
**DAMPAK LINGKUNGAN DAN SOSIAL TERHADAP MINAT WISATAWAN
DI KEBUN RAYA BOGOR****Oleh****Liliana Dewi¹⁾, Ahmad Naisaburi Bintang Dhia²⁾, Ariyah Afifah³⁾, Firas Rahmanikram
Susetya⁴⁾, Livia Miftahulhasanah⁵⁾, Nawina Sharen⁶⁾ & Siti Choerunisa⁷⁾**^{1,2,3,4,5,6,7}Pariwisata Universitas Nasional**Email: ¹liliana.dewi@civitas.unas.ac.id, ²bintangdhia@gmail.com,
³ariyah.afifah@gmail.com, ⁴rahmanikramfiras@gmail.com, ⁵lviahsh@gmail.com,
⁶nawinasaren@gmail.com & ⁷choerunisaicha18@gmail.com****Abstract**

The environment is a condition that affects the development and behavior of living things. Social itself is a way in which each individual has related to others. The interest of tourist are the source of motivation that encourages someone to do what they want. So it's profitable then they will feel interested and bring their own satisfaction and if the satisfaction is reduced then the interest will decrease. For this reason, with the interest of tourist, there is a development of an object of attraction from tourism that is included in the category of tourist attraction. The results of research in the field show that the Bogor Botanical Gardens, which have been established since 1819, are the center for plant research and conservation. Over time, the Bogor Botanical Gardens issued 5 pillars namely Conservation, Education, Research, Nature Tourism and Environmental Services. From these pillars, it states that the Bogor Botanical Gardens are natural attraction that pay attention to environmental services to tourists.

Keywords: Environment, Social & Interest Of Tourist**PENDAHULUAN**

Pariwisata merupakan sektor yang berkembang dan menjadi salah satu industri terbesar bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia, ini dapat dilihat dari meningkatnya perkembangan jumlah kunjungan wisatawan nusantara maupun mancanegara. Kegiatan pariwisata dapat memberikan devisa untuk Negara Indonesia. Tidak terlepas dari perannya sebagai penghasil devisa negara, sektor pariwisata mempunyai beberapa dampak didalamnya yaitu dampak ekonomi, lingkungan, politik dan sosial budaya. Dari keempat dampak tersebut dapat dilihat dari sisi positif dan negatif.

Kota Bogor merupakan salah satu kota di provinsi Jawa Barat yang memiliki daerah tujuan wisata yang sangat potensial, berbagai jenis objek wisata ditawarkan meliputi wisata alam, wisata buatan, wisata religi, wisata budaya, wisata edukasi dan lain sebagainya. Ikon dari kota ini adalah Tugu Kujang dan

julukan untuk kota ini disebut dengan kota hujan karena memiliki curah hujan yang tinggi. Selain itu Kota Bogor juga dikenal dengan ikon wisatanya yaitu Kebun Raya Bogor.

Kebun Raya Bogor adalah sebuah kebun botani besar yang terletak di Kota Bogor, Indonesia. Luasnya mencapai 87 hektar dan memiliki 15.000 jenis koleksi pohon dan tumbuhan. Pada mulanya kebun ini hanya akan digunakan sebagai kebun percobaan bagi tanaman perkebunan yang akan diperkenalkan di Hindia Belanda.

Tabel 1. Data kunjungan wisatawan ke Kebun Raya Bogor tahun 2019

Bulan	Domestik			Jumlah	Asing			Jumlah
	Kerja	Libur	E-Tiket		Kerja	Libur	E-tiket	
Januari	156	111	68.689	68.956	-	-	1.008	1.008
Februari	1.956	82	63.304	65.342	22	-	1.162	1.184
Maret	84	48	87.875	88.007	-	-	1.105	1.105
April	1.008	2.161	96.119	99.288	28	1	1.310	1.339
Mei	252	26	34.780	35.058	-	-	956	956
Juni	1.049	22.837	171.548	195.434	3	29	1.379	1.411
Juli	717	802	124.524	126.043	41	-	3.595	3.636
Agustus	1.684	3.857	68.817	74.358	118	38	2.486	2.642
September	1.608	408	89.240	91.256	11	-	1.899	1.910
Oktober	616	253	82.068	82.937	19	2	1.551	1.572
November	2.384	744	72.200	75.328	28	1	1.572	1.448
Desember	2.477	154	85.297	87.928	2	-	970	972
Jumlah	13.991	31.483	1.044.461	1.089.935	272	71	18.840	19.183

