

## KARAKTERISTIK DAN PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP TAMAN NASIONAL UJUNG KULON (TNUK)

### CHARACTERISTICS AND PERCEPTION OF VISITORS ON UJUNG KULON NATIONAL PARK (UKNP)

Suherman<sup>1</sup>, Ivonne Ayesha<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Pertanian, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

<sup>2</sup>Fakultas Petanian, Universitas Ekasakti

Email: [herman@untirta.ac.id](mailto:herman@untirta.ac.id), [drivonneayasha@gmail.com](mailto:drivonneayasha@gmail.com)

#### INFO ARTIKEL

##### Koresponden

Suherman

[herman@untirta.ac.id](mailto:herman@untirta.ac.id)

##### Kata kunci:

sosial, ekonomi,  
kawasan penyangga,  
kerusakan, TNUK

hal: 74 - 88

#### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi karakteristik dan menganalisis persepsi pengunjung TNUK. Penelitian dilakukan pada tahun 2015 dengan metode deskriptif-eksploratif. Sampel berjumlah 150 orang pengunjung TNUK pada tahun 2014 yang ditentukan secara acak. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan menggunakan kuesioner. Data dianalisis secara deskriptif dengan melakukan tabulasi hasil kuesioner dan memberikan nilai (*scoring*) sesuai dengan sistem penilaian yang telah ditetapkan. Hasil analisis data ditampilkan dalam bentuk tabel. Hasil penelitian menyimpulkan: 1. Mayoritas pengunjung TNUK adalah laki-laki berumur 21 sampai 25 tahun, pada umumnya para mahasiswa. Hal ini terkait dengan fungsi TNUK sebagai objek pengembangan ilmu pengetahuan. Di samping itu pengunjung juga berasal dari wisatawan mancanegara, kebanyakan dari Asia. Pengunjung domestik yang paling sedikit berasal dari Papua, sedangkan wisatawan mancanegara yang paling sedikit dari Amerika. Pada umumnya pengunjung baru pertama kali datang ke kawasan konservasi TNUK dan sudah mengetahui/mengenalnya antara 1 sampai 3 tahun. Biasanya pengunjung berada di TNUK lebih dari 10 jam; 2. Persepsi pengunjung mengenai kelengkapan fasilitas, keterkenalan tempat rekreasi, pemberi informasi, pemilihan waktu berkunjung dan fasilitas pembayaran rekreasi, termasuk kategori baik pada garis kontinum persepsi pengunjung. Kelengkapan fasilitas merupakan nilai presentase terendah. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung merasakan fasilitas yang tersedia di TNUK belum sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan pengunjung.

| ARTICLE INFO                                                                                                                                                           | ABSTRACT                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Correspondent:</b><br/><b>Suherman</b><br/>herman@untirta.ac.id</p> <p><b>Keywords:</b><br/>social, economic, buffer zone, damage, TNUK</p> <p>page: 74 - 88</p> | <p><i>The purpose of this study was to identify the characteristics and analyze visitor perceptions of TNUK. The study was conducted in 2015 with a descriptive-exploratory method. A sample of 150 TNUK visitors in 2014 was determined randomly. The data used is primary data obtained through direct interviews using a questionnaire. Data is analyzed descriptively by tabulating the results of the questionnaire and providing scoring in accordance with the predetermined assessment system. Data analysis results are displayed in table form. The results of the study conclude: 1. The majority of TNUK visitors are men aged 21 to 25 years, generally students. This is related to the function of TNUK as an object of scientific development. Besides that, visitors also come from foreign tourists, mostly from Asia. The fewest domestic visitors come from Papua, while foreign tourists are the least from America. In general, first time visitors come to TNUK conservation area and already know / know it between 1 to 3 years. Usually visitors are in TNUK more than 10 hours; 2. Visitor perceptions regarding completeness of facilities, fame of recreational places, information providers, selection of visiting times and recreational payment facilities, including good categories on the continuum of visitors' perceptions. Facility completeness is the lowest percentage value. This shows that visitors feel that the facilities available in TNUK are not fully in accordance with the needs of visitors.</i></p> <p>Copyright © 2018 UJSER. All rights reserved</p> |

## PENDAHULUAN

Taman Nasional Ujung Kulon (TNUK), merupakan kawasan konservasi yang dilindungi berdasarkan Undang-undang Nomor 5 tahun 1990 tentang Konservasi Sumberdaya Alam dan Undang-undang Nomor 41 tahun 1999 tentang Kehutanan. Kawasan konservasi ini terdapat di berada di wilayah Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten (Buku Taman Nasional Ujung Kulon, 2012, dalam Suherman 2017).

Kawasan Konservasi Taman Nasional Ujung Kulon bukan hanya sekedar kawasan konservasi dan tempat wisata, tetapi lebih dari itu, kawasan ini berfungsi sebagai objek pengembangan ilmu pengetahuan. Oleh sebab itu, tidak heran kalau pengunjungan kawasan konservasi ini lebih didominasi oleh para pelajar dan mahasiswa, baik domestik maupun mancanegara.

Dinas Pariwisata Provinsi Banten (2012) menyebutkan bahwa pemerintah telah mengembangkan TNUK sebagai destinasi kunjungan minat khusus yang memiliki keunikan dibandingkan destinasi lainnya yang ada di Provinsi Banten maupun di Indonesia secara umum. Pada tahun 2012, destinasi kunjungan yang paling sering dikunjungi oleh wisatawan mancanegara mencapai 1,47 persen, sedangkan kunjungan yang sering dikunjungi oleh wisatawan nusantara hanya 0,74 persen.

Data tersebut menunjukkan bahwa tingkat kunjungan ke Taman Nasional Ujung Kulon masih rendah. Beberapa hal yang diduga penyebab rendahnya tingkat kunjungan wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara ke Taman

Nasional Ujung Kulon adalah: a) Masih tingginya biaya perjalanan dari dan ke tempat kunjungan di Taman Nasional Ujung Kulon; b) Lokasi yang jauh yang tidak didukung oleh sarana dan prasarana akses jalan yang memadai menuju Taman Nasional Ujung Kulon; c) Lama perjalanan yang menyebabkan pengunjung kelelahan untuk menikmati kawasan Taman Nasional Ujung Kulon; d) Sarana dan prasarana akomodasi yang mahal dan terbatas sehingga pengunjung memiliki alternatif pemilihan yang sempit; dan e) Kurangnya program promosi yang dipelopori oleh pemerintah, terutama konsep rekreasi ekowisata.

