

Smart Tourist: Karakteristik pada Objek Destinasi Wisata Gunung Karang Kabupaten Pandeglang

R. Aninditya Putri Permatasari¹, Gina Puspitasari Rochman^{2*}

Prodi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

anindityaputri9522@gmail.com¹, gina.puspitasari@unisba.ac.id^{2*}

Abstract. Pandeglang Regency is known as an area that has rich tourism destinations, including natural tourism, religious tourism, and water parks. The tourism potential in this area mostly depends on the beauty of natural resources, so it is important for tourists and local communities to maintain its natural conservation. At Gunung Karang Tourism, tourists can enjoy various tourist attractions, including Kampung Domba in Juhut Village and Landmark Saung Biru in Kaduengang Village. Along with the increasing number of tourist visits, the purpose of this study is to determine the characteristics possessed and shown by tourists who come to visit Gunung Karang Tourism in order to support sustainable tourism in Pandeglang Regency. This study uses a mix method approach, with data collection through questionnaires, interviews, and observations. The analysis method used is descriptive statistics based on the results of the questionnaire scoring. The results of the analysis show that tourists on average have a score of 2 and a score of 3, meaning that the characteristics they have already show that they are smart tourists.

Keywords: *Characteristics, Smart Tourist, Sustainable Tourism.*

Abstrak. Kabupaten Pandeglang dikenal sebagai daerah yang memiliki destinasi pariwisata yang kaya potensi, mencakup wisata alam, religi, dan taman bermain air. Potensi pariwisata di wilayah ini mayoritas bergantung pada keindahan sumber daya alam, sehingga penting bagi wisatawan dan masyarakat setempat untuk menjaga konservasi alamnya. Di Wisata Gunung Karang, para wisatawan dapat menikmati berbagai objek wisata, termasuk Kampung Domba di Desa Juhut dan *Landmark Saung Biru* di Desa Kaduengang. Seiring dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, penting diteliti mengenai karakteristik wisatawan dalam pengembangan pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik wisatawan pada Objek Destinasi Wisata Gunung Karang dalam rangka untuk mendukung pariwisata berkelanjutan di Kabupaten Pandeglang. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan *mix method*, dengan pengumpulan data melalui kuesioner, wawancara, dan observasi. Metode analisis yang digunakan ialah statistik deskriptif berdasarkan hasil skoring kuesioner. Hasil analisis menunjukkan bahwa wisatawan rata – rata memiliki skor 2 dan skor 3, artinya karakteristik yang dimiliki sudah menunjukkan sebagai seorang *smart tourist*.

Kata Kunci: *Karakteristik, Smart Tourist, Pariwisata Berkelanjutan.*

A. Pendahuluan

Kegiatan pariwisata merupakan kegiatan yang melibatkan seseorang untuk melakukan perjalanan ke daerah lain yang masih berada di dalam negeri maupun ke luar negeri, yang bertujuan untuk melakukan rekreasi, melakukan bisnis, atau pekerjaan. Perjalanan wisata dapat dilakukan baik individu maupun kelompok agar waktu senggang yang dimiliki dapat bermanfaat (UNWTO). Pariwisata, sebagai kegiatan yang melibatkan interaksi langsung dengan masyarakat, berdampak signifikan pada masyarakat setempat dan destinasi wisata. Dampak ini mencakup aspek sosial ekonomi, sosial budaya, serta lingkungan, yang masing-masing mempengaruhi kesejahteraan, budaya, dan kondisi alam di daerah tersebut. Dengan adanya kegiatan pariwisata dapat memberikan dampak negatif terhadap lingkungan sekitar destinasi wisata, seperti misalnya lingkungan yang tercemar akibat adanya aktifitas wisatawan, situs sejarah, budaya, dan keagamaan yang digunakan secara berlebihan sehingga mengurangi kemurniannya, dan lain sebagainya [4].