Sumber : <http://krbogor.lipi.go.id>

Kebun Raya Bogor memiliki 5 Pillar yaitu konservasi, edukasi, penelitian, wisata alam dan jasa lingkungan. Dari 5 pillar tersebut salah satunya adalah jasa lingkungan. Kebun Raya Bogor memiliki dampak lingkungan yang sangat baik terhadap Indonesia secara luas dan Kota Bogor secara khususnya. Menurut Emil Salim lingkungan diartikan sebagai benda, kondisi, keadaan dan pengaruh yang terdapat dalam ruang yang kita tempati dan mempengaruhi hal yang hidup termasuk kehidupan manusia. Sedangkan menurut Soedjono lingkungan hidup sebagai lingkungan fisik atau jasmani yang terdapat di alam. Pengertian ini menjelaskan bahwa manusia, hewan dan tumbuh-tumbuhan dilihat dan dianggap sebagai perwujudan fisik jasmani. (Mardatila, 2020)

Dampak lingkungan dari Kebun Raya Bogor seperti udara yang sejuk, segar dan bersih, dikenal sebagai paru-paru dunia, sebagai serapan air bagi Kota Bogor, dan dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Selain itu juga dampak lingkungan Kebun Raya Bogor juga dirasakan oleh pengunjung yang datang. Rasa keingin tahanan wisatawan terhadap dampak lingkungan dari objek wisata ini membuat wisatawan berminat datang ke Kebun Raya Bogor sebagai ketertarikan ingin melakukan perjalanan untuk mengetahui yang unik di Kebun Raya Bogor ini.

Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apa dampak lingkungan yang dapat menimbulkan minat wisatawan berkunjung ke Kebun Raya Bogor ?
2. Apa dampak sosial yang dapat menimbulkan minat wisatawan berkunjung ke Kebun Raya Bogor ?
3. Bagaimana cara Kebun Raya Bogor memanfaatkan dampak positif lingkungan dan sosial untuk menarik minat wisatawan ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa pengaruh dampak lingkungan terhadap minat wisatawan ke Kebun Raya Bogor.
2. Untuk mengetahui seberapa pengaruh dampak sosial terhadap minat wisatawan ke Kebun Raya Bogor.
3. Untuk mengetahui cara Kebun Raya Bogor memanfaatkan dampak lingkungan dan sosial untuk menarik minat wisatawan.

LANDASAN TEORI

Teori Pariwisata

Menurut Undang-undang Kepariwisata No. 10 Tahun 2009 menyatakan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Sedangkan daerah tujuan wisata atau destinasi wisata adalah Kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi wujudnya kepariwisataan. Komponen produk pariwisata yang diperlukan, antara lain:

1. Daya tarik wisata, seperti: alam, budaya, buatan manusia atau sesuatu yang bisa dilihat oleh wisatawan (something to see), sesuatu yang bisa dilakukan (something to do), dan sesuatu yang bisa dibeli/dibawa pulang (something to buy).

2. Amenitas atau akomodasi: fasilitas dan kelengkapan yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk beristirahat dan bersantai dengan nyaman.
3. Aksesibilitas dan transportasi
4. Infrastruktur pendukung, seperti: pelabuhan, bandara, stasiun kereta api dan jaringan telekomunikasi, jaringan listrik, air minum, toilet
5. Fasilitas pendukung wisata, antara lain: keamanan, rumah makan, biro perjalanan, toko cinderamata, pusat informasi wisata, rambu wisata, fasilitas perbelanjaan, hiburan malam, fasilitas perbankan
6. Kelembagaan dan sumberdaya manusia pariwisata.

Teori Lingkungan

Lingkungan adalah keadaan sekitar yang mempengaruhi perkembangan dan tingkah laku makhluk hidup. Segala sesuatu yang ada di sekitar manusia yang mempengaruhi perkembangan kehidupan manusia baik langsung maupun tidak langsung juga merupakan pengertian lingkungan. Lingkungan hidup dapat didefinisikan sebagai:

- 1) daerah tempat suatu makhluk hidup berada;
- 2) keadaan atau kondisi yang melingkupi suatu makhluk hidup;
- 3) keseluruhan keadaan yang meliputi suatu makhluk hidup atau sekumpulan makhluk hidup. (Wijayanti, A 2020)

Menurut Undang Undang RI No. 4 tahun 1982, tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup dan Undang-Undang RI No. 32 Tahun 2009, tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, dikatakan bahwa: Lingkungan hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi alam itu sendiri, kelangsungan perikehidupan, dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lain.