Dalam Pasal 1 UU. No. 5 Tahun 1990, disebutkan bahwa Taman Nasional Ujung Kulon dikelola dengan sistem zonasi yang dimanfaatkan untuk tujuan penelitian, ilmu pengetahuan, pendidikan, menunjang budidaya, pariwisata dan rekreasi. Lebih luas IUCN (*International Union for Conservation of Nature and Natural Resources*) (1994) menjelaskan bahwa taman nasional merupakan kawasan alami berupa daratan dan atau laut, yang diperuntukkan bagi: a) perlindungan integritas ekologi satu atau lebih ekosistem untuk sekarang dan generasi yang akan datang, b) tidak dipergunakan untuk kegiatan eksploitasi atau keperluan lain yang bertentangan dengan tujuan peruntukannya, c) menyediakan sarana untuk tujuan spriritual/rohani, ilmiah, pendidikan dan rekreasi, di mana aspek lingkungan dan budaya harus dapat saling dipertukarkan satu sama lain.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini adalah bersifat deskriptif-eksploratif. Penelitian deskriptif adalah suatu jenis riset konklusif yang mempunyai tujuan utama menguraikan sesuatu. Desain penelitian dikembangkan melalui metode survei dan model *cross-sectional*. Wibisono (2005) menyatakan bahwa survei merupakan teknik riset di mana informasi dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner. Selanjutnya menurut Hermawan (2006), penelitian *cross sectional* seringkali disebut penelitian sekali bidik (*one snapshot*), yaitu pengumpulan datanya dilakukan pada suatu titik waktu tertentu.

Karakteristik pengunjung berhubungan dengan profil demografis pengunjung TNUK. Karakteristik pengunjung diukur melalui:

a. Umur.

Umur berkenaan dengan usia pengunjung TNUK. Indikator yang dipergunakan untuk mengetahui umur adalah kurang dari 17 tahun; lebih dari 17 tahun sampai dengan 20 tahun; lebih dari 20 tahun sampai dengan 25 tahun; lebih dari 25 tahun sampai dengan 30 tahun; dan lebih dari 30 tahun.

b. Jenis Kelamin.

Jenis kelamin berkenaan dengan jenis kelamin pengunjung TNUK. Indikator yang dipergunakan untuk mengetahui jenis kelamin adalah laki-laki dan perempuan.

c. Asal Daerah/Wilayah.

Asal daerah berkenaan dengan asal daerah dimana pengunjung berasal. Indikator yang dipergunakan untuk mengetahui asal daerah nusantara adalah Provinsi Banten; Provinsi Lain di Pulau Jawa Selain Banten; Sumatera; Kalimantan; Sulawesi; Bali, Madura, NTB, dan Timor; dan Papua. Indikator yang dipergunakan untuk mengetahui asal wilayah mancanegara adalah Asia, Eropa, Amerika, Afrika, Australia, Amerika.

d. Lama Mengetahui TNUK.

Lama mengetahui TNUK berkenaan dengan seberapa lama pengunjung mengetahui TNUK, baik dari informasi yang diperolehnya secara pribadi, maupun dari informasi yang diperolehnya yang berasal dari orang lain. Indikator yang dipergunakan untuk mengetahui lama mengetahui TNUK adalah kurang dari 1 tahun; lebih dari 1 tahun sampai dengan 3 tahun; lebih dari 3 tahun sampai dengan 5 tahun; serta lebih dari 5 tahun.

e. Kunjungan.

Kunjungan berkenaan dengan pengalaman kedatangan ke TNUK, apakah pertama kali atau lebih dari satu kali. Indikator yang dipergunakan untuk mengetahui kunjungan adalah pertama kali; kedua kali; ketiga kali; serta lebih dari tiga kali.

f. Waktu yang Dhabiskan Per kunjungan.

Waktu yang dhabiskan berkenaan dengan waktu yang digunakan untuk menikmati TNUK. Indikator yang dipergunakan untuk mengetahui waktu yang dhabiskan per kunjungan adalah kurang dari 3 jam; lebih dari 3 jam sampai dengan 5 jam; lebih dari 5 jam sampai dengan 10 jam; dan lebih dari 10 jam.

## **2. Persepsi Pengunjung.**

Persepsi pengunjung merupakan gambaran umum mengenai pendapat pengunjung terhadap TNUK. Persepsi pengunjung diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

a. Pemilihan Kelengkapan Fasilitas Rekreasi.

Wisatawan mempertimbangkan banyak aspek untuk mengunjungi tujuan rekreasi, salah satunya berkenaan dengan kelengkapan fasilitas yang ada ditempat rekreasi. Indikator yang digunakan untuk mengetahui pemilihan atas kelengkapan fasilitas rekreasi yang tersedia adalah parkir; tempat duduk; kantin; tempat beribadah; penginapan; penjualan souvenir; serta wahana rekreasi.

b. Pemilihan Keterkenalan Tempat Rekreasi.

Pengunjung mengambil keputusan untuk memilih tempat rekreasi salah satunya berkenaan dengan keterkenalan tempat rekreasi (merek). Indikator yang digunakan untuk mengetahui keterkenalan tempat rekreasi adalah kenyamanan fasilitas; keindahan wahana; keindahan alam; keindahan satwa; serta julukan sebagai warisan dunia.

c. Pemilihan Pemberi Informasi Perjalanan.

Pengunjung dipengaruhi oleh informasi perjalanan yang diperolehnya. Indikator yang digunakan adalah Pemprov. Banten; promosi dan sosialisasi BTNUK; biro perjalanan; konsultan wisata; rekomendasi orang terdekat; pemberitaan media masa.

d. Pemilihan Waktu Berkunjung.

