
PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP KUALITAS PRODUK WISATA : FORT ROTTERDAM, DI MAKASSAR

Gusniyati Buhari

Universitas Muhammadiyah Enrekang
Gusniyatibuhari17@gmail.com

Diananta Pramitasari

Universitas Gadjah Mada
dpramitasari@ugm.ac.id

Ahmad Saifullah

Universitas Gadjah Mada
saifulmy@ugm.ac.id

ABSTRAK

Kawasan Fort Rotterdam merupakan bangunan peninggalan sejarah dan warisan budaya. Hasil observasi persepsi awal terhadap wisatawan lokal yang ada di Fort Rotterdam merupakan masalah yang perlu ditangani yaitu wisatawan yang datang ke Fort Rotterdam lebih tertarik pada acara bersifat komersil dibandingkan terhadap kegiatan wisata sejarah dan budaya. Acara yang bersifat komersil ini diduga dapat merusak kualitas produk wisata Fort Rotterdam sebagai wisata sejarah dan budaya. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengukur kualitas produk Fort Rotterdam dan persepsi wisatawan terhadap kualitas produk Fort Rotterdam. Peneliti menggunakan gabungan metode kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif dilakukan dengan menyebarkan angket persepsi kepada wisatawan dan wawancara secara langsung. Metode kualitatif dilakukan dengan mengobservasi kondisi eksisting Fort Rotterdam, mengklarifikasi hasil data yang diperoleh melalui angket persepsi. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Makassar. Persepsi kualitas produk wisata mengacu pada komponen wisata dan 8 dimensi kualitas produk Garvin. Berdasarkan persepsi wisatawan, hasil penelitian menunjukkan dominan persentasi setara antara persepsi kurang baik dan persepsi baik pada kualitas produk wisata Fort Rotterdam. Persepsi kualitas produk wisata pada tampilan memiliki persepsi yang baik. Persepsi produk wisata pada fitur memiliki persepsi yang kurang baik. Adapun persepsi kualitas produk pada kehandalan, kemudahan layanan, kesesuaian, ketahanan, dan kesan kualitas menunjukkan persentasi yang setara antara persepsi kurang baik dan persepsi baik. Selanjutnya persepsi kualitas produk wisata pada estetika menunjukkan persentasi persepsi baik.

KATA KUNCI: persepsi wisatawan, kualitas produk, fort rotterdam

PENDAHULUAN

Dalam *Travel & Tourism Competitiveness Report* dari *World Economic Forum*, Indonesia mengalami peningkatan dari peringkat 70 di tahun 2013 menjadi peringkat 50 di tahun 2015. Namun pada tahun 2015 jumlah kunjungan wisatawan Indonesia belum mampu bersaing dengan negara-negara lain. Pariwisata di Sulawesi-selatan yang beragam baik wisata alam, maupun wisata budaya yang bercorak sejarah, dan tradisi menarik dan unik sangat berpotensi dalam menarik kunjungan wisatawan, baik lokal maupun mancanegara.

Kota Makassar adalah ibu kota Provinsi Sulawesi Selatan yang merupakan salah satu kota sentral perdagangan dan pembangunan di Indonesia bagian Timur (KTI). Hal tersebut dilihat dari aspek pembangunan dan infrastruktur yang semakin berkembang di kota ini. Kota yang juga disebut sebagai kota Daeng ini memiliki bangunan bersejarah dan

kebudayaan yang khas. Salah satu benteng yang memiliki nilai sejarah adalah Fort Rotterdam yang merupakan bangunan peninggalan sejarah dan warisan budaya yang khas. Ford Rotterdam atau Benteng Rotterdam juga dikenal dengan benteng Ujung pandang yang dibangun pertama kali oleh raja Gowa kesepuluh yang bernama Imanrigau Daeng Bonto Karaeng Lakiung dan biasa disebut Karaeng Ulaweng pada tahun 1945 (Jumardi & Suswandari, 2018a). Kehadiran Fort Rotterdam yang menampilkan keindahan bentuk peninggalan sejarah yang menarik dan menawan di kota Makassar memberikan daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Seperti yang diungkapkan *Barbara Crossette* dikutip dalam *Majalah Historia* menggambarkan bahwa benteng ini sebagai *"the best preserved Dutch fort in Asia"*. Terlepas dari pendapat Barbara, menurut (Jumardi & Suswandari, 2018b) Fort Rotterdam merupakan bukti kejayaan kerajaan Gowa yang mampu mengelolah perdagangan dengan bangsa asing dan menjadi pertahanan kota

makassar. Data tersebut menunjukkan bahwa Fort Rotterdam merupakan kawasan wisata sejarah dan budaya yang perlu dilestarikan keberadaannya mengingat benteng tersebut masih kokoh dan keasliannya masih dilindungi oleh PBCP Sulawesi-Selatan sejak tahun 1996, 2009 dan terakhir 2013.

Dalam upaya pelestarian, Fort Rotterdam sebagai Situs Cagar Budaya yang memiliki dasar hukum Undang Undang Nomor 5 Tahun 1992 Tentang Benda Cagar Budaya, dengan nomor PM.59/PW/MKP/2010 pada tanggal 22 Juni 2010.

Sehingga pada tahun 2014, Benteng Rotterdam ditetapkan kembali sebagai Situs Cagar Budaya Nasional melalui Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 025/M/2014, tanggal 17 Januari 2014 yang ditandatangani Mohammad Nuh. Penetapan pada tahun 2014 ini telah menggunakan Undang Undang Nomor 11 Tahun 2010 Tentang Cagar Budaya sebagai dasar penetapannya.

Dalam kajian penelitian terhadap Fort Rotterdam sebagai objek ataupun pembanding telah banyak dilakukan oleh peneliti dalam konteks pelestarian dan pengelolaan oleh Aldi Mulyadi tahun 2000. Ekskavasi dan penyelamatan yang dilakukan secara berkesinambungan dalam konteks Kajian kebijakan revitalisasi Benteng Rotterdam dibahas pada tesis Yusriani 2011.

Hasil observasi awal pada persepsi terhadap wisatawan lokal yang ada di Fort Rotterdam merupakan masalah yang perlu ditangani yaitu wisatawan yang datang ke Fort Rotterdam lebih tertarik pada acara bersifat komersil dibandingkan terhadap kegiatan wisata sejarah dan budaya. kegiatan-kegiatan/acara bersifat komersil seperti festival musik terutama musik *rock*, festival film, festival teater, pameran yang menggunakan *sound system*.

Selain peralihan fungsi karakteristik produk pariwisata Fort Rotterdam, hasil identifikasi yang dilakun Haryati (2016) dalam penelitian dengan judul "Pelestarian Kawasan Cagar Budaya. Fort Rotterdam Kota Makassar Dengan Pendekatan Revitalisasi" mengatakan bahwa kawasan fort Rotterdam juga sudah mengalami penurunan vitalitas kawasan, baik bentuk, lingkungan maupun fungsi, di mana Fort Rotterdam sekarang hanya berfungsi sebagai kantor Balai Pelestarian Cagar Budaya dan Pusat Edukasi.

