

# ANALISA FAKTOR YANG MEMBUAT WISATAWAN TERTARIK BERKUNJUNG KE KOTA BATU

A.Faidlal Rahman

Pendidikan Vokasi Universitas Brawijaya  
Jl. Veteran 12 – 16 Malang 65145 Telp. 08179204063 faidrahman@ub.ac.id

**Diterima: 5 Juni 2016**

**Layak Terbit: 28 Juli 2016**

*Abstract. Analysis of Factors that Make Tourists Interested in Visiting Batu City. This research aims to determine the most dominant factors that make domestic tourists interested in visiting Batu city. The sample of this research is 100 domestic tourists. The sample was taken by using accidental sampling method. Data collection was done by distributing closed-ended questionnaires and using likert scale. The questionnaires were analyzed by using factor analysis of software SPSS 16. The findings show that factors which make domestic tourists interested in visiting Batu city are the atmosphere of townsquare at night (tourist attraction), the availability of communication facilities (amenity), transportation to tourist sites (accessibility), and tourism promotion activities (ancilliary services).*

*Keywords: tourist destination, tourist, factor analysis*

**Abstrak: Analisa Faktor yang Membuat Wisatawan Tertarik Berkunjung ke Kota Batu.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang membuat wisatawan domestik tertarik berwisata ke Kota Batu. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang berasal dari wisatawan domestik. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan angket yang bersifat tertutup dengan menggunakan metode skala likert. Hasil angket tersebut dianalisa dengan menggunakan metode analisis faktor dengan SPSS 16. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor dominan yang membuat wisatawan domestik tertarik berkunjung ke Kota Batu, yaitu suasana alun-alun di malam hari (atraksi wisata), ketersediaan fasilitas komunikasi (telepon dan internet) (amenitas), transportasi menuju lokasi wisata (aksesibilitas), dan kegiatan promosi pariwisata (pelayanan lainnya).

**Kata Kunci:** destinasi pariwisata, wisatawan, analisis faktor

Kota Batu merupakan salah satu destinasi pariwisata di Jawa Timur yang memiliki keragaman atraksi wisata, baik berupa budaya, alam, dan buatan manusia. Jumlah kunjungan wisatawan yang semakin meningkat berimplikasi pada pendapatan daerah dan perekonomian masyarakat setempat. Hal ini sesuai dengan Payangan (2014) yang menyatakan bahwa pariwisata di Kota Batu akan terus meningkat dan diperkirakan akan menjadi industri yang cukup prospektif di masa datang. Hal ini terbukti dengan jumlah wisatawan, baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara, yang tercatat sebanyak 2.088.228 orang pada tahun 2014 (BPS Batu, 2015).

Perkembangan pariwisata dan peningkatan kunjungan wisatawan ke Batu merupakan sebuah kekuatan dalam melestarikan kekhasan dan keberagaman daya tarik wisata yang berbeda dengan daerah-daerah lain (diversifikasi produk) (Rahman, 2012). Kekhasan dan keberagaman tersebut merupakan identitas dan ciri khas pariwisata Kota Batu yang unggul dan berdaya saing yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung. Agar terus mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap wisatawan, maka faktor-faktor apa yang membuat wisatawan berkunjung ke Kota Batu perlu diteliti lebih lanjut. Hal ini bertujuan untuk mendorong pihak-pihak terkait agar dapat merencanakan pengembangan pariwisata Kota Batu lebih baik dan terarah. Sehubungan dengan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apakah yang membuat wisatawan tertarik berkunjung ke Kota Batu.

## METODE

Penelitian ini mengambil populasi seluruh wisatawan domestik yang berkunjung ke Kota Batu pada tahun 2014 dengan sampel responden sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan kepada siapa saja (wisatawan) yang ditemui secara kebetulan di beberapa objek wisata di Kota Batu. Wisatawan domestik yang dimaksud adalah setiap orang yang berkunjung ke Kota Batu yang berasal dari luar daerah Malang Raya (Kota Malang, Kabupaten Malang dan Kota Batu).

Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran angket (yang bersifat tertutup atau berstruktur) kepada wisatawan sebagai responden. Wisatawan diminta untuk memilih tingkat suatu variabel destinasi pariwisata yang sudah ditentukan dengan menggunakan *skala likert*. Selanjutnya, variabel destinasi pariwisata dalam penelitian ini menurut Cooper (1993) terbagi menjadi 4 kelompok, yaitu atraksi (*attraction*), fasilitas (*amenities*), aksesibilitas (*access*), pelayanan tambahan (*ancilliary service*) (Suwena dan Widyatmaja, 2010: 87). Tabel 1 menunjukkan variabel dan subvariabel yang digunakan dalam penelitian dan dijadikan acuan dalam penyusunan angket.

**Tabel 1. Variabel dan Sub Variabel Penelitian**

Variabel	Subvariabel
<i>Attraction</i> (Atraksi)	1. Pemandangan alam pegunungan 2. Iklim udara yang sejuk 3. Kegiatan bercocok tanam dan berkebun 4. Kegiatan memetik bunga dan buah 5. Kegiatan wisata perairan (memancing, <i>rafting</i> dan <i>donat boat</i> ) 6. Kegiatan <i>outbound</i> 7. Pemandian air panas 8. Kegiatan wisata pegunungan ( <i>hiking, mountainbike, paralayang, offroad dan downhill</i> ) 9. Kegiatan rekreasi dan edukasi ( <i>Jatim Park 1 &amp; 2, Eco Green, Museum</i>

Variabel	Subvariabel
	<i>Angkut, Museum Bagong, Predator Fun Park, BNS)</i> 10. Seni pertunjukan tradisional ( <i>Bantengan dan Wayang Kulit</i> ) 11. Selamatan desa 12. Kegiatan MICE ( <i>Meeting, Incentive, Conferance and Exibhition</i> ) 13. Peninggalan sejarah dan cagar budaya 14. Kegiatan kuliner (makan, <i>minum susu dan ketan</i> ) 15. Suasana alun-alun di malam hari
<i>Amenities</i> (Fasilitas)	16. Fasilitas dan pelayanan hotel dan villa yang lengkap 17. Penginapan ( <i>homestay</i> ) di rumah penduduk 18. Restoran (rumah makan) yang menyediakan makanan khas 19. Toko cinderamata yang menjual oleh-oleh/souvenir khas 20. Ketersediaan fasilitas komunikasi ( <i>telepon dan internet</i> ) 21. Ketersediaan fasilitas panti pijet 22. Ketersediaan fasilitas umum ( <i>toilet/MCK dan areal parkir</i> )
<i>Accessibility</i> (Aksesibilitas)	23. Kondisi jalan menuju lokasi wisata 24. Jarak tempuh dari bandara/terminal 25. Transportasi menuju lokasi wisata 26. Lokasi wisata yang strategis
<i>Anciliary Service</i> (Pelayanan Tambahan)	27. Kegiatan promosi pariwisata 28. Kebersihan lokasi wisata 29. Keamanan wisatawan 30. Pelayanan pusat informasi pariwisata 31. Pemandu wisata 32. Paket wisata yang lengkap 33. Pelayanan staf/pegawai yang ramah

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Responden

Hasil angket menunjukkan bahwa sebanyak 54 % responden berjenis kelamin perempuan dan 46 % laki-laki. Responden yang paling banyak, yakni 68 % responden berusia di bawah 20 tahun dan yang paling sedikit 2 % berusia 40 – 49 tahun, kemudian sebanyak 66 % responden berasal dari Jawa Timur (kecuali Malang Raya) dan sebanyak 1 % berasal dari Sumatera utara, Lampung, Kalimantan Timur dan Bali, dengan tingkat pendidikan terakhir responden yang paling besar, yakni 47 % berlatar belakang pendidikan SMA dan paling rendah sebanyak 1 % berlatar belakang pendidikan Master (S2). Kemudian pekerjaan responden yang berkunjung ke Kota Batu yang paling banyak, yakni 36 %

responden memiliki pekerjaan lain-lain (diluar pelajar, pegawai swasta, pengusaha, dan PNS) dan paling sedikit sebanyak 1 % memiliki pekerjaan sebagai pengusaha/wirausahawan, dimana transportasi yang paling banyak digunakan oleh responden adalah 69 % responden dengan menggunakan kendaraan pribadi dan 31 % dengan kendaraan publik.

### **Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji pendahuluan (uji validitas dan reliabilitas) merupakan uji angket yang bertujuan untuk memastikan tingkat validitas dan reliabilitas atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket. Jika nilai  $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$  dan probabilitas (signifikansi 2-tailed)  $< 0,05$  maka dikatakan hasil angketnya valid. Untuk perhitungan reliabilitas yaitu dengan mencari korelasi dari total skor kemudian jika hasilnya lebih besar atau  $> 0,6$  maka dikatakan alat ukurnya *reliable*. Kemudian hasil dari uji angket penelitian ini diolah dengan menggunakan *software* SPSS 16. Uji validitas dan reliabilitas terhadap 40 responden dalam uji angket menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang dipergunakan valid dimana nilai korelasinya mempunyai nilai signifikansi (p) yang lebih kecil dari alpha 0,05 (Masrun dalam Sugiyono, 2002:106) dan suatu instrumen (angket) dikatakan andal (*reliable*) apabila memiliki koefisien keandalan reliabilitas sebesar 0,6 atau lebih (Arikunto, 2002).

### **Test Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) dan Bartlet**

Jawaban responden atas angket kemudian dianalisa dengan menggunakan *software* SPSS 16. Syarat agar data dapat dianalisa menggunakan analisis faktor adalah apabila nilai kecukupan sampling KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin- Measure*)  $> 0,5$  dengan signifikansi  $< 0,05$  (Santoso, 2013). Kedua tes tersebut digunakan

untuk mengukur kekuatan hubungan antar variabel. Jika memenuhi syarat, maka dikatakan *data sampling* cukup dan dapat dilakukan analisis lebih lanjut. Hasil uji angket menunjukkan bahwa nilai kecukupan sampling KMO  $>0,5$  dan nilai signifikansi dari hasil uji Bartlett didapatkan  $< 0,05$  untuk semua subvariabel pada variabel atraksi wisata, amenitas, aksesibilitas, dan pelayanan lainnya. Maka dapat disimpulkan bahwa sampel angket cukup untuk dilakukan analisis faktor lebih lanjut.

### **Hasil Analisis Faktor Atraksi wisata**

Tabel 2 menunjukkan matrik faktor berdasarkan ranking untuk variabel atraksi wisata. Adapun faktor yang paling membuat wisatawan tertarik berkunjung ke Kota Batu berdasarkan ranking tersebut adalah suasana alun-alun di malam hari. Hal ini tentu dikarenakan alun-alun Kota Batu tidak hanya sekedar menyediakan mainan anak-anak dan tempat *selfie*, tetapi juga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk menikmati suasana di malam hari yang indah. Pengakuan atas suasana alun-alun Kota Batu diperkuat oleh Bapak Setyo dalam wawancara yang mengatakan bahwa suasana alun-alun itu ramai dan indah. Kemudian faktor atraksi wisata yang menempati ranking paling rendah adalah peninggalan sejarah dan cagar budaya karena selama ini memang Kota Batu memiliki sedikit peninggalan sejarah dan cagar budaya sehingga membuat wisatawan domestik jarang berkunjung ke tempat ini. Biasanya yang banyak berkunjung adalah wisatawan asing atau domestik yang suka mempelajari sejarah dan sedang melakukan penelitian.

**Tabel 2. Matrik Faktor Berdasarkan Ranking untuk Variabel Atraksi Wisata**

No	Item	Faktor
1	Item 15	Suasana alun-alun di malam hari
2	Item 14	Kegiatan kuliner (makan, minum susu dan ketan)
3	Item 5	Kegiatan wisata perairan (memancing, <i>rafting</i> dan <i>doughnut boat</i> )
4	Item 8	Kegiatan wisata pegunungan ( <i>hiking, mountainbike, paralayang, offroad dan downhill</i> )
5	Item 12	Kegiatan MICE ( <i>Meeting, Incentive, Conferance and Exhibition</i> )
6	Item 2	Iklm udara yang sejuk
7	Item 6	Kegiatan <i>outbound</i>
8	Item 10	Seni pertunjukan tradisional (Bantengan dan Wayang Kulit)
9	Item 9	Kegiatan rekreasi dan edukasi (Jatim Park 1 & 2, Eco Green, Museum Angkut, Museum Bagong, Predator Fun Park, BNS)
10	Item 1	Pemandangan alam pegunungan
11	Item 3	Kegiatan bercocok tanam dan berkebun
12	Item 11	Selamatan desa
13	Item 7	Pemandian air panas
14	Item 4	Kegiatan memetik bunga dan buah
15	Item 13	Peninggalan sejarah dan cagar budaya

### **Hasil Analisis Faktor Amenitas**

Tabel 3 menunjukkan bahwa untuk variabel amenitas faktor yang memiliki ranking paling tinggi yang membuat wisatawan tertarik berkunjung ke Kota Batu adalah ketersediaan fasilitas komunikasi (telepon dan internet). Pemerintah Kota Batu telah bekerjasama dengan telkom untuk memberikan fasilitas *free wifi* di depan kantor Telkom yang lokasinya cukup strategis dan mudah dijangkau oleh wisatawan. Kondisi seperti ini selaras dengan pengakuan Jessy dalam wawancara yang mengatakan bahwa komunikasi selama ada di Kota Batu berjalan lancar karena didukung oleh jaringan yang bagus. Kemudian faktor amenitas yang menempati ranking paling rendah yang membuat wisatawan tertarik berkunjung ke Kota Batu adalah toko cinderamata yang menjual oleh-oleh

khas Kota Batu. Dalam hal ini nampaknya wisatawan kurang tertarik dengan oleh-oleh yang kurang bervariasi yang dijual di toko.

**Tabel 3. Matrik Faktor Berdasarkan Ranking untuk Variabel Amenitas**

No	Item	Faktor
1	Item 20	Ketersediaan fasilitas komunikasi (telepon dan internet)
2	Item 21	Ketersediaan fasilitas panti pijet
3	Item 18	Restoran (rumah makan) yang menyediakan makanan khas
4	Item 17	Penginapan ( <i>homestay</i> ) di rumah penduduk
5	Item 22	Ketersediaan fasilitas umum (toilet/MCK dan area parkir)
6	Item 16	Fasilitas dan pelayanan hotel dan villa yang lengkap
7	Item 19	Toko cinderamata yang menjual oleh-oleh

### **Hasil Analisis Faktor Aksesibilitas**

Hasil analisis faktor aksesibilitas dapat dilihat pada Tabel 4 yang menunjukkan bahwa faktor untuk variabel aksesibilitas yang memiliki ranking paling tinggi yang membuat wisatawan tertarik berkunjung ke Kota Batu adalah transportasi menuju lokasi wisata. Selama ini transportasi menuju lokasi wisata cukup memadai dan tersedia dengan baik sehingga mempermudah wisatawan untuk berkunjung dan mengatur perjalanan wisatanya selama di Kota Batu. Hal ini senada dengan pengakuan Siswanto dalam wawancara bahwa transportasi menuju lokasi wisata lumayan bagus karena angkutan umum juga ada. Kemudian ranking paling rendah yang membuat wisatawan domestik tertarik berkunjung ke Kota Batu adalah jarak tempuh dari bandara atau terminal. Jarak tempuh antara bandara Abdurrahman Saleh dengan Kota Batu sebenarnya tidak terlalu jauh, tetapi seringkali rute-rute perjalanan menuju Kota Batu terhambat dengan kemacetan lalu lintas sehingga kondisi ini dapat membuat wisatawan kurang nyaman dalam perjalanannya meskipun jalannya cukup bagus.



**Tabel 4. Matrik Faktor Berdasarkan Ranking untuk Variabel Aksesibilitas**

No	Item	Faktor
1	Item 25	Transportasi menuju lokasi wisata
2	Item 23	Kondisi jalan menuju lokasi wisata
3	Item 26	Lokasi wisata yang strategis
4	Item 24	Jarak tempuh dari bandara/terminal

### **Hasil Analisis Faktor Pelayanan Lainnya**

Hasil analisis faktor pelayanan lainnya dapat dilihat pada Tabel 5 dimana faktor untuk variabel pelayanan lainnya yang memiliki ranking paling tinggi yang membuat wisatawan tertarik berkunjung ke Kota Batu adalah kegiatan promosi pariwisata. Banyaknya wisatawan yang datang berkunjung ke Kota Batu tidak terlepas dari adanya kegiatan promosi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Batu dan perusahaan-perusahaan pariwisata lainnya. Kegiatan ini menggunakan berbagai cara atau media yang menarik wisatawan untuk berkunjung. Sesuai dengan pengakuan Ingrid dalam wawancara yang mengatakan bahwa dia mengetahui Kota Batu dari teman dan internet. Kemudian faktor peringkat paling rendah yang mempengaruhi wisatawan domestik berkunjung ke Kota Batu adalah kebersihan lokasi wisata. Hal ini ditunjukkan dengan masih adanya sampah-sampah berserakan di objek wisata karena wisatawan yang membuang sampah tidak pada tempatnya.

**Tabel 5. Matrik Faktor Berdasarkan Ranking untuk Variabel Pelayanan Lainnya**

No	Item	Faktor
1	Item 27	Kegiatan promosi pariwisata
2	Item 31	Pemandu wisata
3	Item 29	Keamanan wisatawan
4	Item 30	Pelayanan pusat informasi pariwisata
5	Item 32	Paket wisata yang lengkap
6	Item 33	Pelayanan staf/pegawai yang ramah
7	Item 28	Kebersihan lokasi wisata

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Hasil analisa faktor menunjukkan bahwa faktor paling tinggi yang membuat wisatawan tertarik berkunjung ke Kota Batu untuk variabel atraksi wisata adalah suasana alun-alun di malam hari dan faktor terendahnya adalah peninggalan sejarah dan cagar budaya. Faktor tertinggi untuk variabel amenitas yaitu ketersediaan fasilitas komunikasi (telepon dan internet), sedangkan yang terendah ialah peninggalan sejarah dan cagar budaya. Selain itu, untuk variabel aksesibilitas faktor tertinggi yang membuat wisatawan berkunjung ke Kota Batu ialah mudahnya akses transportasi menuju lokasi wisata, sedangkan faktor terendahnya ialah jarak tempuh dari bandara atau terminal. Untuk variabel pelayanan lainnya, kegiatan promosi pariwisata merupakan faktor tertinggi yang membuat wisatawan berkunjung ke Batu dan kebersihan lokasi wisata merupakan faktor terendah.

Saran dari hasil penelitian ini yang dapat segera ditindaklanjuti oleh Pemerintah Kota Batu dan pihak-pihak terkait berkaitan dengan pengembangan pariwisata Kota Batu, yaitu: a) mengembangkan atraksi wisata berdasarkan potensi dan karakteristiknya, tanpa menghilangkan keunikan dan kekhasan, b) meningkatkan pelayanan dan menambah fasilitas akomodasi dan umum agar wisatawan dapat merasakan kenyamanan selama berwisata di Kota Batu, c) meningkatkan promosi pariwisata berdasarkan segmen pasar yang akan dituju, dan d) meningkatkan kualitas akses masuk menuju Kota Batu dan ke beberapa objek wisata

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim.\_\_\_\_\_. *Jumlah Kunjungan Wisatawan 2014*. BPS Kota Batu. (Online), (<http://batukota.bps.go.id>), diakses pada tanggal 20 Oktber 2015
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Asdi Maha Satya.
- Hermantoro, Henky. 2015. *Kepariwisataan, Destinasi Pariwisata dan Produk Pariwisata*. Depok: Penerbit Aditri.
- Payangan, Otto R. 2014. *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Bogor: PT Penerbit IPD Press.
- Rahman, A. Faidlal. *Analisa Potensi dan Peluang Pengembangan Agrowisata di Kota Batu*. Makalah dipresentasikan dalam acara Workshop Pimpinan dan Anggota DPRD Kota Batu Bidang Kepariwisataan, tanggal 30 Januari 2012 di Hotel Santika Surabaya
- Santoso, S. 2013. *Statistika Parametrik*. Jakarta: Penerbit PT. Elexmedia Komputindo.
- Sugiyono. 2003. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan ke-5. Bandung: CV Alfabeta.
- Suwena, I ketut dan Widyatmaja, I Gst Ngr. 2010. *Pengetahuan Ilmu Pariwisata*. Bali: Udayana University Press