Keputusan memilih waktu berkunjung berbeda-beda, sesuai dengan kapan rekreasi dibutuhkan bagi wisatawan. Indikator yang digunakan untuk mengetahui waktu berkunjung adalah liburan hari besar; liburan bulanan; cuti; serta liburan yang tidak direncanakan.

e. Pemilihan Fasilitas Pembayaran Rekreasi.

Kemudahan dalam akses pembayaran akan memudahkan pengunjung berekreasi. Pemilihan fasilitas pembayaran rekreasi mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan serta kemudahan cara membayar untuk menikmati berbagai hal terkait TNUK. Indikator yang digunakan untuk mengetahui fasilitas pembayaran rekreasi adalah fasilitas ATM; kartu kredit; pembayaran tunai; dan pembayaran non tunai.

Populasi penelitian ini berjumlah 2.850 wisatawan padatahun 2014, dengan rata-rata tingkat kunjungan perbulan mencapai 238 wisatawan (Balai Taman Nasional Ujung Kulon, 2013). Berdasarkan data tersebut, ukuran sampel minimal dalam penelitian ini, menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : taraf kesalahan

Perhitungan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{238}{1 + 238 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{238}{1 + 238 (0,0025)}$$

$$n = \frac{238}{1 + 0,595}$$

$$n = \frac{238}{1,595}$$

$$n = 149,22$$

Dari hasil perhitungan sampel, diperoleh unit analisis sampel pengunjung sebesar 149,22. Dengan pertimbangan sampel penelitian ini orang maka angka desimal 149,22 dibulatkan menjadi 150 sampel. Sampel terdiri dari wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengunjung merupakan fokus utama dari kegiatan rekreasi alam di Kawasan Konservasi Taman Nasional Ujung Kulon. Berdasarkan observasi di lapangan dan wawancara terbatas dengan beberapa pedagang, tokoh masyarakat di lokasi rekreasi, terungkap bahwa para pengunjung yang mendatangi kawasan konservasi TNUK hampir setiap hari. Pada hari-hari kerja biasanya berasal dari wisatawan mancanegara, sedangkan pada hari libur atau Sabtu dan Minggu biasanya dikunjungi wisatawan nusantara.

Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan melakukan tabulasi hasil kuesioner dan memberikan nilai (*scoring*) sesuai dengan sistem penilaian yang telah ditetapkan.

Data hasil tabulasi diterapkan pada pendekatan penelitian yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk mengetahui tanggapan/persepsi pengunjung TNUK, dilakukan melalui pengolahan data dengan menganalisis sikap responden terhadap setiap butir jawaban.

### Karakteristik Pengunjung TNUK

#### 1. Umur dan Jenis Kelamin

Umur berkaitan dengan kemampuan fisik responden untuk melakukan kunjungan. Umur juga menjadi faktor mempengaruhi pola pikir seseorang dalam menentukan jenis barang dan jasa yang akan dikonsumsi, termasuk keputusan mengalokasikan sebagian pendapatannya untuk kegiatan rekreasi. Demikian juga dengan jenis kelamin, secara tidak langsung turut mempengaruhi permintaan terhadap kunjungan ke kawasan konservasi TNUK. Distribusi pengunjung menurut umur dan jenis kelamin disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1. Distribusi Pengunjung Berdasarkan Umur dan Jenis Kelamin**

| Kriteria Uraian | Uraian    | Frekuensi  | Persentase    |
|-----------------|-----------|------------|---------------|
| Umur            | < 20      | 19         | 12,67         |
|                 | 21- 25    | 56         | 37,33         |
|                 | 26 -30    | 39         | 26,00         |
|                 | >30       | 36         | 24,00         |
| <b>Total</b>    |           | <b>150</b> | <b>100,00</b> |
| Jenis Kelamin   | Laki-laki | 101        | 67,33         |
|                 | Perempuan | 49         | 32,67         |
| <b>Total</b>    |           | <b>150</b> | <b>100,00</b> |

Pada Tabel 1 diketahui bahwa wisatawan yang banyak mengunjungi TNUK adalah laki-laki (67,33 %) yang berumur antara 21 - 25 tahun (37,33 %). Temuan ini hampir sama dengan kajian yang dilakukan oleh Muntasib dan Mulyadi (1997) yang mengungkapkan bahwa karakteristik pengunjung adalah 63,82% laki-laki; dengan kelompok umur 21-25 tahun (36,17%).

Berdasarkan temuan tersebut, maka pihak pengelola TNUK perlu memperhatikan sarana dan prasarana yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung dalam mengembangkan kawasan ini. Pihak pengelola seyogyanya melengkapi fasilitas dan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung, seperti lokasi berkumpul, tempat duduk yang nyaman, jaringan internet, ornamen-ornamen menarik sebagai latar belakang berfoto dan sebagainya. Kepuasan pengunjung dapat dijadikan sebagai sarana promosi efektif, karena mereka akan menyampaikan pengalaman berkunjungnya kepada kerabat, saudara, rekan kerja ataupun masyarakat luas lainnya.

#### 2. Asal Daerah

Asal daerah berkenaan dengan dari mana pengunjung berasal. Wisatawan yang datang ke TNUK dalam kajian ini dibedakan atas dua kelompok daerah asal yaitu: wisatawan nusantara dan mancanegara. Penentuan responden untuk kedua daerah asal wisatawan ini dilakukan secara profesional yang didasari oleh pertimbangan kecenderungan jumlah wisatawan. Informasi yang diperoleh dari

pengelola TNUK bahwa wisatawan nusantara lebih banyak dari pada wisatawan mancanegara, seperti ungkapan berikut ini:

*“Wisatawan mancanegara biasanya lebih sedikit..... kurang dari setengah wisatawan lokal, kira-kira sepertiga lebih sedikit lah, itu juga hanya pada bulan-bulan tertentu atau kalau ada kunjungan khusus.....”.*

Berdasarkan informasi tersebut maka wisatawan nusantara diambil sebanyak 0,35 dari total responden (150 orang wisatawan), sehingga diperoleh sebanyak 52 orang responden. Dengan demikian, sisanya merupakan responden wisatawan nusantara, yaitu sebanyak 98 orang.

