

PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT LOKAL TERHADAP PENGEMBANGAN KAMPUNG WISATA

Kimberly Huang¹, Dewanta Facrureza²
Universitas Bunda Mulia^{1,2}
kimberlyhuang59@gmail.com¹

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh persepsi masyarakat lokal terhadap pengembangan Kampung Wisata. Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yang tinggal di kawasan Kampung Wisata Kampung Silat Rawa Belong sebagai sampel penelitian. Dan analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penelitian ini menemukan bahwa persepsi masyarakat lokal, baik secara kognitif, afektif, maupun konatif, berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan Kampung Wisata Kampung Silat Rawa Belong. Ketiga dimensi tersebut secara simultan menjelaskan 33,2% kontribusi terhadap pengembangan Kampung Wisata, sementara sisanya dipengaruhi faktor eksternal seperti infrastruktur dan kebijakan pemerintah. Simpulan penelitian ini bahwa seluruh dimensi persepsi masyarakat, kognitif, afektif, dan konatif, berpengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap pengembangan Kampung Wisata Kampung Silat Rawa Belong.

Kata Kunci: Kampung Wisata Pengembangan Kampung Wisata, Persepsi Masyarakat.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the influence of local community perceptions on the development of the Tourism Village. This research method used a quantitative approach, with questionnaires distributed to 100 respondents living in the Kampung Silat Rawa Belong Tourism Village area as the research sample. Data analysis was conducted using SPSS. The results showed that local community perceptions, both cognitive, affective, and conative, had a positive and significant influence on the development of the Kampung Silat Rawa Belong Tourism Village. These three dimensions simultaneously explained 33.2% of the contribution to the development of the Tourism Village, while the remainder was influenced by external factors such as infrastructure and government policies. This study concluded that all dimensions of community perception—cognitive, affective, and conative—had a positive and significant influence, both partially and simultaneously, on the development of the Kampung Silat Rawa Belong Tourism Village.

Keywords: Community Perception, Tourism Village, Tourism Village Development.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara kepulauan yang kaya akan keindahan alam, budaya, serta keberagaman bahasa dan adat istiadat. Potensi ini mendukung pengembangan sektor pariwisata yang besar, bahkan Indonesia dinilai sebagai salah satu negara paling ramah tamah berdasarkan survei *Expat Insider 2022* (Kemenparekraf, 2023). Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, pariwisata mencakup kegiatan perjalanan untuk rekreasi, pengembangan diri, maupun pelestarian budaya dan religi, yang juga menjadi sarana untuk memperkenalkan kekayaan budaya kepada wisatawan.

Salah satu bentuk wisata yang semakin diminati adalah Kampung Wisata, yang menawarkan pengalaman autentik melalui interaksi langsung dengan kehidupan masyarakat lokal dan budaya asli. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf, 2024), Kampung Wisata diklasifikasikan menjadi empat kategori: rintisan, berkembang, maju, dan mandiri. Di Indonesia, Kampung Wisata tersebar di berbagai daerah, termasuk di kawasan metropolitan seperti Jakarta, melalui Kampung Wisata Betawi yang salah satunya adalah Kampung Silat Rawa Belong di Jakarta Barat.

Kampung Silat Rawa Belong, yang diresmikan sebagai Kampung Wisata pada tahun 2023, merupakan kawasan yang fokus pada seni budaya Betawi dan silat. Meski termasuk Kampung Wisata rintisan karena kondisi sarana dan promosi yang masih terbatas, desa ini memiliki potensi besar dalam melestarikan budaya lokal sekaligus meningkatkan ekonomi masyarakat. Pengembangan desa ini sangat bergantung pada partisipasi masyarakat setempat serta promosi yang efektif

untuk meningkatkan jumlah kunjungan dan dukungan masyarakat.

Namun, hasil wawancara menunjukkan bahwa terdapat perbedaan persepsi antara masyarakat dan pemerintah mengenai perkembangan dan pengelolaan Kampung Wisata ini. Banyak masyarakat yang belum mengetahui secara lengkap tentang program pengembangan Kampung Wisata karena minimnya sosialisasi dan promosi, sehingga partisipasi mereka masih rendah. Ketersediaan fasilitas dan infrastruktur juga perlu ditingkatkan agar potensi Kampung Wisata dapat berkembang secara maksimal dan berkelanjutan.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat dan pemerintah terhadap pengembangan Kampung Wisata Kampung Silat Rawa Belong. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi masyarakat serta menyusun rekomendasi agar pengembangan Kampung Wisata dapat berjalan lebih efektif. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan insight yang berguna untuk meningkatkan pelestarian budaya dan keberlanjutan pengembangan Kampung Wisata di Indonesia.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengembangan Kampung Wisata di Indonesia menghadapi berbagai tantangan. Penelitian sistematis oleh Puspamukti (2022–2024) mengidentifikasi faktor pendorong dan tantangan Kampung Wisata, mulai dari keterbatasan infrastruktur hingga kurangnya inovasi promosi. Studi lain oleh Susanto dkk. (2023) di Kampung Wisata Cipta Karya menemukan bahwa partisipasi masyarakat cenderung tinggi pada aspek tenaga kerja, tetapi masih rendah dalam bentuk ide, materi, dan keterampilan.

