



## CITRA DESTINASI WISATA SUKU BADUY DAN DAMPAKNYA TERHADAP KUNJUNGAN WISATA PASCA PANDEMI COVID 19

Eka Prasetiawan<sup>1</sup>, Yuli Harwani<sup>2</sup>, Dudi Permana<sup>3</sup>, Yanto Ramli<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Doctoral Student at University of Mercubuana, Jakarta, Indonesia

<sup>2,3,4</sup>University of Mercubuana, Jakarta, Indonesia

<sup>1</sup> [ekaprasetiawan440@gmail.com](mailto:ekaprasetiawan440@gmail.com); <sup>2</sup> [yuliharwani@yahoo.com](mailto:yuliharwani@yahoo.com);

<sup>3</sup> [dudipermana.77@gmail.com](mailto:dudipermana.77@gmail.com); <sup>4</sup> [yantoramli18@gmail.com](mailto:yantoramli18@gmail.com)

### INFO ARTIKEL

*Kata kunci:*

citra objek wisata, kunjungan wisata, Suku Baduy, Pandemi Covid-19

Dikirim : 05 Oktober 2022

Diterima : 07 Desember 2022

Dipublikasikan : 12 April 2023

Alamat email penulis

korespondensi:

[ekaprasetiawan440@gmail.com](mailto:ekaprasetiawan440@gmail.com)

### ABSTRAK

Covid-19 merupakan pandemi global yang berdampak pada semua sektor termasuk sektor pariwisata. Hampir semua destinasi wisata terkena dampaknya. Terdapat fenomena menarik bahwa masyarakat Suku Baduy tidak ada yang terpapar Covid-19. Hal tersebut menjadi salah satu hal yang menarik untuk diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengkaji dampak citra destinasi wisata Suku Baduy terhadap kunjungan wisatawan pasca Pandemi Covid-19. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Subyek yang digunakan adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke desa Suku Baduy. Teknik analisis yang digunakan adalah hasil wawancara, reduksi data, dan triangulasi. Hasil kajian menunjukkan masyarakat Suku Baduy adalah masyarakat yang memiliki budaya yang kuat, terutama dalam menjaga kelestarian alam dan teguh dengan aturan dalam berinteraksi dengan orang luar. Hal itulah yang ternyata membuat mereka tidak terkena dampak Covid-19. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa citra destinasi wisata Suku Baduy berdampak pada kunjungan wisatawan pasca Pandemi Covid-19. Disarankan agar dilakukan penelitian yang mengkaji faktor-faktor penting yang menjadi mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke Suku Baduy.

### I. Pendahuluan

Covid-19 adalah penyakit yang disebabkan oleh infeksi virus yang berasal dari Wuhan (Mackenzie dan Smith, 2020). Covid-19 merupakan salah satu musibah besar yang dialami oleh masyarakat dunia. Jumlah infeksi Covid-19 telah menyebar ke 327 negara, menyerang 82.401.767 orang dimana jumlah kematian mencapai 1.801.237 orang. Pandemi menyebabkan gejolak di sektor kesehatan dan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi global mengalami

pertumbuhan negatif sebesar -4,9% pada tahun 2020 (IMF, 2020). Pertumbuhan ekonomi Indonesia 2020 mengalami kontraksi sebesar 2,07 persen dibandingkan 2019 (BPS, 2021). Untuk mengatasi kontraksi ekonomi akibat pandemi, kebijakan pemerintah dalam penanganan Covid-19 di Indonesia dilakukan dengan cepat tanggap (Purba, dkk., 2021).

Tingginya kasus terkonfirmasi positif Covid-19 di Indonesia berdampak pada industri pariwisata di Indonesia. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan penutupan pintu akses keluar masuk negara mengakibatkan penurunan pendapatan negara di sektor pariwisata sebesar 20,7 milyar. Adanya Pandemi Covid-19, sektor pariwisata menjadi yang paling terpuruk dan untuk pemulihannya membutuhkan waktu yang cukup lama.

Kebijakan PSBB membuat sektor pariwisata terdampak cukup dalam karena wisatawan sementara mengurangi aktivitas berwisata. Tingkat hunian kamar hotel serta restoran menurun drastis sebagai imbas dari hal tersebut. Laporan BPS menyebutkan bahwa sektor penunjang pariwisata seperti transportasi pada kuartal II kemarin minus hingga 30% diikuti sektor akomodasi, makanan dan minuman yang berkontraksi hingga minus 22%. (Kemendikbud, 2021)

Pertumbuhan ekonomi negatif juga terjadi di tingkat daerah, khususnya di sektor pariwisata. Dalam hal ini, data BPS Kabupaten Lebak khususnya data kunjungan wisata Baduy mengalami penurunan sebesar 4,07 persen dibandingkan tahun 2020 (BPS, 2021). Pada masa pandemi penurunan kunjungan tidak begitu kosong, bahkan mencapai 6 ribu orang atau hanya turun 50,1 persen, dan yang menarik adalah tidak ada satupun warga suku Baduy luar dan dalam, yang terkena penyakit Covid-19. Hal tersebut dikarenakan protap kesehatan dan faktor alam serta kemurnian budaya Suku Baduy yang sangat memegang adat istiadat.