Hal ini juga diutarakan oleh Bachar Arifin yang menyebutkan bahwa adanya perubahan fungsi pada Fort Rotterdam, yang awalnya difungsikan sebagai pusat pemerintahan, pusat perdagangan, pusat militer, dan pusat pertahanan, dan sekarang hanya difungsikan sebagai kantor Balai Pelestarian Cagar Budaya

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil observasi, maka rumusan masalah dalam penelitian

adalah, yaitu apa persepsi wisatawan terhadap kualitas produk wisata Fort Rotterdam dan bagaimana rekomendasi yang tepat untuk meningkatkan kualitas produk wisata Fort Rotterdam.

Produk Wisata

Menurut Yoeti (2007) istilah produk industri pariwisata dalam penggunaannya keliru seperti produk wisata atau produk pariwisata. Hal ini dirasa kurang tepat. Istilah yang dianggap lebih sesuai adalah produk industri pariwisata, karena hanya industri yang menghasilkan produk, sedangkan wisata dan pariwisata tidak. Perberdayaan suatu daerah merupakan peluang bagi daerah dalam mengembangkan potensi yang berbeda pada setiap daerah baik pengembangan substansi maupun manfaat ekonomi merupakan produk pariwisata (Hakim - AKPAR BSI Yogyakarta, 2018)

Drs. H. Oka A. Yoeti dalam bukunya Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata (2007:48) mengatakan aspek-aspek yang perlu diketahui dalam perencanaan pariwisata, yaitu wisatawan (*tourist*), pengangkutan (*transportations*), atraksi/Objek Wisata (*attractions*), fasilitas Pelayanan (*service facilities*), informasi dan Promosi (*informations*). Drs. Bambang Sunaryo dalam bukunya "Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata" (2013, hal. 159) mengatakan komponen-komponen penting yang membentuk sistem kepariwisataan untuk diperhatikan dalam pengembangan destinasi pariwisata adalah :

- 1) Atraksi dan daya tarik wisata (*Atractions*)
- 2) Amenitas atau Akomodasi (*Amenities*)
- 3) Aksesibilitas dan Transportasi (*Accessibility*)
- 4) Infrastruktur Pendukung
- 5) Fasilitas Pendukung Wisata lainnya (*Ancillary sevicees*)
- 6) Kelembagaan dan Sumber daya Manusia Pariwisata (*Institutions*)

Jadi, kesimpulan yang diperoleh dari kedua pendapat yang dikemukakan para ahli mengenai komponen wisata disingkat 4A yaitu amenitas, atraksi, aksesibilitas, dan kelembagaan/pengelola (*Ancillary*).

Fort Rotterdam sebagai Situs Cagar Budaya

Undang-undang No.9 tahun 1990 menjelaskan bahwa pengembangan pariwisata di Indonesia pada dasarnya menggunakan konsep budaya (*culture tourism*) dengan mempertimbangkan potensi seni dan budaya yang beraneka ragam. Menurut (Nurcahyo, n.d.) peran kebudayaan dalam pengembangan pariwisata sangat vital baik secara lokal maupun nasional dan antara budaya yang dimiliki wisatawan dan masyarakat yang menerima wisatawan tersebut.

Di Kota Makassar ditetapkan 6 buah bangunan cagar budaya, yaitu Fort Rotterdam (Benteng Ujung Pandang), K.M. Raja-Raja Tallo, K.M. Lajangiru, K.M.

Datuk Ribandang, K.M. Abdullah Dg. Patompo, dan K.M Rapocini. Dari semua bangunan sejarah tersebut, Fort Rotterdam (Benteng Ujung Pandang) dikenal sebagai landmark Kota Makassar yang merupakan pusat peninggalan sejarah dan kebudayaan dari Kesultanan Gowa. Benteng ini masih berdiri kokoh dan keasliannya masih dilindungi oleh BPCB. Berdasarkan jumlah kunjungan wisatawan, Fort Rotterdam paling banyak menarik perhatian wisatawan baik lokal maupun mancanegara.

Karakteristik Wisatawan

Karakteristik wisatawan adalah mengklasifikasikan segmentasi wisatawan pada perbedaan karakter wisatawan. Segmentasi wisatawan dibagi 2 menurut Smith dalam Sunaryo (2013, hal. 12-13) yaitu karakteristik berdasarkan perjalanan wisatawan (eksternal) dan Sosio-demografi wisatawan (internal). Karakteristik wisatawan berdasarkan perjalanan wisatawan dikelompokkan 4 poin dengan beberapa pembagian, berupa lama waktu perjalanan, jarak tempuh, waktu perjalanan, dan akomodasi. Karakteristik wisatawan eksternal berupa pola kunjungan wisatawan. Terdiri dari maksud kunjungan, frekuensi kunjungan, teman perjalanan, dan besar pengeluaran. Karakteristik wisatawan berdasarkan sosio-demografi dikelompokkan 5 poin dengan beberapa pembagiannya, berupa jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan status pernikahan.

Kualitas Produk

Kualitas adalah hasil penilaian subjek dari baik atau buruknya produk yang ditawarkan sesuai batasan yang sudah ditentukan. Seorang ahli pengendalian kualitas David A. Garvin (1988, Hal 11) mengemukakan penilaian tentang baik atau buruknya suatu produk dapat ditentukan dalam 8 dimensi kualitas produk, berupa kinerja (*performance*), fitur (*features*), kehandalan (*reliability*), kesesuaian (*conformance*), ketahanan (*durability*), kemudahan layanan (*serviceability*), estetika/keindahan (*aesthetics*), dan kesan kualitas (*perceived quality*).

Persepsi

Ada beberapa pendapat para ahli mengenai persepsi, menurut Walgito (2003) persepsi didefinisikan sebuah proses pengorganisasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas yang diintegrasikan dalam diri individu. Menurut Kotler, Bowen dan Makens (2002), persepsi merupakan proses yang digunakan seseorang untuk memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang dimilikinya. Kebanyakan stimulus diterima melalui alat/panca indera.

Selanjutnya mengemukakan bahwa dalam pembentukan persepsi, terdapat tiga tahapan proses berupa pemaparan yang selektif, distorsi yang selektif, kecenderungan orang untuk merakit informasi dalam kepentingan pribadi dan ingatan yang dalam diri orang akan muncul keinginan untuk mencoba produk yang ditawarkan. Kunjungan wisatawan dipengaruhi kepuasan wisatawan (Marcelina et al., 2018)

METODE

Pendekatan dalam penelitian menggunakan *mix method* yaitu gabungan metode kuantitatif dan kualitatif (Sugiyono, 2014). Metode kuantitatif dilakukan dengan cara *statistical* selanjutnya menyebarkan angket persepsi kepada wisatawan dan wawancara secara langsung. Metode kualitatif dilakukan dengan memberikan penilaian atas hasil observasi kondisi eksisting Fort Rotterdam, mengklarifikasi hasil data yang diperoleh melalui angket persepsi, serta *in-dept interview* jika diperlukan.