Sementara itu, penelitian Handayani (2023) menyoroti hambatan kelembagaan, keterbatasan anggaran, serta rendahnya kualitas SDM sebagai kendala utama dalam pengelolaan Kampung Wisata, dan mengusulkan strategi berupa penguatan kelembagaan dan peningkatan kapasitas. Dibandingkan penelitian-penelitian tersebut, penelitian ini menghadirkan *novelty* dengan fokus pada konteks Kampung Wisata budaya Betawi di kawasan metropolitan Jakarta, yang memiliki karakteristik berbeda dengan Kampung Wisata pedesaan.

Selain itu, penelitian ini menelaah perbedaan persepsi antara masyarakat dan pemerintah, dimensi yang masih jarang dikaji dalam penelitian sebelumnya. Dengan menekankan faktor komunikasi, sosialisasi, serta promosi pada Kampung Wisata rintisan yang berlandaskan budaya silat dan identitas Betawi, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi baru dalam pemahaman strategi pengembangan Kampung Wisata berbasis budaya di kawasan perkotaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode ini dipilih untuk menggambarkan secara objektif hubungan antara persepsi masyarakat (variabel bebas) dan pengembangan Kampung Wisata Kampung Silat Rawa Belong (variabel terikat). Lokasi penelitian ditetapkan di Kampung Wisata Kampung Silat Rawa Belong, Jakarta Barat, karena potensinya sebagai Kampung Wisata budaya Betawi yang berkembang pesat. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat setempat, dengan jumlah sampel

sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria usia, domisili, dan lama tinggal.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik triangulasi, yakni kuesioner (angket) menggunakan skala Likert, observasi lapangan, wawancara dengan tokoh masyarakat, serta studi pustaka dari berbagai sumber sekunder seperti jurnal dan dokumen resmi. Instrumen kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan untuk memastikan keakuratan data. Data primer dikumpulkan langsung dari masyarakat, sementara data sekunder berasal dari dokumentasi tertulis dan sumber digital yang relevan.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS melalui beberapa tahapan uji statistik, seperti uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Untuk mengetahui pengaruh antar variabel, digunakan analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis melalui uji t secara parsial. Hasil dari pengolahan data ini digunakan untuk melihat sejauh mana persepsi masyarakat memengaruhi proses pengembangan Kampung Wisata, baik dari aspek kognitif, afektif, maupun konatif.

HASIL PENELITIAN

Berikut adalah hasil uji validitas data dari 100 responden masyarakat Kampung Wisata Kampung Silat Rawa Belong yang dikumpulkan melalui kuesioner. Uji validitas dilakukan menggunakan analisis korelasi bivariat melalui SPSS.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X (Persepsi Masyarakat)

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Dimensi Persepsi Kognitif				
1	X1.1	0,811	0,197	VALID
2	X1.2	0,748	0,197	VALID
3	X1.3	0,796	0,197	VALID
4	X1.4	0,756	0,197	VALID
5	X1.5	0,699	0,197	VALID
6	X1.6	0,794	0,197	VALID
Dimensi Persepsi Afektif				
7	X2.1	0,818	0,197	VALID
8	X2.2	0,835	0,197	VALID
9	X2.3	0,845	0,197	VALID
10	X2.4	0,773	0,197	VALID
11	X2.5	0,779	0,197	VALID
12	X2.6	0,720	0,197	VALID
Dimensi Persepsi Konatif				
13	X3.1	0,842	0,197	VALID
14	X3.2	0,886	0,197	VALID
15	X3.3	0,742	0,197	VALID
16	X3.4	0,812	0,197	VALID
17	X3.5	0,767	0,197	VALID
18	X3.6	0,831	0,197	VALID

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025

Berdasarkan penjabaran hasil uji validitas di atas, dapat dilihat bahwa keseluruhan butir pertanyaan pada variabel persepsi masyarakat (X) memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,197).

Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pertanyaan pada variabel persepsi masyarakat (X) telah valid dan dapat digunakan.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Pengembangan Kampung Wisata)

No	Pernyataan	r _{Hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	Y1.1	0,820	0,197	VALID
2	Y1.2	0,813	0,197	VALID
3	Y1.3	0,764	0,197	VALID
4	Y1.4	0,729	0,197	VALID
5	Y1.5	0,737	0,197	VALID
6	Y1.6	0,716	0,197	VALID
7	Y1.7	0,741	0,197	VALID
8	Y1.8	0,710	0,197	VALID
9	Y1.9	0,759	0,197	VALID
10	Y1.10	0,745	0,197	VALID
11	Y1.11	0,767	0,197	VALID
12	Y.12	0,801	0,197	VALID
13	Y.13	0,780	0,197	VALID
14	Y.14	0,814	0,197	VALID
15	Y.15	0,824	0,197	VALID
16	Y.16	0,812	0,197	VALID

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2025

Berdasarkan penjabaran hasil uji validitas di atas, dapat dilihat bahwa butir pertanyaan pada variabel pengembangan Kampung Wisata (Y) memiliki r hitung $>$ r tabel (0,197). Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pertanyaan pada variabel pengembangan Kampung Wisata (Y) telah valid dan dapat digunakan.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi dan keandalan data kuesioner dalam merepresentasikan informasi yang sebenarnya. Pengujian menggunakan nilai Cronbach's Alpha untuk masing-masing variabel, dengan batas reliabilitas \geq 0,60.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Persepsi Masyarakat)

	Cronbach's Alpha	N of Items
Dimensi Persepsi Kognitif	0,859	6
Dimensi Persepsi Afektif	0,883	6
Dimensi Persepsi Konatif	0,897	6

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025

Berdasarkan hasil pengolahan uji reliabilitas di atas, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha yang dimiliki oleh variabel X (Persepsi Masyarakat) dari masing-masing dimensi memiliki nilai lebih dari 0,60. Yang mana dimensi persepsi kognitif memiliki nilai $0,859 > 0,60$, dimensi persepsi afektif memiliki nilai $0,883 > 0,60$, dan dimensi persepsi konatif memiliki nilai $0,897 > 0,60$. Sehingga dari hasil ini dapat dikatakan reliabel karena masuk ke dalam interval $0,800 - 1,000$ yang dikategorikan sangat tinggi, dengan begitu semua item pertanyaan dari variabel X dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Pengembangan Kampung Wisata)

Cronbach's Alpha	N of Items
0,954	16

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2025

Berdasarkan hasil pengolahan uji reliabilitas di atas, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha yang dimiliki oleh variabel Y (Pengembangan Kampung Wisata) memiliki nilai $0,954 > 0,60$ yang dapat dikatakan reliabel karena masuk ke dalam interval $0,800 - 1,000$ yang dikategorikan sangat tinggi. Sehingga semua item pertanyaan dari variabel Y dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Hasil Uji Normalitas

Dilakukannya uji normalitas guna untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan memiliki sebaran data normal pada variabel X maupun variabel Y. Dalam pengujian normalitas data, peneliti menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dikarenakan uji ini dapat secara langsung menyimpulkan data yang tertera berdistribusi normal secara statistik atau tidak. Berikut ini merupakan hasil pengujian normalitas antara variabel X (Persepsi Masyarakat) dengan variabel Y (Pengembangan Kampung Wisata):

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	5,45977097
Most Extreme Differences	Absolute	,053
	Positive	,052
	Negative	-,053
Test Statistic		,053
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

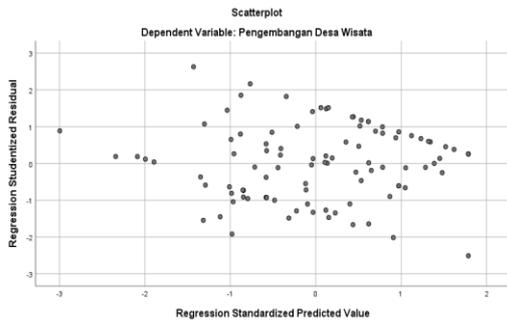
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas pengolahan data di atas, dapat dilihat nilai yang diperoleh pada Asymp. Sig (2 tailed) sebesar 0,200. Yang mana pada hal ini nilai signifikansi $> 0,05$ ($0,200 > 0,05$), maka dapat dikatakan data penelitian ini berdistribusi normal dan model regresi dapat digunakan untuk penelitian.

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber : Diolah oleh peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas di atas, terlihat bahwa titik-titik tersebar secara acak di atas dan di bawah garis nol serta tidak membentuk pola yang jelas. Penyebaran yang tidak teratur ini menunjukkan bahwa data tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, sehingga asumsi klasik dalam regresi sudah terpenuhi pada bagian ini.