Indikator yang digunakan untuk mengetahui asal daerah nusantara adalah Provinsi Banten; Provinsi Lain di Pulau Jawa Selain Banten; Sumatera; Kalimantan; Sulawesi; Bali, Madura, NTB, dan Timor; serta Papua. Indikator yang digunakan untuk mengetahui asal wilayah mancanegara adalah Asia, Eropa, Amerika, Afrika, Australia, Amerika, seperti pada Tabel 2.

**Tabel 2. Distribusi Pengunjung TNUK Berdasarkan Daerah Asal**

| Asal Daerah        | Provinsi/Negara                           | Frekuensi  | Persentase    |
|--------------------|-------------------------------------------|------------|---------------|
| <b>Nusantara</b>   | Provinsi Baten                            | 11         | 11,22         |
|                    | Provinsi lain di Pulau Jawa selain Banten |            |               |
|                    | Banten                                    | 36         | 36,73         |
|                    | Sumatera                                  | 13         | 13,27         |
|                    | Kalimantan                                | 9          | 9,18          |
|                    | Sulawesi                                  | 8          | 8,16          |
|                    | Bali, Madura, NTB, dan Timor              | 18         | 18,37         |
|                    | Papua                                     | 3          | 3,06          |
|                    | <b>Sub Total</b>                          | <b>98</b>  | <b>100,00</b> |
| <b>Mancanegara</b> | Asia                                      | 29         | 55,77         |
|                    | Eropa                                     | 6          | 11,54         |
|                    | Amerika                                   | 4          | 7,69          |
|                    | Afrika                                    | 3          | 5,77          |
|                    | Australia                                 | 10         | 19,23         |
|                    | <b>Sub Total</b>                          | <b>52</b>  | <b>100,00</b> |
|                    | <b>Total</b>                              | <b>150</b> | <b>100,00</b> |

*Sumber: Data primer diolah*

Pengunjung TNUK asal nusantara lebih banyak berasal dari Provinsi lain di Pulau Jawa selain Banten yaitu 36,73%. Hal ini disebabkan lokasi TNUK berada di ujung barat Pulau Jawa, jadi relatif lebih dekat dari provinsi-proinsi yang ada di Pulau Jawa. Temuan ini hampir sama dengan hasil kajian Muntasib dan Mulyadi (1997), di mana ia menemukan asal tempat tinggal pengunjung yang terbanyak adalah dari Jakarta, yaitu sebesar 58,97%.

Pengunjung dari Provinsi Banten menempati posisi kedua dalam hal jumlah, yaitu sebanyak 11,22%. Angka ini mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya (BTNUK, 2012). Kenaikan jumlah ini disebabkan adanya kerjasama antara pihak TNUK dengan beberapa Universitas di Serang, Banten untuk melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di kawasan tersebut.

Selain pengunjung nusantara, TNUK juga sering dikunjungi oleh wisatawan mancanegara, terutama dari negara-negara Asia yaitu 56,0 % dari total responden dan yang paling sedikit adalah dari Afrika (3,0%). Hal ini dapat dipahami, karena negara-negara Asia paling dekat dengan lokasi TNUK dibandingkan dengan Afrika, Amerika, Eropa atau Australia. Tingginya peminat pengunjung mancanegara disebabkan TNUK sudah dikenal secara internasional sebagai salah satu warisan dunia dan memiliki kekayaan alam yang tidak terdapat di taman nasional lain bahkan satu-satunya di dunia.

Temuan ini berbeda dengan hasil kajian Muntasib dan Mulyadi (1997), yang menyatakan bahwa pengunjung TNUK yang berasal dari Belanda dan Austria (Eropa) sebanyak 13,62%, sedangkan dalam penelitian ini ditemukan wisatawan dari Eropa sebanyak 11,54%. Perbedaan temuan kedua penelitian ini sebanyak 2,08%, bisa jadi karena perbedaan waktu pelaksanaan pengambilan data.

### 3. Lama Mengetahui TNUK, Pengalaman Berkunjung dan Waktu Per Kunjungan

Lama mengetahui TNUK berkenaan dengan seberapa lama pengunjung mengetahui TNUK, baik dari informasi yang diperolehnya secara pribadi maupun dari informasi dari orang lain. Lamanya responden mengetahui TNUK akan mempengaruhi persepsi pelanggan secara umum. Pada Tabel 3 disajikan tentang lamanya waktu pengunjung mengetahui TNUK.

**Tabel 3. Distribusi Frekuensi Pengunjung Berdasarkan Lama Waktu Mengetahui TNUK, Pengalaman Berkunjung dan Waktu yang Dihabiskan per Kunjungan**

|                                     |                      | Frekuensi  | Persentase |
|-------------------------------------|----------------------|------------|------------|
| Lama Mengetahui TNUK                | < 1 tahun            | 31         | 24,0       |
|                                     | 1 - 3 tahun          | 43         | 28,7       |
|                                     | 3 - 5 tahun          | 39         | 22,7       |
|                                     | > 5 tahun            | 37         | 24,7       |
|                                     | <b>Total</b>         | <b>150</b> | <b>100</b> |
| Pengalaman Kunjungan                | Pertama kali         | 73         | 48,7       |
|                                     | Kedua Kali           | 39         | 26,0       |
|                                     | Ketiga kali          | 22         | 14,7       |
|                                     | lebih dari tiga kali | 16         | 10,7       |
|                                     | <b>Total</b>         | <b>150</b> | <b>100</b> |
| Waktu yang Dihabiskan per Kunjungan | < 3 jam              | 23         | 15,3       |
|                                     | 3 - 5 jam            | 30         | 20,0       |
|                                     | 5 - 10 jam           | 25         | 16,7       |
|                                     | > 10 jam             | 72         | 48,0       |
|                                     | <b>Total</b>         | <b>150</b> | <b>100</b> |

*Sumber: Data primer diolah*

Berdasarkan data pada Tabel 3, diketahui bahwa umumnya wisatawan sudah mengetahui tentang taman nasional ini selama 1-3 tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa waktu 1-3 tahun sudah cukup bagi calon wisatawan untuk memahami TNUK dan memutuskan mengunjunginya. Ditemui sebanyak 31% pengunjung yang kurang dari satu tahun mengetahui TNUK. Hal ini berarti mereka cepat mengambil keputusan untuk mengunjungi TNUK meskipun baru mengenalnya.