Penelitian dilakukan dengan menghubungkan temuan data atau fakta empiri dengan teori terkait permasalahan di lokus penelitian sebagai landasan teori atau penalaran dengan logika (Nasution, 2006:29). Peneliti akan berusaha mendeskripsikan fenomena atau hubungan antar-fenomena yang diteliti dengan sistematis, faktual dan akurat (Kusmayadi dan Endar Sugiarto, 2000:29). Teknik wawancara yang digunakan sesuai data yang diperlukan yaitu wawancara tidak terstruktur. Dalam melakukan wawancara peneliti hanya mencatat bagian-bagian tertentu yang akan secara random ditanyakan kepada responden. Peneliti akan mencatat hal-hal yang dibutuhkan. Hasil wawancara ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk Fort Rotterdam.

Jenis Wisatawan yang datang ke Fort Rotterdam didominasi oleh wisatawan domestik, namun memiliki latar belakang yang beragam sehingga teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Penentuan sampel dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Teknik pengambilan sampel berdasarkan segmentasi wisatawan (*internal*). Kriteria yang dimiliki responden dengan *purposive sampling* adalah laki-laki/perempuan, wisatawan berusia >17 tahun, pendidikan minimal SMA, wisatawan pererongan atau kelompok, wisatawan domestik dalam kota Makassar, wisatawan domestik luar kota Makassar. Responden diambil dari teknik penentuan jumlah sampel. Jumlah sampel ditentukan dari populasi tertentu yang dirumuskan oleh Slovin (1990) dalam Kusmayadi (Kusmayadi, 2000, hal. 74). Data yang akan dikumpulkan berupa : 1) primer berupa aktivitas

wisatawan terkait dimensi kualitas produk wisata Fort Rotterdam berdasarkan persepsi wisatawan, observasi lapangan, 2). Observasi lapangan yang merupakan pengamatan langsung kondisi eksisting Fort Rotterdam berdasarkan teori dimensi kualitas wisata Fort Rotterdam. Peneliti menggunakan observasi partisipasi moderat (Susan Stainback, 1988 dalam Sugiyono 2011:227). Observasi ini terdapat keseimbangan antara peneliti menjadi orang dalam dengan orang luar. Tujuan observasi ini untuk memperoleh data yang lebih lengkap, tajam dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak seperti menemukan hal-hal yang sedianya tidak akan terungkap oleh responden dalam wawancara karena bersifat sensitif atau ingin ditutupi karena dapat merugikan nama lembaga (Patton dalam Nasution (1988) dalam Sugiyono (2011 :228).

Definisi operasional penelitian yaitu: 1). Persepsi wisatawan merupakan konsep yang terbentuk dari perseptor (wisatawan) karena adanya stimulus, 2) Komponen destinasi terdiri dari atraksi, *amenitas, aksesibilitas, dan Ancillary*, 3). Komponen destinasi wisata dan dimensi kualitas produk akan dilihat kesesuaiannya untuk selanjutnya menentukan variabel penelitian dan menyusun angket persepsi. Adapun 8 dimensi kualitas produk dalam penelitian ini dijadikan sebagai stimulus dari persepsi yaitu: tampilan, fitur, kehandalan, kesesuaian, ketahanan, kemudahan layanan, estetika dan kesan kualitas. Variabel penelitian yang akan ditetapkan oleh peneliti dari landasan teori persepsi adalah konsep yang terbentuk oleh perseptor karena ada stimulus. Stimulus adalah 8 dimensi kualitas produk. Variabel ditentukan oleh peneliti dari landasan teori 8 dimensi kualitas produk. Indikator variabel berupa item dari variabel yang disesuaikan dengan keadaan empiri di lapangan. Kusmayadi dan Sugiarto (2000, hal. 22) menyatakan bahwa Variabel Penelitian adalah unsur-unsur dari objek yang diteliti mempunyai nilai bervariasi dan berubah-ubah. Setelah menentukan kesesuaian antara komponen pembentuk destinasi wisata dan 8 dimensi kualitas produk, maka akan diuraikan penentuan variabel dari stimulus berupa tampilan dan fitur diuraikan penentuan variabel dari stimulus berupa tampilan dan fitur.

Wilayah Amatan

Kota Makassar merupakan lokus penelitian yang terletak di Fort Rotterdam. Fort Rotterdam berada dalam titik koordinat $119^{\circ}24'18,42''\text{T} - 5^{\circ}08'02,14''\text{S}$ dekat pinggir pantai terletak di Jalan Ujung Pandang, kelurahan Bulogading, kecamatan Ujung Pandang Kota Makassar. Daerah ini dikenal sebagai tujuan wisata sejarah dan budaya yang ramai dikunjungi wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Selain itu, posisi

Fort Rotterdam dikelilingi aktivitas bisnis, kuliner dan perdagangan.



Gambar 1 .Peta kawasan Fort Rotterdam sebagai area amatan penelitian

(Sumber : Google Earth, 2018)



Gambar 2 .Peta Kelurahan Bulogading

(Sumber : Google Earth, 2018)

Wilayah Penelitian

Wilayah penelitian terletak pada area di dalam kawasan Fort Rotterdam. Area tersebut yaitu museum La Galigo (*indoor*) dan area taman yang digunakan sebagai panggung dan pameran (*Outdoor*).



Gambar 3 .Peta Kawasan Fort Rotterdam sebagai area penelitian

(Sumber : Google Earth, Februari 2018)



Gambar 4 Kompleks Fort Rotterdam

(Sumber : Makassar.tribunnews.com, Februari 2020)

Penentuan wilayah penelitian berdasarkan titik berkumpulnya wisatawan. Titik kumpul wisatawan terletak di dalam kompleks Fort Rotterdam, terbagi 2 area yaitu berada pada pelataran Fort Rotterdam (*outdoor*) dan Museum Lagaligo (*indoor*).



Gambar 5 (a) Bagian depan Museum Lagaligo. (b) Ruang Pameran Museum Lagaligo
(Sumber: Psychoparadiso.com, Februari 2020)

Langkah Pengumpulan Data dan Analisis Data

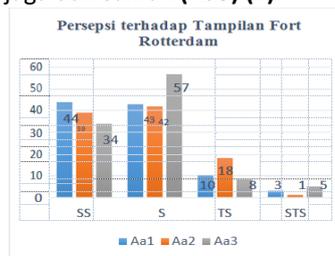
Rencana pelaksanaan penelitian dilakukan 5 tahapan terdiri dari (1) tahap persiapan berupa hasil observasi objek wisata yang ada dan wawancara singkat dengan wisatawan dan pegawai BPCB diperoleh penyusunan angket persepsi. (2) tahap pengumpulan data berupa pengambilan data primer melalui observasi lapangan yaitu pengamatan objek wisata berkaitan dengan komponen wisata dan 8 dimensi kualitas produk,serta menyebarkan kuisisioner. Jumlah responden 100 orang sehingga membutuhkan + 100 kuisisioner. (3) tahap analisis berupa hasil pengamatan dan dokumentasi. Hasil kuisisioner diolah melalui *microsoft excel* dan program *Spss* berdasarkan kode dan angka yang telah ditentukan yang diukur menggunakan skala *likert*. Skala *likert* ini untuk mengukur persepsi wisatawan dengan hasil persepsi baik, sedang atau kurang baik. (4) tahap pembahasan yaitu hasil data yang telah diolah dan dianalisis didialogkan menghasilkan persepsi wisatawan (5) Tahap kesimpulan dan rekomendasi yaitu menyimpulkan secara singkat hasil pembahasan penelitian yang diperoleh dan sesuai dengan tujuan penelitian. Selanjutnya hasil tersebut diarahkan sebagai rekomendasi peningkatan kualitas produk wisata Fort Rotterdam.