Hasil Uji Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	20,220	5,450		3,710	,000		
	Persepsi Kognitif	,535	,237	,209	2,259	,026	,791	1,264
	Persepsi Afektif	,673	,223	,282	3,020	,003	,777	1,288
	Persepsi Konatif	,558	,201	,286	2,771	,007	,632	1,582

a. Dependent Variable: Pengembangan Desa Wisata

(Sumber : Diolah Oleh Peneliti)

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	20,220	5,450		3,710	,000		
	Persepsi Kognitif	,535	,237	,209	2,259	,026	,791	1,264
	Persepsi Afektif	,673	,223	,282	3,020	,003	,777	1,288
	Persepsi Konatif	,558	,201	,286	2,771	,007	,632	1,582

a. Dependent Variable: Pengembangan Desa Wisata

(Sumber : Diolah oleh peneliti)

Berdasarkan hasil perhitungan pada gambar di atas, dapat diketahui bahwa nilai VIF yang dihasilkan adalah < 10 dimana dimensi persepsi kognitif memiliki nilai $1,264 < 10$, dimensi persepsi afektif memiliki nilai $1,288 < 10$, dan dimensi persepsi konatif memiliki nilai $1,582 < 10$. Dan dapat diketahui juga bahwa seluruh nilai tolerance yang dihasilkan $> 0,100$ dimana dimensi persepsi kognitif memiliki nilai $0,791 > 0,100$, dimensi persepsi afektif memiliki nilai $0,777 > 0,100$, dan dimensi persepsi konatif memiliki nilai $0,632 > 0,100$. Sehingga dengan begini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas pada penelitian ini.

Berdasarkan tabel pengelolaan data di atas didapatkan nilai konstanta sebesar 20,22, dimensi persepsi kognitif sebesar 0,535, dimensi persepsi afektif sebesar 0,673, dan dimensi persepsi konatif sebesar 0,558. Maka didapatkan persamaan Uji Regresi Linear Berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$= 20,22 + 0,535X_1 + 0,673X_2 + 0,558X_3 + e$$

Berdasarkan hasil di atas maka dapat disimpulkan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

Nilai a sebesar 20,22 merupakan konstanta atau keadaan disaat variabel pengembangan Kampung Wisata belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yang dalam hal ini berbentuk dimensi-dimensi dari variabel persepsi masyarakat yaitu dimensi persepsi kognitif (X1), dimensi persepsi afektif (X2), dan dimensi persepsi konatif (X3). Jika dimensi-dimensi ini tidak ada maka variabel pengembangan Kampung Wisata tidak mengalami perubahan.

Koefisien regresi pada dimensi persepsi kognitif (X1) sebesar 0,535

bernilai positif terhadap pengembangan Kampung Wisata (Y), yang artinya dapat dikatakan setiap kenaikan 1 satuan dimensi persepsi kognitif maka akan mempengaruhi pengembangan Kampung Wisata sebesar 0,535 dengan asumsi jika dimensi lainnya tetap konstan.

Koefisien regresi pada dimensi persepsi afektif (X2) sebesar 0,673 bernilai positif terhadap pengembangan Kampung Wisata (Y), yang artinya setiap kenaikan 1 satuan dimensi persepsi afektif maka akan mempengaruhi pengembangan Kampung Wisata sebesar 0,673 dengan asumsi jika dimensi lainnya tetap konstan.

Koefisien regresi pada dimensi persepsi konatif (X3) sebesar 0,558 bernilai positif terhadap pengembangan Kampung Wisata (Y), yang artinya setiap kenaikan 1 satuan dimensi persepsi konatif maka akan mempengaruhi pengembangan Kampung Wisata sebesar 0,558 dengan asumsi jika dimensi lainnya tetap konstan.

Hasil Uji t (Parsial)

Tabel 7. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	20,220	5,450		3,710	,000		
	Persepsi Kognitif	,535	,237	,209	2,259	,026	,791	1,264
	Persepsi Afektif	,673	,223	,282	3,020	,003	,777	1,288
	Persepsi Konatif	,558	,201	,286	2,771	,007	,632	1,582

a. Dependent Variable: Pengembangan Desa Wisata

(Sumber : Diolah oleh peneliti)

Dari pengolahan data di atas dimana peneliti melakukan uji pengaruh pada masing-masing dimensi dari variabel X (Persepsi Masyarakat) terhadap variabel Y (Pengembangan

Kampung Wisata), dapat disimpulkan bahwa:

Pada dimensi persepsi kognitif (X1) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,026 < 0,05 , sehingga dapat

disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima. Yang artinya dimensi persepsi kognitif (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel pengembangan Kampung Wisata (Y) secara parsial.