Otto Soemarno, seorang pakar lingkungan mendefinisikan lingkungan hidup sebagai berikut: lingkungan adalah jumlah semua benda dan kondisi yang ada dalam ruang yang kita tempati yang mempengaruhi kehidupan kita.

Pengertian lingkungan hidup menurut S. J. McNaughton dan Larry L. Wolf adalah semua faktor eksternal yang bersifat biologis dan fisika yang langsung mempengaruhi kehidupan, pertumbuhan, perkembangan, dan reproduksi manusia.

Emil Salim (1985) dalam bukunya: *Lingkungan Hidup dan Pembangunan*, menyatakan bahwa lingkungan hidup adalah segala benda, daya, kondisi, keadaan dan pengaruh yang terdapat dalam ruang yang kita tempati dan mempunyai hal-hal yang hidup termasuk kehidupan manusia. Di dalam etika lingkungan terdapat prinsip-prinsip yang digunakan. Adapun prinsip-prinsip etika lingkungan menurut Sony Keraf antara lain:

- a. Sikap hormat terhadap alam
- b. Prinsip tanggung jawab
- c. Solidaritas kosmis
- d. Kasih sayang dan kepedulian terhadap alam
- e. Tidak merugikan
- f. Hidup sederhana dan serasi dengan alam
- g. Keadilan
- h. Demokrasi
- i. Integritas moral.

Teori Sosial

Menurut Paul Ernes merupakan adanya sekelompok orang yang dengan cara individu yang telah terlibat dalam berbagai kegiatan atau aktivitas bersama.

Menurut Enda M.C. merupakan adanya suatu cara di mana pada setiap individunya telah berhubungan terhadap yang lainnya. Dan menurut Engine Fahri I. merupakan sebuah inti dari bagaimana pada masing-masing individu berperilaku, meskipun masih ada perdebatan tentang pola hubungan masing-masing individu.

Definisi dampak sosial budaya dalam artikel ini merujuk kepada Ahimsa-Putra & Raharjana (2001) yaitu berbagai macam perubahan yang terjadi pada suatu sistem interaksi dan relasi antar individu sebagai akibat dari adanya perubahan pada lingkungan fisik, sosial, dan budaya dari sistem tersebut. Sehubungan dengan hal itu, istilah “dampak sosial budaya pariwisata” perlu dipahami sebagai akibat, imbas yang muncul karena

hadirnya pendatang (dalam hal ini wisatawan, pebisnis pariwisata, dan pekerja pariwisata) yang melakukan interaksi dan berbagai aktivitas pada sebuah sistem interaksi dan relasi, yang kemudian menyebabkan terjadinya perubahan pada sistem interaksi dan relasi tersebut berupa perubahan pola perilaku, sistem nilai, ataupun berbagai macam aturan. Dampak yang terjadi pada sistem interaksi dan relasi tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu: (1) dampak positif yaitu akibat yang memberikan keuntungan, akibat-akibat yang diharapkan dan diinginkan; dan (2) dampak negatif yaitu imbas atau akibatakibat yang merugikan, tidak diinginkan, dan tidak diharapkan terjadi. Persoalan-persoalan mengenai dampak sosial budaya pariwisata selanjutnya dapat dipahami dengan mengemukakan tiga asumsi umum menurut Martin (1998) dalam Pitana & Gayatri (2015) antara lain: (a) perubahan yang terjadi sebagai akibat pengaruh yang dibawa dari luar, umumnya dari sistem sosial budaya yang lebih besar dan dominan terhadap budaya penerima yang lebih lemah; (b) perubahan yang terjadi umumnya memiliki sifat yang lebih destruktif bagi budaya indigenous; dan (c) perubahan tersebut akan membawa homogenisasi budaya, yaitu ketika identitas lokal akan tenggelam dalam bayangan sistem yang datang dari luar misalnya teknologi barat, birokrasi, orientasi ekonomi, maupun gaya hidup lainnya.