Dikutip dari laman Universitas Padjajaran, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI Sandiaga Uno yang menjadi narasumber dalam sebuah acara webinar mengatakan bahwa *“Pada saat ini, kegiatan pariwisata difokuskan untuk mencapai pariwisata berkelanjutan, dengan menekankan pada aspek keberlanjutan destinasi pariwisata, perhatian terhadap kesejahteraan masyarakat setempat, dan dampak yang mungkin ditimbulkan pada lingkungan sekitar di destinasi pariwisata”*. Aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan selama berwisata berkaitan dengan keberlanjutan dari pariwisata tersebut, segala dampak yang dihasilkan oleh wisatawan mulai dari lingkungan serta sosial budaya. Dalam segi lingkungan, aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan dapat mempengaruhi ekosistem dan sumber daya yang ada. Dalam sosial budaya, wisatawan dapat mempengaruhi identitas dan budaya lokal, sehingga wisatawan harus menghormati segala budaya dan tradisi yang ada.

Setiap wilayah memiliki sumber daya alam yang khas dan karakteristik yang berbeda dari daerah lainnya. *Keunikan ini yang menjadi daya tarik tersendiri bagi suatu wilayah* [7]. Studi mengenai *smart society* menjelaskan bahwa masyarakat pedesaan yang mampu menggali potensi wilayahnya dan mampu mengoptimalkan sumber daya yang ada dengan keterbatasan infrastruktur yang ada berperan dalam pengembangan desa wisata (Rochman, dkk, 2020). Berkaitan dengan pengembangan pariwisata di perdesaan, wisatawan juga memiliki peran atau dapat berkontribusi. Kabupaten Pandeglang dikenal sebagai daerah yang memiliki destinasi pariwisata yang kaya potensi, mencakup wisata alam, religi, dan taman bermain air. Wisata alam yang dimiliki oleh Kabupaten Pandeglang ini meliputi wilayah pesisir pantai, kawasan perkotaan, pedesaan, serta pegunungan. Potensi pariwisata di wilayah ini mayoritas bergantung pada keindahan sumber daya alam, sehingga penting bagi wisatawan dan masyarakat setempat untuk menjaga konservasi alamnya [1]. Hal serupa terjadi pada lokasi studi penelitian ini, yaitu Wisata Gunung Karang.

Di Wisata Gunung Karang, wisatawan dapat menikmati berbagai objek wisata, termasuk Kampung Domba di Desa Juhut yang menawarkan atraksi berupa adanya peternakan domba dengan jumlah domba sebanyak kurang lebih 200 ekor yang dikembangkan, serta suasana Gunung Karang yang asri sehingga para wisatawan dapat merasakan situasi yang tenang dan asri. Dan *Landmark* Saung Biru di Desa Kaduengang yang menawarkan atraksi berupa pemandangan indah di atas ketinggian Gunung Karang. Sebagian wilayah di Banten akan terlihat dari ketinggian Gunung Karang, yang merupakan puncak tertinggi di Banten [3]. Seiring dengan banyaknya wisatawan yang datang berkunjung ke Wisata Gunung Karang, maka terdapat pula permasalahan yang menghampiri kondisi lingkungan sekitar, seperti halnya banyak wisatawan maupun masyarakat setempat yang membuang sampah dengan sembarangan di sepanjang jalan pada kawasan hutan lindung, selain itu sepanjang jalan tersebut merupakan akses menuju obyek wisata yang ada di Wisata Gunung Karang [5]. Data mengenai kunjungan wisatawan Kabupaten Pandeglang dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Kabupaten Pandeglang Tahun 2019 – 2023

No	Tahun	Jumlah (jiwa)
1	2019	1.344.299
2	2020	1.058.297
3	2021	1.219.550
4	2022	2.135.551
5	2023	3.485.319

Sumber : SIMPARDA Provinsi Banten

Seiring dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik yang dimiliki dan ditunjukkan oleh wisatawan yang datang berkunjung ke Wisata Gunung Karang, dalam rangka untuk mendukung pariwisata berkelanjutan di Kabupaten Pandeglang, karena wisatawan ialah salah satu pelaku pariwisata yang berperan penting dalam keberlanjutan wisata.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan *mix method*. Metode pendekatan mix method adalah metode penelitian yang menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif secara bersamaan dalam satu penelitian, dengan tujuan untuk memperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliabel, dan obyektif [8]. Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan data pada penelitian yang akan dilakukan antara lain sebagai berikut :

1. Kuesioner

Kuisisioner adalah metode pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk mendapatkan tanggapan dan data penelitian. Dalam penelitian ini, kuisisioner disebarkan menggunakan metode *Accidental Sampling* dengan minimal 100 responden, sesuai dengan perhitungan rumus Slovin..

2. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang melibatkan peneliti dan narasumber dalam pertemuan langsung. Pada penelitian ini, wawancara dilakukan dengan informan dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dan Bappeda Kabupaten Pandeglang, Tokoh masyarakat, dan pengelola Wisata Gunung Karang.

3. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung di lapangan. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan mengamati perilaku wisatawan di Wisata Gunung Karang untuk memperoleh data yang diperlukan.

Metode analisis yang digunakan ialah statistik deskriptif, dalam pengolahan dan analisis data, adapun data yang digunakan ialah data hasil kuisisioner wisatawan yang berkunjung ke Wisata Gunung Karang.

Hasil kuisisioner akan dilakukan skoring bobot untuk dilakukan analisis, adapun skoring bobot kuisisioner dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut ini.

Tabel 1.2 Skoring Kuesioner

Variabel	Indikator	Keterangan Skor	Skor		
			1	2	3
Pengetahuan Wisatawan (X1)	Educational	• Wisatawan tidak mengetahui banyaknya destinasi WGK	√		
		• Wisatawan tidak mencari tahu mengenai atraksi dan aktivitas di WGK			
		• Wisatawan hanya mengetahui sebagian destinasi		√	
	Tourist Experience	• Wisatawan mencari tahu sekilas mengenai atraksi dan aktivitas di WGK			√
		• Wisatawan mengetahui seluruh destinasi			√
		• Wisatawan mencari tahu secara mendalam mengenai atraksi dan aktivitas di WGK			√
Sikap Wisatawan (X2)	Subjective Norms	• Wisatawan tidak mencari tahu sama sekali	√		
		• Pengetahuan yang dimiliki tidak memengaruhi dalam beraktivitas			
		• Wisatawan mencari tahu dengan bertanya langsung pada wisatawan lain		√	
		• Pengetahuan yang dimiliki cukup memengaruhi dalam beraktivitas			
		• Wisatawan mencari tahu melalui pengalaman wisatawan lain di media sosial			√
		• Pengetahuan yang dimiliki memengaruhi dalam beraktivitas			√
	Kearifan Lokal	• Wisatawan bersikap tidak menghargai aturan dan abai kebersihan lingkungan	√		
		• Wisatawan tidak yakin untuk menunjukkan sikap bertanggung jawab ketika beraktivitas di WGK			
		• Wisatawan hanya menikmati hiburan yang ada, abai dengan lingkungan sekitar		√	
		• Wisatawan tidak merasa yakin untuk menunjukkan sikap bertanggung jawab ketika beraktivitas di WGK			
		• Wisatawan bersikap tanggung jawab, patuh aturan dan hormat pada lingkungan			√
		• Wisatawan merasa yakin untuk menunjukkan sikap bertanggung jawab ketika beraktivitas di WGK			√
Personal Value	• Wisatawan tidak berpartisipasi pada kegiatan lokal	√			
	• Wisatawan hanya mengikuti kegiatan lokal yang berhubungan dengan hobi		√		
	• Wisatawan berpartisipasi pada setiap kegiatan lokal			√	
Amenities	• Wisatawan tidak yakin untuk menunjukkan sikap bertanggung jawab ketika beraktivitas di WGK dan tidak memiliki prinsip hidup (<i>personal value</i>)	√			
	• Wisatawan memiliki prinsip hidup (<i>personal value</i>), namun tidak mengimplementasikan		√		
	• Wisatawan memiliki prinsip hidup (<i>personal value</i>), dan diimplementasikan ketika berwisata			√	
Amenities	• Wisatawan tidak menggunakan fasilitas di WGK dengan baik	√			
	• Wisatawan melakukan kecerobohan saat menggunakan fasilitas di WGK		√		