Pada dimensi persepsi afektif (X2) diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima. Yang artinya dimensi persepsi afektif (X2) berpengaruh signifikan terhadap

variabel pengembangan Kampung Wisata (Y) secara parsial.

Pada dimensi persepsi konatif (X3) diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima. Yang artinya dimensi persepsi konatif (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel pengembangan Kampung Wisata (Y) secara parsial.

Hasil Uji F (Simultan)

Tabel 8. Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1603,089	3	534,363	17,383	,000 ^b
	Residual	2951,101	96	30,741		
	Total	4554,190	99			

a. Dependent Variable: Pengembangan Desa Wisata

b. Predictors: (Constant), Persepsi Konatif, Persepsi Kognitif, Persepsi Afektif

(Sumber : Diolah oleh peneliti)

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, dimana peneliti melakukan uji pengaruh pada semua dimensi dari variabel X (Persepsi Masyarakat) terhadap variabel Y (Pengembangan Kampung Wisata) secara bersama-sama, maka diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dimana H0 ditolak dan Ha diterima. Yang artinya seluruh dimensi pada variabel X (Persepsi Masyarakat) secara bersama-sama **berpengaruh** signifikan terhadap variabel Y (Pengembangan Kampung Wisata).

Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi

Gambar 9. Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,593 ^a	,352	,332	5,544

a. Predictors: (Constant), Persepsi Konatif, Persepsi Kognitif, Persepsi Afektif

b. Dependent Variable: Pengembangan Desa Wisata

(Sumber : Diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel hasil pengolahan data di atas, diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,332 atau 33,2% yang diambil dari nilai Adjusted R Square karena peneliti melakukan penelitian terhadap dimensi-dimensi pada 1 variabel independen. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen yaitu pengembangan Kampung Wisata dapat dijelaskan atau dipengaruhi sebesar 33,2% oleh dimensi-dimensi pada variabel independen yaitu persepsi kognitif, persepsi afektif, dan persepsi konatif secara bersama-sama. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 66,8%, pengembangan Kampung Wisata dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

PEMBAHASAN Grand Analisis

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan masyarakat dari kawasan Rawa Belong itu sendiri.

Responden yang melakukan pengisian kuesioner diberikan pertanyaan mengenai variabel persepsi masyarakat (X) melalui dimensi-dimensinya yang diantaranya yaitu dimensi persepsi kognitif, persepsi afektif, dan persepsi konatif.

Berdasarkan penyebaran kuesioner, dapat disimpulkan bahwa masyarakat yang telah mengisi kuesioner penelitian ini diminoritaskan oleh masyarakat berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia 21-25 tahun dan memiliki latar belakang pekerjaan sebagai wiraswasta.

Pengaruh Dimensi Persepsi Kognitif Masyarakat Lokal terhadap Pengembangan Kampung Wisata Kampung Silat Rawa Belong.

Berdasarkan hasil uji t (parsial) didapatkan hasil nilai signifikansi $0,026 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi $0,535$. Dari ketentuan tersebut dapat dinyatakan bahwa dimensi persepsi kognitif secara positif dan signifikan mempengaruhi pengembangan Kampung Wisata di Kampung Silat Rawa Belong. Sehingga dapat ditarik kesimpulan dimana semakin baik persepsi kognitif pada masyarakat lokal, akan semakin baik juga Kampung Wisata Kampung Silat Rawa Belong untuk berkembang.

Dari yang ditemukan di lapangan oleh peneliti dan hasil jawaban responden pada kuesioner, persepsi kognitif berpengaruh terhadap pengembangan Kampung Wisata karena responden menganggap sudah cukup baik dalam memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai pengembangan Kampung Wisata Kampung Silat Rawa Belong. Hal ini dipicu dengan Kampung Wisata Kampung Silat Rawa Belong yang suka mengadakan kegiatan seperti Festival Bandeng dan Festival Bunga, dimana hampir semua masyarakat ikut berpartisipasi dan merasakan

dampaknya khususnya untuk usaha dikarenakan mendatangkan wisatawan sehingga dapat menaikkan perekonomian masyarakat. Walaupun begitu menurut peneliti hal ini belum tersebar dengan baik dikarenakan dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap 4 orang masyarakat Rawa Belong, di mana 2 orang belum mengetahui bahwa Kampung Silat Rawa Belong termasuk Kampung Wisata dan 1 orang hanya mengetahui mengenai pasar bunga Rawa Belong saja.