Lebih jauh (Cohen, 1984) mengelompokkan dampak aktivitas pembangunan pariwisata terhadap sosial budaya menjadi 10 kelompok besar sebagai berikut: (1) dampak terhadap keterkaitan dan keterlibatan antara masyarakat setempat dengan masyarakat yang lebih luas, termasuk tingkat otonomi atau ketergantungannya; (2) dampak terhadap hubungan interpersonal antara anggota masyarakat; (3) dampak terhadap dasardasar organisasi/kelembagaan sosial; (4) dampak terhadap migrasi dari dan ke daerah pariwisata; (5) dampak terhadap ritme kehidupan sosial masyarakat; (6) dampak terhadap pola pembagian kerja; (7) dampak

terhadap stratifikasi dan mobilitas sosial; (8) dampak terhadap distribusi pengaruh dan kekuasaan; (9) dampak terhadap meningkatnya penyimpangan-penyimpangan sosial; dan (10) dampak terhadap bidang kesenian dan adat istiadat. Berdasarkan pendapat Cohen tersebut, ada dua hal yang dapat dipahami. Pertama aktivitas pembangunan pariwisata akan memberikan dampak secara masif dan luas terhadap sosial budaya masyarakat. pada destinasi wisata, mulai dari kehidupan masyarakat sebagai individu, hingga kepada hubungan interaksi antara satu individu dengan individu lainnya dalam berkehidupan sosial. Kedua, luasnya dampak aktivitas pembangunan pariwisata terhadap sosial budaya seperti yang diuraikan Cohen tersebut bisa membawa perubahan kepada situasi yang lebih kondusif (positif) atau akan membawa kehidupan sosial budaya ke arah yang negatif. Perubahan kehidupan sosial budaya ke arah yang lebih baik (positif) ataupun ke arah berlawanan (negatif) sangat dipengaruhi oleh bagaimana cara masyarakat pada destinasi pariwisata memandang, memfilter, dan menyikapi aspek-aspek dalam aktivitas pembangunan pariwisata. Dampak positif cenderung dirasakan oleh kehidupan sosial budaya masyarakat apabila memiliki filter dan menyikapi aktivitas pembangunan pariwisata dengan baik, begitupun sebaliknya.

Teori Minat Wisatawan

Hurlock (1993), minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Jika seseorang melihat sesuatu akan menguntungkan, maka ia akan merasa berminat. Hal ini kemudian mendatangkan kepuasan dan bila kepuasan itu berkurang maka minatpun akan berkurang. Menurut Hurlock aspek minat terdiri dari:

a. Aspek kognitif, yaitu aspek berdasarkan konsep yang dikembangkan oleh individu berkaitan dengan minat lewat pengalaman pribadi.

b. Aspek afektif, yaitu sikap yang dinyatakan dalam suatu aktivitas. Kotler (2001),

menjelaskan konsep nilai sebagai perbandingan antara manfaat yang diperoleh dengan pengorbanan yang diperlukan. Produk wisata harus mampu menawarkan nilai, dimana manfaat yang diperoleh wisatawan lebih besar dibandingkan pengorbanan yang dilakukan.

Untuk itu, adanya minat wisatawan maka ada pula pengembangan atas suatu obyek daya tarik dari pariwisata adalah kategori atraksi wisata. Wisata minat khusus adalah suatu bentuk perjalanan wisata dimana wisatawan mengunjungi suatu tempat, karena memiliki minat atau tujuan khusus mengenai suatu jenis obyek atau kegiatan yang dapat ditemui atau dilakukan dilokasi atau daerah tujuan wisata tersebut (Read, 1980, Hall dan Weiler, 1992 dalam anonym, 1995).

Secara umum potensi obyek dan daya tarik wisata yang menjadi basis bagi pengembangan minat khusus dapat berupa (Anonym, 1995) :

- a. Aspek-aspek alam seperti flora, fauna, fisik geologi, vulkanologi, hidrologi, hutan alam, atau taman nasional maupun kelautan. Atraksi ini kemudian dikemas dalam bentuk wisata arung jeram, penjelajah hutan, pengamatan burung, scuba diving, penjelajahan gua-gua alam, berselancar, menyelam, dan sebagainya.
- b. Wisatawan akan terlihat secara fisik, mental, dan emosional terhadap yang dikunjungi tersebut. Obyek dan daya tarik wisata budaya meliputi budaya peninggalan sejarah, dan budaya kehidupan masyarakat. Atraksi budaya dikemas dalam bentuk wisata budaya peninggalan sejarah, wisata pedesaan, wisata budaya eksotik, dan sebagainya. Wisatawan akan berinteraksi langsung dalam kehidupan budaya masyarakat.
- c. Obyek rekreasi buatan, yang paling dominan adalah wisata petualangan, terutama yang berbasis pada potensi obyek dan daya tarik wisata alam.