Kebanyakan pengunjung baru pertama kali datang ke TNUK, yaitu sebanyak 48,7% dari total responden. Hal ini terkait dengan lokasi dan kondisi TNUK

sendiri, di mana kawasan tersebut cukup jauh dan infrastruktur jalan yang sebagian masih rusak. Dengan demikian, maka pengunjung yang benar-benar memiliki minat khusus yang datang ke TNUK.

Meskipun demikian ada juga pengunjung yang sudah berulang kali mengunjungi taman nasional ini, bahkan 10,7% di antaranya sudah lebih dari 3 kali. Kondisi ini menunjukkan bahwa TNUK memiliki daya tarik tersendiri, sehingga pengunjung memiliki minat untuk datang berulang kali.

Biasanya pengunjung menghabiskan waktu lebih dari 10 jam di kawasan TNUK, tetapi ada juga pengunjung yang hanya datang kurang dari 3 jam. Lamanya waktu yang dibutuhkan di TNUK tergantung pada kepentingan dan kenyamanan pengunjung. Oleh sebab itu pihak pengelola perlu lebih memperhatikan masalah kenyamanan agar pengunjung dapat menikmati kekayaan alam di kawasan TNUK dengan lebih baik.

### Persepsi Pengunjung TNUK

Persepsi pengunjung merupakan gambaran umum mengenai pendapat pengunjung terhadap TNUK. Persepsi pengunjung yang diukur meliputi; 1) pemilihan kelengkapan fasilitas rekreasi; 2) pemilihan keterkenalan tempat rekreasi; 3) pemilihan pemberi informasi perjalanan; 4) pemilihan waktu berkunjung; dan 5) pemilihan fasilitas pembayaran rekreasi.

#### 1. Kelengkapan Fasilitas Rekreasi

Pengunjung atau wisatawan mempertimbangkan banyak aspek untuk mengunjungi tujuan rekreasi, salah satunya berkenaan dengan kelengkapan fasilitas yang ada ditempat rekreasi. Indikator yang digunakan untuk mengetahui pemilihan atas kelengkapan fasilitas rekreasi yang tersedia adalah: 1) parkir; 2) tempat duduk; 3) kantin; 4) tempat beribadah; 5) penginapan; 6) penjualan souvenir; serta 7) wahana rekreasi.

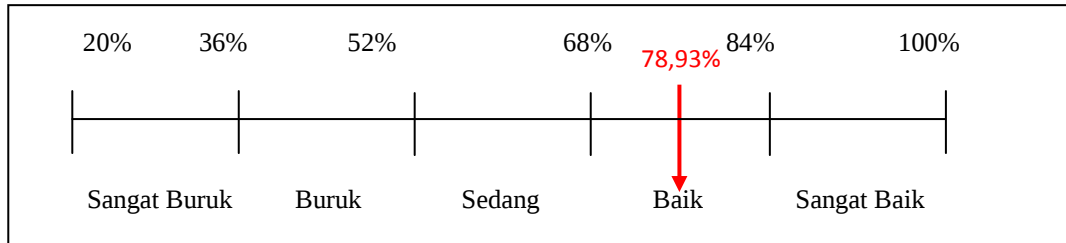
Persentase rata-rata skor total terhadap skor ideal butir-butir pernyataan pada persepsi atas kelengkapan fasilitas TNUK diperoleh sebesar 78,93%. Persepsi pengunjung terhadap kelengkapan fasilitas rekreasi, ditunjukkan pada Tabel 4.

**Tabel 4. Distribusi Jawaban Responden tentang Persepsi Atas Kelengkapan Fasilitas TNUK**

| No               | Pertanyaan                      | Jawaban Responden |    |     |   |   | Total Skor | Skor Ideal | Persentase   |
|------------------|---------------------------------|-------------------|----|-----|---|---|------------|------------|--------------|
|                  |                                 | 5                 | 4  | 3   | 2 | 1 |            |            |              |
| 1                | Ketersediaan lahan parkir       | 11                | 29 | 116 | 3 | 2 | 472        | 600        | 78,67        |
| 2                | Ketersediaan tempat duduk       | 0                 | 30 | 117 | 3 | 0 | 477        | 600        | 79,50        |
| 3                | Ketersediaan kantin             | 0                 | 32 | 113 | 3 | 2 | 475        | 600        | 79,17        |
| 4                | Ketersediaan Masjid/Mushala     | 0                 | 23 | 123 | 2 | 2 | 467        | 600        | 77,83        |
| 5                | Ketersediaan penginapan         | 58                | 46 | 102 | 2 | 0 | 494        | 600        | 82,33        |
| 6                | Ketersediaan penjualan souvenir | 0                 | 23 | 119 | 6 | 2 | 463        | 600        | 77,17        |
| 7                | Ketersediaan wahana rekreasi    | 26                | 23 | 121 | 6 | 0 | 467        | 600        | 77,83        |
| <b>Rata-rata</b> |                                 |                   |    |     |   |   |            |            | <b>78,93</b> |

*Sumber: Data primer diolah*

Berdasarkan garis kontinum kriteria tanggapan responden mengenai persepsi atas kelengkapan fasilitas TNUK, maka skor rata-rata ini termasuk ke dalam kategori baik. Rata-rata persentase pencapaian skor total terhadap skor ideal berada pada rentang 68% sampai dengan 83,99% seperti diperlihtakn pada Gambar 1.