Variabel	Indikator	Keterangan Skor	Skor		
			1	2	3
Perilaku Wisatawan (X3)	Beauty	• Wisatawan menggunakan fasilitas dengan baik di WGK agar minim terjadi kerusakan			√
		• Keindahan alam diabaikan wisatawan dan tidak berpengaruh pada perilaku	√		
		• Keindahan alam cukup memberikan pengaruh pada perilaku wisatawan		√	
	Perceived Behavioral Control	• Keindahan alam memberikan pengaruh penuh pada perilaku wisatawan			√
		• Wisatawan menunjukkan perilaku tidak peduli lingkungan dan mengabaikan aturan saat berwisata	√		
		• Wisatawan menunjukkan perilaku sebagai <i>smart tourist</i>			
Perceived Behavioral Control	• Wisatawan menunjukkan perilaku tidak peduli lingkungan dan hanya mencari hiburan saja		√		
	• Wisatawan tidak yakin menunjukkan perilaku sebagai <i>smart tourist</i> karena wisatawan hanya mencari hiburan saja				
	• Wisatawan menunjukkan perilaku bertanggung jawab dan patuh aturan.			√	
Perceived Behavioral Control	• Wisatawan yakin menunjukkan perilaku sebagai <i>smart tourist</i>			√	

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Karakteristik yang dimiliki oleh setiap wisatawan yang berkunjung ke Wisata Gunung Karang berbeda pada setiap individunya. Karakteristik dari wisatawan yang datang berkunjung ke Wisata Gunung Karang dapat terlihat dari jawaban kuisisioner yang telah disebar dan diisi oleh wisatawan, dalam kuisisioner tersebut untuk mengetahui karakteristik dari wisatawan dilihat berdasarkan pengetahuan wisatawan, sikap wisatawan, dan perilaku wisatawan yang kemudian dilakukan skoring apakah wisatawan tersebut memiliki skor 1, skor 2, maupun skor 3 pada setiap variabel. Adapun kriteria mengenai skor 1, skor 2 maupun skor 3 terdapat pada bagian metodologi. Untuk mengetahui karakteristik wisatawan berdasarkan kriteria *smart tourist*, dapat dilihat pada distribusi Tabel 1.3 berikut.

Tabel 1.3 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Kriteria *Smart tourist*

Skor	Pengetahuan Wisatawan (X1)		Sikap Wisatawan (X2)		Perilaku Wisatawan (X3)	
	Jml Responden	%	Jml Responden	%	Jml Responden	%
1	0	0%	1	1%	0	0%

2	60	60%	25	25%	7	7%
3	40	40%	74	74%	93	93%
Jumlah	100	100%	100	100%	100	100%

Sumber: Pengolahan Hasil Kuesioner, 2024

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa wisatawan yang berkunjung ke Wisata Gunung Karang rata – rata memiliki skor 2 dan skor 3, baik dari segi pengetahuan, sikap, dan perilaku yang dimiliki oleh wisatawan. Adapun wisatawan yang memiliki skor 1 hanya memiliki persentase 1% saja dan terdapat pada sikap wisatawan. Sehingga dapat diketahui bahwasannya para wisatawan yang datang berkunjung ini dalam segi pengetahuannya sudah dapat menempatkan diri dengan baik ketika datang berkunjung dan beraktivitas di Wisata Gunung Karang karena mereka telah memiliki pengetahuan serta gambaran mengenai aktivitas yang ada, dan juga wisatawan mampu bersikap dan berperilaku yang bertanggung jawab.

Selain itu, wisatawan yang berkunjung di Wisata Gunung Karang, dalam segi sikap maupun perilaku yang ditunjukkan selama berwisata sudah menunjukkan sebagai seorang *smart tourist* dimana mereka bersikap berpartisipasi pada setiap kegiatan lokal, bertanggung jawab ketika beraktivitas sehingga tidak akan merusak lingkungan sekitar dan patuh akan aturan yang dibuat oleh pengelola. Kemudian, perilaku para wisatawan di Wisata Gunung Karang ini juga menunjukkan sebagai seorang *smart tourist* atau *smart tourist*, dimana para wisatawan peduli akan keberlanjutan lingkungan, menggunakan fasilitas wisata dengan baik, serta adanya keindahan alam yang membuat wisatawan semakin yakin untuk terus menjaga keberlanjutan Wisata Gunung Karang.