HASIL PENELITIAN

Persepsi wisatawan terhadap Tampilan Fort Rotterdam

Instrumen Pernyataan angket persepsi pada stimulus Tampilan (A) Fort Rotterdam yaitu mencakup pernyataan sebagai berikut : 1) Fort Rotterdam berupa tembok besar yang tersusun dari bebatuan padas berdiri memanjang, mengelilingi area bangunan- bangunan peninggalan sejarah. Terdiri dari museum La galigo, bangunan bekas tahanan Pangeran Diponegoro, dan pelataran. Setujukah anda jika sebaiknya Fort Rotterdam terfokus pada atraksi wisata sejarah dan

budaya sehingga dapat memenuhi kebutuhan spesifik wisatawan (**Aa1**) (+) (A), 2). Museum La galigo berupa pameran Sejarah kerajaan Gowa dan colonial Belanda, benda- benda pusaka, baju adat pengantin suku bugis, dan alat-alat bercocok tanam pada masa lampau. Setujukah anda Museum La Galigo merupakan tempat pameran yang dilengkapi visualisasi dan *lighting* yang menarik? (**Aa2**) (+) Dan 3). Bangunan bekas Tahanan Pangeran Diponegoro secara Fisik dan arsitektural masih terjaga dan sakral. (**Aa3**) (+)



Gambar 6. Jumlah Skor persepsi wisatawan terhadap tampilan Fort Rotterdam.
(Sumber : Analisis Data, 2018)

Skor Persepsi tertinggi pada tampilan Fort Rotterdam dengan 57 responden yang menyatakan setuju pernyataan Aa3 yaitu Bangunan bekas tahanan Pangeran Diponegoro secara fisik dan arsitektural masih terjaga dan sakral. Sementara Skor Persepsi terendah pada tampilan Fort Rotterdam dengan 1 responden yang menyatakan sangat tidak setuju pernyataan Aa2.

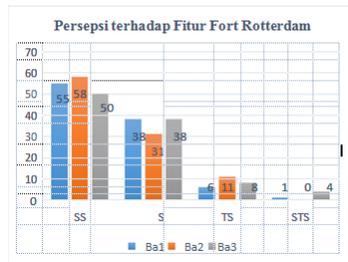
a. Persepsi wisatawan terhadap Fitur Fort Rotterdam

Tabel. 1 Instrument angket persepsi terhadap fitur fort Rotterdam

Stimulus	No	Pernyataan
Fitur	1	Wisatawan tertarik dengan festival musik yang merupakan daya tarik pendukung/tambahan fort rotterdam menggunakan sound system. meskipun menghasilkan getaran-getaran suara yang keras diduga dapat merusak bangunan tua. setujukah anda dengan pernyataan tersebut?
	2	Pemanfaatan pelataran fort rotterdam bukan hanya sebagai ruang pertunjukan dan pameran yang bernilai sejarah dan budaya tetapi juga sebagai ruang pertunjukan bersifat komersial yang ramai dikunjungi wisatawan domestik khususnya wisatawan lokal. setujukah

anda dengan pernyataan tersebut? **(bb2) (-)**

- 3 Daya tarik pendukung Seperti festival Music di Fort Rotterdam Menarik lebih banyak wisatawan Berkunjung dari pada Daya tarik utama. Setujukah Anda jika Fort Rotterdam dijadikan Sebagai tempat pertunjukan musik atau festival musik? **(Bb3) (-)**



Gambar 7. Jumlah Skor persepsi wisatawan terhadap Fitur (B) Fort Rotterdam. (Sumber, Analisis Data 2018)

Gambar 7 menunjukkan bahwa Skor Persepsi tertinggi pada Fitur Fort Rotterdam dengan 58 responden yang menyatakan setuju pernyataan Bb2 yaitu Pemanfaatan pelataran Fort Rotterdam bukan hanya sebagai ruang pertunjukan dan pameran yang bernilai sejarah dan budaya tetapi juga sebagai ruang pertunjukan bersifat komersial yang ramai dikunjungi wisatawan domestik khususnya wisatawan lokal. Setujukah anda dengan pernyataan tersebut? Sementara Skor Persepsi terendah tidak ada jawaban responden yang menyatakan sangat tidak setuju pada pernyataan Bb2.

b. Persepsi wisatawan terhadap Kehandalan Fort Rotterdam

Berdasarkan hasil analisis skoring pada tabel 2 skor angket persepsi untuk kategori Kehandalan Fort Rotterdam dengan instrument pernyataan : 1). Fort Rotterdam berada di dekat kawasan bisnis sehingga mudah untuk menemukan toko souvenir dan ole-ole makanan. Setujukah anda dengan pernyataan tersebut?, 2). Di sekitar kawasan Fort Rotterdam tersedia beragam jenis tempat kuliner di sepanjang pinggir pantai. Dan 3). Di sekitar kawasan Fort Rotterdam tersedia beragam jenis hotel mulai dari yang standar maupun yang mewah. (Cc3).

Tabel 2. Analisis skoring berdasarkan angket persepsi terhadap Kehandalan (C) Fort Rotterdam

Stimulus	Pernyataan	SS (+4) (-1)	S (+3) (-2)	TS (+2) (-)	STS (+2) (-4)	Total Score	Rata-rata Score
Kehandalan (C)	1. Fort Rotterdam berada di dekat Kawasan bisnis dan komersil sehingga mudah untuk menemukan toko souvenir dan ole-ole makanan khas. Setujukah Anda dengan pertanyaan tersebut? (Cc1) (+)	61/61 %	35/35 %	2/2 %	2/2%	357	Total Score 357+32 +7+340 =1024
	2. Di sekitar Kawasan Fort Rotterdam tersedia berbagai jenis tempat kuliner di sepanjang pinggir pantai. (Cc2)(+)	4x61= 244	3x35= 105	2x2 =4	2x2=4	327	Score rata-rata 1024/3 =341,33
	3. Di sekitar Kawasan Fort Rotterdam tersedia beragam jenis hotel mulai dari yang standar maupun yang mewah. (Cc3).	47/47 %	46/46 %	7/7 %	-	340	