**Gambar 1. Garis Kontinum Kriteria Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Atas Kelengkapan Fasilitas TNUK**

Berpedoman pada persepsi pengunjung tersebut, dapat disimpulkan bahwa kelengkapan fasilitas rekreasi sudah baik, terutama terkait ketersediaan penginapan. Hal ini konsisten dengan hasil observasi peneliti di lapangan, bahwa di lokasi TNUK banyak tersedia penginapan, mulai harga Rp.100 ribu per malam sampai dengan harga Rp.1,5 juta per malam, tergantung pada fasilitas yang tersedia. Adanya variasi harga tersebut, pengunjung dapat memilih tempat penginapan sesuai dengan kemampuan mereka. Dengan demikian, maka pengunjung yang ingin menginap di lokasi tidak akan mengalami kesulitan mencari tempat bermalam. Salah satu penginapan yang tersedia di kawasan TNUK adalah seperti diperihtakan pada Gambar 2.



**Gambar 2. Penginapan di Kawasan TNUK, Pulau Umang (dokumentasi penelitian 2015)**

Persepsi responden atas kelengkapan fasilitas TNUK dengan skor paling rendah adalah mengenai penjualan *souvenir*, yaitu sebesar 77,17%, namun masih berada pada kriteria baik dalam garis kontinum kriteria tanggapan responden. Persepsi pengunjung ini konsisten dengan kenyataan bahwa sedikit sekali ditemui pedagang *souvenir* di sekitar kawasan TNUK.

Menurut Bapak Haji Yusron (pemuka masyarakat Desa Kerta Mukti), kurangnya pedagang *souvenir* karena pembelinya sedikit, sehingga pedagang tidak termotivasi untuk menjualnya. Kondisi ini konsisten dengan jumlah pengunjung yang tidak banyak, bahkan terjadi penurunan beberapa tahun terakhir. Dengan demikian dapat dipahami apabila para pedagang tidak tertarik menjual *souvenir*.

## 2. Keterkenalan Tempat Rekreasi

Pengunjung mengambil keputusan untuk memilih tempat rekreasi salah satunya berkenaan dengan keterkenalan tempat rekreasi. Indikator yang digunakan untuk mengetahui keterkenalan tempat rekreasi adalah; 1) kenyamanan fasilitas; 2) keindahan wahana; 3) keindahan flora; 4) keindahan fauna; serta 5) julukan sebagai warisan dunia. Hasil kuesioner untuk persepsi atas keterkenalan tempat TNUK diukur melalui 5 butir pernyataan seperti pada Tabel 5.

**Tabel 5. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Persepsi Atas Keterkenalan Tempat TNUK**

| No.              | Pertanyaan                         | Jawaban Responden |    |     |   |   | Total Skor | Skor Ideal | Persentase   |
|------------------|------------------------------------|-------------------|----|-----|---|---|------------|------------|--------------|
|                  |                                    | 5                 | 4  | 3   | 2 | 1 |            |            |              |
| 1                | Kenyamanan fasilitas yang tersedia | 85                | 16 | 127 | 5 | 2 | 457        | 600        | 76,17        |
| 2                | Keindahan wahana                   | 104               | 41 | 105 | 4 | 0 | 487        | 600        | 81,17        |
| 3                | Keindahan flora                    | 86                | 78 | 70  | 2 | 0 | 526        | 600        | 87,67        |
| 4                | Keragaman fauna                    | 91                | 80 | 67  | 2 | 1 | 526        | 600        | 87,67        |
| 5                | Julukan warisan dunia              | 97                | 81 | 64  | 2 | 3 | 523        | 600        | 87,17        |
| <b>Rata-rata</b> |                                    |                   |    |     |   |   |            |            | <b>83,97</b> |

*Sumber: Data primer diolah*

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa persentase rata-rata skor total terhadap skor ideal butir-butir pernyataan pada persepsi atas keterkenalan tempat TNUK sebesar 83,97%. Skor tersebut termasuk ke dalam kriteria baik dalam Garis Kontinum Kriteria Tanggapan Responden, yaitu berada pada rentang 68% sampai dengan 84% (dapat dipedomani pada Gambar 1).

Hal ini mengindikasikan bahwa kawasan konservasi TNUK cukup terkenal. Keterkenalannya terutama disebabkan oleh kekayaan dan keragaman flora dan fauna. Pernyataan ini didukung oleh hasil rangkuman persepsi masyarakat yang disajikan pada Tabel 5, yang menerangkan persepsi tentang keindahan flora dan keragaman fauna memperoleh skor paling tinggi.

## 3. Pemberi Informasi Perjalanan

Indikator yang digunakan untuk mengetahui pemberi informasi perjalanan adalah Pemprov. Banten; promosi dan sosialisasi BTNUK; biro perjalanan; konsultan wisata; rekomendasi orang terdekat; pemberitaan media. Persepsi pengunjung berdasarkan pemberi informasi perjalanan yang diukur melalui 6 (enam) butir pernyataan disajikan Tabel 6.

Berdasarkan informasi pada Tabel 6 diketahui bahwa pemberi informasi terbanyak kepada responden berasal dari biro perjalanan, yaitu sebanyak 82,50 %, Pemberi informasi terbanyak kedua adalah berasal dari media masa. Pemberian informasi dari Pemrov. Banten merupakan persentase terendah. Hal ini mengindikasikan bahwa biro perjalanan dan media masa memiliki peran penting dalam memberikan informasi tentang TNUK kepada pengunjung. Sebaliknya, temuan ini memberikan gambaran bahwa Pemrov. Banten kurang berperan dalam memberikan informasi kepada pengunjung. Kondisi ini perlu menjadi perhatian

bagi pemerintah, agar ke depannya lebih meningkatkan perannya dalam memberikan informasi baik pengunjung maupun masyarakat lainnya.