Gamal Suwanto (2004) menjelaskan beberapa motif alasan banyaknya wisatawan datang berkunjung sebagai berikut :

1. Dorongan kebutuhan untuk berlibur dan berekreasi,

2. Dorongan kebutuhan pendidikan dan penelitian,
3. Dorongan kebutuhan keagamaan,
4. Dorongan kebutuhan kesehatan,
5. Dorongan atas minat terhadap kebudayaan dan kesenian,
6. Dorongan kepentingan keamanan,
7. Dorongan kepentingan hubungan keluarga,
8. Dorongan Kepentingan politik.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kebun Raya Bogor, Jl. Ir. Juanda No.13, Paledang, Kecamatan Bogor Tengah. Kota Bogor. Jawa Barat. Terdapat berbagai macam tanaman yang umurnya bervariasi, membuat Kebun Raya Bogor memberikan dampak lingkungan positif yang dapat membuat minat wisatawan untuk berkunjung. Potensi lingkungan ini membuat wisatawan merasa nyaman dan senang ketika sudah jenuh melakukan aktifitas sehari-hari.

Jenis Penelitian dan Sumber Data

Penelitian yang penulis lakukan ini termasuk ke dalam jenis kuantitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (1990), bahwa penelitian kuantitatif merupakan suatu prosedur penelitian dengan menghasilkan data berupa kata-kata tertulis (angka/huruf) maupun lisan dari orang-orang yang diamati.

Ada pun sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Data primer

Merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan atau data yang didapat dari responden melalui daftar pertanyaan yang ada pada kuesioner.

- b. Data sekunder

Data sekunder adalah yang didapat dari studi kepustakaan, dokumentasi terkait, penelitian terdahulu dan lain sebagainya yang bersifat dokumentasi seperti teori-teori.

Teknik Pengumpulan Data

Ada pun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- a. Penelitian pustaka

Penelitian ini dilakukan dengan mencari-cari teori yang berhubungan dengan masalah dan pembahasan, serta bahan bacaan lainnya yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

b. Riset lapangan

Riset ini dilakukan melalui sejumlah pertanyaan tertulis untuk memperoleh informasi dari responden terkait dengan objek penelitian. Pertanyaan-pertanyaan tersebut dimuat dalam kuesioner. Sedangkan kusioner menurut (Arikunto, 2006) merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui.

Populasi

(Arikunto, 2006) menyebutkan bahwa populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Sedangkan jumlah yang akan dijadikan populasi pada penelitian ini ialah berdasarkan data terakhir (2019) yang dihimpun oleh LIPI Kebun Raya Bogor yaitu sebanyak 1.109.118 wisatawan. Data ini merupakan gabungan dari 1.089.935 orang wisatawan domestik dan 19.183 wisatawan mancanegara. Sampel Menurut (Sugiyono, 2005) mengemukakan bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk menentukan jumlah sample yang akan digunakan pada penelitian ini, penulis menggunakan rumus slovin seperti berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e 2 = Batas kesalahan yang digunakan (10%)

Maka berdasarkan data atau jumlah populasi yang penulis ambil sebanyak 1.109.118 orang wisatawan. Dan dari rumus di atas jumlah sampel yang dapat dihitung adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1.109.118}{1 + 1.109.118(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.109.118}{12,091,18}$$

$$n = 91.729 \text{ dibulatkan menjadi } 92$$

Berdasarkan data observasi yang diperoleh terdapat 92 responden, akan tetapi penulis mengeleminasi sebesar 38 data responden karena data yang dihasilkan ialah data outlier. Outlier adalah kasus atau data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi-observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim baik untuk sebuah variabel tunggal atau kombinasi (Ghozali, 2011 : 41).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji Validitas adalah Uji ketepatan atau ketelitian suatu alat ukur dalam mengukur apa yang sedang ingin diukur. Dimana tujuan dari uji ini untuk menilai apakah seperangkat alat ukur sudah tepat mengukur apa yang seharusnya diukur. Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dimana hasil olah data sebagai berikut :