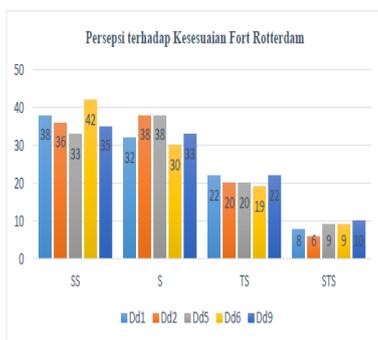
(Sumber: Analisis Data, 2018)

Berdasarkan hasil analisis skoring pada tabel 2 bahwa skor tertinggi sebesar 357 berada pada pernyataan Ac1 dan construct positif. Hal ini menunjukkan terdapat sebagian besar 96 dari 100 responden memberikan persetujuan bahwa Fort Rotterdam berada di dekat kawasan bisnis dan komersil sehingga mudah untuk menemukan toko souvenir dan ole-ole makanan khas. Sisanya sebanyak 4 responden memberi pernyataan tidak setuju. Sementara pada hasil skoring terendah berada pada pernyataan Bc2 dan construct positif. Hal ini menunjukkan terdapat sebagian besar 95 dari 100 responden memberikan persetujuan bahwa di sekitar kawasan Fort Rotterdam tersedia beragam jenis tempat kuliner disepanjang pinggir pantai. Sedangkan sisanya sebanyak 5 responden memberi pernyataan tidak setuju. Hasil rekapitulasi Amenitas (B) pada kehandalan (c) Fort Rotterdam memiliki total skor = 1024 dengan nilai rata-rata = 341,33

c. Persepsi wisatawan terhadap Kesesuaian Fort Rotterdam

Berdasarkan pengolahan data statistik melalui uji validitas, pernyataan Dd3, Dd4, Dd7, dan Dd8 tidak valid dinyatakan gugur sehingga hasil analisis tidak

dibahas adapun pernyataan angket yang dimaksud adalah : 1). Pengelola belum menyediakan *Guide* yang terampil untuk mengarahkan dan menemani wisatawan mengelilingi Fort Rotterdam terutama ke Museum La Galigo. Setujukah anda dengan pernyataan ini?. (Dd3) (-), 2). Pengelola belum menyediakan staf yang ramah dalam menyambut kedatangan wisatawan di pintu masuk museum La Galigo (Dd4)(-), 3). Pengelola menyediakan petugas kebersihan ketika kegiatan pertunjukan atau pameran sedang berlangsung, wisatawan dapat membuang sampah sembarangan karena pengelolah menyediakan petugas kebersihan (Dd7)(-), dan Fort Rotterdam memiliki landscape taman yang indah bersih dan sejuk. Menurut anda setujukah dengan pernyataan tersebut? (Dd8). Berdasarkan hasil skoring pada analisis angket, skor tertinggi sebesar 295 berada pada pernyataan Dd5 yaitu Pengelola belum menyediakan atribut fasilitas lengkap yang dapat memudahkan wisatwan seperti peta kawasan, papan petunjuk, tempat sampah, lampu taman, dan bangku taman). (Dd9) (-) dan construct negatif. Hal ini menunjukkan terdapat sebagian besar 71 dari 100 responden memberikan persetujuan bahwa pengelola belum menyediakan petugas *security* untuk keamanan. Sisanya sebanyak 29 responden memberi pernyataan tidak setuju. Sementara pada hasil skoring terendah berada pada pernyataan Dd1 dan construct negative yaitu pernyataan belum adanya biaya tiket yang ditetapkan oleh pengelola sehingga membuat wisatawan kebingungan, setujukah anda dengan pernyataan tersebut?. Hal ini menunjukkan terdapat sebagian besar 70 dari 100 responden memberikan persetujuan bahwa Belum adanya biaya tiket yang ditetapkan oleh pengelola sehingga membuat wisatawan kebingungan. Sedangkan sisanya sebanyak 30 responden memberi pernyataan tidak setuju.



Gambar 8. Jumlah Skor persepsi wisatawan terhadap Kesesuaian (D) Fort Rotterdam

Pada Gambar 8 menunjukkan bahwa Skor Persepsi tertinggi pada kesesuaian Fort Rotterdam dengan 42 responden yang menyatakan sangat setuju pernyataan Dd6. Sementara Skor Persepsi terendah 6

responden yang menyatakan sangat tidak setuju pernyataan Dd2.

Persepsi wisatawan terhadap Ketahanan Fort Rotterdam

Tabel 3. tabel Analisis skoring berdasarkan angket persepsi terhadap ketahanan (E) Fort Rotterdam

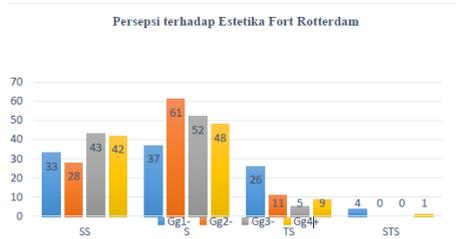
Stimulus	Pernyataan	SS (+4) (-1)	S (+3) (-2)	TS (+2) (-3)	STS (+2) (-4)	Total Score	Rata-rata Score
Ketahanan (E)	Meskipun Fort Rotterdam memiliki usia ratusan tahun namun secara fisik masih kuat dan berdiri kokoh hingga sekarang (Ea1) (+)	49/49 %	51/51 %	-	-	349	Total Score 349+ 341= 690 Score rata-rata 690/ 2= 345
	Bangunan-bangunan tua di Fort Rotterdam secara arsitektural masih terjaga (Ee2) (+)	50/50 %	43/43 %	5/5 %	2/2%	341	

Berdasarkan hasil skoring pada stimulus ketahanan, skor tertinggi De1 dengan pernyataan Fort Rotterdam memiliki usia ratusan tahun namun secara fisik masih kuat dan berdiri kokoh hingga sekarang dan De2 dengan pernyataan bangunan-bangunan tua di Fort Rotterdam secara arsitektural masih terjaga yaitu memiliki jumlah selisih skor tidak banyak. Untuk pernyataan Dh1 semua responden menyetujui bahwa Meskipun Fort Rotterdam memiliki usia ratusan tahun namun secara fisik masih kuat dan berdiri kokoh hingga sekarang. Untuk De2 sebanyak 93 dari 100 responden menyetujui bahwa bangunan-bangunan tua di Fort Rotterdam secara arsitektural masih terjaga. Sementara sebanyak 7 responden yang tidak setuju. Hasil rekapitulasi Kebijakan Pengelola (D) pada ketahanan (e) Fort Rotterdam memiliki total skor = 690 dengan nilai rata-rata = 345

Persepsi wisatawan terhadap Estetika Fort Rotterdam

Berdasarkan hasil analisis skoring pada angket stimulus Estetika bahwa skor tertinggi sebesar 331 dan konstruk positif pada pernyataan pegawai yang berinteraksi langsung dengan wisatawan sebaiknya memadukan bahasa adat lokal dan formal kepada wisatawan Gg4 (+). Hal ini menunjukkan terdapat sebagian besar 90 dari 100 responden memberikan persetujuan bahwa Pegawai yang berinteraksi langsung dengan wisatawan sebaiknya memadukan bahasa adat lokal dan formal kepada wisatawan. Sisanya sebanyak 10 responden memberi pernyataan tidak setuju. Sementara pada hasil skoring terendah berada pada pernyataan Dg3 yaitu pengelolah belum menggunakan konsep

