

Eksplorasi Faktor-Faktor Wisatawan Berkunjung dan Implikasinya bagi *Entrepreneurship* Bidang Pariwisata

Fanggi Ananta Tirtana
Universitas Negeri Malang
Jalan Semarang Nomor 5 Malang
E-mail: Fanggi.anantatirtana@gmail.com

Abstract: *The purpose of this study is to explore the factors considered by domestic tourists to visit the attraction in Cangar hot springs area that is located in the region of Tahura R. Soerjo, Batu City. In addition, the sample size is 73 visitors and determined by Davis and Cosenza formula. Meanwhile, the data analysis is done through what so-called exploratory factor analysis by applying to the common factor approach. Hence, factor analysis has successfully extracted into six factors. Those six factors are interpreted as the convenience factor, the tourism attraction factor, the necessity factors, safety factors, attractiveness factors, as well as accessibility factors. Based on those six factors, some in-depth interviews been held to identify what kind of creative businesses that are suitable and not suitable for implication of entrepreneurship in tourism.*

Keywords: *considerable factors, visiting tourists*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah mengeksplorasi faktor-faktor yang dipertimbangkan wisatawan domestik untuk berkunjung di objek wisata pemandian air panas Cangar yang berada di kawasan Tahura R. Soerjo, Kota Batu. Penetapan besar sampel berdasarkan rumus Davis dan Cosenza dan besar sampel adalah 73 pengunjung. Analisis data menggunakan analisis faktor eksploratori pendekatan *common factor*. Analisis faktor berhasil mengekstraksi enam faktor. Keenam faktor tersebut diinterpretasikan sebagai faktor kenyamanan, faktor daya tarik wisata, faktor kebutuhan, faktor keamanan, faktor keindahan, serta faktor aksesibilitas. Berdasarkan keenam faktor tersebut, dilakukan wawancara mendalam dengan narasumber untuk mengidentifikasi usaha kreatif yang cocok dibuka dan tidak cocok dibuka sebagai implikasi *entrepreneurship* bidang pariwisata.

Kata-kata kunci: faktor yang dipertimbangkan, wisatawan berkunjung

Kota Batu memiliki banyak kekayaan alam yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber pendapatan daerah melalui sektor pariwisata. Krapt dan Hunziker dalam Yoeti (2003: 112) mendefinisikan “pariwisata adalah keseluruhan dari gejala-gejala yang ditimbulkan dari perjalanan dan pendiaman orang-orang asing serta penyediaan tempat tinggal sementara, asalkan orang asing itu tidak tinggal menetap dan tidak memperoleh penghasilan dari aktivitas yang bersifat sementara.” Dari pengertian tersebut pariwisata dapat diartikan sebagai suatu

perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara dengan meninggalkan tempat semula dengan suatu perencanaan atau bukan maksud untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Pariwisata merupakan salah satu bentuk usaha bisnis dalam sektor jasa. Pembahasan mengenai bisnis jasa pariwisata tidak dapat dilepaskan dari wisatawan yang merupakan konsumen bagi pengelola jasa pariwisata.

Wisatawan merupakan kunci keberhasilan bagi pengelola jasa pariwisata. Dengan semakin meningkatnya pengetahuan wisatawan serta semakin banyaknya pengelola jasa pariwisata, tentunya menyebabkan tingginya persaingan dalam bisnis jasa pariwisata. Masing-masing pengelola jasa pariwisata berlomba untuk memberikan kualitas layanan yang terbaik guna memuaskan wisatawan yang berkunjung.

Sebagai penyedia jasa, pengelola jasa pariwisata sebaiknya melakukan berbagai strategi yang dapat meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan. Pada umumnya, strategi yang dilaksanakan para penyedia jasa pariwisata di antaranya pemasaran melalui media cetak maupun media elektronik, baliho, dan pamflet. Selain itu, pada umumnya pengelola jasa pariwisata selalu berusaha mengutamakan kualitas layanan yang memuaskan bagi wisatawan.

Kota Batu memiliki julukan sebagai kota pariwisata. Hal tersebut dikarenakan Kota Batu memiliki banyak objek wisata yang menarik untuk dikunjungi oleh para wisatawan, terutama wisatawan domestik. Banyak objek pariwisata yang selalu menarik perhatian para wisatawan domestik dari wilayah Malang Raya maupun dari luar wilayah Malang Raya.

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi faktor-faktor yang dipertimbangkan wisatawan domestik berkunjung ke Objek Wisata Cangar Kota Batu. Cangar masuk di kawasan Taman Hutan Raya R. Soerjo. Melalui pemahaman terhadap faktor-faktor yang dipertimbangkan tersebut, bagi pengelolanya diharapkan dapat dijadikan pertimbangan dalam menyusun strategi, kebijakan pengembangan pemasaran, dan pengelolaan objek wisata khususnya objek wisata Cangar.

Suradnya (2005: 1) berhasil mengidentifikasi delapan faktor daya tarik bagi wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Bali. Faktor-faktor tersebut meliputi harga-harga produk wisata yang wajar, budaya dalam berbagai bentuk manifestasinya, pantai dengan segala daya tariknya, kenyamanan berwisata, kesempatan luas untuk relaksasi, citra (*image*) atau nama besar Bali, keindahan alam, dan keramahan penduduk setempat.

Sudarmiati (2008: 78) dalam hasil penelitiannya menemukan bahwa: (1) atribut objek wisata alam dan *image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *image* dan pengambilan keputusan berkunjung, (2) *image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berkunjung, dan (3) promosi tidak berpengaruh terhadap *image* dan pengambilan keputusan berkunjung.