**Tabel 6. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Persepsi Atas Pemberi Informasi Perjalanan**

| No               | Pertanyaan                                            | Jawaban Responden |    |     |   |   | Total Skor | Skor | Persentase   |
|------------------|-------------------------------------------------------|-------------------|----|-----|---|---|------------|------|--------------|
|                  |                                                       | 5                 | 4  | 3   | 2 | 1 |            |      |              |
| 1                | Pemberian informasi dari Pemprov. Banten              | 0                 | 38 | 105 | 6 | 1 | 480        | 600  | 80,00        |
| 2                | Pemberian informasi dari Promosi dan Sosialisasi TNUK | 0                 | 47 | 95  | 6 | 2 | 487        | 600  | 81,17        |
| 3                | Pemberian informasi dari Biro Perjalanan              | 7                 | 50 | 95  | 5 | 0 | 495        | 600  | 82,50        |
| 4                | Pemberian informasi dari Konsultan Wisata             | 0                 | 48 | 94  | 6 | 2 | 488        | 600  | 81,33        |
| 5                | Pemberian informasi dari Rekomendasi orang terdekat   | 12                | 39 | 104 | 7 | 0 | 482        | 600  | 80,33        |
| 6                | Pemberian informasi dari pemberitaan media masa       | 43                | 51 | 92  | 6 | 1 | 493        | 600  | 82,17        |
| <b>Rata-rata</b> |                                                       |                   |    |     |   |   |            |      | <b>81,25</b> |

*Sumber: Data primer diolah*

Rata-rata skor total terhadap skor ideal butir-butir pernyataan pada persepsi atas pemberi informasi perjalanan sebesar 81,25%. Nilai tersebut pada garis kontinum termasuk ke dalam kategori baik (dapat dipedomani pada Gambar 4.4). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa peran pemberi informasi penting dalam peningkatan jumlah pengunjung. Oleh sebab itu pihak-pihak terkait seyogyanya menyebarkan informasi yang lebih luas lagi kepada masyarakat tentang TNUK melalui media cetak dan elektronik atau kunjungan promosi ke sekolah-sekolah agar bisa meningkatkan jumlah pengunjung.

Rata-rata skor total terhadap skor ideal butir-butir pernyataan pada Persepsi Atas Pemilihan Waktu Berkunjung sebesar 82,33%. Nilai ini termasuk ke dalam kategori baik pada garis kontinum (dapat dipedomani pada Gambar 1).

#### 4. Waktu Berkunjung

Keputusan memilih waktu berkunjung berbeda-beda, sesuai dengan kapan rekreasi dibutuhkan bagi wisatawan. Indikator yang dipergunakan untuk mengetahui waktu berkunjung adalah liburan hari besar; liburan bulanan; cuti; serta liburan yang tidak direncanakan. Persepsi pengunjung berdasarkan waktu berkunjung ke TNUK dapat dilihat Tabel 7.

Berdasarkan jawaban responden pada Tabel 7 diketahui bahwa kedatangan pengunjung ke TNUK lebih banyak pada waktu liburan yang tidak direncanakan. Hal ini mengindikasikan bahwa kunjungan pengunjung ke TNUK tidak selalu di waktu libur, tetapi juga pada waktu di luar liburan. Sesuai dengan fungsi TNUK itu sendiri, maka kunjungan ke TNUK biasanya bukan hanya untuk liburan, tetapi lebih banyak untuk tujuan penelitian, pekerjaan dan berolahraga.

**Tabel 7. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Persepsi Atas Pemilihan Waktu Berkunjung**

| No               | Pertanyaan                                              | Jawaban Responden |    |     |   |   | Total Skor | Skor Ideal | Persentase   |
|------------------|---------------------------------------------------------|-------------------|----|-----|---|---|------------|------------|--------------|
|                  |                                                         | 5                 | 4  | 3   | 2 | 1 |            |            |              |
| 1                | Waktu berkunjung karena liburan hari besar              | 2                 | 56 | 88  | 6 | 0 | 500        | 600        | 83,33        |
| 2                | Waktu berkunjung karena liburan bulan                   | 0                 | 38 | 103 | 8 | 1 | 478        | 600        | 79,67        |
| 3                | Waktu berkunjung karena cuti                            | 5                 | 47 | 97  | 6 | 0 | 491        | 600        | 81,83        |
| 4                | Waktu berkunjung karena liburan yang tidak direncanakan | 78                | 63 | 83  | 2 | 2 | 507        | 600        | 84,50        |
| <b>Rata-rata</b> |                                                         |                   |    |     |   |   |            |            | <b>82,33</b> |

*Sumber: Data primer diolah*

Berdasarkan temuan tersebut, maka perlu dikembangkan lokasi-lokasi wisata lain di sekitar dan di sepanjang jalan menjelang ke kawasan TNUK, misalnya, wisata kuliner, wisata *outbond*, wisata seni-budaya (pertunjukan seni khas masyarakat Banten), agrowisata organik atau non organik dan sebagainya. Adanya tempat wisata-wisata tersebut menyebabkan pengunjung ingin menyinggahinya, sehingga betah berlama-lama di kawasan konservasi ini.

Pengembangan lokasi wisata di sepanjang atau di sekitar kawasan TNUK juga dapat membuka akses masyarakat terhadap sumber-sumber ekonomi lain. Hal ini karena masyarakat dapat mengembangkan potensi mereka dan pengunjung akan mengeluarkan biaya untuk menyinggahi lokasi-lokasi tersebut, sehingga berujung pada peningkatan pendapatan masyarakat di sekitar kawasan TNUK.

## 5. Fasilitas Pembayaran Rekreasi

Kemudahan dalam akses pembayaran akan memudahkan pengunjung berekreasi. Pemilihan fasilitas pembayaran rekreasi mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan serta kemudahan untuk membayar dan menikmati berbagai hal terkait TNUK. Indikator yang digunakan untuk mengetahui fasilitas pembayaran rekreasi adalah fasilitas ATM; kartu kredit; pembayaran tunai; dan pembayaran non tunai. Pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah sebanyak 4 butir dan hasilnya disajikan pada Tabel 8.

Persepsi atas fasilitas pembayaran rekreasi memiliki rata-rata skor total atas skor idel sebesar 82,58%. Pada pemetaan garis kontinum, nilai tersebut termasuk kategori baik (dapat dipedomani pada Gambar 1). Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum pengunjung tidak kesulitan dengan fasilitas pembayaran, hanya ketersediaan pembayaran kartu kredit yang masih terbatas. Sejauh pantauan di lapangan, pembayaran dengan kartu kredit baru dapat diakses di hotel-hotel berbintang, seperti hotel di Pulau Umang.

Sejauh ini ketidaktersediaan mesin pembayaran dengan sistem kartu kredit belum menjadi kendala serius. Hal ini karena pembayaran dengan kartu kredit biasanya hanya dilakukan oleh masyarakat golongan menengah ke atas, sedangkan pengunjung TNUK berasal dari semua golongan. Oleh sebab itu ketersediaan

pembayaran dengan kartu kredit dirasakan belum terlalu mendesak, namun ke depannya perlu menjadi pertimbangan bagi pihak pengelola TNUK, karena menyangkut kenyamanan dan kelancaran pengunjung dalam bertransaksi.

**Tabel 8. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Persepsi Atas Fasilitas Pembayaran Rekreasi**

| No               | Pertanyaan                                     | Jawaban Responden |    |     |   |   | Total Skor | Skor Ideal   | Persentase |
|------------------|------------------------------------------------|-------------------|----|-----|---|---|------------|--------------|------------|
|                  |                                                | 5                 | 4  | 3   | 2 | 1 |            |              |            |
| 1                | Ketersediaan fasilitas ATM                     | 0                 | 67 | 79  | 2 | 2 | 511        | 600          | 85,17      |
| 2                | Ketersediaan fasilitas pembayaran kartu kredit | 0                 | 35 | 111 | 2 | 2 | 479        | 600          | 79,83      |
| 3                | Ketersediaan fasilitas pembayaran tunai        | 12                | 50 | 95  | 4 | 1 | 494        | 600          | 82,33      |
| 4                | Ketersediaan fasilitas pembayaran non tunai    | 0                 | 52 | 95  | 2 | 1 | 498        | 600          | 83,00      |
| <b>Rata-rata</b> |                                                |                   |    |     |   |   |            | <b>82,58</b> |            |

*Sumber: Data primer diolah*

Pembayaran non tunai menurut persepsi pengunjung cukup baik, meskipun tidak tersedia di semua tempat perbelanjaan. Terdapat 2 (dua) tempat perbelanjaan yang menerima sistem pembayaran non tunai, yaitu Alfamart dan Indomaret yang terletak di Desa Kerta Mukti.

Persepsi pengunjung terhadap komponen-komponen yang diuraikan di atas, dapat dijadikan dasar dalam menentukan kebijakan peningkatan kunjungan masyarakat ke TNUK. Biasanya masyarakat lebih mempercayai informasi tentang tempat rekreasi dari kerabat atau sahabat yang pernah berkunjung.

Berdasarkan informasi dari tokoh masyarakat dan pemerintah setempat, bahwa sudah pernah ada rencana dibuka kantor cabang pembantu (KCP) Bank Jabar Banten (BJB) di lokasi dekat TNUK. Rencana tersebut gagal dilaksanakan karena berdasarkan hasil survei pasar dari pihak Bank Jabar Banten, bahwa motivasi masyarakat untuk memanfaatkan jasa bank sangat rendah. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pemahaman masyarakat terhadap peran dan manfaat perbankan masih rendah. Hal ini didasari juga oleh kuatnya pengaruh agama di tengah masyarakat, di mana ajarannya tidak menganjurkan penganutnya memanfaatkan jasa perbankan. Dengan demikian, maka dinilai tidak efisien untuk membuka KCP BJB di kawasan tersebut. Saat ini hanya ada satu Bank yang membuka kantor cabang pembantu (KCP) di kawasan TNUK, yaitu Bank BRI.

## SIMPULAN

### 1. Karakteristik pengunjung TNUK

- Mayoritas pengunjung TNUK adalah laki-laki berumur 21 tahun sampai 25 tahun yang berasal dari provinsi di Pulau Jawa selain Provinsi Banten. Pada usia tersebut pada umumnya seseorang menduduki masa perkuliahan, sehingga dapat dikatakan bahwa TNUK banyak dikunjungi oleh para mahasiswa. Hal ini terkait dengan fungsi TNUK sebagai objek pengembangan ilmu pengetahuan. Di samping itu pengunjung juga berasal dari wisatawan mancanegara yang kebanyakan dari kawasan Asia. Pengunjung domestik yang paling sedikit berasal dari Papua, sedangkan wisatawan mancanegara yang paling sedikit berasal dari Amerika. Temuan tersebut menunjukkan

bahwa jarak merupakan faktor yang dipertimbangkan oleh calon pengunjung untuk mengunjungi TNUK.

- b. Pada umumnya pengunjung TNUK baru pertama kali datang ke kawasan konservasi ini dan sudah mengetahui/mengenalnya antara 1 tahun sampai 3 tahun. Biasanya pengunjung berada di TNUK lebih dari 10 jam. Temuan ini menunjukkan bahwa pengunjung TNUK memiliki minat khusus untuk mengunjungi kawasan ini, karena meskipun baru mengenal TNUK, pengunjung sudah dapat memutuskan untuk mengunjunginya
2. Persepsi pengunjung TNUK mengenai kelengkapan fasilitas, keterkenalan tempat rekreasi, pemberi informasi, pemilihan waktu berkunjung dan fasilitas pembayaran rekreasi, termasuk kategori baik pada garis kontinum persepsi pengunjung. Kelengkapan fasilitas merupakan nilai presentase terendah. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung merasakan kelengkapan fasilitas di TNUK belum sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan pengunjung.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Balai Taman Nasional Ujung Kulon. 2012. *Kawasan Taman Nasional Ujung Kulon*.Banten: BTNUK.
- Dinas Pariwisata Provinsi Banten. 2012. *Profil Taman Nasional Ujung Kulon*. Banten: Dispar. Prov. Banten.
- Hermawan, Asep. 2006. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Muntasib, H. 1997. *Manajemen Wisata Alam dan Kelestarian Badak Jawa Di Taman Nasional Ujung Kulon*. Jurnal Media Konservasi Edisi Khusus, 1997: hal 83-86.
- Suherman. 2016. *Persepsi Masyarakat Kawasan Penyangga Terhadap Pengembangan Kawasan Taman Nasional Ujung Kulon*. UNES Journal of Scientech Research, Vol 1, issue 1, Juni 2016.
- Wibisono, Dermawan. 2005. *Riset Bisnis: Panduan bagi Praktisi dan Akademisi*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.

=====