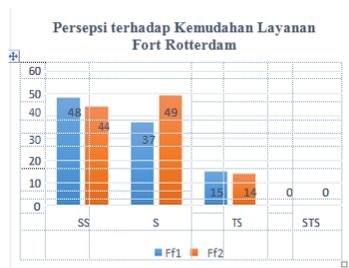
pemakaian baju bodoh (baju khas budaya local) bagi pegawai dan staf yang menyambut kedatangan wisatawan dan construct negatif. Hasil rekapitulasi kebijakan pengelola (B) pada estetika (g) Fort Rotterdam memiliki total skor = 877 dengan nilai rata-rata = 219,5



Gambar 9. Jumlah Skor persepsi wisatawan terhadap Estetika (G) Fort Rotterdam (Sumber. Analisis Data 2018)

Skor Persepsi tertinggi pada estetika Fort Rotterdam dengan 61 responden yang menyatakan setuju pernyataan Gg2. Sementara Skor Persepsi terendah tidak ada jawaban responden yang menyatakan sangat tidak setuju pernyataan Gg2 dan Gg3.

Persepsi wisatawan terhadap kemudahan layanan Fort Rotterdam



Gambar 10. Jumlah Skor persepsi wisatawan terhadap Kemudahan Layanan (F) Fort Rotterdam (Sumber. Analisis Data 2018)

Berdasarkan hasil analisis skoring pada tabel di atas bahwa skor tertinggi sebesar 337 berada pada pernyataan Ff1 yaitu Fort Rotterdam memiliki lokasi strategis akses menuju ke Fort Rotterdam sangat mudah di antaranya akses jalur darat menggunakan bis damri dari trans Makassar, taxi online dan angkutan umum, wisatawan membutuhkan waktu kurang lebih 45 menit dari bandara udara Internasional Hasanuddin Airport dan construct positif. Hal ini menunjukkan terdapat sebagian besar 93 dari 100 responden memberikan persetujuan bahwa Fort Rotterdam berada di dekat Pelabuhan Soekarno Hatta Makassar. Wisatawan yang melewati jalur laut membutuhkan 10 menit menuju ke Fort Rotterdam. Sisanya sebanyak 7 responden memberi pernyataan tidak setuju. Skor terendah memiliki selisih yang tidak banyak. Skor

Persepsi tertinggi pada kesan kualitas Fort Rotterdam dengan 49 responden yang menyatakan setuju pernyataan Ff2. Sementara Skor Persepsi terendah tidak ada jawaban responden yang menyatakan sangat tidak setuju pada pernyataan Ff1 dan Ff1

Persepsi wisatawan terhadap Kesan Kualitas Fort Rotterdam

Berdasarkan pengolahan data statistik melalui uji validitas, pernyataan Hh1 (museum Lagaligo menarik untuk dikunjungi sehingga wisatawan yang telah berkunjung akan berbagi pengalaman dengan kerabat dekat dan teman-teman), Hh3 (berbagai macam hotel mewah dan fasilitas yang nyaman tersedia di sekitar Fort Rotterdam, dan Hh4 (wisatawan yang sudah mengunjungi Fort Rotterdam memiliki keinginan untuk kembali menikmati suasana Fort Rotterdam) tidak valid dinyatakan gugur sehingga hasil analisis tidak dibahas. hasil analisis skoring dengan skor tertinggi sebesar 334 berada pada pernyataan Ah6 yaitu wisatawan yang sudah mengunjungi Fort Rotterdam memiliki keinginan untuk masuk lagi ke Museum La Galigo di Fort Rotterdam dan construct positif. Hal ini menunjukkan terdapat sebagian besar 90 dari 100 responden memberikan persetujuan bahwa Wisatawan yang sudah mengunjungi Fort Rotterdam memiliki keinginan untuk masuk lagi ke Museum La Galigo di Fort Rotterdam. Sisanya sebanyak 10 responden menolak untuk kembali ke Museum La Galigo dengan alasan pameran yang ditunjukan belum pernah diperbaharui. selain itu ada juga yang berpendapat benda sejarah yang dipamerkan hanya sedikit. (berdasarkan wawancara langsung).

Sementara pada hasil skoring terendah berada pada pernyataan Ah5 (wisatawan yang sudah mengunjungi Fort Rotterdam memiliki keinginan untuk kembali lagi untuk menonton pertunjukan di dalam Fort Rotterdam dan construct positif. Hal ini menunjukkan terdapat sebagian besar 85 dari 100 responden memberikan persetujuan bahwa Wisatawan yang sudah mengunjungi Fort Rotterdam memiliki keinginan untuk kembali lagi untuk menonton pertunjukan di dalam Fort Rotterdam. Sedangkan sisanya sebanyak 15 responden menolak.

Hasil uji validitas dan reliabilitas angket persepsi

Hasil uji validitas angket persepsi dengan teknik korelasi antara skor masing-masing indikator pernyataan dengan skor total (pearson correlation), menunjukkan dari 32 pernyataan berupa construct (+) dan (-) pada 8 poin stimulus persepsi kualitas produk wisata bahwa ada 25 pernyataan dinyatakan valid dan ada 7 pernyataan tidak valid. Hasil uji reliabilitas dengan teknik cronbach's Alpha dan bantuan SPSS. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai

Crinbach's Alpha >0,60, hasil semua 8 poin stimulus menunjukkan reliable. Dapat disimpulkan bahwa. Berdasarkan hasil dari uji validitas dan reliabilitas, dapat dinyatakan bahwa angket persepsi layak untuk dijadikan sebagai alat ukur persepsi kualitas produk wisata.

Analisis hasil angket persepsi

Hasil analisis dengan skoring pada angkat persepsi adalah jumlah pernyataan masing-masing stimulus tidak sama, maka untuk membandingkan skor masing-masing stimulus dengan melihat skor rata-rata. Dimulai dari skor tertinggi, 1. Ketahanan (345), 2. kehandalan (341,33), 3. Kemudahan Layanan (335), 4. kesan kualitas (332), 5. Tampilan (323), 6. Estetika (219,25), 7. Kesesuaian (209,4), 8. Fitur (157,33). Tetapi ini hanya menunjukkan rangking dari total skor dari persepsi. Masing-masing pernyataan masih berbentuk skor sehingga belum dapat memberikan gambaran dari persepsi. Hasil uji statistik deskriptif stimulus persepsi kualitas produk Fort Rotterdam.

Hasil data kuantitatif diperoleh dari hasil responden (wisatawan) melalui angket persepsi. Peneliti akan mengolah hasil responden dengan skala likert (konstrak positif dan negatif) dan menggunakan program spss. Hasil data yang dikumpulkan akan disajikan dalam bentuk gambar, tabel, grafik dan deskriptif.

Analisis Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Produk Fort Rotterdam

Distribusi jawaban responden dapat diketahui pada variabel dari pernyataan melalui hasil uji statistik deskriptif. Berikut merupakan hasil uji statistik deskriptif variabel-variabel Persepsi kualitas produk Fort Rotterdam.