METODE

Populasi penelitian adalah pengunjung objek wisata Cangar yang merupakan *infinite population*. Sampel sebesar 73 pengunjung diambil secara purposif berdasarkan rumus Davis dan Cosenza dalam Murwani (2007: 163). Instrumen penelitian terdiri atas 22 item yang dikembangkan berdasarkan 22 indikator sebagaimana tertera pada Tabel 1.

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Validitas kuesioner diukur menggunakan validitas isi dengan melibatkan pakar untuk melakukan justifikasi (Murwani, 2007: 169). Reliabilitas kuesioner didasarkan atas koefisien Cronbach's Alpha yang bernilai setidaknya 0,7 (Murwani, 2007: 183). Kuesioner telah reliabel dengan koefisien Cron-

Tabel 1 Matriks Faktor Hasil Rotasi

Indikator	F1	F2	F3	F4	F5	F6
<i>Faktor Kenyamanan</i>						
Kebersihan lokasi objek wisata	0,459	0,255	-0,183	0,390	0,248	-0,027
Kenyamanan lokasi objek wisata	0,646	-0,073	-0,033	0,165	0,116	0,079
Kewajaran harga tiket masuk	0,531	0,099	0,225	0,000	0,160	0,373
Kebersihan toilet atau ruang ganti	0,479	0,289	0,385	0,475	0,185	-0,186
Objek wisata Cagar menyenangkan	0,402	0,151	0,147	0,319	0,292	0,124
Kesejukan dan kesegaran suasana objek wisata Cagar	0,648	0,666	0,196	0,004	0,081	0,002
<i>Faktor Daya Tarik Wisata</i>						
Ketersediaan makanan dan minuman	-0,076	0,325	0,324	0,206	-0,091	0,061
Kemenarikan objek wisata pendukung	-0,273	0,584	0,081	0,136	0,256	0,011
Ketersediaan fasilitas penginapan terdekat	0,099	0,534	-0,031	-0,081	0,030	0,809
Kesan menarik pengalaman wisatawan berkunjung	0,212	0,480	-0,016	0,008	0,433	-0,186
Kemenarikan produk kenangan khas cagar	0,305	0,570	0,101	0,040	0,146	0,032
Keterarikan karena memperoleh referensi dari kerabat (<i>word of mouth</i>)	0,017	0,731	-0,023	0,043	-0,093	0,142
<i>Faktor Kebutuhan</i>						
Kewajaran biaya konsumsi	0,228	-0,109	0,737	-0,034	0,166	0,373
Kesadaran adanya kebutuhan relaksasi	0,392	0,143	0,419	-0,007	-0,037	-0,030
Kesadaran adanya kebutuhan berobat alami	0,068	0,019	0,646	-0,002	0,021	-0,008
<i>Faktor Keamanan</i>						
Keamanan akses menuju lokasi objek wisata	0,089	-0,071	-0,019	0,697	-0,063	0,050
Keamanan objek wisata	0,440	-0,140	0,335	0,451	0,156	0,088
Ketersediaan fasilitas ibadah	0,017	0,115	0,014	0,544	-0,015	0,276
<i>Faktor Keindahan</i>						
Keindahan objek wisata	0,220	0,262	-0,061	0,033	0,761	0,067
Keunikan objek wisata	0,117	0,197	0,247	0,161	0,506	0,206
<i>Faktor Aksesibilitas</i>						
Lokasi objek wisata mudah ditempuh	-0,009	0,138	0,134	0,089	0,044	0,490
Kemudahan sarana transportasi	0,199	0,156	-0,084	0,341	0,062	0,537
<i>Eigenvalue</i>	5.092	2.477	1.838	1.696	1.310	1.270

bach's Alpha sebesar 0,906. Analisis item juga dilakukan menggunakan korelasi skor item dan skor total (*item-to-total correlation*) (Murwani, 2007: 174). Hasil analisis item

menunjukkan bahwa skor semua item kuesioner secara signifikan berkorelasi dengan skor total ($p < 0,05$); semua item tersebut dinyatakan lolos.

Data dianalisis menggunakan analisis faktor eksploratori dengan model sebagai berikut (Murwani, 2009: 7).

$$X_i = a_{i1}F_1 + a_{i2}F_2 + \dots + a_{im}F_m + d_iU_i$$

Keterangan:

X_i = variabel i dalam skor standar

a_{ij} = Koefisien regresi terstandar variabel i pada *common factor* j ; $a_{ij} = \lambda_{ij}$ = *factor loading* diintegrasikan sebagai korelasi antara variabel dengan faktor, di mana semakin besar λ , semakin kuat suatu variabel masuk menjadi anggota suatu faktor

F_j = *common factor*

d_i = koefisien regresi terstandar variabel i pada *unique factor* i

U_i = *Unique factor* i

m = banyaknya *common factor* i

Dalam rangka memperdalam kajian, pengumpulan data juga dilakukan melalui wawancara mendalam dengan empat narasumber atau informan, yakni dua orang pengunjung, petugas objek wisata Cagar, dan pengelola objek wisata masing-masing satu orang. Wawancara mendalam dimaksudkan untuk mengidentifikasi usaha kreatif yang cocok dibuka dan tidak cocok dibuka sebagai implikasi *entrepreneurship* bidang pariwisata.