Menurut Zmigrod (2021) Persepsi kognitif memang merupakan aspek yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, dan keyakinan seseorang, yang memengaruhi cara individu memandang atau menilai suatu objek sikap. Penelitian menunjukkan bahwa proses kognitif, seperti cara individu memproses dan menilai informasi, sangat berperan dalam pembentukan sikap dan preferensi ideologis; misalnya, perbedaan dalam strategi pengambilan keputusan kognitif dapat mencerminkan perbedaan dalam sikap politik, nasionalisme, dan religiusitas. Penelitian tersebut selaras dengan hasil penelitian Pertiwi et al. (2020) yang menyebutkan persepsi masyarakat memiliki pengaruh terhadap pengembangan Kampung Wisata untuk berkembang. Dengan begitu berarti persepsi kognitif merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan Kampung Wisata.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan pemaparan teori ahli, maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi persepsi kognitif maka semakin tinggi juga pengembangan Kampung Wisata, begitu pun sebaliknya.

Pengaruh Dimensi Persepsi Afektif Masyarakat Lokal terhadap Pengembangan Kampung Wisata Kampung Silat Rawa Belong.

Berdasarkan hasil uji t (parsial) didapatkan hasil nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi $0,673$. Dari ketentuan tersebut dapat dinyatakan bahwa dimensi persepsi afektif secara positif dan signifikan mempengaruhi pengembangan Kampung Wisata di Kampung Silat Rawa Belong. Sehingga dapat ditarik kesimpulan dimana semakin baik persepsi afektif pada masyarakat lokal, akan semakin baik juga Kampung Wisata Kampung Silat Rawa Belong untuk berkembang.

Dari hasil temuan lapangan dan hasil jawaban responden pada kuesioner, dimensi persepsi afektif memiliki berpengaruh terhadap pengembangan Kampung Wisata karena responden menganggap telah memiliki rasa kepercayaan dan sikap yang baik terhadap pengembangan Kampung Wisata. Hal ini dipicu dengan adanya dukungan dari masyarakat akan program-program Kampung Wisata salah satu contohnya adalah dengan penyelenggaraan Festival Bandeng dimana memberikan manfaat ekonomi karena mengalami kenaikan penjualan dalam bazar di event tersebut dan manfaat budaya dimana adanya hiburan atau penampilan khas budaya Betawi yang dapat dinikmati oleh pengunjung yang datang sehingga dapat memperkenalkan juga budaya Betawi dari Kampung Silat Rawa Belong.

Menurut Brosch (2021) dan ingendahl (2024) dan Persepsi afektif bukanlah aspek yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, dan keyakinan seseorang, melainkan lebih berhubungan dengan emosi, perasaan, dan reaksi emosional terhadap suatu objek sikap. Penelitian menunjukkan bahwa persepsi afektif, seperti perasaan positif atau

negatif, sangat memengaruhi pembentukan sikap dan perilaku, bahkan sering kali lebih kuat daripada aspek kognitif seperti pengetahuan atau keyakinan rasional.

Hal ini selaras dengan hasil penelitian Lahagu et al. (2023) yang menyebutkan dukungan masyarakat berpengaruh terhadap pengembangan Kampung Wisata. Yang artinya persepsi afektif merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan Kampung Wisata.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan pemaparan teori ahli, maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi persepsi afektif maka semakin tinggi juga pengembangan Kampung Wisata, begitu pun sebaliknya.

Pengaruh Dimensi Persepsi Konatif Masyarakat Lokal terhadap pengembangan Kampung Wisata Kampung Silat Rawa Belong.

Berdasarkan hasil uji t (parsial) didapatkan hasil nilai signifikansi $0,007 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi $0,558$. Dari ketentuan tersebut dapat dinyatakan bahwa dimensi persepsi konatif secara positif dan signifikan mempengaruhi pengembangan Kampung Wisata di Kampung Silat Rawa Belong. Sehingga dapat ditarik kesimpulan dimana semakin baik persepsi konatif pada masyarakat lokal, akan semakin baik juga Kampung Wisata Kampung Silat Rawa Belong untuk berkembang.

Dari yang ditemukan di lapangan oleh peneliti dan hasil jawaban responden pada kuesioner, persepsi konatif berpengaruh terhadap pengembangan Kampung Wisata karena responden menganggap sudah cukup baik dalam berpartisipasi atau bertindak terhadap pengembangan Kampung Wisata Kampung Silat Rawa Belong. Hal ini dipicu dengan masyarakat yang telah berpartisipasi dalam suatu

kegiatan, contohnya Festival Bandeng. Dimana untuk melaksanakannya dibutuhkan partisipasi atau peran aktif dari banyak masyarakat. Selain itu dalam kesehariannya, adapun pelaku usaha di sekitar kawasan Kampung Wisata Kampung Silat Rawa Belong dan juga terdapat masyarakat yang terjun langsung ke dalam kegiatan pelestarian budaya lokal seperti pencak silat. Namun hal ini menurut peneliti belum merata dikarenakan berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, masih terdapat masyarakat yang merasa belum dilibatkan ke dalam pengembangan Kampung Wisata Kampung Silat Rawa Belong.