Tabel 2. Hasil skor persepsi sesuai stimulus dan jumlah keseluruhan

stimulus	N	Jumlah	Max ideal (A)	Min ideal (B)	Mean ideal (C)	Std ideal (D)
Tampilan	100	3	12	3	7.50	1.50
Fitur	100	3	9	3	6.00	1.00
Kehandalan	100	3	12	8	10.00	0.67
Kesesuaian	100	3	17	5	11.00	2.00
ketahanan	100	2	8	5	6.50	0.50
Kemudah layanan	100	2	8	5	6.50	0.50
estetika	100	4	11	5	8.00	1.00
Kesan kualitas	100	3	12	7	9.50	0.83

Keterangan :
 Nilai Max ideal (A) : Nilai Maksimal skor ideal
 Nilai Min Ideal (B) : Nilai Minimal Skor ideal
 Nilai Mean Idea (C) : Nilai Rata-rata skor ideal (1/2x (A+B))
 Nilai SD Ideal (D) : Nilai standar deviasi ideal (1/6x (A-B))

Skor rendah yaitu nilai Mean Ideal dikurangi nilai Standar Deviasi Ideal, Skor tinggi yaitu nilai Mean Ideal ditambah nilai Standar Deviasi Ideal, sedangkan Skor sedang yaitu diantara skor rendah dan skor tinggi. Berdasarkan nilai-nilai tersebut maka terdapat tiga kategori yaitu kategori skor rendah, sedang, dan tinggi.

Tabel 3. Skoring Bentuk Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Produk Rotterdam

Stimulus	Skor kurang (C-D)	Skor sedang	Skor tinggi (C+D)
Tampilan	7.91	7.91-11.51	11.51
Fitur	2.96	2.96-6.48	6.48
Kehandalan	8.88	8.88-11.56	11.56
Kesesuaian	6.21	6.21-13-85	13.85
Ketahanan	5.91	5.91-7.89	7.89
Kemudahan layanan	5.50	5.50-7.90	7.90
Estetika	7.26	7.26-10.28	10.28
Kesan kualitas	8.55	8.55-11.37	11.37

Tabel 4. Skor klasifikasi persepsi wisatawan tentang kualitas produk Fort Rotterdam

Simpulan	Kurang	Sedang	Baik
Tampilan	7%	10%	83%
Fitur	63%	25%	12%
Kehandalan	37%	26%	37%
Kesesuaian	44%	14%	42%
Ketahanan	46%	0%	54%
Kemudahan Layanan	49%	0%	51%
Estetika	28%	6%	66%
Kesan Kualitas	19%	42%	39%

Keterangan :
 Skor rendah : Persepsi kurang
 Skor sedang : Persepsi sedang
 Skor Tinggi : Persepsi baik

Berdasarkan hasil analisis skor tabel 4, terdapat 3 kelompok persepsi yaitu persepsi kurang yang mempunyai skor rendah, persepsi sedang yang mempunyai skor sedang, dan persepsi baik yang mempunyai skor tinggi. Berdasarkan kelompok persepsi responden terhadap kualitas produk Fort Rotterdam, masing-masing stimulus memiliki kecenderungan yang berbeda. Pada stimulus tampilan, 83% responden cenderung memiliki persepsi yang tinggi hal ini dikarenakan pada pernyataan positif responden cenderung menjawab pernyataan sangat setuju dan setuju sehingga nilai total yang dihasilkan setiap responden pun tinggi. Pada variable fitur, 63% responden cenderung memiliki persepsi yang kurang hal ini dikarenakan pada pernyataan negatif responden cenderung menjawab pernyataan sangat tidak setuju dan tidak setuju sehingga nilai total yang dihasilkan setiap responden pun rendah.

Pada persepsi kehandalan tidak ada responden yang cenderung memiliki persepsi tinggi, sedang atau kurang. Responden dalam hal ini cenderung memberikan nilai yang merata, akan tetapi nilai yang

dihasilkan cenderung tinggi, yakni responden cenderung menjawab pernyataan sangat setuju dan setuju. Pada persepsi kesesuaian tidak ada responden yang cenderung memiliki persepsi tinggi, sedang atau kurang. Responden dalam hal ini cenderung memberikan nilai yang merata, akan tetapi nilai yang dihasilkan cenderung rendah, yakni responden cenderung menjawab pernyataan sangat tidak setuju dan tidak setuju. Pada persepsi ketahanan, responden cenderung memiliki persepsi tinggi akan tetapi tidak begitu signifikan. Responden dalam hal ini cenderung memberikan nilai yang merata, akan tetapi nilai yang dihasilkan cenderung tinggi, yakni responden cenderung menjawab pernyataan sangat setuju dan setuju.

Pada persepsi kemudahan layanan tidak ada responden yang cenderung memiliki persepsi tinggi, sedang atau kurang. Responden dalam hal ini cenderung memberikan nilai yang merata, akan tetapi nilai yang dihasilkan cenderung tinggi, yakni responden cenderung menjawab pernyataan sangat setuju dan setuju. Pada estetika, 66% responden cenderung memiliki persepsi yang tinggi. Walaupun responden cenderung memiliki persepsi tinggi tidak berarti bahwa responden menjawab sangat setuju (4) dan setuju (3), kenyataannya responden memberikan nilai yang beragam disebabkan karena ada pernyataan yang positif dan adapula pernyataan yang negative. Pada persepsi kesan kualitas tidak ada responden yang cenderung memiliki persepsi tinggi, sedang atau kurang. Responden dalam hal ini cenderung memberikan nilai yang merata, akan tetapi nilai yang dihasilkan cenderung tinggi, yakni responden cenderung menjawab pertanyaan sangat setuju (4) dan setuju (3)

PEMBAHASAN

Persepsi wisatawan diukur berdasarkan stimulus berupa 8 kualitas produk wisata. Stimulus ini dikategorikan ke dalam 4 komponen destinasi wisata. Pada komponen atraksi terdapat 3 kualitas produk yaitu tampilan, fitur, dan kesan kualitas. Tampilan merupakan atraksi yang ada di Fort Rotterdam. Atraksi utama di Fort Rotterdam adalah kawasan Fort Rotterdam, Museum La Galigo, bekas tahanan Pangeran di Ponegoro. Berdasarkan hasil analisis wisatawan yang berkunjung ke Fort Rotterdam memiliki ketertarikan terhadap bangunan cagar budaya. Tampilan Fort Rotterdam sendiri dikenal sebagai kawasan wisata sejarah dan budaya. Hasil analisis Persepsi wisatawan pun mendukung Fort Rotterdam dijadikan wisata sejarah dan budaya sebagai kawasan wisata minat khusus sehingga dapat memenuhi kebutuhan spesifik wisatawan. Atraksi pendukung yaitu area taman yang dijadikan

pertunjukan dan pameran. Daya Tarik fitur adalah festival musik, pertunjukan seni dan pameran yang bersifat komersil. Hasil analisis menunjukkan wisatawan memiliki ketertarikan pada fitur Fort Rotterdam walaupun memungkinkan memberi dampak negatif pada bangunan-bangunan tua. Berdasarkan profil wisatawan pada latar pendidikan cenderung SMA/SMK, D3, dan S1. Selain itu juga ditinjau dari umur juga cenderung pada umur 17-24 tahun. Adapun Persepsi terhadap kesan kualitas menunjukkan bahwa persepsi kesan kualitas dari wisatawan adalah sedang, sehingga sebagian besar wisatawan yang sudah mengunjungi fort Rotterdam akan berbagi pengalaman dan kembali lagi berkunjung ke Fort Rotterdam.