**Tabel 1. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Suku Baduy tahun 2020 – Juni 2022**

<b>Tahun</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Wisatawan Domestik	20.319	6.274	13.237
Wisatawan Manca Negara	8	-	2

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak (2022)

Tabel 1 menunjukkan, kampung Suku Baduy masih menjadi destinasi wisata yang tetap dikunjungi meskipun dalam situasi masa pandemi Covid-19 meninggi. Kunjungan wisata dari wisatawan tetap bisa dilakukan dalam masa pandemi, meskipun berkurang 60 persen dari tahun sebelumnya, dan meningkat 50 persen pasca pandemi itu usai. Para wisatawan tertarik akan kemurnian alam dan budaya dengan gaya hidup orang Baduy yang alami. Tetapi, dari peningkatan 50 persen tersebut sebagian besar wisatawan berkunjung ke objek-objek wisata lainnya, seperti objek wisata alam Pantai Sawarna, dan lain-lain. Wisatawan yang berkunjung ke kampung Suku Baduy masih didominasi wisatawan domestik.

Citra Suku Baduy sebagai suatu destinasi wisata telah terbentuk sejak puluhan tahun. Suku Baduy sudah didaftarkan menjadi warisan budaya yang dilindungi oleh organisasi dunia UNESCO. Masyarakat Baduy lebih mencintai terhadap lingkungan juga pelestarian hutan dan lahan, dan cara hidup yang sudah ratusan tahun dijalani tanpa perubahan seiring kemajuan perkembangan waktu dan teknologi. Citra destinasi tersebut tentunya akan berdampak pada niat berkunjung wisatawan. Dan citra destinasi memberikan sebuah *brand* tersendiri apabila terjaga dengan baik.

Diketahui bahwa pembangunan pariwisata di kampung adat Suku Baduy merupakan upaya pemerintah Kabupaten Lebak dalam mengkonservasi alam dan budaya di kampung adat Baduy. Hal ini sebagaimana tertuang pada Perda Kabupaten Lebak Nomor 13 Tahun 1990

tentang Pembinaan dan Pengembangan Lembaga Adat Suku Baduy. Kampung adat Baduy merupakan destinasi wisata unggulan di Kabupaten Lebak. Hal ini diketahui dari Tabel 2.

**Tabel 2. Data Kunjungan Wisatawan Kabupaten Lebak Periode Januari – Juni 2022**

Destinasi Wisata	Jumlah Wisatawan	
	Nusantara	Mancanegara
Pantai Sawarna	180.000	231
Pantai Bagedur	86.136	-
Makam Prabu Wong Sagati	68.160	-
Pantai Legon Pari	41.726	-
Taman Wisata Ranggawulung	32.874	-
Pantai Pulau Manuk	17.599	-
Pantai Cibareno	15.467	-
Bendungan Cikoncang	14.512	-
Suku Baduy	13.237	2
Tirta Lebak Buana	12.156	-

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak (2022)

Tabel 2. menunjukkan, kampung Suku Baduy masih menjadi wisata unggulan bagi wisatawan yang datang berkunjung pada tahun 2022. Kampung Suku Baduy menempati urutan 9 sebagai destinasi wisata. Hal tersebut menunjukkan bahwa kampung Suku Baduy masih memiliki citra yang positif sebagai salah satu lokasi wisata yang diminati untuk dikunjungi.

Atas dasar itulah maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh citra destinasi wisata Suku Baduy dan dampaknya terhadap kunjungan wisata Pasca Pandemi Covid-19. Tujuan dari kajian ini akan diperoleh bagaimana gambaran citra destinasi wisata Suku Baduy dan dampaknya terhadap kunjungan wisata pasca Pandemi Covid-19.

## II. Kajian Pustaka

### 1. *Cultural Heritage Tourism*: Suku Baduy

Warisan budaya memiliki potensi besar dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia. Berbagai peran cagar budaya sangat penting bagi kehidupan masyarakat, antara lain nilai pendidikan, nilai religi, dan nilai sejarah yang dapat menarik wisatawan domestik maupun mancanegara untuk mempelajari dan mengunjunginya. Wisata cagar budaya berbeda dengan jenis wisata lainnya. Kondisi bangunan merupakan objek utama yang mendasari daya tarik wisata berbasis sejarah budaya. Keunikan struktur dan bentuk fisiknya menjadi identitas yang membedakannya dengan destinasi wisata lainnya (Shankar, 2015; Bullen & Love, 2011). Lebih lanjut, penelitian Adi & Saputro (2017) menunjukkan bahwa perkembangan dan modernitas daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap daya tarik wisata berbasis sejarah budaya.

Salah satu negara yang memiliki banyak suku bangsa adalah Indonesia. Kebanyakan orang Indonesia adalah pribumi. Namun, beberapa dari mereka telah berubah seiring waktu, dan yang lain mempertahankan tradisi mereka karena alasan mereka sendiri. Salah satu suku yang mempertahankan cara hidup tradisionalnya adalah Baduy. Suku ini menempati dua wilayah dengan hukum adat yang berbeda: Baduy Dalam (Baduy Dalam) dan Baduy Luar (Baduy Luar). Baduy Dalam terdiri dari tiga desa, yaitu Desa Cibeo, Cikeusik, dan

Cikertawarna. Sedangkan di luar Baduy Dalam terdapat 36 desa. Sebagian besar masyarakat Baduy Luar sudah bisa dijangkau dengan kendaraan roda empat maupun roda dua, sedangkan desa-desa di Baduy Dalam hanya bisa ditempuh dengan berjalan kaki. Ini bukan karena daerahnya terlalu terpencil, tetapi terutama karena prinsip adat mereka untuk tidak mengikuti modernisasi. Desa Baduy terletak di Provinsi Banten, sekitar 177 kilometer dari ibu kota Jakarta. Karena mereka mempertahankan tradisi mereka dan menentang modernisasi, orang Baduy dapat dianggap sebagai warga negara dunia keempat. Dunia keempat mengacu pada nama kolektif untuk semua penduduk asli atau penduduk asli yang tanahnya berada dalam batas-batas nasional dan administrasi teknobirokrasi negara-negara Dunia Pertama, Kedua, dan Ketiga (Graburn, 1976).