HASIL

Data 22 indikator penelitian (X_1 hingga X_{22}) terlebih dahulu diuji untuk mengetahui apakah keseluruhan X_i telah memadai dari sudut kecukupan sampel menggunakan indeks Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) (Murwani, 2009). Indeks KMO ditemukan sebesar 0,631, sehingga syarat kecukupan sampel terpenuhi,

karena melebihi 0,5 (Murwani, 2009). Selain itu, dilakukan uji Barlett. Murwani (2009: 5) menjelaskan bahwa uji Barlett merupakan tes statistik menguji ada atau tidaknya korelasi signifikan antar 22 indikator. Hasil uji Barlett menghasilkan korelasi signifikan antar 22 indikator ($p = 0,000$).

Berikutnya adalah ekstraksi faktor. Hasil ekstraksi faktor menghasilkan sejumlah faktor yang terekstraksi dan besarnya *factor loading* setiap indikator (Murwani, 2009) sebagaimana tampak pada Tabel 1.

Dari Tabel 1 dapat diketahui bahwa terdapat enam faktor yang terekstraksi (berdasarkan *eigenvalue* yang lebih dari satu). Setiap faktor mempunyai sejumlah indikator (berdasarkan rotasi faktor). Setiap indikator memiliki *factor loading*, terbesar dimiliki indikator keindahan objek wisata (0,761) dan terkecil adalah indikator ketersediaan makanan dan minuman (0,325).

PEMBAHASAN

Faktor Kenyamanan

Kenyamanan merupakan suatu kondisi perasaan dan sangat tergantung pada orang yang mengalami situasi tersebut. Dalam penelitian ini, yang dimaksud kenyamanan merupakan persepsi wisatawan domestik terhadap perasaan nyaman yang dirasakan ketika berkunjung pada objek wisata pemandian air panas Cagar. Faktor kenyamanan pada penelitian ini terdiri dari beberapa indikator meliputi lokasi objek wisata yang bersih, lokasi objek wisata yang nyaman, harga tiket masuk yang wajar, toilet ataupun ruang ganti yang bersih,

permainan yang menyenangkan, dan suasana objek wisata yang sejuk dan segar.

Pihak pengelola pemandian air panas Cangar telah mengupayakan agar wisatawan dapat merasa nyaman untuk berkunjung di objek wisata pemandian air panas Cangar. Hal itu ditunjukkan dengan perawatan dan pemberisihan di sekitar lokasi objek wisata. Setiap satu minggu sekali tepatnya pada hari Jumat, kolam renang yang berada di pemandian air panas Cangar selalu rutin dibersihkan ataupun dikuras.

Adanya taman untuk bertamasya atau untuk makan bersama bagi wisatawan tentunya juga menambah rasa nyaman wisatawan serta menambah suasana sejuk dan segar di area objek wisata tersebut. Selain itu, adanya gazebo untuk wisatawan yang ingin berteduh dari teriknya matahari juga menambah kenyamanan wisatawan sembari menikmati suasana alam.

Harga tiket masuk ke area wisata pemandian air panas Cangar sebesar Rp 5.500,00 per orang membuat wisatawan yang ingin berkunjung tidak merasa keberatan. Harga tiket tersebut tergolong murah dan terjangkau bagi wisatawan domestik. Harga tiket yang murah tersebut juga dilengkapi dengan premi asuransi jiwa dari Jasa Raharja sebesar Rp 200,00 dan tertera nilai asuransi terhadap wisatawan jika mengalami risiko kecelakaan ketika berkunjung. Hal tersebut tentunya dapat menunjang rasa nyaman wisatawan domestik yang ingin berkunjung.

Kebersihan toilet ataupun ruang ganti juga menjadi penunjang rasa kenyamanan wisatawan dalam berkunjung di objek wisata pemandian air panas Cangar. Selain itu, per-

mainan *flying fox* yang tergolong baru di objek wisata tersebut juga menambah rasa nyaman wisatawan yang berkunjung. Permainan tersebut tergolong menyenangkan karena wisatawan dapat memacu adrenalin sekaligus dapat menikmati suasana dari ketinggian sekitar dua meter.

Faktor kenyamanan pada penelitian ini merupakan faktor yang paling dipertimbangkan oleh wisatawan domestik yang ingin berkunjung dikarenakan kenyamanan menjadi peran penting dalam keputusan wisatawan untuk berkunjung pada objek wisata pemandian air panas Cangar. Jika perasaan nyaman tersebut tidak terpenuhi, tidak menutup kemungkinan wisatawan enggan kembali berkunjung. Menurut Suradnya (2005: 8), meningkatnya pengetahuan dan pengalaman wisatawan ditambah lagi dengan bertambahnya tawaran produk wisata yang semakin menarik dari berbagai daerah ataupun negara tujuan wisata lainnya membuat para wisatawan semakin manja dan semakin besar tuntutan mereka terhadap kenyamanan objek wisata.

Faktor Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata merupakan suatu faktor yang menarik keinginan wisatawan domestik untuk berkunjung di objek wisata pemandian air panas Cangar. Faktor daya tarik wisata pada penelitian ini terdiri dari beberapa indikator meliputi makanan dan minuman yang beragam, objek wisata pendukung yang menarik, tersedianya penginapan terdekat, pengalaman menarik sebelumnya, produk kenangan yang menarik, dan referensi dari kerabat.

Menurut Suradnya (2005: 7), daya tarik wisata terdiri dari daya tarik budaya dan daya tarik objek wisata. Faktor daya tarik budaya dengan segala manifestasinya merupakan daya tarik utama bagi wisatawan berkunjung. Sedangkan daya tarik objek merupakan urutan kedua setelah daya tarik budaya.