Analisis statistik deskriptif pada penelitian ini dilakukan pada setiap indikator variabel sehingga dapat diketahui secara rinci mengenai karakteristik yang dimiliki dan ditunjukkan oleh wisatawan selama berwisata di Wisata Gunung Karang. Output statistik pengetahuan wisatawan dapat dilihat pada Tabel 1.4 berikut.

Tabel 1.4 Output Statistik Pengetahuan Wisatawan

		Pengetahuan Wisatawan - Indikator Educational	Pengetahuan Wisatawan - Indikator Tourist Experience
N	Valid	100	100
	Missing	0	0
Mean		2.33	2.66
Std. Error of Mean		.059	.048
Std. Deviation		.587	.476
Variance		.345	.227
Range		2	1

	Pengetahuan Wisatawan - Indikator Educational	Pengetahuan Wisatawan - Indikator Tourist Experience
Minimum	1	2
Maximum	3	3

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Pada hasil output statistik pengetahuan di atas memberikan informasi mengenai jumlah N valid yaitu 100 responden, dan data yang hilang atau N *missing* adalah 0. Nilai rata – rata (mean) dari indikator *educational* pada variabel pengetahuan wisatawan adalah 2,33 yang mana nilai rata – rata tersebut mendekati dengan angka 2 atau skor 2. Dan nilai rata – rata (mean) dari indikator *tourist experience* pada variabel pengetahuan wisatawan adalah 2,66 yang mana nilai rata – rata tersebut mendekati dengan angka 3 atau skor 3. Sehingga wisatawan sudah memiliki gambaran mengenai aktivitas yang terdapat di Wisata Gunung Karang dan wisatawan mampu menempatkan diri dengan baik saat berwisata setelah mencari tahu dari berbagai sumber.

“wisatawan mendapatkan sosialisasi dalam rangka menjaga lingkungan terutama dalam pengelolaan sampah yang diakibatkan dari adanya aktivitas wisata. Selain itu, dinas pariwisata juga bekerja sama dengan salah satu civitas akademi untuk edukasi terhadap masyarakat dan wisatawan mengenai pariwisata berkelanjutan”. (Jefry Ivan Doni, Staf Bidang Dinas Pariwisata, 2024)

Sebagaimana yang terdapat pada tabel indikator skoring di atas, bahwa wisatawan rata – rata memiliki skor 2 dalam indikator *educational* telah memiliki pengetahuan yang cukup dan pada indikator *tourist experience* wisatawan memiliki rata – rata skor 3 yang artinya wisatawan telah memiliki pengetahuan yang luas mengenai aktivitas yang ada di Wisata Gunung Karang. Wisatawan memiliki pengetahuan dengan cara mencari tahu dari pengalaman wisatawan sebelumnya baik dari sosial media maupun bertanya langsung. Output statistik sikap wisatawan dapat dilihat pada Tabel 1.5 berikut.

Tabel 1.5 Output Statistik Sikap Wisatawan

		Sikap Wisatawan - Indikator Subjective Norms	Sikap Wisatawan - Indikator Kearifan Lokal	Sikap Wisatawan - Indikator Personal Value
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		2.90	1.81	2.86
Std. Error of Mean		.030	.071	.035
Std. Deviation		.302	.706	.349
Variance		.091	.499	.122

	Sikap Wisatawan - Indikator Subjective Norms	Sikap Wisatawan - Indikator Kearifan Lokal	Sikap Wisatawan - Indikator Personal Value
Range	1	2	1
Minimum	2	1	2
Maximum	3	3	3

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Pada hasil output statistik sikap wisatawan di atas memberikan informasi mengenai jumlah N valid yaitu 100 responden, dan data yang hilang atau N missing adalah 0. Nilai rata – rata (mean) dari indikator *subjective norms* adalah 2,90 yang mana nilai rata – rata tersebut mendekati dengan angka 3 atau skor 3. Pada indikator kearifan lokal memiliki nilai rata – rata (mean) sebesar 1,81 yang angka tersebut mendekati dengan angka 2 atau skor 2. Dan pada indikator *personal value* memiliki nilai rata – rata (mean) sebesar 2,86 yang angka tersebut mendekati dengan skor 3.