Masyarakat Baduy merupakan masyarakat yang sangat kuat dalam memegang adat dan budayanya. Sejarah masyarakat Baduy sendiri sampai saat ini masih menjadi perdebatan. Berdasarkan naskah-naskah yang ada, mulai dari naskah yang diterbitkan oleh para ahli Belanda, seperti Pleyete (1907), Blume (1822), Yacobs dan Meijer (1891), dan Penning (1902) yang menjelaskan asal-usul Suku Baduy itu sendiri. Mereka mengemukakan bahwa masyarakat Baduy berawal dari pelarian masyarakat dari daerah Bogor yang pada waktu itu berada di bawah kekuasaan Kerajaan Pajajaran. Mereka pindah karena adanya desakan dari kekuatan Islam dari Banten. Pendapat para ahli Belanda tersebut didasarkan pada keberadaan *Arca Domas* yang merupakan situs “*keramat*” yang tidak boleh sembarang orang memasukinya (Kurnia dan Sihabudin, 2010).

Sementara itu, pandangan berbeda disampaikan oleh masyarakat Baduy sendiri. Mereka menganggap bahwa dirinya tidak ada kaitannya dengan Kerajaan Pajajaran. Keberadaan mereka adalah asli sejak dari jaman dulu, yaitu sejak jaman dari nenek moyang mereka yang turun ke bumi (Garna, 1988).

Nenek moyang mereka pertama kali turu ke bumi yaitu di Desa Kanekes. Desa tersebut disebut oleh mereka sebagai pusat bumi, yaitu tempat asal pertama manusia dilahirkan. Oleh karena itu, masyarakat Baduy sering menyebut dirinya sebagai “*urang Kanekes*” atau orang yang berasal dari Kanekes (Adimihardja, 2000).

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disampaikan bahwa warisan budaya Suku Baduy atau Kanekes di Kabupaten Lebak masih murni mempertahankan tradisi leluhur, tidak tergoa dengan kemajuan zaman. Dan membuat warisan budaya tersebut menjadi objek wisata yang banyak dikunjungi oleh para wisatawan dalam dan luar negeri atau sebagai *world cultural heritage tourism*.

## 2. Citra Destinasi

Citra digambarkan sebagai keseluruhan kesan yang terbentuk di benak orang tentang suatu organisasi atau perusahaan. Citra merupakan persepsi yang terbentuk cukup konsisten dalam jangka panjang (persepsi abadi). Sehingga citra tidak cukup mudah untuk dibentuk, tetapi ketika dibentuk akan sulit untuk diubah (Kotler, 2013).

Citra destinasi merupakan kesan atau persepsi calon pengunjung wisata tentang suatu daya tarik wisata yang akan dituju (Hunt, 2015). Citra destinasi juga didefinisikan sebagai sebuah konsep yang dibentuk berdasarkan analisis dan interpretasi konsumen sebagai konsekuensi dari perseptif/kognitif menyangkut pengetahuan dan keyakinan individu tentang objek dan penilaian afektif terkait dengan apa yang konsumen rasakan terhadap wisatawan (Beerli dan Martín, 2004). Crompton (1979) mendefinisikan citra

destinasi sebagai seperangkat keyakinan, ide dan kesan seseorang sehubungan dengan suatu destinasi.

Berdasarkan kosepsi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan citra destinasi adalah kesan atau persepsi wisatawan terhadap destinasi wisata atas pengalaman atau informasi yang diterimanya yang kemudian melekat dalam pikirannya hal tersebut dalam suatu kurun waktu yang panjang.

Menurut Mansfeld (1992) tujuan dari citra destinasi wisata adalah: (a) *Organic/informal image* berasal dari sumber informasi secara umum seperti pengalaman pribadi, pendapat teman atau word of mouth reports, media massa, dan informasi lainnya. Sumber informasi ini tidak dapat dikontrol oleh pemasar (pengelola destinasi terkait), dan (2) *Induced/ formal image* yang dirancang oleh pemasar dari suatu destinasi yang bertujuan membentuk citra sesuai dengan harapan pemasar. Bentuk dari sumber informasi tersebut adalah berbagai iklan, kegiatan, festival, dan fenomena alam yang diperkenalkan oleh pemasar untuk menarik wisatawan agar datang ke destinasi tersebut.

Menurut Agapito *et al.* (2013) citra destinasi wisata terdiri dari 3 komponen, yaitu: Kognitif, Afektif, dan Konatif. Dimensi kognitif berkaitan dengan pengetahuan, pemahaman, dan interpretasi terhadap suatu tempat wisata tertentu. Citra destinasi wisata kognitif adalah pengetahuan dan pemikiran seseorang tentang suatu objek. Citra destinasi wisata afektif adalah perasaan yang dimiliki seseorang tentang suatu objek. Pendekatan afektif didasarkan pada perasaan atau emosi yang ditimbulkan oleh daya tarik wisata. Citra destinasi wisata konatif adalah bagaimana seseorang menggunakan informasi yang dimilikinya dalam melakukan suatu tindakan. Indikator dari citra destinasi wisata yang telah diadaptasi dari beberapa peneliti sebelumnya, yaitu: (a) Lingkungan di daerah destinasi wisata yang akan dituju menarik, (b) Tempat menarik di sekitar destinasi wisata mudah dijangkau, (c) Destinasi wisata ini sesuai dengan selera wisatawan, dan (d) Mengunjungi destinasi wisata ini mencerminkan pribadi wisatawan itu sendiri.

Milman dan Pizam (1995) mendefinisikan bahwa kesadaran destinasi merupakan gambaran seseorang setelah mendengar tentang suatu destinasi wisata. dan destinasi wisata apa yang pertama kali terlintas dalam pikiran ketika sedang mempertimbangkan destinasi liburan yang potensial. Kesadaran destinasi memiliki beberapa indikator yang telah diadaptasi dari beberapa peneliti sebelumnya, seperti: (a) Destinasi wisata ini memiliki pemandangan yang unik, (b) Wisatawan mengetahui dengan baik destinasi wisata, 3) Destinasi wisata ini sangat terkenal, dan (d) Destinasi wisata ini pertama kali muncul di benak para wisatawan.

Berdasarkan hasil penelitian dari Milman dan Pizam (1995) ditemukan bahwa kesadaran destinasi akan terjadi ketika seseorang memiliki ketertarikan dan memiliki niat berkunjung setelah mendengar informasi terkait destinasi wisata. Dalam hal ini bukan hanya niat terkait citra destinasi atau informasi, tapi bagaimana kesadaran wisatawan dapat memberikan dan membagikan rekomendasi pengalamannya setelah berkunjung dan melihat citra destinasi pada satu warisan kebudayaan Suku Baduy yang masih murni menjaga tradisi budaya dan alamnya.

### 3. Kunjungan Wisata

Keputusan juga dipengaruhi oleh variabel pribadi. Karakteristik tersebut meliputi aspek-aspek seperti usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, pendapatan dan

gaya hidup. Usia dan tahapan siklus hidup, mulai dari bayi, anak-anak, remaja hingga usia lanjut (Kotler & Keller, 2016).

Clarkle (2018) mengemukakan bahwa pengulangan mengunjungi beberapa tempat wisata oleh wisatawan tergantung pada tempat di mana ia mengembangkan identitasnya. Orang lain membuktikan bahwa signifikansi relatif atribut individu untuk mengunjungi suatu tempat melalui ketergantungan tempat menentukan rentang keterlibatan mereka dan juga dapat membentuk identitas.

*Visiting Decision* dalam kaitannya dengan dunia pariwisata, keputusan pembelian diasumsikan sebagai keputusan berkunjung sehingga teori tentang keputusan pembelian juga digunakan dalam keputusan berkunjung. Keputusan pembelian konsumen merupakan proses pemenuhan kebutuhan akan barang dan jasa. Biasanya rangsangan konsumen untuk membeli diperoleh dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungan lain. Keputusan pembelian konsumen dapat berlangsung secara koheren dalam lima tahap, tetapi tidak semua konsumen melewati tahap-tahap tersebut. Lima tahap tersebut meliputi: pengenalan masalah, pelacakan informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan kegiatan pra-pembelian konsumen. Kepuasan wisatawan merupakan ukuran keseluruhan dari opini wisatawan pada setiap kualitas destinasi (Coban, 2012). Kepuasan dapat diukur dengan tiga item, pertama berkaitan dengan senang atau tidaknya wisatawan dengan keputusan mereka untuk mengunjungi suatu destinasi pariwisata, kedua adalah keyakinan bahwa memilih destinasi terkait adalah hal yang benar, dan ketiga tingkat kepuasan secara keseluruhan selama perjalanan. wisata ke suatu destinasi wisata (Yuksel *et al.*, 2010).

Berdasarkan konsepsi di atas maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan *visiting decision* adalah proses dimana wisatawan membuat penilaian dan memilih alternatif berbagai destinasi wisata yang diperlukan berdasarkan pertimbangan tertentu.

Pengambilan keputusan wisata dimulai dari kebutuhan dan keinginan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Setelah itu wisatawan mulai mengumpulkan informasi dari berbagai sumber mengenai destinasi, kemudian mengevaluasi pilihan atraksi yang merupakan pilihan yang paling tepat (Kristiutami, 2017).

Menurut Mahgfiroh (2017), kunjungan wisata diukur berdasarkan indikator: (a) Profil wisatawan (yang meliputi usia, pendidikan, pendapatan pengalaman wisata sebelumnya dan motivasi), dan (b) Kesadaran wisata (seperti citra fasilitas dan pelayanan berdasarkan kredibilitas daerah tujuan wisata). Sementara menurut Widayati *et al.* (2020), kunjungan wisatawan terdiri dari sejumlah indikator, yaitu: (a) Mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan konsumen, (b) Mencari informasi dari berbagai sumber sebagai alternatif bahan pertimbangan dan mencari informasi yang lebih baik dan sesuai selera, (c) Lihat tingkat kepuasan pada aktivitas sebelumnya, (d) Evaluasi tujuan yang diketahui oleh yang tidak diketahui, (e) Dapat membuat keputusan akhir agar keputusan tersebut dapat dipercaya semua, (f) Tingkat preferensi konsumen terhadap suatu destinasi merupakan pilihan utama dalam pariwisata, dan (g) Melakukan kunjungan wisata kembali.

### III. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Moleong (2016), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, motivasi, tindakan, dll.

Penelitian kualitatif memiliki desain penelitian yang fleksibel dalam rangka menyesuaikan rencana dengan gejala di lokasi penelitian yang sebenarnya (Sujarweni, 2019). Dalam penelitian ini, peneliti ingin memahami fenomena kondisi sosial tertentu yang terjadi di tempat penelitian. Penelitian ini dilakukan di kampung Suku Baduy, Kecamatan Leuwidamar, Kabupaten Lebak, Banten. Partisipan dalam penelitian ini adalah para wisatawan yang pernah berkunjung ke kampung Suku Baduy.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui wawancara dan studi literatur. Peneliti melakukan wawancara lebih dalam dengan menggunakan metode bola salju. Peneliti menggunakan reduksi data, penyajian data, dan inferensi data untuk analisis. Menurut Moleong (2016) dalam menentukan keabsahan data diperlukan suatu teknik pemeriksaan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi untuk mengecek keabsahan data.

#### **IV. Hasil dan Pembahasan**

Wisata budaya merupakan salah satu jenis kegiatan pariwisata yang menggunakan kebudayaan sebagai objeknya. Pariwisata jenis ini dibedakan dari minat-minat khusus lain, seperti wisata alam, wisata sejarah dan wisata petualangan. Kemenarikan dari sebuah wisata budaya terletak pada pola hidup, nilai-nilai kepercayaan, dan keyakinan yang dipegang teguh adat istiadat, ataupun para wisatawan yang membutuhkan pengalaman budaya lain yang belum pernah dijumpai. Salah satu penyebab semakin diminatnya wisata budaya adalah adanya kerinduan terhadap nilai-nilai budaya yang masih kental seperti nilai agama, seni, bahasa, dan pola hidup yang berbeda dengan kehidupan wisatawan yang modern. Saat ini daya tarik wisata budaya sangat kompetitif (Andina & Aliyah, 2021).

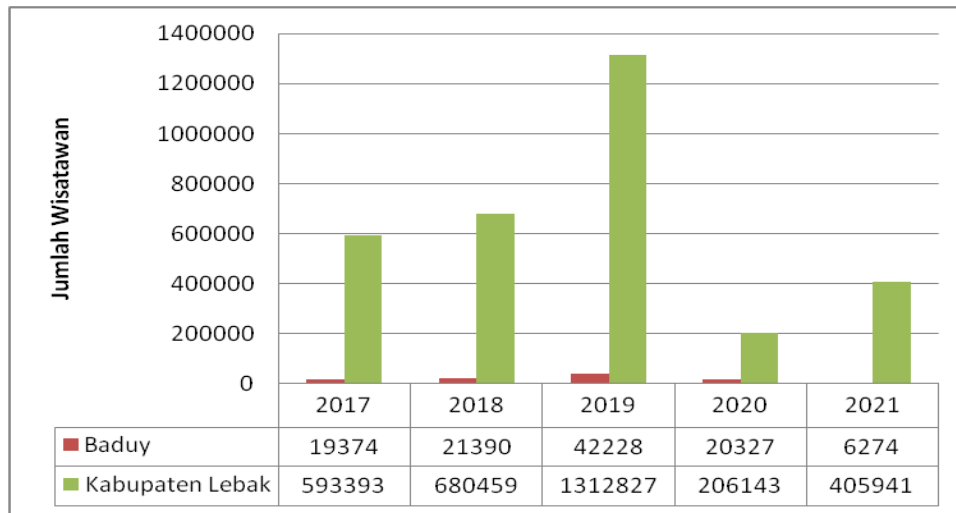
Kota yang mengalami modernisasi menyebabkan terjadinya keinginan wisatawan untuk kembali mencari nilai-nilai kebudayaan dan kearifan lokal, sehingga diprediksi bahwa era ekonomi kreatif berbasis budaya akan mendominasi masa depan. Daya tarik wisata budaya sangat diminati oleh wisatawan nusantara karena sebagian besar wisatawan mencari suatu daya tarik wisata yang baru dan tidak ada di daerahnya seperti tradisi, kesenian, upacara-upacara adat dan kearifan lokal masyarakat yang tentunya berbeda-beda dari budaya satu dan yang lainnya.

Wisata budaya merupakan suatu kegiatan wisata yang menampilkan daya tarik berupa keunikan dan keunggulan dari sistem sosial maupun kebudayaannya, sehingga diharapkan wisatawan mendapatkan *experience* dari hal tersebut. Pengalaman yang berkesan dan tak terlupakan menjadi salahsatu nilai yang diciptakan pariwisata budaya untuk mendapatkan keunggulan dari destinasi lainnya. Baduy menjadi tujuan utama wisatawan dan menjadi *market leader* di antara obyek wisata lain, ini dibuktikan dengan terpilihnya Baduy sebagai destinasi unggulan bukan hanya di Kabupaten Lebak, tetapi juga Provinsi Banten.

Suku Baduy merupakan suku asli Sunda Banten yang masih menjaga tradisi anti modernisasi, baik cara berpakaian maupun pola hidup lainnya. Desa Adat Baduy berada di sekitar aliran sungai Ciujung dan Cikanekes di Pegunungan Keundeng atau sekitar 172 km sebelah barat ibukota Jakarta dan 65 km sebelah selatan ibu kota Serang. Dengan total penduduk 5000-8000 orang, suku Baduy ini masih memegang teguh adat istiadat dan aturan dari nenek moyang. Secara penampilan suku Baduy Dalam memakai baju dan ikat kepala serba putih. Sedangkan suku Baduy Luar memakai pakaian hitam dan ikat kepala berwarna biru. Secara budaya, suku Baduy Dalam lebih teguh memegang adat istiadat suku mereka, sedangkan suku Baduy Luar sudah mulai terpengaruh dengan budaya dari luar. Persamaan dari keduanya, mereka pantang untuk menggunakan alas kaki, teknologi modern dan transportasi modern.

Mereka hidup sederhana dan menyatu dengan alam. Budaya yang ditawarkan oleh suku Baduy menjadi daya tarik wisata tersendiri bagi desa ini.

Sebagai salah satu destinasi unggulan Provinsi Banten Suku Baduy merupakan kawasan tujuan wisata yang diminati oleh wisatawan. Wisatawan yang berkunjung ke kampung Suku Baduy lebih di dominasi oleh jenis wisatawan umum, walaupun masih tetap ada beberapa wisatawan *study tour* setiap tahunnya. Berikut data mengenai jumlah wisatawan yang mengunjungi kampung Suku Baduy dalam 5 tahun terakhir.



Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak 2022 (Data Diolah)

**Gambar 1. Perbandingan Jumlah Wisatawan ke Suku Baduy dengan Total Wisatawan ke Kabupaten Lebak**

Berdasarkan Grafik di atas, perkembangan wisatawan ke Suku Baduy dari tahun 2017 sampai tahun 2019 terus mengalami peningkatan, namun tahun 2020 sampai tahun 2021 terus mengalami penurunan. Bahkan di tahun 2021 jumlahnya sangat sedikit dan merupakan terkecil dalam 5 (lima) tahun terakhir. Hal yang sama juga digambarkan dengan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Lebak yang pada tahun 2017 sampai 2019 mengalami peningkatan signifikan, namun menurun di tahun 2020 dan kembali meningkat di tahun 2021.

Penurunan tersebut diduga dampak dari adanya pembatasan kunjungan wisatawan di tahun 2021 yang sangat ketat sebagai dampak adanya Pandemi Covid-19. Walaupun tahun 2020 juga masih dilanda Pandemi Covid-19, namun jumlah wisatawan yang berkunjung ke Suku Baduy termasuk tinggi. Hal tersebut dikarenakan berdasarkan data dari Dinas Kesehatan Kabupaten Lebak tidak ada warga Suku Baduy yang terkena Covid-19. Hal tersebut menarik minat masyarakat luar untuk mengetahui faktor penyebabnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah seorang tokoh Baduy yaitu Ayah Mursid menyampaikan bahwa hal itu terjadi dari buah kebiasaan dan ketegasan warga Suku Baduy dalam menjaga keasrian dan kelestarian alam, serta menjaga kuat pola hidup yang menjadi budaya mereka, seperti tidak membiang sampah sembarangan, menjaga kontak fisik, tidak merusak alam, dan masih banyak lagi. Apa yang disampaikan oleh Ayah Mursid tersebut sesuai dengan yang disampaikan oleh Asep Kurnia (pemerhati dan penulis buku tentang Baduy) yang bahwa warga Suku Baduy dikenal sebagai masyarakat yang teguh memegang "*pikukuh*" yaitu aturan hidup yang harus dijalani oleh semua warganya, termasuk dalam menjaga kelestarian alam. Kepatuhan warga Suku baduy terhadap aturan. Warga Suku Baduy tetap melaksanakan



kesehariannya bekerja di lading-ladang, sehingga tidak terjadi kontak dengan wisatawan yang berkunjung kesana, dan para wisatawan diminta warga Suku Baduy untuk taat terhadap protokol kesehatan (Prokes Covid-19) dan tidak membuang sampah sembarangan.

Menurut Prasetiawan *et al.* (2020), tempat pariwisata Kampung Suku Baduy telah menjadi “*branding tourism*” sebagaimana Provinsi Bali dikenal sebagai “*national branding tourism*”. Sehingga, minimnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Suku Baduy tidak mencerminkan hal tersebut. Hal tersebut, juga tidak mencerminkan upaya yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Lebak dalam mempromosikan tempat wisata budaya Suku Baduy baik secara nasional maupun ke mancanegara, baik itu melalui promosi pameran di berbagai even, baik lokal, nasional, maupun di berbagai negara.

Suku Baduy sejatinya telah memiliki modal yaitu memiliki *image* kuat sebagai suatu tempat yang layak untuk dikunjungi. Hal tersebut ditunjukkan oleh tetap masih tingginya jumlah kunjungan ke Baduy, bahkan dimasa Pandemi Covid-19 pun masih tetap menjadi primadona untuk dikunjungi. Baduy juga dikenal dengan tempatnya yang eksotis, mulai dari pemandangan alamnya, juga dalam tatanan kehidupan masyarakatnya menjadi daya tarik tersendiri yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Hal tersebut sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Agapito *et al.* (2013) bahwa citra suatu destinasi wisata diakibatkan adanya aspek afektif, yaitu aspek emosional seseorang akibat adanya hal yang membuatnya menarik, dalam hal ini terkait objek wisata Suku Baduy.

Kelestarian alam objek wisata Suku Baduy hanya dapat terwujud apabila semua pihak bekerja sama menjaga citra yang dimiliki oleh Baduy itu sendiri, serta mengatasi berbagai kendala yang dirasakan oleh para wisatawan. Dengan demikian, akan terjalin sinergitas dalam pengelolaan wisata Suku Baduy. Masyarakat adat Suku Baduy tidak merasa terusaik dan khawatir budayanya akan terpengaruh, disisi lain para wisatawan pun merasa nyaman dan puas memperoleh pengalaman berkunjung ke destinasi wisata Suku Baduy.

Hal tersebut sesuai dengan sejumlah penelitian sebelumnya, bahwa citra destinasi wisata menjadi pertimbangan seseorang untuk memutuskan berkunjung ke destinasi tertentu (Arifiansyah & Saragih, 2022; Anzani *et al.*, 2022). Dalam konteks pariwisata, konsep citra telah dianggap sebagai bentuk sikap yang dibentuk oleh interpretasi persepsi konsumen tentang pengetahuan, perasaan, dan pengertian global tentang citra destinasi. Citra destinasi tidak hanya memandu tahap awal pemilihan destinasi tetapi juga mempengaruhi perilaku konsumen selanjutnya dalam hal loyalitas destinasi, seperti kunjungan ulang. atau merekomendasikan destinasi kepada kerabat dan teman (Nafis, 2020; Hidayatullah, dkk., 2020).

Di era Pasca Pandemi Covid-19 ini, dimana ada pelanggaran aturan protokol kesehatan, maka perlu upaya meningkatkan kunjungan wisata ke Baduy. Hal tersebut bisa dilakukan dengan berbagai cara, misalnya:

1. Menjaga kelestarian lingkungan suku Baduy yang asri dan nyaman. Pemerintah harus tegas dan berkomitmen menjaga kelestarian Suku Baduy, baik lingkungan maupun adat istiadatnya. Para wisatawan pun diberikan pemahaman untuk tidak merusak keasrian lingkungan dengan tidak membuang sampah sembarangan atau melanggar setiap pantangan yang menjadi budaya masyarakat Baduy. Dengan demikian, lingkungan Suku Baduy akan tetap menarik untuk dikunjungi. Hasil wawancara dengan Bapak Iman Rismahayadin (Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lebak) kegiatan sosialisasi untuk menjaga kelestarian alam Suku Baduy terhadap wisatawan terus dilakukan. Hal tersebut juga dikonfirmasi oleh Jaro Saija (Kepala Desa Kanekes) yang mengatakan bahwa setiap wisatawan yang berkunjung ke Suku Baduy selalu diberikan

arahan mengenai apa yang menjadi larangan-larangan para wisatawan saat berkunjung ke Baduy. Penjelasan kedua orang tersebut sesuai dengan kenyataannya, saat peneliti melakukan kunjungan ke Baduy. Bahkan di gerbang masuk terdapat tulisan-tulisan mengenai aturan saat berkunjung ke Baduy.

2. Menambah atau melengkapi berbagai sarana penunjang yang dibutuhkan wisatawan. Perbaikan infrastruktur juga harus diperhatikan. Akses jalan yang rusak hendaknya diperbaiki. Juga dibuat lokasi penginapan yang memadai di lokasi sekitar kampung Baduy, sehingga para wisatawan memiliki waktu luang untuk berkunjung. Hal tersebut sesuai dengan yang disampaikan oleh Bapak Iman Rismahayadin juga sudah diajukan, dan akan dilaksanakan lebih besar lagi.
3. Destinasi wisata ini sesuai dengan selera wisatawan yang bertujuan untuk mengetahui keragaman budaya lain yang bisa mereka jadikan sebagai pengalaman. Dalam hal ini, Pemerintah perlu mempublikasikan lebih banyak berbagai informasi mengenai budaya Suku Baduy. Hal tersebut diakui oleh Kepala Disbudpar Bapak Iman Rismahayadin bahwa masih kurangnya publikasi dan untuk mengatasi hal tersebut dapat dilakukan melalui kerjasama dengan pihak-pihak lain, seperti Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Lebak dalam mempublikasikan berbagai hal tentang Suku Baduy, misalnya melalui acara Bedah Buku, Pemutaran Film tentang Baduy, festival-festival, dan kegiatan lainnya.
4. Para wisatawan umumnya yang berkunjung untuk mendapatkan hal yang berbeda dan kepuasan diri atas pengalaman wisatanya. Oleh karena itu, ketika mereka berkunjung ke destinasi wisata budaya Suku Baduy mereka bisa merasakan adanya kepuasan pribadi yang mencerminkan pribadi mereka sendiri (Cohen, 2012; Yuksel *et al.*, 2010)

Dengan terpenuhinya hal-hal tersebut, maka harapan akan semakin melonjaknya jumlah kunjungan wisata ke Suku Baduy dapat terwujud. Tetapi tetap harus dijaga, karena ada satu paradok bahwa jumlah wisatawan yang banyak pada destinasi wisata budaya justru akan berpotensi merusak destinasi itu sendiri. Oleh karena itu, kearifan semua pihak untuk menjaga kelestarian adalah hal yang utama daripada mengejar sisi keuntungan ekonomis semata.

## V. Kesimpulan

Suku Baduy merupakan salah satu destinasi wisata budaya yang menarik untuk dikunjungi. Selain memiliki pemandangan yang eksotis, juga adat yang unik dalam berbagai aspek kehidupan. Citra destinasi yang baik itulah membuat kampung Suku Baduy selama ini menjadi destinasi unggulan yang tidak hanya dikenal di dalam negeri, tetapi juga sampai luar negeri. Tidak hanya wisatawan Nusantara saja yang berkunjung, tetapi wisatawan mancanegara juga berminat untuk berkunjung. Bahkan dimasa Pandemi Covid-19 masih banyak wisatawan yang berkunjung ke Suku Baduy. Hal ini dikarenakan adanya fenomena yang menarik bahwa masyarakat Suku Baduy tidak ada yang terinfeksi virus Covid-19. Hal tersebut merupakan potensi yang baik untuk menarik minat para wisatawan berkunjung ke kampung Suku Baduy.

Pada kajian ini juga, penulis menyampaikan saran-saran agar citra destinasi wisata Suku Baduy tetap baik hendaknya memberlakukan pembatasan jumlah wisatawan sesuai dengan jumlah maksimal yang ditetapkan, menambah fasilitas dan sarana-prasarana guna mempermudah akses wisatawan berkunjung ke kampung Suku Baduy, mengutamakan kepentingan konservasi sebagai tujuan dalam pengembangan pariwisata di Baduy, meningkatkan pelayanan yang nyaman dan memadai kepada wisatawan.

Penelitian memiliki keterbatasan, yaitu fokus hanya mengkaji salah satu aspek saja yaitu citra destinasi wisata oleh karena itu pada penelitian selanjutnya bisa dilakukan dengan melakukan kajian pada banyak aspek dan dikaitkan dengan dampak dari pasca Covid-19. Selain itu, penelitian bisa dicoba menggunakan metode penelitian lain, misalnya metode kuantitatif. Diharapkan dengan dilakukannya hal tersebut akan semakin memperkaya kajian tentang Suku Baduy yang hasilnya bisa bermanfaat bagi banyak pihak.

### Referensi

- Adi, W. A. dan Saputro, E. P. 2017. "Potensi Daya Tarik Wisata Sejarah Budaya". *Prosiding Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis 2017*, 744-751
- Adimihardja, 2000. "Orang Baduy di Banten Selatan: Manusia Air Pemelihara Sungai". *Jurnal Antropologi Indonesia*, 24(61), 47-58
- Agapito, D., Valle, P. O., dan Mendes, J. C. 2013. "The Cognitive-Affective-Conative Model of Destination Image: A Confirmatory Analysis". *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 30(5), 471-481
- Andina, S. A. dan Aliyah, I. 2021. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Wisatawan dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur". *CAKRA WISATA (Jurnal Pariwisata dan Budaya)*, 22(1), 27-38
- Anzani, R. S., dkk. 2022. "The Effect of Travel Risk Perception and Destination Image on Visit Decision in the New Normal". *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 15(1), 95-110
- Arifiansyah, R. dan Saragih, D. R. U. 2022. "The Role of social media And Destination Image on Visiting Decision: A Case Study in Taman Mini Indonesia Indah". *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2) 12745-12763
- Beerli, A. dan Martin, J.D. 2004. "Factors Influencing Destination Image". *Annals of Tourism Research*, 31, 657-681
- Block, D. 2017. "Political Economy In Applied Linguistics Research". *Language Teaching*, 50(1), 32-64.
- BPS. 2021. *Statistik Wisatawan Nusantara 2020*. Jakarta: BPS Press
- Bullen, P.A., dan Love, P.E.D. 2011. "Adaptive reuse of heritage buildings". *Structural Survey*. 29(5), 411-421.
- Clarkle, M. 2018. "Rethinking Graduate Employability: The Role of Capital, Individual Attributes and Context". *Studies in Higher Education*, 43(11), 1923-1937
- Coban, S. 2012. "The Effects of the Image of Destination on Tourist Satisfaction and Loyalty: The Case of Cappadocia". *European Journal of Social Sciences*, 29(2), 222-232
- Crompton, J. L. 1979. "An Assessment of the Image of Mexico as a Vacation Destination and the Influence of Geographical Location upon the Image." *Journal of Travel Research*, 18(4), 18-23

- Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak. 2022. *Destinasi Wisata Kabupaten Lebak*. Rangkasbitung: Dispar Lebak
- Garna, J. 1988. *Orang Baduy*. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia
- Graburn, N. H. H. 1976. *Ethnic and Tourist Arts: Cultural Expressions from the Fourth World*. Berkeley: University of California Press.
- Mansfeld, Y. 1992. "From Motivation to Actual Marketing". *Annals of Tourism Research*, 19, 399-419.
- Hidayatullah, S., dkk. 2020. "Citra Destinasi : Pengaruhnya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan yang Berkunjung ke Gunung Bromo". *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 8(1), 96-108
- Hunt, S, D. 2015. *Marketing Theory: Foundations, Controversy, Strategy, Resource-Advantage Theory*, New York: Routledge
- IMF. 2020. *World Economic Outlook*. Washington: IMF
- Kemenparekraf-RI. 2021. *Tren Industri Pariwisata 2021*. Jakarta: Kemenparekraf-RI
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1 dan 2. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. 2013. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan. 3 Jakarta: Rajawali
- Kristiutami, Y. P. 2017. "Pengaruh Keputusan Berkunjung Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Museum Geologi Bandung". *Pariwisata*, 4(1), 53-62
- Kurnia, A. dan Sihabudin, A. 2010. *Saatnya Baduy Bicara*. Jakarta: PT. Bumi Aksara dan Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten
- Mackenzie, J. S. dan Smith, D. W. 2020. "COVID-19: A Novel Zoonotic Disease Caused By A Coronavirus From China: What We Know And What We Don't". *Microbiol Aust.* 2020, 1-6
- Maghfiroh, A. 2017. "Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung serta Dampaknya terhadap Keputusan Berkunjung ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango (Studi kasus pada Pengunjung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango)". *Skripsi*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Milman, A. dan Pizam, A. 1995. "The Role of Awareness and Familiarity with a Destination The Central Florida Case". *Journal of Travel Research*, 33, 21-27
- Moleong, L. J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda
- Nafis, R. W. 2020. "Pengaruh Citra Destinasi dan Kepercayaan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisatawan Domestik di Pantai Balekambang, Kabupaten Malang)". *ECOBUSS: Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 40-45
- Perda Kabupaten Lebak Nomor 13 Tahun 1990 tentang Pembinaan dan Pengembangan Lembaga Adat Suku Baduy
- Prasetiawan, E., Permana, D., dan Nugroho, A. 2020. "Tourism Equation: Cultural Tourism Marketing Strategy Baduy Tribe In Lebak District". *DIJEMSS: Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*, 2(1), 96-105
- Purba, J. H. V., Fathiah, R., dan Steven. 2021. "The Impact Of Covid-19 Pandemic On The Tourism Sector In Indonesia". *Riset : Jurnal Aplikasi Ekonomi, Akuntansi dan Bisnis*, 3(1), 389 - 401

- Shankar, S. 2015. "Impact of Heritage Tourism in India: A Case Study". *International Journal of Innovative Research in Information Security (IJIRIS)*, 6(2), 59-61
- Sujarweni, V. W. 2019. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Widayati, C. C. *et al.* 2020. "The Role of Destination Image on Visiting Decisions through Word of Mouth in Urban Tourism in Yogyakarta". *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 12(3), 177-196
- Yuksel, A., *et al.* 2010. "Destination Attachment: Effects on Customer Satisfaction and Cognitive, Affective and Conative Loyalty". *Tourism Management*, 31, 274-284