Makanan dan minuman beranekaragam yang dijual di kawasan objek wisata, menyebabkan para wisatawan betah dan ingin kembali berkunjung di objek wisata pemandian air panas Cangar. Hal tersebut dikarenakan wisatawan yang ingin berkunjung di objek wisata pemandian air panas Cangar tidak perlu repot-repot untuk membawa makanan maupun camilan dari rumah karena di lokasi objek wisata tersedia penjual makanan dan minuman yang beraneka ragam. Selain itu, terdapat pula penjual yang menjual makanan khas Cangar yaitu tape ketan hitam yang tentunya menjadi makanan khas Cangar.

Objek wisata pendukung (Gua Jepang) merupakan salah satu daya tarik bagi wisatawan. Gua tersebut merupakan gua bersejarah peninggalan tentara Jepang ketika Perang Dunia II. Letak gua tersebut mudah dijangkau wisatawan domestik yang ingin napak tilas tentang persembunyian tentara Jepang di masa lampau.

Adanya penginapan merupakan hal yang selalu dipertimbangkan wisatawan domestik dari luar Malang Raya untuk memutuskan akan berkunjung ke objek wisata pemandian air panas Cangar. Di area tempat wisata pemandian air panas Cangar, terdapat fasilitas penginapan yang disediakan oleh UPT Taman Hutan Raya R. Soerjo yang berupa pondok wisata yang layaknya sebuah vila. Selain itu,

baru-baru ini juga terdapat vila yang disewakan untuk umum. Tentunya semakin banyak tempat penginapan yang terdekat dapat lebih menarik minat wisatawan domestik dari luar kota untuk berkunjung di objek wisata pemandian air panas Cangar. Wisatawan selalu mengamati dan menilai tentang apa yang terjadi di kawasan wisata ketika mereka berkunjung. Jika kunjungan mereka menghasilkan sesuatu yang menarik pada benak mereka, maka suatu saat wisatawan tersebut akan tertarik untuk berkunjung kembali ke objek wisata tersebut. Selain itu, tidak menutup kemungkinan seorang wisatawan akan menyarankan kerabatnya untuk berkunjung.

Faktor Kebutuhan

Faktor kebutuhan merupakan suatu faktor yang menjadi pertimbangan wisatawan berkunjung di objek wisata pemandian air panas Cangar dikarenakan adanya suatu keinginan. Faktor kebutuhan pada penelitian ini terdiri dari beberapa indikator meliputi biaya konsumsi yang terjangkau, terpenuhinya kebutuhan untuk berelaksasi, dan kebutuhan berobat secara alami.

Sudarmiatin (2008: 80) menyatakan bahwa pengambilan keputusan berkunjung merupakan proses yang ditempuh wisatawan untuk mengambil keputusan berkunjung di objek wisata. Pengambilan keputusan tersebut diukur dengan lima indikator meliputi kesadaran adanya kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pengambilan keputusan, dan evaluasi pasca-kunjungan.

Biaya konsumsi yang terjangkau menyebabkan wisatawan domestik merasa senang

berkunjung di objek wisata pemandian air panas Cagar. Hal tersebut dikarenakan dengan harga yang terjangkau dan wajar, wisatawan tidak perlu lagi khawatir jika ingin memenuhi kebutuhan konsumsinya bila berkunjung di Cagar. Berbagai jenis makanan dan minuman yang harganya terjangkau disediakan di toko-toko maupun warung.

Wisatawan domestik yang berkunjung juga biasanya dikarenakan ingin sekadar berelaksasi ataupun menghilangkan penat bersama keluarga. Dengan merasakan segarnya udara di sekitar area tempat wisata dan hangatnya air panas Cagar, beban pikiran dapat dihilangkan sejenak.

Wisatawan domestik berkunjung di objek pemandian air panas Cagar juga memiliki alasan mengenai kebutuhan untuk sekadar berobat secara alami. Hal tersebut dikarenakan air panas yang bersumber dari gunung Welirang tersebut dipercaya dapat menghilangkan penyakit kulit maupun rematik.

Faktor Keamanan

Faktor keamanan merupakan faktor yang menjadi pertimbangan wisatawan domestik yang berkunjung di objek wisata pemandian air panas Cagar mengenai penilaian wisatawan terkait rasa aman yang dirasakan ketika berkunjung. Faktor keamanan pada penelitian ini terdiri dari beberapa indikator meliputi jalan menuju lokasi objek wisata, lokasi objek wisata itu sendiri, dan tempat ibadah yang aman.

Syahadat (2005: 7) menyatakan bahwa faktor keamanan memengaruhi ketenangan dan kenyamanan wisatawan selama berada di

objek wisata. Selain itu, faktor keamanan juga memengaruhi wisatawan dalam mengambil keputusan layak atau tidak suatu objek wisata alam untuk dikunjungi.

Demi menunjang keamanan jalan menuju objek wisata pemandian air panas Cagar, pemerintah daerah setempat telah melakukan perbaikan dan pelebaran jalan. Selain itu, telah dibangun pembatas jalan di pinggiran jalan yang berdekatan langsung dengan jurang. Hal tersebut dilakukan agar dapat meminimalisasi risiko kecelakaan serta meningkatkan keamanan pengendara yang menuju objek pemandian air panas Cagar.

Kondisi fasilitas ibadah yang layak secara struktur bangunan juga memengaruhi rasa aman bagi wisatawan. Tempat ibadah, yakni mushola, telah direnovasi setelah sebelumnya mengalami kerusakan akibat longsor. Keamanan struktur bangunan menjadi pertimbangan para wisatawan domestik.

Faktor Keindahan

Faktor keindahan merupakan faktor yang berdasarkan nilai estetika yang dimiliki oleh objek wisata pemandian air panas Cagar berdasarkan pengamatan dan penilaian wisatawan. Faktor keindahan tersebut terdiri dari dua indikator meliputi pemandangan objek wisata yang indah dan objek wisata yang unik dan alami.

Suradnya (2005: 9) menjelaskan bahwa menurunnya kualitas lingkungan alam sangat mengkhawatirkan mengingat keindahan alam merupakan salah satu aset daya tarik penting bagi pariwisata. Unsur-unsur keindahan alam yang perlu mendapatkan perhatian adalah

kelestarian hutan dengan ekosistem, danau serta sungai dan jeramnya, sawah-sawah yang tetap digarap, dan tertata sebagaimana adanya. Keseluruhan faktor tersebut bermuara pada faktor keindahan alam.

Pemandangan yang indah merupakan penilaian wisatawan domestik berdasarkan pendapat wisatawan mengenai keindahan objek wisata beserta isinya ketika berkunjung di lokasi objek wisata pemandian air panas Cagar. Suasana yang indah dan bersih tentunya akan menyebabkan wisatawan menjadi lebih betah dan ingin kembali berkunjung kembali di objek wisata tersebut.

Objek wisata pemandian air panas Cagar merupakan objek wisata yang terkesan unik dan alami. Hal tersebut dikarenakan air yang ada di sekitar area objek wisata kebanyakan merupakan air panas. Air panas tersebut merupakan air panas yang alami dan bersumber dari sumber mata air Gunung Welirang. Maka dari itulah banyak wisatawan domestik yang ingin merasakan mandi ataupun berenang di objek wisata tersebut.

Faktor Aksesibilitas

Faktor aksesibilitas merupakan tingkat kemudahan wisatawan domestik yang ingin berkunjung di objek wisata pemandian air panas Cagar. Faktor tersebut memiliki dua indikator meliputi lokasi objek wisata yang mudah ditempuh, dan kemudahan sarana transportasi umum menuju objek wisata.

Harioko (2010: 27) menyebutkan bahwa aksesibilitas yang mudah akan membantu wisatawan untuk melakukan perjalanan. Dengan semakin meningkatkan kualitas jaringan

transportasi diharapkan semakin meningkat pula kunjungan dan perjalanan wisata di kawasan tersebut.

Lokasi objek wisata pemandian air panas Cagar tergolong mudah ditempuh. Dengan kendaraan mobil maupun sepeda motor, wisatawan domestik dapat menuju ke lokasi dengan mudah dan aman. Selain itu, jika wisatawan domestik yang ingin berkunjung tidak memiliki kendaraan pribadi, maka dapat menyewa angkutan umum atau naik kendaraan umum yang khusus untuk rute-rute tempat wisata yang telah disediakan oleh pihak Pemerintah Kota Batu.

Implikasi bagi *Entrepreneurship* Bidang Pariwisata

Hasil analisis terhadap wawancara mendalam, ditemukan sejumlah implikasi bagi *entrepreneurship* bidang pariwisata berupa identifikasi usaha kreatif yang cocok dibuka. Usaha kreatif yang dimaksud sebagai berikut.

Usaha Makanan atau Minuman Khas

Usaha penjualan makanan dan minuman khas yang dapat dibuka misalkan bakso jamur, tape ketan, keripik apel, dan sebagainya. Makanan khas tersebut dapat berupa makanan yang bahannya melimpah di sekitar tempat tersebut, misalnya keripik apel yang bahannya mudah dan banyak didapat di perkebunan di sekitar. Bakso jamur yang bahan jamurnya dapat diperoleh dengan budidaya jamur yang dilakukan petani di sekitar. Selain itu usaha makanan dan minuman yang menghangatkan juga dapat cocok dibuka di objek wisata ter-

sebut. Misalkan tape ketan atau minuman tradisional yang bernama *badek*.

Berikut adalah usaha makanan dan minuman khas cocok dibuka di objek wisata Cangar sesuai hasil wawancara dengan beberapa narasumber.

Menurut saya cukup cocok karena seperti bakso jamur 'kan masih jarang dan tempat budi daya jamur di Cangar cukup besar. Di daerah sekitar Cangar memang ada budi daya jamur. Maka dari itu, jamur tersebut bisa juga diolah menjadi bakso jamur atau keripik jamur, dan sebagainya. 'Kan enak kalau di daerah dingin makan bakso jamur hangat. (Pengunjung 1)

Menurut saya usaha yang cocok adalah penjualan oleh-oleh khas Cangar misalkan segala macam bentuk olahan dari sayuran dan jamur. Olahan dari berbagai sayuran maupun jamur cocok dibuka di sana karena saya melihat di sekitar area pemandian itu banyak kebun yang membudidayakan sayuran dan juga budidaya jamur. Misalkan dibuat menjadi keripik jamur 'kan bisa. Atau dibuat menjadi bakso isi jamur pasti orang suka. (Pengunjung 2)

Menurut saya usaha yang cocok di sana adalah tape ketan dan tikar beserta tenda. Kalau tape ketan 'kan di sana benar-benar sudah menjadi makanan yang khas ada di Cangar. Jadi bisa dikembangkan lagi misalnya tape tersebut bisa dikemas dalam kemasan yang lebih baik lagi agar bisa dibawa pulang sebagai oleh-oleh. (Petugas objek wisata Cangar)

Usaha yang cocok dibuka di sana adalah penjualan produk-produk yang khas ada di sana. Misalkan tape ketan. Usaha tersebut sangat cocok karena yang pertama tape ketan merupakan yang dapat membuat badan menjadi lebih hangat sehingga sangat cocok dijual di Cangar yang merupakan daerah bersuhu dingin. (Pengelola objek wisata)

Usaha Persewaan Alat Piknik dan Tenda

Usaha persewaan alat piknik sangat cocok dikarenakan banyaknya jumlah pengunjung yang berkunjung ke objek wisata tersebut dan minimnya bangku atau tempat duduk yang ada di sana. Selain itu, alat piknik tersebut sangat cocok untuk disewakan karena banyak pengunjung yang memang datang berombongan untuk berpiknik atau berkemah di sana. Alat piknik yang dapat disewakan misalnya tikar, tenda, kompor, dan sebagainya.

Usaha persewaan alat piknik dan alat berkemah cocok dibuka di objek wisata Cangar sesuai dari hasil wawancara dengan beberapa narasumber.

Persewaan alat berkemah juga cocok untuk dibuka di sana. Usaha persewaan alat *camping* juga cukup cocok karena jauh lebih praktis untuk minat khusus wisatawan. (Pengunjung 1)

Persewaan alat piknik atau alat berkemah. alat piknik atau alat berkemah saya rasa cocok untuk dibuka dikarenakan biasanya 'kan banyak orang yang kesana untuk berkemah atau mengajak keluarga sekadar berpiknik di sana. Jika dibuka persewaan alat berkemah ataupun alat piknik misalnya tikar, kompor, tenda, dan sebagainya, pasti orang akan meminatinya karena tidak perlu repot membawa peralatan tersebut dari daerah asal mereka. (Pengunjung 2)

Menurut saya usaha yang cocok di sana adalah tape ketan dan tikar beserta tenda. Kalau tikar dan tenda, karena biasanya orang kalau ke sana suka untuk berpiknik dan makan bersama keluarga jadi pasti banyak yang membutuhkan tikar. Selain itu, tempat duduk di sana yang dekat dengan kolam jumlahnya terbatas maka dari itu persewaan tikar sangat cocok. Ketika cuaca panas, kan setiap pasti merasa kepanasan dan juga

capek karena habis melakukan perjalanan jauh maka dari itu bisa diadakan persewaan tenda untuk beristirahat. Selain itu, biasanya banyak juga siswa sekolah ataupun mahasiswa yang berkemah di sana. (Petugas Objek Wisata Cagar)

Usaha Angkutan

Angkutan umum merupakan salah satu kebutuhan dalam melakukan mobilitas. Di Kota Batu sudah ada angkutan yang dapat digunakan oleh pengunjung untuk berkunjung ke objek wisata. Angkutan tersebut terdiri atas angkutan umum penumpang dan ojek motor. Akan tetapi belum banyak orang yang mengetahui angkutan ke objek wisata Cagar. Oleh karenanya, usaha angkutan menuju ke objek wisata Cagar cocok untuk dibuka.

Angkutan umum yang menyediakan rute khusus menuju objek wisata Cagar belum tersedia. Selain itu, jalan menuju objek wisata Cagar sangat susah dilalui bagi pengendara yang masih belum pernah melaluinya. Hal tersebut sesuai dengan pendapat dari narasumber berikut.

Melihat ketika orang berkunjung, lebih baik membuka usaha angkutan menuju tempat wisata pemandian air panas Cagar dan sekitarnya. Akses jalan bagi orang awam kan cukup berbahaya. Jadi untuk meningkatkan keamanan perlu dibuatkan transportasi khusus. Selain itu, agar wisatawan tidak merasa ribet dalam perjalanan. bagi orang awam kan masih curam...misalkan membuka angkutan sistem paketan. Hal tersebut bisa menghemat lahan parkir dan meningkatkan keamanan bagi perjalanan wisatawan. (Pengunjung 1)

Usaha Pijat Refleksi

Usaha pijat refleksi cukup cocok dibuka untuk menunjang kenyamanan wisatawan ketika berkunjung. Hal tersebut sesuai dengan pendapat dari narasumber berikut.

Baru-baru ini juga dibuka jasa pijat refleksi. Kalau jasa pijat refleksi sangat cocok dibuka karena setiap orang yang telah melakukan perjalanan jauh ke Cagar dapat sedikit relaksasi dengan menikmati jasa tersebut. Selain itu, jasa pijat tersebut dapat menunjang minat pengunjung untuk berkunjung ke objek tersebut, karena habis berendam di air panas lalu menikmati pijat refleksi dapat lebih nyaman. (Pengelola objek wisata)

Usaha yang Tidak Cocok Dibuka

Meskipun objek wisata Cagar memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan menjadi usaha, akan tetapi jenis usaha pun harus diseleksi. Hal tersebut berkaitan dengan kesesuaian dengan kondisi yang ada di objek wisata Cagar sehingga usaha yang berjalan di sana bisa efektif. Berdasarkan wawancara dengan beberapa narasumber, berikut ini adalah usaha yang dinilai tidak cocok dibuka di objek wisata Cagar.

Usaha Makanan dan Minuman Dingin

Usaha menjual makanan dan minuman dingin tidak cocok untuk dibuka di objek wisata Cagar. Karena di objek tersebut suhunya cenderung dingin. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara terhadap beberapa narasumber berikut.

Usaha yang sekiranya tidak cocok adalah usaha yang menjual makanan-minuman dingin. Alasan saya makanan-minuman dingin tidak cocok karena di sana udaranya sudah dingin, jadi orang lebih senang dengan makanan dan minuman yang hangat misalnya tape ketan, wedang jahe, ronde, bakso, dan sebagainya. (Pengunjung 1)

Usaha yang tidak cocok untuk dibuka di sana adalah usaha yang menjual minuman dingin misalkan jus apel. Walaupun di daerah Cangar juga terdapat banyak kebun apel akan tetapi jika apel tersebut diolah menjadi minuman yang dingin seperti jus pasti tidak banyak orang yang suka. Karena di sana suhunya cukup dingin jadi biasanya yang diminati oleh pengunjung adalah minuman yang menghangatkan misalkan kopi hangat atau *badek* (air tape ketan hitam). Daripada dibuat menjadi minuman dingin, apel tersebut bisa juga dijadikan keripik apel sebagai oleh-oleh khas dari Cangar. (Petugas objek wisata Cangar)

Usaha yang tidak cocok adalah usaha yang menjual makanan atau minuman dingin misalkan es krim. Usaha tersebut tidak cocok karena di sana adalah dataran tinggi yang bersuhu dingin, jadi sangat tidak cocok jika jual makanan atau minuman yang dingin di sana. (Pengelola objek wisata)

Usaha Hotel atau Vila

Usaha penginapan seperti hotel atau vila tidak cocok untuk dibuka di sekitar objek wisata Cangar. Hal tersebut dikarenakan banyaknya hotel atau penginapan lain di sekitar pusat Kota Batu. Selain itu, objek wisata Cangar merupakan objek wisata alam, jadi pengunjung lebih suka menikmati alam terbuka daripada harus menginap di hotel. Hal tersebut sesuai

dengan hasil wawancara terhadap beberapa narasumber berikut.

Vila kurang cocok. Karena wisata Cangar, air panas dinikmati setiap saat. Kalau vila tidak cocok dibuka di sana karena di sana 'kan wisata alam, orang cenderung lebih suka berkemah daripada tinggal di penginapan. Selain itu, di dekat Cangar juga telah disediakan penginapan yang khusus. (Pengunjung 1)

Usaha yang sekiranya tidak cocok dibuka di sana adalah usaha vila atau hotel. Vila atau hotel tidak cocok karena selain merusak lingkungan dan membahayakan, setiap orang kalau pergi ke sana pasti inginnya *camping* atau hanya sekadar piknik sekaligus berendam air hangat alami. (Pengunjung 2)

Persewaan Wahana Flying Fox

Usaha tersebut tidak cocok untuk dibuka di objek wisata Cangar dikarenakan kurang terjangkau harga yang harus dibayarkan pengunjung untuk menikmati wahana tersebut. Selain itu, pemandangan di bawah *flying fox* kurang menarik dan kurang menantang sehingga orang cenderung jarang berniat mencoba wahana permainan tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat dari narasumber berikut.

Menurut saya persewaan *flying fox* kurang cocok. Mengenai wahana *flying fox* kurang cocok karena menurut saya orang ke Cangar kebanyakan tujuannya hanya berendam air panas dan hanya berpiknik bukan untuk *outbound*, selain itu juga pemandangan di bawah wahana tersebut tidak begitu menarik. (Pengunjung 1)

Jika dibandingkan dengan penelitian terkait sebelumnya yang dilakukan oleh Lerner dan Haber (2001: 87), terdapat kesesuaian dengan faktor-faktor wisatawan berkunjung. Perbedaannya, pada penelitian tersebut, setelah analisis faktor, ketiga belas indikator yang dalam penelitian sebelumnya masuk ke dalam tiga faktor, yaitu: (1) *tourist-related infrastructure*, (2) *options for excursions*, dan (3) *scenery*. Dari faktor-faktor tersebut, ada beberapa indikator dalam penelitian Lerner dan Haber (2001: 87) yang tidak terdapat dalam pertimbangan kunjungan wisatawan dalam penelitian ini, mencakup: (1) “*accessibility to tourism information*” dan “*places of entertainment*” dalam faktor “*tourist-related infrastructure*” dan (2) “*supply of activities for children*” dalam faktor “*options for excursions*”. Dalam penelitian ini terdapat pula indikator yang tidak ada dalam penelitian Lerner dan Haber (2001: 87), seperti: (1) kebersihan toilet atau ruang ganti dalam faktor Kenyamanan, (2) ketertarikan karena memperoleh referensi dari kerabat dalam faktor daya tarik wisata, (3) kewajaran biaya konsumsi dan kesadaran adanya kebutuhan berobat alami dalam faktor kebutuhan, dan (4) keamanan akses menuju lokasi objek wisata dan ketersediaan fasilitas ibadah dalam faktor keamanan.

Perbedaan tersebut dapat terjadi karena adanya perbedaan latar belakang tempat, budaya, serta waktu dari objek wisata yang diteliti. Hal ini terlihat dari pentingnya hubungan dengan kerabat (sistem masyarakat yang komunal) dan pentingnya ketersediaan tempat ibadah sebagai faktor berkunjung ke objek wisata di Indonesia. Meski demikian, dari perbandingan tersebut dapat dicantumkan indi-

kator apa saja yang bisa menjadi pertimbangan tambahan faktor-faktor yang menyebabkan wisatawan berkunjung dan implikasinya bagi *entrepreneurship*. Indikator yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi peluang usaha misalnya ialah ketersediaan wahana bermain anak-anak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dengan menggunakan analisis faktor, dari 22 indikator diperoleh enam faktor yang menjadi pertimbangan wisatawan dalam berkunjung di objek wisata pemandian air panas Cagar. Keenam faktor tersebut meliputi faktor kenyamanan, faktor daya tarik wisata, faktor kebutuhan, faktor keamanan, faktor keindahan, serta faktor aksesibilitas.

Faktor kenyamanan memiliki item yang dominan dipertimbangkan wisatawan dalam berkunjung yaitu suasana objek wisata Cagar yang sejuk dan segar. Faktor daya tarik wisata memiliki item yang dominan dipertimbangkan wisatawan dalam berkunjung yaitu memperoleh referensi dari kerabat (*word of mouth*). Faktor kebutuhan memiliki item yang dominan dipertimbangkan wisatawan dalam berkunjung yaitu biaya konsumsi yang terjangkau. Faktor keamanan memiliki item yang dominan dipertimbangkan wisatawan dalam berkunjung yaitu jalan menuju lokasi objek wisata yang aman. Faktor keindahan memiliki item yang dominan dipertimbangkan wisatawan dalam berkunjung yaitu pemandangan objek wisata yang indah. Faktor aksesibilitas memiliki item yang dominan dipertimbangkan wisatawan dalam berkun-

jung yaitu kemudahan sarana transportasi umum menuju Cangar.

Dari item yang dominan pada faktor kebutuhan dan faktor aksesibilitas, dapat dijadikan dasar dalam membuka usaha di sekitar objek wisata Cangar. Usaha tersebut meliputi usaha penjualan makanan dan minuman khas Cangar dan usaha transportasi umum.

Saran

Bagi pemerintah daerah dan UPT Tahura R. Soerjo, kenyamanan objek wisata pemandian air panas Cangar sebaiknya perlu ditingkatkan lagi. Hal tersebut penting dikarenakan dalam penelitian ini faktor kenyamanan memiliki persentase varians paling tinggi daripada faktor yang lain, artinya faktor kenyamanan memiliki korelasi yang tinggi terhadap pertimbangan wisatawan domestik untuk berkunjung di objek wisata pemandian air panas Cangar.

Selain meningkatkan pemasukan bagi pengelola, membuka usaha persewaan alat piknik ataupun tenda dan juga usaha pijat refleksi dapat meningkatkan rasa nyaman bagi wisatawan yang berkunjung di objek wisata tersebut.

Selain itu, kelima faktor yang lain juga perlu diperhatikan agar lebih menunjang kunjungan wisatawan ke pemandian air panas Cangar, Batu. Membuka usaha angkutan umum dan juga penjualan makanan ataupun minuman khas Cangar juga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke objek wisata Cangar, meningkatkan pendapatan bagi pengelola objek wisata Cangar, serta menjadi peluang usaha yang dapat meningkatkan taraf ekonomi bagi masyarakat sekitar objek wisata tersebut.

Bagi peneliti lain di masa mendatang, sebaiknya dapat meneliti menggunakan analisis lanjutan, misalnya menggunakan analisis pengaruh untuk melihat pengaruh faktor-faktor yang dipertimbangkan terhadap keputusan wisatawan memilih objek wisata. Selain itu, penelitian senada dapat dilakukan untuk objek wisata yang lain.

DAFTAR RUJUKAN

- Chen, C. & Tsai, D. 2007. How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions. *Tourism Management*, 28 (4): 1115–1122.
- Harioko, Y. 2010. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung di Objek Wisata Roro Kuning Kabupaten Nganjuk*. Skripsi tidak diterbitkan. Malang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang.
- Lerner, M. & Haber, S. 2001. Performance Factors of Small Tourism Ventures: The Interface of Tourism, Entrepreneurship, and The Environment. *Journal of Business Venturing*, 16 (1): 77–100.
- Murwani, F.D. 2007. *Faktor-Faktor Penentu Loyalitas Pembeli pada Supermarket Go Publik di Kota Malang (Perbandingan Model Struktural berdasarkan Tingkat Pengetahuan Pembeli)*. Disertasi tidak diterbitkan. Malang: Program Pascasarjana Universitas Negeri Malang.
- Murwani, F.D. 2009. *Analisis Faktor dan Structural Equation Modeling*. Bahan Ajar tidak diterbitkan. Malang: Program Pascasarjana Universitas Negeri Malang.
- Sudarmiatin. 2008. Pengaruh Atribut Objek Wisata Alam, Promosi, dan Karakteristik Individu terhadap Image Konsumen dan Pengambilan Keputusan Berkunjung (Studi

- Empiris terhadap Perilaku Wisatawan pada Objek Wisata Alam di Jatim). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 6 (2): 78–90.
- Suradnya. I.M. 2006. Analisis Faktor-faktor Daya Tarik Wisata Bali dan Implikasinya terhadap Perencanaan Pariwisata Daerah Bali. *SOCA: Journal of Socio-Economic of Agriculture and Agribusiness*, 6 (3): 1–13.
- Syahadat, E. 2006. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di Taman Nasional Gede Pangrango (TNGP). *Jurnal Penelitian dan Sosial Ekonomi*, 3 (1): 1–16.
- Yoeti, O. 2003. *Tours and Travel Marketing*. Jakarta: Pradnya Paramita.