“selama Wisata Gunung Karang beroperasi, wisatawan yang datang pun dapat bekerja sama dengan baik yaitu dengan cara mematuhi seluruh ketentuan dan aturan yang tersedia”. (Pengelola Wisata Gunung Karang, 2024)

Sebagaimana yang terdapat pada tabel indikator skoring di atas, diketahui bahwa skor 2 pada indikator kearifan lokal memiliki arti bahwa wisatawan cenderung hanya melakukan kegiatan yang berhubungan dengan hobi saja dan kurang berminat pada kegiatan lokal setempat. Dan skor 3 pada indikator *subjective norms* dan indikator *personal value* ini memiliki arti bahwa selama wisatawan berkunjung di Wisata Gunung Karang telah bersikap bertanggung jawab, patuh aturan, serta menjaga lingkungan dengan tidak melakukan hal – hal yang dapat mengancam keberlanjutan di Wisata Gunung Karang. Output statistik sikap wisatawan dapat dilihat pada Tabel 1.6 berikut.

Tabel 1.6 Output Statistik Perilaku Wisatawan

		Perilaku Wisatawan - Indikator Amenities	Perilaku Wisatawan - Indikator Beauty	Perilaku Wisatawan - Indikator Perceived Behavioral Control
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		2.84	2.86	2.94
Std. Error of Mean		.053	.038	.024
Std. Deviation		.526	.377	.239
Variance		.277	.142	.057

	Perilaku Wisatawan - Indikator Amenities	Perilaku Wisatawan - Indikator Beauty	Perilaku Wisatawan - Indikator Perceived Behavioral Control
Range	2	2	1
Minimum	1	1	2
Maximum	3	3	3

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Pada hasil output statistik perilaku wisatawan di atas memberikan informasi mengenai jumlah N valid yaitu 100 responden, dan data yang hilang atau N missing adalah 0. Nilai rata – rata (mean) dari indikator *amenities* adalah 2,84 yang mana mendekati dengan angka 3 atau skor 3. Pada indikator *beauty* memiliki nilai rata – rata (mean) sebesar 2,86 yang dengan angka 3 atau skor 3. Dan pada indikator *perceived behavioral control* memiliki nilai rata – rata (mean) sebesar 2,94 yang mendekati dengan skor 3.

“wisatawan tidak mengotori lingkungan, merusak fasilitas dan lingkungan serta wisatawan berusaha untuk mencari tahu mengenai bagaimana caranya melakukan penanaman tanaman. Dan selama kegiatan di Wisata Gunung Karang berlangsung dari mulai tahun 2010 hingga saat ini, tidak pernah ada terjadi hal – hal yang merugikan dalam segi lingkungan alam”. (Pengelola Wisata Gunung Karang, 2024)

Sebagaimana yang terdapat pada tabel indikator skoring di atas bahwa skor 3 pada indikator *amenities* memiliki arti bahwa wisatawan menggunakan fasilitas dengan baik dan tidak merusaknya, skor 3 pada indikator *beauty* memiliki arti bahwa keindahan alam akan memberi pengaruh pada perilaku wisatawan, dan skor 3 pada indikator *perceived behavioral control* memiliki arti bahwa wisatawan menunjukkan perilaku tanggung jawab dan berperilaku *smart tourist*.

D. Kesimpulan

Karakteristik wisatawan di Wisata Gunung Karang menunjukkan bahwa mereka rata – rata memiliki skor 2 dan skor 3 pada variabel pengetahuan, sikap, dan perilaku wisatawan. Artinya telah memiliki pengetahuan yang cukup mengenai obyek wisata, para wisatawan menunjukkan sikap bertanggung jawab, patuh aturan, dan peduli lingkungan serta berpartisipasi dalam kegiatan lokal yang ada. Dan perilaku yang ditunjukkan sudah mencerminkan sebagai seorang *smart tourist*. Sehingga dengan adanya karakteristik *smart tourist* di Wisata Gunung Karang ini dapat mendukung program pariwisata berkelanjutan tidak hanya di Wisata Gunung Karang saja, tetapi juga di Kabupaten Pandeglang.

