Objek Wisata Unggulan 2 dan Sarana Ibadah serta Faktor Promosi.

<hr>

Regional assets become very important economic resources to a region. Regional assets can be the sources in financing regional development as long as managed and improved properly, otherwise they're only burdening the region finance for the maintenance costs. Betawi Cultural Villages is a region asset in the form of tourist attraction. Betawi Cultural Villages has quite potential to develop as a reliable tourist attraction in Jakarta. However, since it existence from 2001, there're hardly any significant improvements that marked by the low usage of Betawi Cultural Villages on number of visits. The aim of this research are: to find out the condition of tourism aspects at Betawi Cultural Villages, and to identified factors that influence the usage of Betawi Cultural Villages as tourism asset. By the research on 200 respondents, it found out that from 31 tourism elements, in general, Betawi Cultural Villages is in adequate condition, except the elements of souvenir, playground, public transport, road inside the area and cleanliness, meanwhile, the clean water is available in good condition. Factor Analysis is done to group new factors from those 31 tourism elements. From the analysis, it found out that there are 9 new factors improved, that labeled as: accommodation, environment and society, utility, superior tourism object #1, accessibility #1,

accessibility #2, superior tourism object #2, means of religious duties, food and souvenir, promotional factor. These 9 new factors then analyzed in double linear regression analysis to find out the influence of these factors to the usage of Betawi Cultural Villages as tourism asset. By the F test of ANOVA table, can be described that independent variable (Betawi Cultural Villages tourism factors) has a significant influence to dependent variable (Betawi Cultural Villages usage as tourism asset). The t test results 3 factors influence the usage of Betawi Cultural Villages significantly. Those 3 factors are: superior tourism object #1, superior tourism object #2, and promotional factor. The equation of regression model is: $Y = Usage = -2.727 + 0,418 \cdot Superior\ tourism\ object\ \#1 + 0,512 \cdot Superior\ tourism\ object\ \#2 + 0,185 \cdot Promotion$. The recommended suggestion is: in order to improve the usage of Betawi Cultural Villages as a tourism asset, the management executive must develop superior tourism object #1, superior tourism object #2 and promotional factors.