Menurut Qin, (2021) dan Oyman, (2022), Persepsi konatif memang merupakan bagian dari persepsi yang berkaitan dengan kecenderungan atau niat seseorang untuk bertindak terhadap suatu objek sikap. Penelitian menunjukkan bahwa dalam kerangka kognisi-afeksi-konasi, evaluasi kognitif dan reaksi afektif seseorang akan membentuk respons konatif, yaitu niat atau kecenderungan untuk melakukan tindakan tertentu, seperti niat membeli atau menggunakan suatu produk. Asmira (2020) menyebutkan adanya keterbukaan dari masyarakat terhadap wisatawan. Sehingga dengan begitu sikap yang ditunjukkan masyarakat adalah sikap yang baik untuk pengembangan Kampung Wisata. Dengan begitu artinya persepsi konatif merupakan faktor penting dalam mengembangkan Kampung Wisata.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan pemaparan teori ahli, maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi persepsi konatif maka semakin tinggi juga pengembangan Kampung Wisata, begitu pun sebaliknya.

Pengaruh Variabel Persepsi Masyarakat Lokal terhadap Pengembangan Kampung Wisata Kampung Silat Rawa Belong.

Berdasarkan hasil uji F (simultan) didapatkan hasil nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa dimensi persepsi kognitif, persepsi afektif, dan persepsi konatif pada variabel persepsi masyarakat mempengaruhi secara positif dan signifikan secara bersamaan terhadap pengembangan Kampung Wisata Kampung Silat Rawa Belong. Persentase pengaruh dimensi persepsi kognitif, persepsi afektif, dan persepsi konatif terhadap pengembangan Kampung Wisata dapat diketahui melalui nilai Adjusted R Square. Dalam penelitian ini, nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0,332 atau 33,2%. Ini berarti bahwa ketiga dimensi pada variabel X memberikan kontribusi sebesar 33,2% terhadap variabel Y yaitu pengembangan Kampung Wisata Kampung Silat Rawa Belong. Sementara itu, sisanya sebesar 66,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat, baik secara kognitif, afektif, maupun konatif, berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan Kampung Wisata Kampung Silat Rawa Belong. Dimensi kognitif mencerminkan pemahaman masyarakat yang mendorong dukungan terhadap Kampung Wisata, meskipun masih diperlukan peningkatan sosialisasi.

Dimensi afektif ditunjukkan melalui kepercayaan dan sikap positif terhadap kegiatan budaya seperti Festival Bandeng dan Festival Bunga. Sementara itu, dimensi konatif terlihat dari partisipasi aktif masyarakat, walau

belum merata di semua kalangan. Secara simultan, ketiga dimensi persepsi tersebut berkontribusi terhadap pengembangan Kampung Wisata dengan signifikansi kuat ($p < 0,05$), namun hanya menjelaskan 33,2% dari keseluruhan pengaruh, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kebijakan, infrastruktur, dan promosi pariwisata.

Temuan ini menegaskan pentingnya pemberdayaan persepsi masyarakat secara menyeluruh guna memperkuat peran lokal dalam pengembangan Kampung Wisata berbasis budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmira, R. (2020). Persepsi Masyarakat Lokal Terhadap Masyarakat Pendatang di Desa Kampung AIE Kecamatan Simeulue Tengah Kabupaten Simeulue. Skripsi thesis, UIN AR-RANIRY. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/16181/>
- Brosch, T., & Weber, E. (2021). Affect and emotions as drivers of climate change perception and action: a review. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 42, 15-21. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2021.02.001>.
- Facrureza, D. (2020). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung Ke Curug Cinulang, Kabupaten Sumedang. *Jurnal Sains Terapan*, 5(2), 50–60. <https://jstp.polteksahid.ac.id/index.php/jstp/article/view/653>
- Handayani, R. (2023). Tantangan dan strategi pengelolaan Kampung Wisata: Perspektif peserta pelatihan pariwisata. *Jurnal Mandalika: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 2(1), 35–47. <https://ejournal.ppl.ac.id/index.php/mandalika/article/view/87>
- Handayani, S., & Hanila, S. (2021). Kajian Potensi dan Kendala Pengembangan Objek Wisata Taman Desa di Desa Giri Mulya Kabupaten Bengkulu Utara. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen & Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*. 4(2), 408–417. <https://jurnal.umb.ac.id/index.php/jamekis/article/view/1632/2116>
- Ingendahl, M., Vogel, T., Woitzel, J., Bücken, N., Boers, J., & Alves, H. (2024). The interplay of multiple unconditioned stimuli in evaluative conditioning: A weighted averaging framework for attitude formation via stimulus co-occurrences. *Journal of personality and social psychology*. <https://doi.org/10.1037/pspa0000401>.
- Japri, J. F., & Facrureza, D. (2024). Analysis of Tourist Attraction on Tourist Visiting Interest in Perlang Tourism Village Central Bangka *International Journal of Accounting, Management, Economics and Social Sciences (IJAMESC)*, 2(4), 1277–1285. <https://doi.org/10.61990/ijamesc.v2i4.275>
- Krisnawati, I. (2021). Program Pengembangan Kampung Wisata Sebagai Wujud Kebijakan Pemerintah Dalam Rangka Pemulihan Ekonomi Pasca Covid dan Implementasinya. *Transparansi: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 4(2), 211–221. <https://doi.org/10.31334/transparansi.v4i2.1974>
- Lahagu, A., Fauziyah, E., Happy, A., & Ariyani, M. (2023). Persepsi Masyarakat Terhadap Rencana Pengembangan Wisata Di Desa Tlontoraja Kecamatan Pasean Kabupaten Pamekasan. *Journal Trunojoyo*, 4(2), 255–277.

- <https://journal.trunojoyo.ac.id/agricience>
- Masitah, I. (2019). Pengembangan Kampung Wisata Oleh Pemerintah Desa Babakan Kecamatan Pangandaran Kabupaten Pangandaran. *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 6(3), 45. <https://dx.doi.org/10.25157/dinamika.v6i3.2806>
- Muhammad, F. (2022) Analisis Persepsi Masyarakat Etnis Tionghoa Terhadap Minat Mengambil Pembiayaan di Bank Syariah (Studi Kasus di BSI KCP Peunayong Kota Banda Aceh). Masters thesis, UIN Ar-Raniry. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/26734/>
- Muttaqin, M. Z. H., Azizi, A., Rasyidi, M., Saputra, M. Y., & Almahera, A. (2023). Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Ekowisata Di Kecamatan Batukliang Utara. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(1), 365–378. <https://doi.org/10.55681/jige.v4i1.607>
- Nugra, Y., & Fahmi, A. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Kampung Wisata Edukasi Pertanian Perkotaan Kelurahan Sukamulya Kecamatan Sematang Borang Kota Palembang. *Societa: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmuy Agribisnis*. 10(1). <https://doi.org/10.32502/jsct.v10i1.4276>
- Oyman, M., Bal, D., & Ozer, S. (2022). Extending the technology acceptance model to explain how perceived augmented reality affects consumers' perceptions. *Comput. Hum. Behav.*, 128, 107127. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107127>.
- Pertiwi, R. G., Johannes, & Yacob, S. (2020). Persepsi Masyarakat Kampung Wisata Lempur Terhadap Atribut Pengembangan Dan Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(2), 78–88. <https://online-journal.unja.ac.id/jmbp>
- Puspamukti, A. (2022–2024). Dinamika pengembangan Kampung Wisata di Indonesia: Analisis sistematis tentang pendorong, tantangan, dan dampak. *Jurnal Pembangunan Nagari*, 9(2), 120–135. <https://ejournal.sumbarprov.go.id/index.php/jpn/article/view/529>
- Qin, H., Osatuyi, B., & Xu, L. (2021). How mobile augmented reality applications affect continuous use and purchase intentions: A cognition-affect-conation perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102680. <https://doi.org/10.1016/J.JRETCO.NSER.2021.102680>.
- Rahmah, A. F., & Emilisa, N. (2022). Pengaruh Work Load Pay dan Social Support terhadap Turnover Intention yang dimediasi oleh Job Satisfaction pada karyawan Perhotelan Bintang 4 di Jakarta Selatan. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 176–182. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v9i2.17482>
- Solihin, M. M., Lubis, A. R., Putra, C. P. (2022). Persepsi Masyarakat Terhadap Kampung Wisata Tegalwaru di Ciampea Bogor. *Jurnal Penyuluhan Pertanian*, 16(1), 1–10. <https://doi.org/10.51852/jpp.v16i1.491>
- Susanto, Y., Hartati, D., & Lestari, M. (2023). Partisipasi masyarakat dalam pengembangan Kampung Wisata Cipta Karya, Kabupaten Bengkayang. *Jurnal Lahan Tropika*, 15(3), 221–230. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jlht/article/view/82824>

Zmigrod, L., Eisenberg, I., Bissett, P., Robbins, T., & Poldrack, R. (2021). The Cognitive and Perceptual Correlates of Ideological Attitudes: a Data-Driven Approach. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 376. <https://doi.org/10.1098/rstb.2020.0424>.