Acknowledge

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik secara moral maupun materi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

1. Bapak Dr. Ir. Hani Burhanudin, S.T., M.T selaku Ketua Program Studi Perencanaan Wilayah & Kota Universitas Islam Bandung
2. Ibu Dr. Ir. Ira Safitri D., S.T., M.SI., IPU selaku Wakil Dekan I Fakultas Teknik Program Studi Perencanaan Wilayah & Kota Universitas Islam Bandung dan dosen wali.
3. Ibu Gina Puspitasari Rochman, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing saya yang telah memberikan banyak masukan, arahan, semangat serta ilmu yang bermanfaat.
4. Kepada kedua orang tua saya dan kakak saya yang telah mendidik, memberikan do’a restu dan dukungan, sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan tepat waktu.

5. Seluruh keluarga besar, saudara, serta keponakan penulis yang penulis sayangi yang telah memberikan doa, dukungan, serta menghibur penulis dari awal masa perkuliahan hingga penulisan penelitian ini.
6. Seluruh masyarakat Planologi Angkatan 2020 yang telah memberikan dukungan, dorongan semangat dan membantu dalam penulisan penelitian ini.
7. Kepada sahabat dan teman – teman saya yang terus memberikan dorongan semangat yang tiada henti dan menghibur penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian.
8. Serta pihak – pihak lain yang telah membantu penyusunan penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] Alya Afiah, S., & Samadi, S. (2024). ANALISIS POTENSI DAN PENGEMBANGAN WISATA KAWASAN EKONOMI KHUSUS (KEK) TANJUNG LESUNG DI KABUPATEN PANDEGLANG. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.29170.07361>
- [2] Anissa Fitri Chaerunissa, & Asep Hariyanto. (2023). Dampak Industri Pariwisata terhadap Perekonomian Masyarakat di Kampung Seni dan Budaya Jelekong. *Jurnal Riset Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 107–114. <https://doi.org/10.29313/jrpwk.v3i2.2742>
- [3] Hermita, N. (2015). Potensi Agrowisata Sebagai Upaya Tindakan Konservasi Guna Mewujudkan Pembangunan Berkelanjutan (Studi Kasus di Kampung Cinyurup Kelurahan Juhut Kecamatan Karangtanjung Kabupaten Pandeglang). *Agrologia*, 4(2), 96–104.
- [4] Khrisnamurti, Utami, H., & Darmawan, R. (2016). Dampak Pariwisata Terhadap Lingkungan di Pulau Tidung Kepulauan Seribu. 21(3), 257–273.
- [5] MZ. (2022, January 12). Perhutani Bersama Dinas Lingkungan Hidup Lakukan Bersih-Bersih Sampah Sepanjang Hutan di Pandeglang. *PERHUTANI*. <https://www.perhutani.co.id/perhutani-kph-banten-bersama-dinas-lingkungan-hidup-kab-pandeglang-lakukan-bersih-bersih-sampah-di-sepanjang-jalan-hutan-lindung-gunung-karang/>
- [6] Rahayu, T. A., & Ekasari, A. M. (2022). Kajian Manfaat Langsung Pengembangan Kawasan Pertanian Menjadi Destinasi Wisata Sawah Lope. *Jurnal Riset Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 101–110. <https://doi.org/10.29313/jrpwk.v2i2.1234>
- [7] Risang Aji, R. (2021). PENGEMBANGAN PARIWISATA ALAM DALAM MENDUKUNG PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN DI DESA WISATA PENTINGSARI (Nature Tourism Development to Supporting Sustainable Development in Pentingsari Tourism Village). In *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota* (Vol. 16, Issue 2).
- [8] Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pariwisata* (N. Yuniati SS, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Alfabeta.
- [9] UNWTO. (2008). *Glossary Tourism Terms*. UNWTO. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
- [10] Wiwin Yuli Astari, & Gina Puspitasari Rochman. (2023). Hubungan Timbal Balik antar Aktor dalam Pengembangan Wisata Budaya Keraton Kota Cirebon. *Jurnal Riset Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 47–54. <https://doi.org/10.29313/jrpwk.v3i1.1950>