Lingkungan X1

Correlations

		X1_1	X2_1	X3_1	X4_1	X5_1	X6_1
X1_1	Pearson Correlation	1	.695**	.460**	.190	.414**	.408**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.169	.002	.002
	N	54	54	54	54	54	54
X2_1	Pearson Correlation	.695**	1	.443**	.171	.408**	.367**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.217	.002	.006
	N	54	54	54	54	54	54
X3_1	Pearson Correlation	.460**	.443**	1	.452**	.432**	.313*
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.001	.001	.021
	N	54	54	54	54	54	54
X4_1	Pearson Correlation	.190	.171	.452**	1	.603**	.546**
	Sig. (2-tailed)	.169	.217	.001		.000	.000
	N	54	54	54	54	54	54
X5_1	Pearson Correlation	.414**	.408**	.432**	.603**	1	.568**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.001	.000		.000
	N	54	54	54	54	54	54
X6_1	Pearson Correlation	.408**	.367**	.313*	.546**	.568**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.006	.021	.000	.000	
	N	54	54	54	54	54	54

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sosial X2

		X1_2	X2_2	X3_2	X4_2	X5_2	X6_2	X2
X1_2	Pearson Correlation	1	.022	.059	-.089	-.050	-.048	.255
	Sig. (2-tailed)		.877	.670	.523	.719	.732	.062
	N	54	54	54	54	54	54	54
X2_2	Pearson Correlation	.022	1	.183	.225	.350**	.506**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.877		.185	.102	.009	.000	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
X3_2	Pearson Correlation	.059	.183	1	-.017	-.051	.089	.363**
	Sig. (2-tailed)	.670	.185		.905	.713	.522	.007
	N	54	54	54	54	54	54	54
X4_2	Pearson Correlation	-.089	.225	-.017	1	.706**	.350**	.608**
	Sig. (2-tailed)	.523	.102	.905		.000	.009	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
X5_2	Pearson Correlation	-.050	.350**	-.051	.706**	1	.518**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.719	.009	.713	.000		.000	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
X6_2	Pearson Correlation	-.048	.506**	.089	.350**	.518**	1	.725**
	Sig. (2-tailed)	.732	.000	.522	.009	.000		.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
X2	Pearson Correlation	.255	.727**	.363**	.608**	.702**	.725**	1
	Sig. (2-tailed)	.062	.000	.007	.000	.000	.000	
	N	54	54	54	54	54	54	54

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Minat Wisatawan (Y)

		Y1_1	Y2_1	Y3_1	Y4_1	Y5_1	Y6_1	Y
Y1_1	Pearson Correlation	1	.423**	.266	.275*	.377**	.319	.579**
	Sig. (2-tailed)		.001	.052	.045	.005	.019	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
Y2_1	Pearson Correlation	.423**	1	.542**	.309*	.425**	.356**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.023	.001	.008	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
Y3_1	Pearson Correlation	.266	.542**	1	.542**	.585**	.423**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.052	.000		.000	.000	.001	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
Y4_1	Pearson Correlation	.275*	.309*	.542**	1	.457**	.269	.696**
	Sig. (2-tailed)	.045	.023	.000		.001	.049	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
Y5_1	Pearson Correlation	.377**	.425**	.585**	.457**	1	.608**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.005	.001	.000	.001		.000	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
Y6_1	Pearson Correlation	.319	.356**	.423**	.269	.608**	1	.670**
	Sig. (2-tailed)	.019	.008	.001	.049	.000		.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
Y	Pearson Correlation	.579**	.712**	.816**	.696**	.799**	.670**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	54	54	54	54	54	54	54

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan r-tabel untuk pengujian ini dengan signifikansi satu arah memperoleh nilai sebesar 0,2262. Dimana aturan pengambilan keputusannya ialah

apabila nilai corrected item-total correlation r-hitung > r-table maka data tersebut dinyatakan valid/sah dan dapat digunakan untuk penelitian.

- Lingkungan X1, berdasarkan nilai X1_1 sebesar 0,408, X1_2 sebesar 0,367, X1_3 sebesar 0,313, X1_4 sebesar 0,546, X1_5 sebesar 0,568 > 0,1562 maka data tersebut valid.