Kehandalan dikategorikan Amenitas. Hasil analisis persepsi wisatawan terhadap kehandalan Fort Rotterdam yang diberikan responden sama pada kategori persepsi kurang baik dan baik. Hal ini menunjukkan kehandalan yang dimiliki fort Rotterdam berupa toko-toko souvenir dan ole-oleh makanan khas, beragam warung makan dan restoran serta hotel memiliki persepsi rata antara ada yang merasa senang namun ada pula yang kurang senang.

Kemudahan layanan dikategorikan sebagai Aksesibilitas. Hasil analisis persepsi wisatawan terhadap kemudahan layanan Fort Rotterdam yang diberikan responden dengan hasil persentasi yang cenderung tinggi dan merata pada kategori persepsi kurang baik dan kategori persepsi baik. Hal ini menunjukkan kehandalan yang dimiliki fort Rotterdam berupa jalur darat dan udara adalah ada yang merasa senang namun ada pula yang kurang senang.

Kualitas produk Fort Rotterdam pada kebijakan pengelola berupa kesesuaian, ketahanan dan estetika. Pada kesesuaian memiliki persepsi yang kurang baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan dan penataan Fort Rotterdam masih perlu ditingkatkan. Pada Ketahanan Fort Rotterdam persepsi wisatawan baik. Hal ini menunjukkan adanya respon yang baik pada ketahanan bangunan-bangunan tua di dalam Fort Rotterdam masih terjaga. Pada Estetika Fort Rotterdam memiliki persepsi yang cenderung baik. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan mendukung adanya karakter budaya atau ciri khas budaya lokal yang baik fasilitas maupun yang digunakan oleh wisatawan yang datang.

KESIMPULAN

Pada atraksi yang terdiri dari tampilan dan fitur memiliki persepsi yang berbeda. Persepsi kualitas produk wisata pada tampilan memiliki persepsi yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan tertarik dengan wisata sejarah dan budaya khususnya bangunan sejarah. Sedangkan persepsi kualitas produk

wisata pada fitur memiliki persepsi yang kurang baik. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun wisatawan memiliki ketertarikan pada bangunan sejarah tetapi mereka juga menginginkan dan mendukung atraksi tambahan berupa festival musik, pertunjukan seni dan pameran.

Pada amenitas berupa kehandalan yaitu berbagai macam toko souvenir, tempat kuliner dan penginapan. Persepsi kualitas produk pada kehandalan menunjukkan persentasi yang setara antara persepsi kurang baik dan persepsi baik.

Pada aksesibilitas berupa kemudahan layanan yaitu lokasi strategis, mudah dijangkau dengan alat transportasi. Persepsi kualitas produk pada kemudahan layanan menunjukkan persentasi yang hampir setara antara persepsi kurang baik dan persepsi baik.

Pada kebijakan pengelola berupa kesesuaian, ketahanan, dan estetika. Persepsi kualitas produk pada kesesuaian menunjukkan persentasi yang hampir setara juga antara persepsi kurang baik dan persepsi baik. Persepsi kualitas produk pada ketahanan menunjukkan persentasi yang hampir setara juga antara persepsi kurang baik dan persepsi baik. Selanjutnya persepsi kualitas produk wisata pada estetika menunjukkan persentasi persepsi baik.

Saran

Adapun saran dari penelitian ini yaitu memfokuskan daya tarik wisata sejarah dan budaya sebagai wisata minat khusus, perlunya meningkatkan pelayanan dengan menunjukan keramahan kepada wisatawan sehingga terjalin komunikasi dan interaksi yang baik, pengembangan dan pengadaan fasilitas wisata oleh BPCB, dan branding kawasan Fort Rotterdam sebagai *wisata heritage*. Balai Pelestarian Cagar Budaya Sulawesi Selatan. Dengan adanya branding kawasan Fort Rotterdam sebagai wisata heritage dapat melindungi area tersebut dari kegiatan-kegiatan komersil yang diduga dapat merusak bangunan-bangunan tua yang dilindungi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggipurnamasari. 2018. Benteng Rotterdam dan Permasalahannya. Diakses pada 12 September 2021 dari <http://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcbsulsel/benteng-rotterdam-dan-permasalahannya/>
- Balai Pelestarian Cagar Budaya Sulawesi Selatan. (2016). *Profil Balai Pelestarian Cagar Budaya Sulawesi Selatan*. Makassar: Balai Pelestarian Cagar Budaya Sulawesi Selatan
- Hakim - AKPAR BSI Yogyakarta, F. N. (2018). Pelestarian Kotagede Sebagai Pusat Pariwisata Heritage Kota Tua Di Yogyakarta. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 9(1). <https://doi.org/10.31294/khi.v9i1.2805>
- Jumardi, J., & Suswandari, S. (2018a). Situs Benteng Fort Rotterdam Sebagai Sumber Belajar Dan Destinasi Pariwisata Kota Makasar: Tinjauan Fisik Arsitektur Dan Kesejarahan. *Jurnal Candrasangkala Pendidikan Sejarah*, 4(2), 134. <https://doi.org/10.30870/candrasangkala.v4i2.4529>
- Jumardi, J., & Suswandari, S. (2018b). Situs Benteng Fort Rotterdam Sebagai Sumber Belajar Dan Destinasi Pariwisata Kota Makasar: Tinjauan Fisik Arsitektur Dan Kesejarahan. *Jurnal Candrasangkala Pendidikan Sejarah*, 4(2), 134. <https://doi.org/10.30870/candrasangkala.v4i2.4529>
- Kusmayadi dan Sugiarto, Endar. 2000. *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta: Gramedia Pusaka Utama
- Marcelina, S. D., Febryano, I. G., Setiawan, A., & Yuwono, S. B. (2018). Persepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas Wisata Di Pusat Latihan Gajah Taman Nasional Way Kambas. *Jurnal Belantara*, 1(2). <https://doi.org/10.29303/jbl.v1i2.60>
- Nurchahyo, R. J. (n.d.). Pelestarian Budaya Puro Pakualaman Sebagai Wisata Sejarah di Yogyakarta. *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 11(1), 8. <https://doi.org/10.31294/khi.v11i1.7978kartikja>
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunaryo, Bambang. (2013). *Kebijakan Pembangunan Pariwisata Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media
- Yoeti, Oka A. (2007). *Perencanaan dan pengembangan Pariwisata*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita