

DAYA TARIK PURA PARAHYANGAN JAGATKARTA SEBAGAI WISATA BUDAYA DI KABUPATEN BOGOR

Aditya Sugih Setiawan¹, Rima Pratiwi Batubara²
Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor^{1,2}
aditsugih21@gmail.com¹

Abstract

As one of the tourist attractions in Bogor Regency, Pura Parahyangan Agung Jagatkarta is the largest temple in West Java and the second largest in Indonesia after Besakih Temple in Bali. The lack of tourist attractions and promotions is considered to be the thing that causes tourism activities in the area to be not optimal. The study was conducted with a quantitative approach to assess tourist attractiveness in terms of something to see, something to do, and something to buy. The aspect of something to see achieves a tourist response, which is 81.6%. The something-to-do aspect is 79.9% and the something-to-buy aspect is 47.8%. All three aspects get good marks so the tourist attraction of Pura Parahyangan Agung Jagatkarta is not problematic in terms of tourist attractions

Keywords: *Tourist attraction, Pura Parahyangan Agung Jagatkarta, Tourism.*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan aktivitas yang melibatkan serta sekaligus berpengaruh terhadap aspek kehidupan seperti aspek ekonomi, sosial, budaya, dan politik. Kegiatan kepariwisataan melibatkan keterlibatan berbagai pihak diantaranya pihak yang berada di daerah pariwisata, pihak pendatang atau wisatawan, serta pihak ketiga yaitu pihak yang terlibat dalam organisasi penyelenggaraan kepariwisataan. Ketiga pihak tersebut saling bersinergi dengan tujuan meningkatkan roda perekonomian. Secara umum peranan pariwisata terhadap pembangunan negara terdiri dari tiga segi, yaitu segi ekonomi (sumber devisa, pajak-pajak), segi sosial (penciptaan lapangan kerja), dan segi kebudayaan (memperkenalkan budaya tempat

wisata kepada wisatawan). Kabupaten bogor merupakan destinasi wisata potensial di Provinsi Jawa Barat. Pada tahun 2016 Kabupaten Bogor masuk kedalam 10 besar dengan kunjungan wisatawan di indonesia mengacu pada indeks pariwisata indonesia Kementerian Pariwisata (Saudale, 2016).

(Middelton, 1995) *dalam* (Setiawan & Batubara, 2023) menjelaskan bahwa daya tarik wisata terdiri dari daya tarik wisata alam, daya tarik wisata bangunan, daya tarik wisata budaya dan daya tarik wisata sosial. Adapun menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, daya tarik wisata adalah sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau

tujuan kunjungan wisata. Adapun daya tarik wisata budaya yang ada di Kabupaten Bogor diantaranya Kampung Urug, Prasasti Ciaruten, Kepurbakalaan Majusi, Kampung Budaya Sindang Barang, Situ Pemakaman Arca Domas, serta Pura Parahyangan Agung Jagatkarta. Sementara itu wisata budaya merupakan perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, kebudayaan dan seni mereka (Pendit, 1990) dalam (Priyanto & Safitri, 2016). Adapun (Nafila, 2013) dalam (Prasodjo, 2017) menerangkan bahwa pariwisata budaya merupakan salah satu jenis pariwisata yang menjadikan budaya sebagai daya tarik utama.

Salah satu daya tarik wisata budaya yang ada di Kabupaten Bogor ialah Pura Parahyangan Agung Jagatkarta. Adapun Pura Parahyangan Agung Jagatkarta memiliki arti "alam dewata suci sempurna" atau sering disebutnya Pura Jagatkarta adalah pura agama Hindu. Pura Parahyangan Agung Jagatkarta ini terletak di Ciapus, Kabupaten Bogor. Saat ini Pura Parahyangan Agung Jagatkarta adalah pura terbesar di Jawa Barat dan terbesar ke-2 di Indonesia setelah Pura Besakih di Bali. Pura ini dianggap sebagai tempat persemayaman prabu siliwangi serta para (hyang) leluhur pakuan padjajaran. Daya tarik wisata terlihat dari penelitian terdahulu oleh (Sanusi & Sidik,

2022) dengan judul "*Komodifikasi keunikan Kampung Adat Cireundeu Sebagai Obyek Wisata Budaya*" hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa Keberadaan kampung adat Cireundeu tidak lepas dari pengaruh pariwisata, keunikan yang dilakoni masyarakatnya membuat daya tarik tersendiri untuk orang berdatangan. Komodifikasi pun berlangsung di Cireundeu, baik dalam prosesi upacara 1 Sura maupun olahan singkong. Komodifikasi ini terjadi mulai dari proses produksi, proses distribusi, dan proses konsumsi. Sementara itu penelitian terdahulu oleh (Ratnasari, Yuliantoro, & Fikri, 2021) dengan judul "*Eksistensi Kelenteng Hoo Ann Kiong sebagai Objek Wisata Budaya di Kabupaten Meranti*" hasil penelitian menunjukkan bahwa Kelenteng Hoo Ann Kiong atau dikenal sebagai Vihara Sejahtera Sakti merupakan bangunan bersejarah sekaligus sebagai Cagar Budaya yang ada di kota Selatpanjang Kabupaten Meranti. Keberadaan bangunan ini membawa pengaruh besar bagi Kabupaten Meranti khususnya sebagai Objek wisata. Dilihat dari puncak perayaan Tahun Baru Imlek, Klenteng Hoo Ann Kiong menjadi sasaran bagi wisatawan maupun warga Tionghoa untuk melakukan peribadatan serta kegiatan keagamaan, baik yang berasal dari daerah lokal maupun mancanegara.

Mengacu paparan sebelumnya maka Pura Parahyangan Agung Jagatkarta saat ini kurang atraksi wisata yang bisa dinikmati wisatawan.

Adapun promosi terhadap Pura Parahyangan Jagatkarta sebagai wisata budaya belum optimal. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengagkat judul “Daya Tarik Wisata Pura Agung Jagatkarta sebagai Wisata Budaya di Kabupaten Bogor”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Mengetahui daya tarik wisata di Pura Parahyangan Jagatkarta sebagai wisata budaya.

METODE

Pada penelitian ini penulis bermaksud mendapatkan gambaran mendalam terkait daya tarik wisata Pura Parahyangan Agung Jagatkarta sebagai wisata budaya. Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Pura Parahyangan Jagatkarta yang terletak di jalan raya ciapus kecamatan tamansari Kabupaten Bogor. Gambar 1



Gambar 1. Pura Parahyangan Jagatkarta

Sementara itu metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono & Lestari, 2021) menerangkan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada

filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, analisis data bersifat statistik. Lain halnya dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan menggunakan observasi, kuisioner serta studi literatur. Sementara itu sumber data primer yang digunakan yaitu observasi serta kuisioner, kemudian sumber data sekunder menggunakan studi literatur. Pada penelitian ini variabel yang digunakan dalam penelitian ini menurut (Bagyono, 2014) *dalam* (Parjiati, Sarwono, & Sarbini, 2023) terdapat 3 syarat, yaitu *something to see* (sesuatu untuk dilihat), *something to do* (sesuatu untuk dikerjakan), dan *something to buy* (sesuatu untuk dibeli). Sementara itu jumlah ukuran sampel yang layak dalam suatu penelitian berkisar diantara 30 hingga 500 sampel (Sugiyono, 2012) *dalam* (Susilowati & Handayani, 2015). Oleh karena itu jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

Adapun menurut (Sugiyono, 2016) dalam Metode analisis deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskriptifkan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Sementara itu skala pengukuran penelitian yang digunakan dengan skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap,

pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016) *dalam* (Iswidyamarsha & Dewantara, 2020). Nilai untuk setiap jawaban yang diberikan responden adalah sebagai berikut. Tabel 1

Tabel 1. Bobot skala likert

Bobot	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Demografi Responden

Demografi dalam penelitian ini meliputi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan serta pekerjaan. Adapun demografi berdasarkan usia terdapat pada Tabel 2.

Tabel 2. Usia Responden

Usia	Jumlah	Prosentase
< 20 Tahun	7	7%
21-30 Tahun	29	29%
31-40 Tahun	52	52%
41-50 Tahun	6	6%
51-60 Tahun	6	6%
> 60 Tahun	0	0%

(Sumber Penelitian, 2023)

Berdasarkan Tabel 2 demografi berdasarkan usia kunjungan ke Pura Parahyangan Jagatkarta

di dominasi oleh usia 31-40 tahun sebesar 52%, Sementara itu baik usia dengan rentang 41-50 tahun dan 51-60 tahun hanya sedikit sebanyak 6%. Kondisi tersebut dapat dipahami mengingat minat berkunjung ke Pura Parahyangan Agung Jagatkarta dikunjungi oleh kelompok dewasa. Hal tersebut juga bisa diartikan bahwa kelompok usia 31-40 tahun lebih menyukai keindahan alam serta budaya yang ada di Pura Parahyangan Agung Jagatkarta.

Sementara itu demografi berdasarkan jenis kelamin terdapat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
Perempuan	48	48%
Laki-laki	52	52%

(Sumber Penelitian, 2023)

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui responden yang digunakan dalam penelitian ini paling banyak adalah 52% laki-laki sedangkan jenis kelamin perempuan sebanyak 48%. Hal tersebut dapat dipahami mengingat lokasi Pura Parahyangan Agung Jagatkarta akses saat memasuki kawasan tersebut sedikit menanjak. Hal ini tentu saja lebih disukai oleh laki-laki dibandingkan perempuan yang lebih menyukai kondisi jalan tersebut. Adapun demografi berdasarkan pendidikan terdapat pada Tabel 4.

Tabel 4. Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah	Prosentase
SMP	0	0%
SMA	16	16%

Diploma	32	32%
Sarjana	48	48%
Pascasarjana	4	4%

(Sumber Penelitian, 2023)

Berdasarkan Tabel 4 terkait demografi berdasarkan jenjang pendidikan maka, jenjang Pendidikan responden paling banyak didominasi oleh sarjana sebanyak 48%. Sementara itu jenjang pendidikan pascasarjana hanya ada 4%. Hal tersebut dapat dipahami informasi terkait keberadaan Pura Parahyangan Agung Jagatkarta bisa diterima dengan baik oleh jenjang Pendidikan sarjana baik dari media masa maupun media sosial. Selain itu pada responden dengan pendidikan sarjana lebih memahami dan memaknai terkait nilai-nilai budaya yang ada di Pura Parahyangan Jagatkarta. Adapun sebanyak 16% jenjang Pendidikan oleh tingkat SMA. Hal ini tidak mengherankan karena minat remaja terhadap wisata budaya belum optimal jika dibandingkan dengan wisata tematik.

Sementara itu demografi berdasarkan pekerjaan terdapat pada Tabel 5.

Tabel 5. Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
ASN/TNI/POLRI	8	8%
Pegawai Swasta	20	20%
Wiraswasta	32	32%
Pelajar/Mahasiswa	20	20%
Lainnya	20	20%

(Sumber Penelitian, 2023)

Berdasarkan Tabel 5 mengenai demografi jenis pekerjaan responden wiraswasta sebanyak 32% tidak terlalu mendominasi. Hal tersebut terlihat dari jenis pekerjaan pegawai swasta, pelajar/mahasiswa dan lainnya masing-masing 20%. Oleh karena itu terlihat bahwa berbagai jenis pekerjaan menyukai berkunjung ke lokasi Pura Parahyangan Agung Jagatkarta.

A. Something to See

Something to see ialah obyek wisata harus memiliki sesuatu yang bisa dinikmati secara visual oleh wisatawan. Oleh karena itu suatu obyek wisata perlu memiliki daya tarik khusus sehingga mampu menarik wisatawan untuk hadir mengunjungi obyek tersebut, Adapun variabel *something to see* pada Pura Parahyangan Jagatkarta sebagai berikut. Tabel

6

Tabel 6. Tabulasi Variabel Something to See

Indikator	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)	Skor	%
Pemandangan alam di Pura Parahyangan Agung Jagatkarta bersih, indah dan nyaman	4	0	0	272	140	416	83,2
Pemandangan struktur dan bentuk bangunan Pura Parahyangan Jagatkarta yang unik	0	8	72	192	120	392	78,4
Ada atraksi kebudayaan di daya tarik wisata Pura Parahyangan Agung Jagatkarta	4	16	0	176	220	416	83,2
Capaian tanggapan wisatawan							81,6

(Sumber Penelitian, 2023)

Berdasarkan Tabel 6 terkait variabel daya tarik yaitu Something to see menunjukkan pada indikator pemandangan alam memperoleh prosentase sebesar 83,2%, sementara itu indikator pemandangan struktur dan bentuk dari Pura Parahyangan Jagatkarta memperoleh prosentase 78,4 % dan atraksi kebudayaan memperoleh prosentase sebesar 83,2%.

Mengacu pada data tersebut wisatawan yang datang ke Pura Parahyangan Jagatkarta lebih di dominasi melihat kondisi alam serta atraksi kebudayaan yang ada di obyek tersebut. Kondisi tersebut dapat dimaklumi mengingat Pura Parahyangan Jagatkarta terletak di kaki gunung salak dengan pemandangan yang masih asri. Para wisatawan yang datang tentunya juga akan merasa aman, nyaman dan tenang dengan letak obyek tersebut. Gambar 1



Gambar 1. Pura Parahyangan Jagatkarta

Sementara itu wisatawan yang hadir ke obyek tersebut menikmati atraksi kebudayaan yang

kerap ada di Pura Parahyangan Jagatkarta seperti upacara siwa ratri atau upacara untuk mengucapkan rasa syukur terhadap Sang Hyang. Upacara tersebut tentu saja menjadi salah satu daya tarik yang bisa dilihat oleh wisatawan. Gambar 2.



Gambar 2. Upacara siwaratri

B. Something to Do

Something to do merupakan bagian dari obyek wisata yang harus dimiliki sehingga wisatawan yang hadir bisa melakukan aktivitas yang berkaitan dengan obyek wisata tersebut. Biasanya wisatawan akan melakukan sesuatu yang berguna sehingga membuat mereka merasa senang, bahagia serta tenang. Adapun salah satu syarat daya tarik yaitu something to do di Pura Parahyangan Jagatkarta terdapat pada Tabel 7.

Tabel 7. Tabulasi Variabel Something to Do

Indikator	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)	Skor	%
Bersantai di kawasan daya tarik wisata Pura Parahyangan Agung Jagatkarta	4	0	48	224	120	396	79,2
Berfoto / Swafoto di kawasan dayatarik wisata Pura Parahyangan Agung Jagatkarta	4	0	24	256	120	404	80,8
Melakukan ritual keagamaan di kawasan dayatarik wisata Pura Parahyangan Agung Jagatkarta	4	16	36	160	180	396	79,2
Capaian tanggapan wisatawan							79,7

(Sumber Penelitian, 2023)

Berdasarkan data pada tabel 7 terkait syarat daya tarik yaitu something to do menunjukan indikator aktivitas bersantai mendapatkan prosesntase sebesar 79,2 %. Selain itu pada indikator berswafoto di Pura Parahyangan Jagatkarta memperoleh prosentase sebesar 80,8 %. Sementara itu pada indikator melakukan ritual keagamaan memperoleh prosentase sebesar 79,2 %.

Berdasarkan data tersebut wisatawan yang mendatangi Pura Parahyangan Jagatkarta lebih banyak melakukan aktivitas sekedar berfoto atau beswafoto saja. Hal ini dikarenakan keunikan tiga buah bangunan pura yang ada. Selain itu juga sebagian orang yang datang begitu tertarik terhadap pura yang ada di kawasan bogor tersebut, Tentunya bagi sebagian wisatawan yang berfoto atau berswafoto menjadi momen yang tidak terlupakan, mengingat Pura Parahyangan Jagatkarta merupakan pura terbesar di jawa barat. Adapun aktivitas yang dilakukan wisatawan salah satunya melakukan ritual keagamaan. Hal ini sering dijumpai wisatawan

khususnya dari berbagai daerah diluar bogor yang cukup sering secara rombongan datang ke Pura Parahyangan Jagatkarta. Gambar 3



Gambar 3. Wisatawan Pura Parahyangan Jagatkarta

C. Something to Buy

Something to buy pada suatu obyek wisata dapat diartikan sebagai sesuatu fasilitas yang bisa dinikmati oleh wisatwan dalam hal ini membeli sesuatu barang. Pada dasarnya barang yang ada di obyek wisata dibeli bisa berupa makanan, minuman atau cinderamata sebagai bentuk olhe-oleh sehingga memberikan kenangan bagi wisatawan yang berkunjung.

Oleh karena itu syarat *something to buy* dalam Puara Parahyangan Jagatkarta sebagai berikut.

Tabel 8. Tabulasi Variabel *Something to Buy*

Indikator	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)	Skor	%
Membeli kuliner di kawasan daya tarik wisata Pura Parahyangan Agung Jagatkarta	4	32	36	160	140	372	74,4
Membeli cinderamata di kawasan daya tarik wisata Pura Parahyangan Agung Jagatkarta	94	12	0	0	0	392	21,2
Capaian tanggapan wisatawan							47,8

(Sumber Penelitian, 2023)

Berdasarkan Tabel 8 terkait variabel daya tarik khususnya *something to buy* menunjukkan bahwa membeli kuliner di kawasan Pura Parahyangan Agung Jagatkarta mendapatkan prosentase sebesar 74,4%. Sementara itu untuk membeli cinderamata yang ada di Pura Parahyangan Agung Jagatkarta memperoleh prosentase sebesar 21,2 %.

Secara umum wisatawan yang datang kesana selain ingin menikmati keindahan alam di Pura Parahyangan Jagatkarta, juga penasaran dengan kuliner khas sekitar obyek tersebut. Salah satu kuliner yang dicari wisatawan setelah beraktivitas di Pura Parahyangan Jagatkarta yaitu nasi kecombrang. Jenis nasi kecombrng ini hanya terdiri dari tumisan waluh dalam bahasa sunda, oseng tempe serta tahu dan sambal kecombrang yang jadi kekhasannya. **Gambar 4.** Nasi Kecombrang



Namun demikian dengan cinderamata yang ada di kawasan Pura Parahyangan Agung Jagatkarta baik berupa gantungan kunci, udeng (ikat kepala khas umat hindu) tidak terlalu banyak ditemukan. Hal ini dikarenakan Pura Parahyangan Jagatkarta selain sebagai obyek wisata juga sebagai tempat beribadah umat hindu khususnya. Oleh karena itu tentu sangat disayangkan jika cinderamata agak sulit ditemukan di obyek tersebut. Hal tersebut bisa menjadi tantangan sendiri bagi obyek wisata Pura Parahyangan Jagatkarta untuk mencoba mengkordinir adanya pusat cinderamata, sehingga wisatawan yang telah datang mendapatkan kenang-kenangan yang tak terlupakan selain moment yang didapatkan saat berkunjung ke obyek tersebut.

KESIMPULAN

Demografi wisatawan yang berkunjung ke Pura Parahyangan Agung Jagatkarta didominasi oleh usia 31-40 tahun, dengan profil jenis kelamin laki-laki lebih mendominasi dibandingkan perempuan. Adapun jenjang pendidikan wisatawan yang berkunjung ke Pura Parahyangan Agung Jagatkarta yaitu sarjana

dengan jenis pekerjaan didominasi oleh wiraswasta. Pada variabel daya tarik yaitu aspek *something to see* mencapai tanggapan wisatawan yaitu dengan prosentase sebesar 81,6 %. Secara umum capaian tanggapan wisatawan terhadap variabel daya tarik yaitu aspek *something to do* yaitu dengan prosentase sebesar 79,9 %. Capaian tanggapan wisatawan terhadap variabel daya tarik aspek *something to buy* yaitu dengan prosentase sebesar 47,8 %. Berdasarkan hasil tersebut daya tarik wisata Pura Parahyangan Agung Jagatkarta tergolong baik khususnya pada aspek *something to see* dan *something to do*. Adapun aspek *something to buy* bisa ditingkatkan sebagai bentuk menarik minat wisatawan ke obyek tersebut. Penelitian lanjutan dibutuhkan untuk mengetahui masalah belum adanya pusat cinderamata bagi wisatawan yang ingin mencari pernik khas bali yang ada di Pura Parahyangan Jagatkarta.

DAFTAR PUSTAKA

Iswidyamarsha, C., & Dewantara, Y. F. (2020). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Di Dunia Air Tawar Dan Dunia Serangga TMII. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 72-78.

Parjiati, Sarwono, A. W., & Sarbini. (2023). Museum Wayang Kekayon Dalam Kajian Manajemen Destinasi Pariwisata. *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1700-1726.

Prasodjo, T. (2017). Pengembangan Pariwisata Budaya dalam Perspektif Pelayanan Publik. *Jurnal Office*, 7-12.

Priyanto, & Safitri, D. (2016). Pengembangan potensi Desa Wisata Berbasis Budaya Tinjauan Terhadap Desa Wisata di Jawa Tengah. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 76-84.

Ratnasari, C., Yuliantoro, & Fikri, A. (2021). Eksistensi Kelenteng Hoo Ann Kiong sebagai Objek Wisata Budaya di Kabupaten Meranti. *Innovative : Research & Learning in Primary Education*, 393-398.

Sanusi, N., & Sidik, A. P. (2022). Komodifikasi Keunikan Kampung Adat Cireudeu Sebagai Obyek Wisata Budaya. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 76-82.

Saudale, V. (2016, Desember Selasa). *beritasatu.com/megapolitan*. Retrieved from [beritasatu.com: https://www.beritasatu.com/megapolitan/403262/kabupaten-bogor-masuk-top-10-indeks-pariwisata-indonesia](https://www.beritasatu.com/megapolitan/403262/kabupaten-bogor-masuk-top-10-indeks-pariwisata-indonesia)

Setiawan, A. S., & Batubara, R. P. (2023). Persepsi Wisatawan Zilenial Terhadap Daya Tarik Wisata Jsky Ferris Wheel Jakarta. *Jurnal Industri Pariwisata*, 1-6.

Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Alfabeta.

Susilowati, & Handayani, T. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap

Loyalitas Melalui Kepuasan pelanggan
Bolt. *EKONOMI DAN BISNIS*, 143-154.