- Sosial X2, berdasarkan nilai X2_1 sebesar 0,255, X2_2 sebesar 0,727, X2_3 sebesar 0,363, X2_4 sebesar 0,608, X2_5 sebesar 0,702, X2_6 sebesar 0,725 > 0,1562 maka data tersebut valid.

- Minat Wisatawan Y, berdasarkan nilai Y1_1 sebesar 0,579, Y2_1 sebesar 0,712, Y3_1 sebesar 0,816, Y4_1 sebesar 0,696, Y5_1 sebesar 0,799, Y6_1 sebesar 0,670 > 0,1562 maka data tersebut valid.

Uji Realibitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Dimana pada uji realibilitas mengukur nilai Cronbach's Alpha dengan nilai standart yang berkaku sebesar 0,60 jika nilai Cronbach Alpha > 0,60 maka variable tersebut dapat dinyatakan realible atau handal

Lingkungan X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	6

Sosial X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.619	6

Minat Wisatawan Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	6

Berdasarkan data hasil Uji rentabilitas diperoleh nilai Cronbach's Alpha dari Lingkungan X1 sebesar 0,818, Sosial X2 sebesar 0,619, Minat Wisatawan sebesar 0,806 > 0,60 maka data variable tersebut dapat dinyatakan realible atau handal.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data antara variable dependen dan variable independen sudah terdistribusi dengan normal atau tidak.

Hipotesa nya sebagai berikut :

H0 : Lingkungan, Sosial terdistribusi Normal.

Ha : Lingkungan, Sosial tidak terdistribusi Normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		54
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.17304843
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.064
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

Aturan pengambilan keputusan terdistribusi normal atau tidaknya dengan membandingkan nilai probabilitas Kolmogorov-smirnov dengan tingkat alfa 0,05. Apabila probabilitas Kolmogorov-smirnov lebih besar dari 0,05 maka residualnya terdistribusi normal sebaliknya, apabila nilai Kolmogorov-smirnov lebih kecil dari 0,05 maka residualnya tidak terdistribusi normal. Nilai probabilitas Kolmogorovsmirnov sebesar 0,200 > 0,05 sehingga, dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan menguji apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinearitas ada 3 cara diantaranya :

- Melihat nilai korelasi antara variable independent
- Melihat nilai condition index dan eigenvalue
- Melihat nilai tolerance dan variance inflating factor (VIF)

Dasar pengambilan keputusannya untuk uji multikolinieritas ini adalah apabila nilai $VIF < 10$ maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-5.549	3.282		-1.691	.097		
	x1	.338	.096	.313	3.520	.001	.935	1.070
	x2	.870	.119	.650	7.319	.000	.935	1.070

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dilihat pada masing-masing variabel independen yaitu X1 Lingkungan, X2 Sosial tidak memiliki tingkat korelasi yang tinggi diantara keduanya karena nilai VIF 1,070 > 10,00 artinya model penelitian tidak mengalami masalah multikolinieritas.

Regresi Berganda Uji Parsial (t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara individual dalam menjelaskan variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan melihat probabilitas t hitung, ketika prob < taraf sig 5%, maka H0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan variabel bebas tersebut signifikan mempengaruhi variabel terikat. Dimana hipotesanya sebagai berikut :

- Pengaruh Lingkungan (X1) terhadap Minat Wisatawan (Y)

H01 : Lingkungan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Wisatawan.

Ha1 : Lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Wisatawan

- Pengaruh Sosial (X2) terhadap Minat Wisatawan (Y)

H02 : Sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Wisatawan

Ha2 : Sosial berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Wisatawan

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.549	3.282		-1.691	.097
	x1	.338	.096	.313	3.520	.001
	x2	.870	.119	.650	7.319	.000

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan data yang diolah di atas pengujian variabel Lingkungan dan Sosial terhadap Minat Wisatawan menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

- Variabel X1 Lingkungan menunjukkan hasil tingkat signifikansi (p-value) = 0,001 < 0,05

maka dengan demikian H_0 ditolak, yang berarti bahwa Lingkungan berpengaruh terhadap Minat Wisatawan.

- Variabel X_2 Sosial menunjukkan hasil tingkat signifikansi (p -value) = $0,000 < 0,05$ maka dengan demikian H_0 ditolak, yang berarti bahwa Sosial berpengaruh terhadap Minat Wisatawan.

Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Apabila nilai prob $F <$ taraf sig 5%, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Dimana Hipotesanya sebagai berikut :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara independen Lingkungan, Sosial secara simultan terhadap Minat Wisatawan

H_a : Terdapat pengaruh antara independen Lingkungan, Sosial secara simultan terhadap Minat Wisatawan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	415.597	2	207.798	42.345	.000 ^b
	Residual	250.273	51	4.907		
	Total	665.870	53			

a. Dependent Variable: y
b. Predictors: (Constant), x2, x1

Berdasarkan hasil uji F Anova terlihat bahwa tingkat probabilita sig sebesar 0.000000 dengan tingkat α 0,05 atau 5% maka H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan Lingkungan, Sosial terhadap Minat Wisatawan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi atau goodness of fit digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai dari R^2 berada pada rentang 0-1. Semakin tinggi angka tersebut maka semakin baik model yang dibuat dan sebaliknya.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 ^a	.624	.609	2.215

a. Predictors: (Constant), x2, x1

Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan diketahui bahwa nilai Koefisien Determinasi R-square sebesar 0.624 sebesar 62,4% variabel Return On asset dapat dijelaskan oleh variabel Lingkungan, Sosial sisanya 37,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel penelitian.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh yang signifikan antara lingkungan terhadap minat wisatawan, hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) untuk variabel lingkungan diperoleh $0,001 < 0,05$, yang berarti bahwa H_a diterima.
2. Sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Wisatawan, terbukti uji hipotesis secara parsial (uji t) untuk variabel Sosial diperoleh $000 < 0,05$, yang berarti H_a diterima.
3. Berdasarkan hasil uji F Anova terlihat bahwa tingkat probabilita sig sebesar 0.000000 dengan tingkat α 0,05 atau 5% maka H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan Lingkungan, Sosial terhadap Minat Wisatawan.

Pihak pengelola akan terus memperhatikan lingkungan sosial terhadap minat wisatawan, dengan upaya lebih meningkatkan lagi lingkungan yang bersih, segar dan juga sejuk. Agar dapat mempertahankan pandangan wisatawan terhadap dampak positif Kebun Raya Bogor bagi wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Mardatila, A. (2020, Desember 15). *Pengertian Lingkungan Hidup Menurut Para Ahli dan Jenisnya yang Perlu Diketahui*. Diambil dari merdeka.com: <https://www.merdeka.com>
- [2] Utama, I. (2016). *Pengantar Industri Pariwisata Dan Hospitalitas Chapter - 12 Komunikasi Pemasaran*. In Researchgate. Bali.

- [3] Pendi, S Nyoman. 2006. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. Jakarta : Pradnya Paramita. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp/article/view/8559/pdf>. Diakses pada tanggal 22 Juli 2021 pukul 05.33.
- [4] Wijayanti, A (2012). Pengaruh Lingkungan Internal Dan Eksternal Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Melalui Daya Tarik Wisata Taman Tirta Arta Di Kabupaten Sleman Yogyakarta. *Khasanah Ilmu*, 50.
- [5] Emil, S. (1985). *Ecology Man Influence Of Environment Ecology And Development*. Jakarta : Mutiara.
- [6] Terraveu. 2018. Pengertian Sosial. <https://www.terraveu.com/pengertian-sosial-paraahli/> (diakses tanggal 23 April 2021)
- [7] Hurlock, E. B, “Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan”, (edisi ke-5) (Istiwidayanti & Soedjarwo, Penerj.), Erlangga. (Karya asli diterbitkan tahun 1980), Jakarta, 1993.
- [8] Kebun Raya Bogor. 2020. Kebun Raya Bogor. <https://kebunraya.id/bogor> (diakses tanggal 25 April 2021).
- [9] Anonymous. 2017. *Statistics And Data Sciences*. <https://statisticdatascience.blogspot.com>
- [10] Sugiyono. (2005) *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung, Alfabeta.
- [11] Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [12] Sugiyono. (2007). *Method Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- [13] Sudjana, (2005) *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- [14] Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan SPSS*, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- [15] Yusrizal Firdaus, Asmoro Agung Yoga. 2020. DAMPAK SOSIAL BUDAYA PARIWISATA : MASYARAKAT MAJEMUK, KONFLIK DAN INTEGRASI SOSIAL DI YOGYAKARTA. *Jurnal Pariwisata BSI*. Vol 7 No 2.